



Perancangan User Interface Untuk Website E-Commerce Helfa Store Dengan Menggunakan Metode Digital Prototyping

Ongky Arif Wibowo¹, Ria Andriani², Hanafi Adhi Prasetyo³, Endrayana Wisnu Brata Ramadhan⁴
^{1,2,3,4}Informatika, Universitas Amikom Yogyakarta, Ringroad Utara, Sleman 55283 Indonesia

Info Artikel

Kata Kunci:

User Interface
User Experience
Digital Prototyping
E-Commerce
Usability

Keywords:

User Interface
User Experience
Digital Prototyping
E-Commerce
Usability
User Interaction

ABSTRAK

Helfa Store merupakan sebuah toko fashion yang berkeinginan untuk membangun suatu e-commerce sebagai strategi alternatif untuk bisnisnya. Dalam suatu website indikator keberhasilan salah satunya dapat dilihat dari bagaimana kemudahan dan kenyamanan pengguna dalam berinteraksi dengan User Interface (UI) dan User Experience (UX) dari website tersebut. Pada saat ini kondisi dari Helfa Store belum memiliki perancangan desain model User Interface (UI) yang baik untuk mendukung kemudahan dan kenyamanan pengguna dalam berinteraksi dengan website. Untuk itu diperlukan pendekatan untuk mengetahui persona dan karakteristik dari pengguna dengan cara menentukan strategi dengan pemilik Helfa Store dalam melakukan riset terhadap calon pengguna. Sebagai tahap pertama adalah menganalisis hasil dari strategi dan research yang berfungsi untuk memberikan gambaran mengenai interaksi dan kenyamanan pengguna. Pada metode ini menggunakan teknik wireframe, sehingga seluruh konten yang dibutuhkan pengguna dapat terpenuhi. Pada tahapan akhir dilakukan pengujian terhadap tingkat kepuasan pengguna dan tingkat e-commerce usability untuk memastikan hasil dari rancangan mudah digunakan untuk pengguna. Tujuan dari penelitian ini adalah menghasilkan output model UX dan UI yang digambarkan dengan Mock Up dari website yang yang mudah digunakan serta sesuai dengan kebutuhan pengguna dari Helfa Store.

ABSTRACT

Helfa Store is a fashion shop that wishes to build e-commerce as an alternative strategy for its business. In a website one of the indicators of success can be seen from the ease and comfort of users in interacting with the User Interface (UI) and User Experience (UX) of the website. At this time, the facilities of Helfa Store do not yet have a good User Interface (UI) design to support user convenience and comfort in interacting with the website. For this reason, an approach is needed to find out the persona and characteristics of users by determining the strategy with Helfa Store owners in conducting research on potential users. As the first stage is to analyze the results of the strategy and research that serves to provide an overview of user interaction and comfort. In this method using the wireframe technique, so that all content needed by the user can be fulfilled. In the final stage, the user satisfaction level and e-commerce usability level are tested to ensure the results of the design are easy to use for users. The purpose of this research is to produce UX and UI model outputs that are described by Mock Up from websites that are easy to use and in accordance with the needs of users from Helfa Store.



Corresponding Author:

