

PRINSIP UI/UX PADA PERANCANGAN WEBSITE UNTUK MENINGKATKAN KREATIVITAS GENERASI Z

Daffa Dzulfikar¹, Rosa Karnita²

^{1,2}Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitektur dan Desain,
Institut Teknologi Nasional

¹daffa.dzulfikar@mhs.itenas.ac.id, ²karnita@itenas.ac.id

ABSTRAK

Kreativitas merupakan elemen penting dalam perkembangan individu, khususnya Generasi Z yang hidup di era digital. Namun, banyak dari mereka menghadapi hambatan internal seperti tekanan sosial, pola pikir negatif, dan kurangnya kepercayaan terhadap diri mereka. Sebagian besar dari mereka mengalami permasalahan tantangan eksternal seperti minimnya dukungan eksplorasi kreatif dan keterbatasan platform yang kurang mendukung untuk berkolaborasi. Penelitian ini bertujuan untuk memaparkan prinsip-prinsip UI/UX untuk merancang *Website* untuk mendukung kreativitas Generasi Z, dengan fokus pada individu yang berada dalam rentang usia 18 hingga 24 tahun. Seperti pelajar, mahasiswa, dan remaja yang sedang berkembang di era digital. Proyek ini ditujukan untuk mereka yang memiliki minat dalam bidang kreativitas namun menghadapi berbagai hambatan dalam mengembangkan potensi diri, baik dari sisi internal maupun eksternal. *Website* ini bertujuan menjadi platform yang dapat memberikan ruang bagi pengguna untuk berkolaborasi, menemukan inspirasi, dan menampilkan karya-karya mereka dalam sebuah ekosistem digital yang mendukung pengembangan ide-ide kreatif secara maksimal. Penelitian ini menggunakan metode *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX). Metode pengumpulan data dilakukan melalui studi literatur dengan menggunakan pendekatan *Design Thinking*. Hasil dari penelitian ini adalah konsep perancangan prototipe *website* yang disajikan secara menarik, *user friendly*, informatif, dan dapat memecahkan permasalahan yang sedang terjadi seperti melalui fitur *dashboard* inspirasi, kolaborasi, komunitas, sistem apresiasi, dan portofolio digital. Hasil dari platform ini dapat menjadi solusi efektif untuk menciptakan lingkungan digital yang intuitif, inspiratif, dan mendukung. Sehingga mendorong Generasi Z untuk mengeksplorasi ide, berkolaborasi, dan mengekspresikan kreativitas mereka secara maksimal.

Kata Kunci: Kreativitas, Generasi Z, Desain Website, *User Interface*, *User Experience*.

ABSTRACT

Creativity is an essential element in individual development, particularly for Generation Z, who live in the digital era. However, many of them face internal barriers such as social pressure, negative mindsets, and a lack of self-confidence. Additionally, a significant portion encounters external challenges, such as limited support for creative exploration and a lack of platforms that adequately facilitate collaboration. This research aims to present UI/UX principles for designing a website to support the creativity of Generation Z, focusing on individuals aged 18 to 24, including students, college learners, and young adults navigating the digital era. This project is directed at those with an interest in creativity but who face various obstacles in developing their potential, whether internal or external. The website aims to provide a platform for users to collaborate, find inspiration, and showcase their work within a digital ecosystem that fosters the development of creative ideas to their fullest potential. This research employs User Interface (UI) and User Experience (UX) methodologies. Data collection was conducted through literature studies using a Design Thinking approach. The outcome of this research is the conceptual design of a website prototype presented in an engaging, user-friendly, and informative manner, aimed at solving existing challenges. Features such as an inspiration dashboard, collaboration tools, community engagement, appreciation systems, and digital portfolios are proposed as solutions. This platform is expected to offer an effective solution for creating a digital environment that is intuitive, inspiring, and supportive, thereby encouraging Generation Z to explore ideas, collaborate, and express their creativity to the fullest.

Keywords: Creativity, Generation Z, Website Design, *User Interface*, *User Experience*

PENDAHULUAN

Kreativitas saat ini menjadi salah satu kemampuan penting yang mendukung perkembangan individu, memungkinkan seseorang untuk mengeksplorasi ide-ide baru, berinovasi, dan mengungkapkan jati diri mereka melalui berbagai bentuk ekspresi, seperti seni visual, tulisan, musik, dan media digital. Kreativitas merupakan aset berharga bagi setiap individu, terutama bagi generasi muda seperti Generasi Z (Hilman, 2023). Generasi Z menunjukkan preferensi yang kuat terhadap perangkat seluler sebagai alat utama untuk menyelesaikan tugas-tugas sekolah. Keterbiasaan mereka dengan teknologi ini sangat mendukung proses pembelajaran. Dalam survei Harris Poll (Sakitri, 2021) juga menunjukkan generasi Z, yang akrab dengan teknologi sejak lahir, menunjukkan minat yang tinggi terhadap kreativitas. Penelitian menunjukkan bahwa 63% dari mereka ingin bereksperimen dengan berbagai hal kreatif setiap hari. Interaksi aktif di komunitas *online* dan media sosial, serta akses mudah terhadap teknologi, telah membentuk generasi ini menjadi individu yang kreatif dan inovatif.