Ongky Arif Wibowo

Email: ongky.3112@students.amikom.ac.id

1. PENDAHULUAN

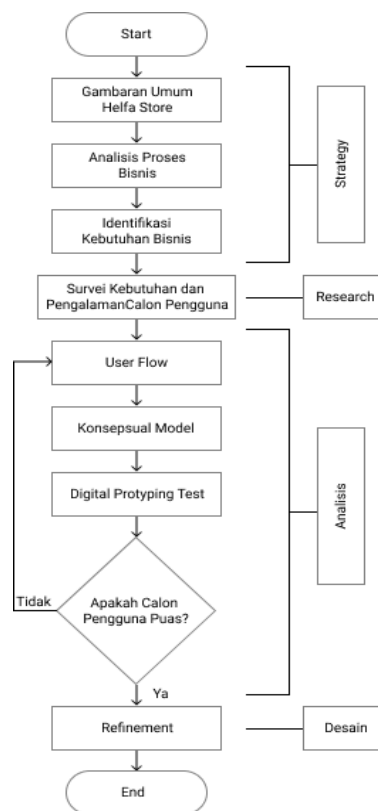
Perkembangan dalam dunia teknologi di era digitalisasi ini sangatlah pesat seperti yang dapat kita rasakan saat ini, terutama pada perkembangan gadget, komputer, maupun internet. Dan ini banyak membawa pengaruh di dalam gaya hidup umat manusia, baik itu dalam hal cara berkomunikasi, bertransaksi, maupun penyebaran informasi, semuanya dilakukan dengan cara digital. Tentunya hal ini dapat membawa dampak buruk maupun dampak positif, seperti kita dapat melakukan berbagai hal kapan dan dimanapun kita berada tanpa harus berhadir di tempat yang diinginkan. Pesatnya perkembangan internet telah mengakibatkan revolusi ekonomi menuju ekonomi digital, mencakup berbagai sektor bisnis seperti perdagangan online (e-commerce), proliferasi bisnis rintisan berbasis teknologi (startup), dan layanan keuangan digital atau teknologi finansial (fintech). Saat ini, jumlah startup di Indonesia telah mencapai 2.000, menjadikannya yang tertinggi di Asia Tenggara. Berdasarkan penelitian CHGR, angka ini diprediksi akan meningkat 6,5 kali lipat menjadi 13.000 startup pada tahun 2020. Potensi besar startup ini juga didorong oleh meningkatnya jumlah investor yang melihat Indonesia sebagai pasar digital yang menjanjikan[1]. E-Commerce sendiri merupakan sebuah produk yang lahir dari perkembangan teknologi komputer dan internet yang pesat. Produk ini memudahkan para penggunanya bertransaksi secara digital dengan seluruh orang di dunia, sehingga mempermudah dalam perluasan informasi suatu produk dan memperbesar kemungkinan untuk meningkatkan penjualan suatu produk. E-commerce merupakan strategi komersial modern yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan, serta memperbaiki tingkat penyediaan layanan. Hal ini juga berfokus pada penghubungan persyaratan organisasi, pemasok, dan konsumen dengan tujuan utama untuk mengurangi biaya[2]. E-Commerce sendiri begitu banyak diminati oleh berbagai kalangan, seperti pedagang maupun UMKM yang ada. Di Indonesia sendiri berdasar statistik dari survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. Informasi Pengguna Internet APJII Berdasar Pekerjaan Wirausaha serta pedagang online memiliki persentase terbanyak dalam menggunakan internet, hal ini mengindikasikan jika E-Commerce cukup favorit di kalangan pengusaha maupun UMKM. Berdasar dari survei APJII rentang waktu yang dihabiskan oleh pengguna internet yakni 14,1% untuk diatas 3-4 jam. Berdasar data yang didapat diatas maka diperlukan sebuah user interface yang baik agar pengunjung E-Commerce dapat merasa nyaman ketika mengunjungi dan menjelajah website tersebut. Untuk membuat UI yang mampu memenuhi kebutuhan pengguna tentunya diperlukan beberapa pendekatan diantaranya adalah harus mengetahui sejauh mana karakteristik target pengguna. Ada beberapa metode dalam melakukan usability testing interface seperti paper prototyping dan digital prototyping. Metode digital prototyping dipilih karena metode ini sangat efisien dan efektif baik dari waktu maupun biaya, metode ini juga memiliki kelebihan dalam menjalin komunikasi antara user dengan pengembang sistem dan bersifat reliabel. Meninjau dari penelitian Annisa Yeskasafitri pada tahun 2015 menjelaskan bahwa dengan menggunakan E-Commerce usability dapat memberikan hasil bahwa pengguna dapat dengan mudah berinteraksi terhadap user interface yang telah didesain dengan baik[3]. Kemudian pada penelitian yang dilakukan oleh Alfian Nurlifa pada tahun 2014 menyatakan bahwa user interface yang mudah akan meningkatkan kelincahan dan keterampilan dari penggunanya dalam berinteraksi terhadap pada sistem yang dibuat, sehingga memperkecil kemungkinan kesalahan terjadi[4] Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Muhammad Nauval E.G pada tahun 2018 dari kesimpulannya menyatakan bahwa user interface yang baik dan mudah digunakan akan didapat dengan melakukan analisa pada 3 komponen utama yaitu layout, warna, serta kontrolnya. Dalam pembahasannya menyatakan layout tidak memiliki pengaruh signifikan, sementara pada warna Mereka lebih memilih warna jingga karena gelombang otak menunjukkan perasaan pengguna yang lebih rileks, dan pada kontrol penggunaan merasa lebih mudah jika menggunakan icon dengan teks[5] Penelitian yang dilakukan oleh Dwi Nugraheny pada tahun 2016 menyimpulkan bahwa untuk menghasilkan sebuah user experience yang baik sangat memerlukan sebuah user interface yang baik, namun user interface yang baik tidak selalu menjamin bisa tercipta sebuah user experience yang baik[6] dari penelitian yang dilakukan oleh Luthfi Hardiansyah pada tahun 2018 untuk merancang website profil BP3K pada tingkat high fidelity dengan memperhatikan aspek pengguna, akan dihasilkan fitur dan tampilan yang lebih mudah dimengerti, nyaman saat digunakan dan sesuai dengan kebutuhan pengguna[7] dengan meninjau pengamatan yang dilakukan oleh Fadhillah Muhammad pada tahun 2016 menyatakan Bahwa user experience tidak berpengaruh pesat dalam elektabilitas