Bagi generasi muda, terutama Generasi Z, kreativitas adalah salah satu cara untuk mengomunikasikan ide, emosi, dan nilai-nilai yang mereka miliki dalam menghadapi berbagai tantangan di dunia yang semakin kompleks dan digital. Kemajuan teknologi mengakibatkan mereka memiliki akses yang mudah ke berbagai *platform* digital yang memungkinkan mereka untuk menciptakan sebuah karya, berbagi, dan menunjukkan hasil karya mereka secara luas. Generasi Z, yang lahir di era digital, memiliki karakteristik unik seperti kecakapan teknologi tinggi, pemikiran inovatif, dan kesadaran sosial yang kuat.

Tumbuh dengan internet dan media sosial, mereka terbiasa berkolaborasi, beradaptasi dengan perubahan, dan mengejar personal branding. Semangat kewirausahaan yang tinggi mendorong mereka untuk menciptakan bisnis baru dan memanfaatkan teknologi secara kreatif, dengan kemampuan

multitasking dan kreativitas yang luar biasa, Generasi Z memiliki potensi besar untuk menjadi pemimpin perubahan di masa depan, mengubah lanskap bisnis, pendidikan, dan budaya populer (Rasulong et al., 2024) namun kenyataan menunjukkan, bahwa meskipun akses terhadap teknologi semakin mudah, banyak Generasi Z yang mengalami permasalahan dalam mengekspresikan kreativitas mereka secara optimal. Sehingga banyaknya dari remaja dan dewasa muda menghadapi berbagai tantangan internal, seperti pola pikir negatif, tekanan sosial, dan kurangnya kepercayaan diri, yang seringkali timbul karena perbandingan sosial di media digital. Tekanan untuk menghasilkan karya yang "sempurna" atau yang diterima secara sosial juga dapat membatasi keberanian mereka untuk bereksplorasi. Hal ini menyebabkan penurunan kepercayaan diri, di mana mereka merasa karya mereka tidak cukup baik atau tidak layak untuk dipublikasikan. Ada pun permasalahan lainnya seperti tantangan eksternal, terbatasnya dukungan untuk eksplorasi kreatif serta minimnya ruang interaksi yang mendukung pertukaran ide dan kolaborasi kreatif. Akhirnya menghambat perkembangan kreativitas mereka. Situasi ini diperburuk oleh lingkungan sosial yang kadang tidak memberikan dukungan atau apresiasi yang cukup terhadap usaha kreatif mereka, sehingga mereka merasa usaha mereka sia-sia atau tidak memiliki dampak yang signifikan. Permasalahan ini bukan hanya sekedar kesulitan dalam menghasilkan karya seni, tetapi menjadi lebih dalam, terkait dengan keterbatasan mental dan emosional dalam mengekspresikan diri. Remaja merasa terisolasi secara kreatif, sehingga kreativitas yang seharusnya menjadi alat untuk mengatasi tekanan dan stres malah menjadi beban, karena adanya ekspektasi yang tidak realistis dan ketakutan akan penilaian dari orang lain (Ramadhani, 2024).

Untuk mengatasi permasalahan ini, diperlukan upaya yang mendalam, seperti mendorong remaja untuk berani bereksplorasi dan mencoba hal baru, tanpa rasa takut akan

kegagalan atau penolakan. Penting juga untuk menumbuhkan pola pikir positif dan memberikan ruang yang aman di mana mereka bisa mengekspresikan diri secara bebas, tanpa khawatir akan kritik yang meruntuhkan semangat. Kreativitas, yang seharusnya menjadi sarana pengembangan diri, justru terhambat oleh faktor-faktor tersebut. Oleh karena itu, diperlukan solusi yang dapat mendukung pengembangan kreativitas individu, terutama melalui platform digital yang mengedepankan pengalaman pengguna (*User Experience* atau UX) dan antarmuka pengguna (*User Interface* atau UI) yang dirancang secara intuitif dan inspiratif. Platform seperti ini dapat memberikan ruang bagi pengguna untuk berekspresi, mengeksplorasi ide, dan berkolaborasi dengan orang lain, serta memberikan fitur diskusi antara komunitas seni sehingga kreativitas dapat tumbuh dan berkembang dalam lingkungan yang mendukung (Putra et al., 2023).

User Interface (UI) dan *User Experience* (UX) adalah elemen kunci dalam menciptakan produk yang menarik dan berfungsi dengan baik. Kombinasi yang baik antara estetika visual dan pengalaman pengguna yang intuitif dapat membuat perbedaan signifikan dalam penerimaan dan kepuasan pengguna terhadap sebuah aplikasi atau situs web. Desain UI bagaikan seni menata ruang digital, meliputi pemilihan warna, bentuk tombol, jenis huruf, ukuran teks, dan penataan elemen (Putri, 2024).

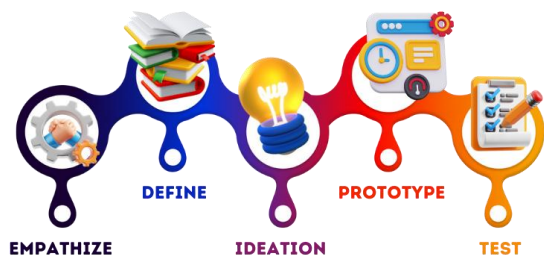
Sedangkan *User Experience* (UX) adalah tentang bagaimana perasaan dan pengalaman yang ideal ketika pengguna sedang menggunakan suatu layanan atau produk. Dengan demikian, hal ini dapat melibatkan semua jenis produk dan layanan dengan keterlibatan pikirannya. Misalnya, tentang desain yang berada dalam suatu pameran. Pada dasarnya, istilah *User Experience* digunakan dalam kaitannya dengan situs web, aplikasi web, dan aplikasi perangkat lunak lainnya (Interaction Design Foundation, 2018). *Website* merupakan kumpulan

halaman situs yang terhubung satu sama lain, berisi konten digital dalam berbagai format, seperti tulisan, gambar, dan video yang dapat diakses melalui jaringan internet (Wafa & Airlangga, 2021). Perancangan *Website* yang efektif dengan menggunakan metode *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX) dapat menjadi solusi untuk menciptakan wadah yang mendukung kreativitas Generasi Z. Desain UI/UX yang baik dapat menciptakan platform yang menarik untuk bereksplorasi dan berbagi karya. Metode UI/UX tidak hanya berfokus pada estetika visual, tetapi juga pada bagaimana pengguna berinteraksi dan merasakan pengalaman saat menggunakan suatu platform. Desain tata letak yang efektif dapat membuat pengunjung lebih tertarik untuk menjelajahi sebuah situs. Selain itu, desain yang intuitif juga akan meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan. Desain yang tepat pada sebuah *website* dapat menjadi lingkungan yang menarik, dan mendukung eksplorasi kreatif, sehingga mendorong pengguna untuk lebih aktif dalam menciptakan dan berbagi karya mereka (Anendya, 2022). Cara ini bisa membuat remaja tidak hanya mampu mengembangkan kreativitas mereka, tetapi juga membangun kepercayaan diri dan kemampuan berpikir inovatif yang diperlukan untuk menghadapi tantangan dunia nyata.

METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian yang digunakan dalam proses perancangan pada konsep *website* ini adalah metode *Design Thinking*. Metode ini dapat membantu pengelolaan setiap tahapan penelitian secara sistematis dan terstruktur, mulai dari pengumpulan data, analisis, hingga pembuatan prototipe. Metode design thinking membantu mengidentifikasi masalah dan menghasilkan solusi kreatif dengan memahami secara mendalam tujuan, frustrasi, dan kebutuhan pengguna. Tahapan dalam design thinking meliputi *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test* (Nur Ariyansah, 2024).

Penggunaan metode ini dalam sebuah penelitian dapat dilakukan dengan lebih terfokuskan dan efektif, sehingga hasil yang diperoleh lebih maksimal dan mendukung terciptanya prototipe yang sesuai dengan tujuan penelitian.



Gambar 1. Metode Design Thinking

1. *Empathize*

Sebelum merancang suatu produk atau layanan, seorang desainer harus benar-benar memahami pengguna yang akan dituju. Ini melibatkan upaya untuk mengenal lebih dalam tentang pengalaman, emosi, dan situasi yang dialami pengguna sehari-hari. Untuk menciptakan desain yang relevan dan bermakna, seorang desainer perlu memiliki empati yang tinggi terhadap pengguna. Dengan kata lain, desainer harus mampu merasakan apa yang dirasakan pengguna dan memahami perspektif mereka. Hal ini dapat dicapai melalui berbagai cara, seperti melakukan riset pengguna, mengamati perilaku pengguna, dan bahkan membayangkan diri sendiri sebagai pengguna (Firli et al., 2021).