smartphone dikarenakan ada beberapa faktor lain seperti hardware, kualitas kamera, dan harga yang bisa berpengaruh pada tingkat kepemilikan di luar faktor user experience[8] Penelitian lain [9] menggunakan human centered design untuk Perancangan User Interface Website e-Commerce UMKM di Veilplease.Hijab, Prototipe yang telah dirancang kemudian diuji menggunakan metode uji kegunaan (usability testing) untuk menilai efektivitas dan kepuasan pengguna. Hasil pengujian menunjukkan bahwa prototipe mencapai skor efektivitas sebesar 100% untuk kedua kelompok pengguna dan skor kepuasan pengguna sebesar 78. Penelitian oleh [10] dengan judul Penerapan Metode Prototyping Dalam Perancangan Interface Sistem Unggah Portofolio Penerimaan Mahasiswa Baru Diploma ISI Yogyakarta memberikan hasil Pengujian kegunaan yang dilakukan pada tahap akhir pengembangan menunjukkan hasil yang sangat memuaskan, dengan skor antara 93% hingga 100% untuk lima kriteria yang dievaluasi. Metode prototyping ini terbukti sangat cocok diterapkan dalam proses perancangan sistem unggah portofolio yang memiliki waktu pengembangan singkat, namun mampu menghasilkan antarmuka yang optimal.

2. METODE

Alur Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan prototyping. Prototype memberikan gambaran kepada pengguna terkait sistem yang akan dikembangkan[11]. Adapun alur penelitian yang akan digunakan pada penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1 berikut:



Gambar 1. Alur Metodologi Penelitian

Strategy Produk

Menurut[12] strategi produk melibatkan penetapan metode dan penyediaan produk yang sesuai untuk pasar yang ditargetkan. Tujuannya adalah untuk memuaskan konsumen serta meningkatkan keuntungan perusahaan dalam jangka panjang melalui peningkatan penjualan dan pangsa pasar. Helfa Store disini secara umum Helfa Store merupakan sebuah toko produk dimana toko ini berfokus pada fashion dan belum memiliki sebuah website. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa sebagian besar dari calon pengguna merupakan orang yang sudah sering bertransaksi dengan Helfa Store secara offline, dimana sebagian kecil dari mereka sering bertransaksi melalui website.