2. *Define*

Setelah tahap riset pengguna selesai, tahap berikutnya adalah tahap dimana kita mengurai dan memahami hasil dari tahapan sebelumnya. Dalam tahap ini, kita berusaha untuk mendapatkan gambaran yang jelas mengenai permasalahan yang ada dan berpikir kreatif. Desainer akan mulai memikirkan konsep produk atau aplikasi berdasarkan kebutuhan pengguna yang telah diidentifikasi. Konsep ini akan menjadi dasar untuk

membuat daftar kebutuhan yang telah diidentifikasi dari pengguna (Sari et al., 2020).

3. *Ideate*

Ideate merupakan proses kreatif dimana kita mulai mengeksplorasi berbagai kemungkinan solusi untuk masalah yang telah kita identifikasi sebelumnya. Tahap ini sangat penting karena ide-ide yang dihasilkan akan menjadi landasan bagi pengembangan produk yang akan dirancang (Nasution & Nusa, 2021).

4. *Prototype*

Prototype merupakan versi awal dari suatu produk yang dibuat untuk menguji dan mengevaluasi ide-ide desain sebelum produksi massal. Dengan membuat prototype, kita dapat mengidentifikasi kekurangan atau kesalahan sejak dini serta mendapatkan masukan dari pengguna untuk menyempurnakan produk akhir (Rizky Rabbani, 2021).

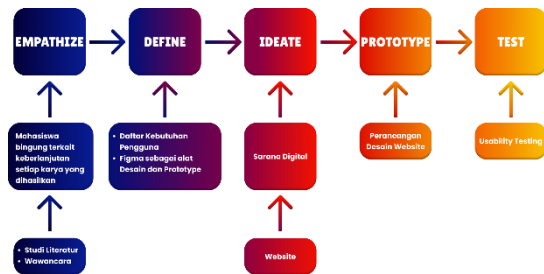
5. *Test*

Tahap pengujian atau *testing* dilakukan untuk mengumpulkan umpan balik langsung dari pengguna terhadap desain produk yang telah dibuat sebelumnya. Tujuannya adalah untuk melihat apakah desain tersebut sudah sesuai dengan kebutuhan dan harapan pengguna, sehingga dapat dilakukan perbaikan jika diperlukan. Umpan balik dari pengguna akan sangat berharga untuk menyempurnakan produk akhir (Indriyana et al., 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perancangan konsep *website* ini bertujuan untuk menjadi wadah bagi kreativitas generasi Z, mendukung mereka dalam mengembangkan ide-ide kreatif dan meningkatkan kepercayaan diri. Selain itu, dengan memadukan kreativitas, kecakapan digital, dan semangat kewirausahaan, *website ini* berpotensi memajukan ekonomi kreatif Indonesia. Hasil penelitian akan dipaparkan

dalam bentuk *flowchart* berdasarkan metode *design thinking* pada gambar berikut:



Gambar 2. Diagram Alir Hubungan Antara Teori yang Digunakan pada Metode *Design Thinking*

1. *Empathize* (Empati)

Pada tahap pertama dalam penelitian ini dilakukan wawancara kepada 5 mahasiswa DKV ITENAS yang bertujuan untuk mengetahui permasalahan yang dialami oleh mahasiswa. Permasalahan yang didapatkan berdasarkan hasil wawancara bersama mahasiswa yaitu banyak mahasiswa yang masih kurang percaya diri untuk bisa mengekspresikan hasil karya-karyanya dan merasa *insecure* untuk mempublikasi hasil karyanya. Berikut merupakan tabel data hasil wawancara:

Tabel 1. Data Hasil Wawancara

No	Hasil Temuan Riset
1	Mahasiswa menyimpan karyanya
2	Mahasiswa bingung apa yang harus dilakukan terhadap karya-karyanya
3	Menyebabkan penumpukan karya tanpa publikasi
4	Terlihat menjadi sangat biasa saja jika hanya disimpan atau diarsipkan
5	Membuang karya yang menumpuk, atau menghapus karya yang diarsipkan
Keinginan Mahasiswa	
1	Ingin percaya diri mempublikasi karya-karyanya
2	Ingin menjadi inspirasi bagi khalayak umum yang memiliki minat serupa
3	Ingin menemukan market dari karya karyanya
4	Ingin menjual hasil karyanya

2. *Define* (Penentuan)

Pada tahap kedua ini, selanjutnya adalah menentukan hal paling urgen dari kebutuhan mahasiswa untuk mempublikasi karyanya. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan pada tahap empati, seluruh mahasiswa merasa membutuhkan sebuah platform intuitif dan menarik untuk mawadahi hasil karya-karya mereka. Selain itu, menjadi wadah untuk kalangan penggemar pecinta karya seni dan kreativitas serta individu yang

kurang mendapat dukungan dan rasa percaya diri.