Research Kebutuhan

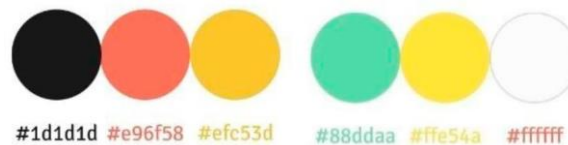
Untuk mendapatkan hasil yang diharapkan kami melakukan beberapa survey dengan memberikan tugas dan pertanyaan tentang kebutuhan dari calon pengguna dalam bertransaksi menggunakan website Helfa Store nantinya.

Analisis Prototype

Untuk mempermudah user dalam memahami perancangan yang dibuat maka dibuatlah analisa user flow. User flow atau alur pengguna umumnya digambarkan dalam bentuk diagram yang menunjukkan jalur yang dilalui pengguna saat berinteraksi dengan sebuah produk[13]. Pada penelitian ini melakukan konsep arah cerita user dalam menggunakan setiap fitur yang kami buat, melalui wireframing, layouting, serta prototyping.

Desain Refinement

Refinement adalah penyempurnaan desain yang mencakup tahapan dimana gagasan-gagasan awal diteliti dan dikembangkan lebih lanjut[14]. Setelah calon pengguna dan pemilik helfa store merasa puas terhadap desain yang dirancang maka langkah terakhir adalah memperhalus desain seperti pemilihan logo dengan pemilik yang sesuai. Logo ini akan diletakan pada bagian navigasi atas pojok kiri sehingga mudah terlihat, untuk mempertegas branding logo maka akan digunakan dua pallet warna yaitu pallete primer dan pallete sekunder yang seperti pada Gambar 2 berikut:



Gambar 2. Palette Warna

Dalam proses refinement ini akan dilakukan perbaikan untuk memperhalus desain layout dengan menggunakan digital prototype yang dibuat sebelumnya menjadi sebuah desain user interface lengkap dengan visual detail atau mockup.

3. HASIL DAN DISKUSI

Wireframing

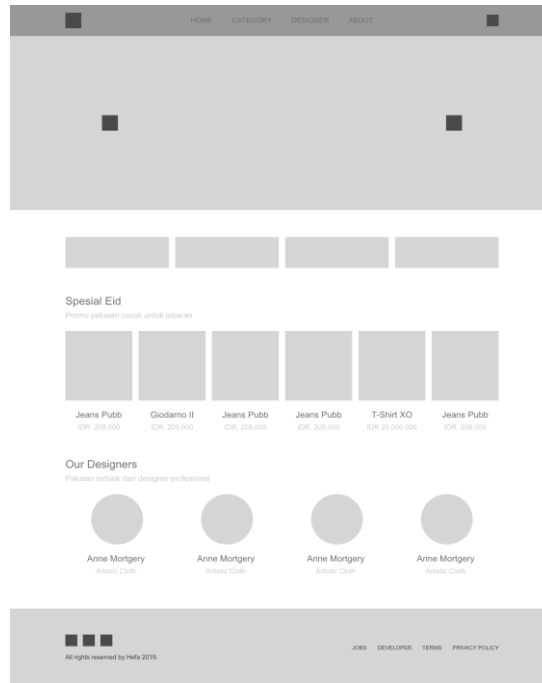
Wireframe merupakan struktur dasar untuk desain produk yang dibuat pada tahap awal proses desain[15]. Sebagai tahapan awal dalam merancang sebuah website E-Commerce, kami melakukan wireframing dengan mengacu pada data survei yang telah didapatkan pada tahap research yang dilakukan kepada 15 orang calon pengguna, dengan mengajukan 8 pertanyaan dasar dan dua kriteria pilihan yaitu setuju dan tidak setuju yang dapat dilihat dalam tabel 1 berikut:

Tabel 1. Hasil Survei Kebutuhan Pengguna

No	Pertanyaan	Hasil Voting	
		Setuju	Tidak Setuju
1	Penggunaan Navigasi Menu	10	5
2	Slider Informasi Promo	8	7
3	Informasi Event Promo	11	4
4	Yang Berlangsung	9	6
5	Informasi Desainer Helfa	14	1
6	Review Produk	11	4
7	Informasi Tas Belanja	13	2
8	Saran Produk Yang Sama	11	4

Dari hasil yang diberikan maka kami mendapatkan hasil sebuah desain wireframe yang cocok untuk

mencakup hasil dari pertanyaan survei tersebut seperti pada Gambar 4 berikut :



Gambar 4. Hasil Desain Wireframe

Pada gambar tersebut menunjukkan wireframe dari halaman homepage untuk Helfa Store Sesuai dengan hasil survey yang dilakukan.

Analisa User Flow

Ketika wireframe sudah terbentuk maka dilakukan langkah selanjutnya, dimana kita membuat sebuah arahan untuk pengguna dalam memberikan petunjuk terhadap setiap fitur yang ada beserta fungsi-fungsinya seperti pada alur user flow pada Gambar 5 berikut :



Gambar 5. Alur User Flow

Dari gambar user flow tersebut akan menjadi acuan mapping untuk user menggunakan website Helfa Store sehingga tidak ada kesalahan dalam melakukan interaksi terhadap website e-commerce.

Analisa Konseptual Model

Setelah wireframe dan user flow dibuat maka selanjutnya dilakukan analisis terhadap konsep model yang sesuai dengan desain wireframe sehingga dapat menyesuaikan letak dari setiap fitur-fitur pada elemen untuk menghasilkan desain visual user interface sehingga terlihat lebih jelas dalam mempermudah pengguna ketika berinteraksi dengan website yang dirancang.

Dalam hal ini kami melakukan analisa pada 4 elemen utama dalam website dan mendapatkan hasil seperti dalam tabel 2 berikut:

Tabel 2. Hasil Analisa Element

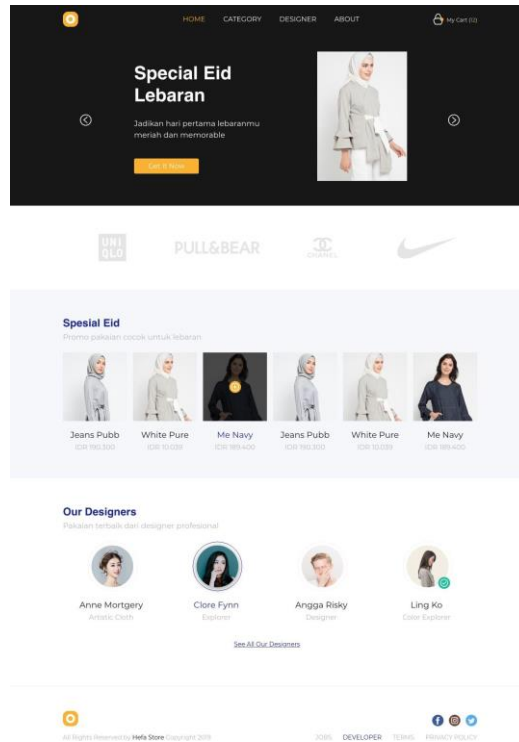
No	Element	Keterangan	Mapping	Justifikasi
	Header	Berisi Logo, Navigasi Menu, Char	Berada Pada Bagian	Sebagai Identitas dan

1		Button	Paling Atas website	Menu Layanan dalam Website
2	Content	Berisi Slider Promo yang berlangsung, Produk, Dan Desainer	Berada Pada Bagian Bawah Navigasi	Sebagai Informasi Utama Produk Dalam Website
3	Footer	Berisi Informasi Tentang Helfa Store	Berada Pada Bagian Bawah Website	Sebagai penanda akhir dari halaman website
3	Image Holder	Sebagai Informasi Foto Produk Yang Dijual	Berada pada Slider, Detail Produk, dan Content	Sebagai gambar untuk Deskripsi

Dari hasil analisa keempat elemen tersebut akan mempermudah kami untuk memberikan bayangan bagaimana menyusun layout yang tepat untuk mockup serta batasan dari setiap elemen dari website sehingga dapat meminimalisir kesalahan.

Desain Mockup

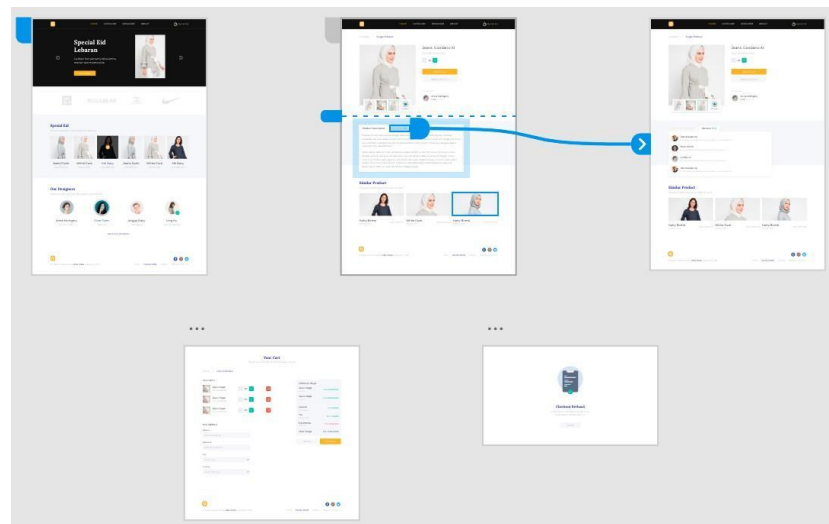
Meninjau dari hasil yang didapat pada desain wireframe, analisa user flow, serta analisis konseptual model, selanjutnya akan dilakukan pembuatan desain visual untuk user interface dengan batasan yang sudah dibuat, yaitu berupa desain mockup. Dengan menerapkan ketiga hasil tersebut maka kami mendapatkan hasil dalam melakukan pembuatan mockup serta visual untuk user interface dengan tingkat presisi yang tinggi sehingga menghasilkan desain yang seolah nyata, seperti pada hasil gambar 6 berikut:



Gambar 6. Hasil Desain Mockup Terlihat dalam gambar mockup sudah terisi dengan konten, button, logo, navigasi, serta coloring dengan palette yang sudah ditentukan.

Prototyping

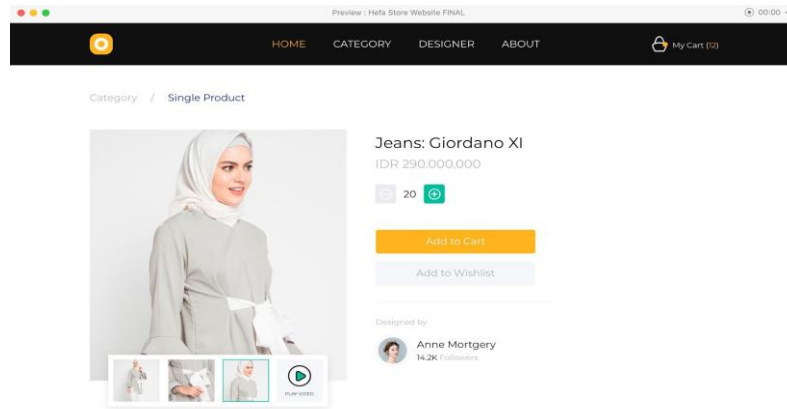
Dari kelima desain mockup yang dihasilkan, selanjutnya akan dibuat desain prototype sehingga mockup bisa digunakan secara real dan nampak hidup, serta semua fitur bisa digunakan. Dengan menggunakan metode Digital Prototyping, dan tools adobe XD, maka setiap dari fitur yang ada dalam mockup dapat di hubungkan seperti pada gambar 7 berikut:



Gambar 7. Desain Prototype Mockup

Setelah semua fitur dihidupkan dengan menghubungkannya ke setiap halaman yang dituju dari setiap desain mockup, akan terlihat hasilnya jika fitur atau button pada setiap halaman mockup bisa dilakukan klik dan

berpindah ke halaman lain seperti hasil final prototype pada gambar 8 berikut :



Gambar 8. Hasil Final Prototype

Dengan hasil prototype yang sudah siap digunakan maka langkah selanjutnya adalah melakukan usability testing pada calon pengguna untuk mengetahui hasil respon terhadap prototype.

Usability Testing

Dengan menyajikan prototype kepada 15 orang calon pengguna, untuk mengetahui sejauh mana mereka merasa puas terhadap prototype website dengan mengukur indeks, maka digunakan perhitungan menggunakan rumus skala *likert* seperti berikut :

$$Tot\ Ideal = Jum.\ Ideal \times Jum.\ Responden \dots\dots (1) \quad Indeks = (Tot\ Skor / Tot\ Ideal) \times 100\% \dots\dots (2)$$

Serta dengan beberapa pertanyaan yang bersifat menguji terhadap komponen dan desain prototype, maka kami mendapatkan hasil seperti pada tabel 3 berikut:

Tabel 3. Hasil Survey Prototype

No	Komponen	SS	S	RR	TS	STS
1	Letak Navigasi Yang Mudah Diakses	2	7	6	0	0
2	Slider Informasi Event Terlalu Besar	0	0	2	5	8
3	Letak Informasi Produk Yang Dijual	2	6	5	2	0
4	Informasi Desainer Pada Helfa Store	3	7	4	1	0
5	Letak Detail Deskripsi Produk Sesuai Harapan	9	2	4	0	0
6	Letak Detail Review Produk Sesuai Harapan	7	3	3	1	0
7	Kurangnya Informasi Produk yang sama	3	1	1	4	6
8	Tas Belanja Memberikan Informasi Yang Cukup	6	4	2	2	1
9	Coloring Website Nyaman	8	5	2	0	0
10	Website Informatif	9	4	1	1	0

Dari rumus didapatkan Total Ideal sebesar 75, dan interval skor sebesar 20%, Maka dengan meninjau hasil dari survey didapatkan indeks sebesar 59,7% yang menyatakan jika calon pelanggan berada pada interval cukup puas terhadap prototype yang dibuat sehingga proses terakhir adalah melakukan refining desain.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dipaparkan di atas, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Fitur yang disediakan cukup untuk memenuhi kebutuhan para calon pengguna.
2. Indeks tingkat kepuasan calon pelanggan adalah sebesar 59,7% yang menyatakan jika calon pelanggan berada pada interval cukup puas, yang mengindikasikan Jika User Interface cukup mudah untuk digunakan.
3. Melalui metode Digital Prototyping yang digunakan sebagai simulasi dan perekaman dari model User Experience dan Interface serta feedback dari pengguna, untuk mengukur sejauh mana kepuasan dari pengguna cukup efektif.
4. Layoting, Coloring, dan Control menjadi faktor penting dalam menunjang interface yang baik dari segi user experience.