3. *Ideate* (Ideasi)

Mengacu pada tahap *Define*, Ide yang akan dibuat yaitu solusi untuk permasalahan urgen. Berdasarkan inti permasalahan, yaitu pembuatan platform dengan dashboard yang inspiratif. Halaman utama berperan sebagai titik awal yang memukau dan mengundang, dirancang khusus untuk menyajikan berbagai karya inspiratif dari komunitas kreatif yang beragam. Karya-karya ini dipilih dengan cermat, mempertimbangkan relevansi dan daya tarik bagi setiap pengguna, terutama mereka yang termasuk dalam Generasi Z. Setiap elemen visual di dashboard ini bukan hanya sekadar tampilan, tetapi sebuah pengalaman visual yang bertujuan untuk membangkitkan semangat dan motivasi. Dengan memadukan tren desain modern dan pendekatan *storytelling* visual, dashboard ini diharapkan dapat memicu ide-ide baru, memperluas perspektif, dan memberikan ruang bagi pengguna untuk mengeksplorasi kreativitasnya tanpa batas. Di sini, mereka tidak hanya melihat karya, mereka juga menyerap nilai-nilai di balik setiap proses kreatif, menjadikannya sebagai inspirasi untuk menciptakan sesuatu yang orisinal dan penuh makna. Hal ini selaras dengan pendekatan perancangan *website* yang mengutamakan minat untuk mempublikasikan karya dan mengembangkan karier kreatif. *Platform* ini tidak hanya menjadi portofolio *online*, tetapi juga menjadi jembatan bagi pengguna untuk terhubung dengan peluang kerja dan kolaborasi dengan profesional di industri kreatif. Dengan fitur-fitur seperti profil pengguna yang komprehensif dan peluang untuk menampilkan karya di galeri virtual, platform ini mendukung pertumbuhan karier kreatif pengguna.

4. *Prototype* (Prototipe)

Perancangan konsep prototipe ini dirancang sebagai representasi awal dari desain UI/UX

website, yang bertujuan untuk memberikan gambaran visual dan interaktif mengenai fungsi dan tata letak platform sebelum pengembangan penuh dilakukan.

Berikut merupakan beberapa rincian dari perancangan desain UI/UX *website*:

a. Landing Page

Menurut (Nasution & Nusa, 2021), Untuk mengakses fitur aplikasi web, diperlukan login dan registrasi setiap pengguna atau biasa disebut juga dengan *Landing Page*. Pada laman *Landing Page*, pengguna akan berkesempatan untuk mendapatkan beberapa *insight* tentang hal yang mungkin dibutuhkan oleh pengguna. Contohnya seperti pada kolom “*How To*” terdapat beberapa point yang biasanya dipertanyakan oleh pengguna seperti bagaimana cara memposting karya, dan bagaimana mencari inspirasi yang *relevan*.

Selain itu ada beberapa kolom point lainnya, yaitu “*Find Art*” pada kolom ini pengguna dapat mengelompokkan beberapa karya yang ingin mereka *Highlight* setelah memasuki *Home Page* contohnya seperti *Illustration*, *Web Design*, atau lainnya yang berhubungan dan sesuai dengan minat pengguna. Kolom selanjutnya yaitu “*About*” pada kolom ini pengguna dapat mencari tahu lebih tentang latar belakang dari *website* ini, dan bisa menemukan kolom *Help Center*, dan *Contact Us*. Selanjutnya adalah kolom “*Social*” pada kolom ini pengguna bisa mencari tahu lebih lanjut tentang berbagai macam media sosial *Official* dari *website* ini, contohnya seperti LinkedIn, Instagram, Twitter, Pinterest, Facebook. Setelah melewati berbagai Informasi dari Landing Page. Pada *website* ini pengguna diminta untuk melakukan *Login* atau *SignUp* terlebih dahulu agar pengguna dapat melanjutkan pencarian dan kebutuhan mereka yang akan terhubung langsung menuju Home Page. Hal ini dilakukan agar mempermudah *Traffic* dari setiap pengguna yang berbeda-beda, selain itu hal ini bertujuan untuk mempermudah setiap pengguna untuk dapat menggunakan berbagai fitur yang disediakan pada *website*.

b. Home Page

Pada laman ini terdapat *Dashboard* Inspirasi, *Dashboard* Inspirasi merupakan halaman utama yang berperan sebagai titik awal yang memukau dan mengundang, dirancang khusus untuk menyajikan berbagai karya inspiratif dari komunitas kreatif yang beragam. Karya-karya ini dipilih dengan cermat, mempertimbangkan relevansi dan daya tarik bagi pengguna, terutama mereka yang termasuk dalam Generasi Z. Setiap elemen visual di dashboard ini bukan hanya sekadar tampilan, tetapi sebuah pengalaman visual yang bertujuan untuk membangkitkan semangat dan motivasi. Dengan memadukan tren desain modern dan pendekatan storytelling visual, dashboard ini diharapkan dapat memicu ide-ide baru, memperluas perspektif, dan memberikan ruang bagi pengguna untuk mengeksplorasi kreativitasnya tanpa batas. Di sini, mereka tidak hanya melihat karya, mereka juga menyerap nilai-nilai di balik setiap proses kreatif, dan menjadikannya sebagai inspirasi untuk menciptakan sesuatu yang orisinal dan penuh makna. (Nasution & Nusa, 2021).

c. Fitur Kolaborasi

Fitur ini dirancang sebagai ruang dinamis yang memungkinkan para pengguna untuk bekerja sama dalam proyek-proyek kreatif secara *real-time*. Tidak hanya sebagai sarana untuk berbagi tugas, fitur kolaborasi ini juga menawarkan lingkungan yang mendukung untuk berdiskusi, *brainstorming*, dan pengembangan ide secara kolektif, di mana setiap anggota tim dapat memberikan kontribusi unik mereka. Dengan adanya fitur ini, pengguna memiliki kesempatan untuk saling terinspirasi, menggabungkan keahlian mereka, dan menciptakan hasil karya yang lebih kaya dan mendalam. Hal ini diharapkan dapat memfasilitasi interaksi yang produktif dan membangun budaya kerja yang kolaboratif, sehingga menghasilkan proyek yang bukan hanya sukses secara visual, tetapi juga bermakna di dalam prosesnya (Amalia Nur Fajrillah et al., 2023).

d. Komunitas

Pada area ini didesain sebagai ruang interaksi sosial yang hangat dan inklusif, di mana pengguna dapat terhubung, berbagi pengalaman, dan berdiskusi dengan satu sama lain. Area komunitas ini menjadi fondasi yang memperkuat semangat kebersamaan dan kolaborasi. Di sini, setiap pengguna dapat dengan bebas membagikan karya, tantangan, dan pencapaian mereka, serta menerima dukungan dan masukan yang konstruktif dari sesama anggota. Melalui diskusi yang mendalam dan saling memberi semangat, pengguna didorong untuk terus berkembang, menjelajahi gagasan baru, dan membangun relasi positif yang mendukung proses pembelajaran bersama. Harapannya, area ini menjadi sumber motivasi yang mendorong setiap individu untuk tumbuh dan belajar dalam komunitas yang suportif dan berorientasi pada kemajuan bersama. Harapannya dengan adanya peran komunitas setiap pengguna dan remaja Generasi Z dapat semakin terdukung dan lebih percaya diri, memiliki wadah untuk belajar dan berkembang bersama (Adnyana & Seminari, 2018).

e. Sistem Apresiasi

Fitur ini dirancang sebagai wujud nyata dari penghargaan atas kreativitas dan usaha yang dituangkan dalam setiap karya. Dengan adanya sistem apresiasi ini, pengguna dapat secara langsung memberikan dukungan dan pengakuan terhadap karya yang mereka anggap inspiratif dan berkualitas. Fitur ini bukan sekadar simbol 'like' atau 'love' melainkan menjadi saluran yang memperkuat hubungan emosional antara pencipta dan penikmat karya, serta memberikan dorongan positif bagi pengguna untuk terus berkreasi. Setiap apresiasi yang diterima menciptakan perasaan dicintai dan dihargai, yang pada akhirnya memotivasi Generasi Z untuk semakin berani berekspresi dan menggali potensi kreatif mereka lebih dalam. Sistem apresiasi ini diharapkan menjadi fondasi ekosistem yang saling mendukung dan merayakan setiap langkah kecil menuju pencapaian besar (Alamsah & Kasih, 2020).

f. Portofolio *Online*

Portofolio merupakan koleksi karya atau hasil kerja yang disusun sistematis, baik dari individu maupun kelompok, untuk menunjukkan capaian dan kemampuan (Wafa & Airlangga, 2021).