REFERENSI

- [1] Setiawan and Ahmad Budi, "REVOLUSI BISNIS BERBASIS PLATFORM SEBAGAI PENGGERAK EKONOMI DIGITAL DI INDONESIA," *Masyarakat Telematika Dan Informasi : Jurnal Penelitian Teknologi Informasi dan Komunikasi*, vol. 9, no. 1, 2018.
- [2] Michael Shaw, Robert Blanning, Troy Strader, and Andrew Whinston, *Handbook on Electronic Commerce*, 1st ed. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg, 2000. doi: 10.1007/978-3-642-58327-8.
- [3] ANNISA EKA SAFITRI, "Perancangan Model User Interface untuk Website E-Commerce Liliput Edu Toys dengan Metode Paper Prototyping," Telkom University, Bandung, 2015.
- [4] Alfian Nurlifa, Sri Kusumadewi, and Kariyam, "ANALISIS PENGARUH USER INTERFACE TERHADAP KEMUDAHAN PENGGUNAAN SISTEM PENDUKUNG KEPUTUSAN SEORANG DOKTER," in *Seminar Nasional Teknologi dan Informatika (SNATIF)*, Kudus: Fakultas Teknik, Universitas Muria Kudus., 2014.
- [5] M. N. El Ghifary, T. D. Susanto, and A. H. Prabowo, "Analisis Komponen Desain Layout, Warna, dan Kontrol pada Antarmuka Pengguna Aplikasi Mobile Berdasarkan Kemudahan Penggunaan (Studi Kasus: Aplikasi Orlide)," *Jurnal Teknik ITS*, vol. 7, no. 1, Apr. 2018, doi: 10.12962/j23373539.v7i1.28723.
- [6] D. N. Heny, "Analisis User Interface dan User Experience pada Website Sekolah Tinggi Teknologi Adisutjipto Yogyakarta," *Conference SENATIK STT Adisutjipto Yogyakarta*, vol. 2, p. 183, Nov. 2016, doi: 10.28989/senatik.v2i0.77.
- [7] L. Hardiansyah, K. Iskandar, and H. Harliana, "Perancangan User Experience Website Profil Dengan Metode The Five Planes (Studi kasus: BP3K Kecamatan Mundu)," *Jurnal Ilmiah Intech : Information Technology Journal of UMUS*, vol. 1, no. 01, pp. 11–21, Jul. 2019, doi: 10.46772/intech.v1i01.34.
- [8] Fadhil Muhammad, R. Nugroho, and D. T. Nugrahadi, "ANALISIS USER EXPERIENCE UNTUK TINGKAT KETERPILIHAN SMARTPHONE ANDROID," *KLIK-JURNAL ILMU KOMPUTER*, 2016.
- [9] Rizky Kurniawan Pamungkas, Widhy Hayuhardika Nugraha Putra, and Welly Purnomo, "Perancangan User Interface Website e-Commerce UMKM dengan Metode Human Centered Design (Studi Kasus: Veilplease.Hija)," *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, vol. 7, no. 7, Jul. 2023.
- [10] K. Widhiyanti and A. K. P. Atmani, "Penerapan Metode Prototyping Dalam Perancangan Interface Sistem Unggah Portofolio Penerimaan Mahasiswa Baru Diploma ISI Yogyakarta," *Teknika*, vol. 10, no. 2, pp. 88–95, Jun. 2021, doi: 10.34148/teknika.v10i2.308.
- [11] Ashfa Fikriyya and Raden Teduh Dirgahayu, "Implementasi Prototyping dalam Perancangan Sistem Informasi Pendar Foundation Yogyakarta," *AUTOMATA*, vol. 1, no. 2, 2020.
- [12] Assauri and Sofyan, *Manajemen Pemasaran*, 1st ed. Jakarta: Rajawali Pers, 2011.
- [13] R. P. Sutanto, "Analisis User Flow pada Website Pendidikan: Studi Kasus Website DKV UK Petra," *Nirmana*, vol. 22, no. 1, pp. 41–51, Jun. 2022, doi: 10.9744/nirmana.22.1.41-51.
- [14] Indarti, "METODE PROSES DESAIN DALAM PENCIPTAAN PRODUK FASHION DAN TEKSTIL," *Journal of Fashion & Textile Design Unesa*, 2020.
- [15] Elda Chandra Shirvanadi, "PERANCANGAN ULANG UI/UX SITUS E-LEARNING AMIKOM CENTER DENGAN METODE DESIGN THINKING (STUDI KASUS: AMIKOM CENTER)," Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, 2021.