Portofolio online merupakan salah satu fitur yang bertujuan untuk memberikan fasilitas agar memungkinkan setiap pengguna membangun profil pribadi yang berfungsi sebagai portofolio digital, sebuah ruang di mana mereka dapat memamerkan karya terbaik dan menggambarkan perjalanan kreatif mereka. Profil ini dirancang untuk tidak hanya menampilkan hasil akhir, tetapi juga memberikan gambaran tentang proses dan pemikiran yang melatarbelakangi setiap karya, sehingga dapat menggambarkan esensi dan kepribadian kreatif masing-masing pengguna. Dengan portofolio *online* ini, Generasi Z memiliki kesempatan untuk menunjukkan bakat dan dedikasi mereka di hadapan komunitas yang lebih luas, meningkatkan peluang kolaborasi dan bahkan membuka pintu bagi kesempatan profesional. Di era digital ini, profil portofolio ini bukan hanya dokumentasi karya, melainkan cerminan jati diri kreatif yang terus berkembang.

SIMPULAN DAN SARAN

Kreativitas memiliki peran penting dalam pembangunan segala bidang. Indonesia merupakan negara yang masih memiliki tingkat kreativitas yang cukup rendah jika dibandingkan dengan beberapa negara lain di dunia. Hal ini bisa diatasi dengan beberapa upaya pengembangannya. Pada era digital, penggunaan *website* semakin banyak diketahui dan diminati masyarakat umum. Tak jarang dari mereka yang menentukan *website* yang akan digunakan dengan melihat tampilan desain *website* yang menarik dan mudah dimengerti. Dengan begitu cara untuk mengatasi permasalahan ini peneliti merekomendasikan mereka untuk mencoba hal baru, menstimulasi rasa ingin tahu, memperluas interaksi sosial, melatih

keberanian, membangun pola pikir positif, melatih keterampilan teknis, serta memberikan waktu dan ruang untuk berekspressi semaksimal mungkin. Untuk mendukung pengembangan kreativitas tersebut, peneliti menciptakan *website* ini agar dapat memberikan perubahan besar atau memberikan dampak yang signifikan. *website* ini bertujuan untuk menjadi wadah untuk kalangan penggemar pecinta karya seni dan kreativitas, serta individu yang kurang mendapat dukungan, apresiasi dan kurangnya rasa percaya diri. *Website* ini bertujuan menciptakan komunitas yang saling mendukung dan mempromosikan apresiasi terhadap berbagai bentuk seni. Dengan begitu pengguna dapat mengoptimalkan potensi mereka dalam lingkungan yang mendukung dan penuh inspirasi, serta mendukung pengguna untuk membuat mereka agar memiliki pemikiran yang kritis dan memiliki keterampilan dalam suatu pemecahan masalah. Penelitian ini direkomendasikan bagi pengguna untuk tidak hanya menjadi sarana eksplorasi kreatif secara digital, tetapi juga mendorong pengguna untuk menerapkan pola pikir kreatif dalam berbagai aspek kehidupan mereka, baik dalam pendidikan, pekerjaan, maupun kegiatan sehari-hari. Harapan bagi peneliti selanjutnya adalah melibatkan kolaborasi multidisiplin, seperti psikologi, pendidikan, dan teknologi informasi, untuk memperkaya pendekatan dalam mengembangkan platform yang mendukung kreativitas generasi muda secara menyeluruh.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian ini merupakan bagian dari mata kuliah Seminar DKV pada semester VII di program studi Desain Komunikasi Visual. Terima kasih kepada semua pihak yang telah memperlancar penelitian ini, khususnya di lingkungan Fakultas Arsitektur dan Desain, Institut Teknologi Nasional Bandung.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnyana, I. P. W., & Seminari, N. K. (2018). Pengaruh Lifestyle, Efek Komunitas dan Fitur Produk Terhadap Bran Switching Warung Internet ke Wifi Id Corner (Studi pada Wifi Id Corner di Denpasar). *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 1(2), 158–171. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v1i2.27>
- Alamsah, B., & Kasih, J. (2020). Perancangan Sistem Informasi Prestasi Mahasiswa Berbasis Website pada Institut Teknologi Bandung. *Jurnal STRATEGI (Jurnal Sarana Tugas Akhir Mahasiswa Teknologi Informasi)*, 2(1), 190–204. <http://strategi.itmaranatha.org/index.php/strategi/article/view/169>
- Amalia Nur Fajrillah, A., Fauzi, R., Novrizia Alam, E., & Dewi, F. (2023). Pengembangan Platform Edukasi dan Kolaborasi Sebagai Salah Satu Upaya Penurunan Angka Stunting Kota Bandung. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 3(5), 621–628. <https://doi.org/10.52436/1.jpmi.1483>
- Anendya, A. (2022). *15 Desain Website Layout Inspiratif yang Menarik Pengunjung*. Dewaweb. <https://www.dewaweb.com/blog/websit-e-layout-terbaik/>
- Firli, O. M., Sukoco, I., & Muftiadi, A. (2021). Penerapan Design Thinking Dalam Inovasi Tempat Bertransaksi Jual Beli Barang Pada Toko Online Thrifter.Things. *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(2), 288–292. <https://doi.org/10.31949/entrepreneur.v2i2.1169>
- Hilman. (2023). *Generasi Z dan Alpha: Memahami Karakteristik Generasi Penerus Bangsa untuk Masa Depan yang Lebih Baik*. GuruInovatif. <https://guruinovatif.id/artikel/generasi-z-dan-alpha-memahami-karakteristik-generasi-penerus-bangsa-untuk-masa->

depan-yang-lebih-
baik?username=eventguruinovatif#

Indriyana, S., Voutama, A., Azhari,), & Ridha, A. (2023). Siti Indriyana, et, all Implementasi Metode Design Thinking pada Perancangan User Experience Aplikasi Humaira Cakes Implementasi Metode Design Thinking pada Perancangan User Experience Aplikasi Humaira Cakes. *Juni*, 4(2), 1487–1496.

Interaction Design Foundation. (2018). The Basics of User Experience Design. *Interaction Design Foundation*, 58–64.

Nasution, W. S. L., & Nusa, P. (2021). UI/UX Design Web-Based Learning Application Using Design Thinking Method. *ARRUS Journal of Engineering and Technology*, 1(1), 18–27. <https://doi.org/10.35877/jetech532>

Nur Ariyansah, R. karnita. (2024). *Perancangan Aplikasi Donor Darah Untuk*. 1–17.

Putra, K. N. B., Swandi, I. W., & Ari, I. A. D. K. (2023). Perancangan User Interface Dan User Experience Pada Aplikasi Pencari Pekerja Di Pt Kalman Group Indonesia. *Amarasi: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 4(02), 256–265. <https://doi.org/10.59997/amarasi.v4i02.2454>

Putri, R. A. (2024). *Prinsip Utama Desain UI untuk UX dalam Membuat Interface yang Lebih Baik*. BINUS UNIVERSITY School of Information Systems. <https://sis.binus.ac.id/2024/10/21/prinsip-utama-desain-ui-untuk-ux-dalam-membuat-interface-yang-lebih-baik/>

Ramadhani, S. (2024). *Dilema Gen Z : Antara Kebebasan dan Tekanan Sosial*. PB DDI. <https://ddi.or.id/dilema-gen-z-antara-kebebasan-dan-tekanan-sosial/>

Rasulong, I., Salam, R., Yusuf, M., & Abdullah, I. (2024). Implikasi Kepribadian Gen Z Bagi Daya Saing

Organisasi: Suatu Kajian Sytematic Literature Review. *Liquidity Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 13–20.

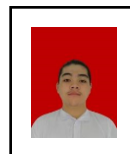
Rizky Rabbani, A. (2021). Penerapan Design Thinking Terhadap Usaha Baju Di Toko Setal Pangkalpinang Dengan Menggunakan Website Sebagai Salah Satu Solusi. *Rainstek Jurnal Terapan Sains Dan Teknologi*, 3(3), 167–175. <https://doi.org/10.21067/jtst.v3i3.6046>

Sakitri, G. (2021). Selamat Datang Gen Z , Sang Penggerak Inovasi. *Forum Manajemen Prasetiya Mulya*, 35(2), 1–10.

Sari, I. P., Kartina, A. H., Pratiwi, A. M., Oktariana, F., Nasrulloh, M. F., & Zain, S. A. (2020). Implementasi Metode Pendekatan Design Thinking dalam Pembuatan Aplikasi HapSari, I. P., Kartina, A. H., Pratiwi, A. M., Oktariana, F., Nasrulloh, M. F., & Zain, S. A. (2020). Implementasi Metode Pendekatan Design Thinking dalam Pembuatan Aplikasi Happy Cl. *Edsence: Jurnal Pendidikan Multimedia*, 2(1), 45–55.

Wafa, S., & Airlangga, P. (2021). Portofolio Hasil Karya Berbasis Website. *Exact Papers in Compilation (EPiC)*, 3(3), 377–382. <https://doi.org/10.32764/epic.v3i3.534>

BIOGRAFI PENULIS



Biografi Penulis 1

Daffa Dzulfikar, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitektur dan Desain, Institut Teknologi Nasional Bandung, *UI/UX Design*.



Biografi Penulis 2

Rosa Karnita, M.Sn., Ph.D., Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitektur dan Desain, Institut Teknologi Nasional Bandung, *UI/UX, Design Pedagogy, Inclusive Design*.