

Implementasi Design Thinking Process Pada "Sila" Social Media Self Development Indonesia

Syamsu Yoga M¹, Agatha Putra Y², Siti Fatimah³, Ressi Okta W⁴, Dimas Setiawan⁵

Universitas PGRI Madiun^{1,2,3,4}

e-mail: Syamsuyoga8@gmail.com¹, e-mail: agatpurnomo@gmail.com², e-mail: Sitifatim021@gmail.com³,

e-mail: ressyfiokta18@gmail.com⁴ e-mail: Dimas.setiawan@unipma.ac.id⁵,

Abstract: Self-development is important to become a productive person in the era of technological development. Self-development become self-potential and self-readiness, which must be possessed by every human being in facing the development of communication technology. "SILA" Social Media Self Development Indonesia is a social-based self-development application specifically for the younger generation in Indonesia. The implementation of the Design thinking approach with the Emphasize, Define, Ideate, Prototyping, and Testing stages produces a self-development social media concept where users can publish their own work, join communities that have the same concern, motivate each other for the work of others with features consisting from Uploading Photos & Videos, Giving Captions, adding friends, giving comments, and being able to commercialize the work..

Keywords: Design thinking, SILVA, Sketch Prototyping, Sosial Media

Abstrak: Pengembangan diri merupakan hal penting untuk menjadi pribadi yang produktif di era berkembangnya teknologi. pengembangan diri yang berpotensi untuk kesiapan diri, yang perlu dimiliki oleh setiap orang agar dapat beradaptasi dengan perkembangan teknologi komunikasi. "SILA" Sosial Media Self Development Indonesia merupakan aplikasi pengembangan diri berbasis sosial yang dikhususkan untuk generasi muda di Indonesia. Implementasi pendekatan Design thinking dengan tahap Emphasize, Define, Ideate, Prototyping, dan Testing menghasilkan konsep sosial media pengembangan diri dimana pengguna dapat melakukan Publish karya sendiri, bergabung di komunitas yang memiliki concern yang sama, saling memberikan motivasi terhadap karya orang lain dengan Fitur yang terdiri dari Upload Foto & Video, Pemberian Caption, menambah pertemanan, pemberian komentar, dan dapat mengkomersilkan karya.

Kata kunci: Design thinking, SILVA, Sketch Prototyping, Sosial Media

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara berkembang dengan populasi penduduk yang besar mencapai angka 270,20 juta per september 2020 (Badan Pusat Statistik 2020). Untuk saat ini penduduk Indonesia didominasi oleh kelompok usia muda dan produktif, dimana berdasarkan data dari BPS per september 2020 kelompok Generasi Millennial mencapai angka 25,87%, dan Generasi Z mencapai angka 27,94% dari jumlah total populasi di Indonesia. Adapun karakteristik dari Generasi Millennial dan Z berkarakter sosial, berbasis teknologi, dan didukung dengan adanya sumber daya internet (Gunawan & Argadinata, 2020). Angka tersebut cukup besar dan tentunya dengan banyaknya populasi yang besar di kelompok usia muda dan produktif diharapkan dapat menjadi ujung tombak membawa perubahan besar dan mampu menjawab berbagai permasalahan yang ada di Indonesia (Zuhri, 2020).

Namun faktanya di era ini banyak kalangan muda yang kurang bijak dalam memakai dan menggunakan teknologi, dampaknya mereka mempunyai watak pribadi non sosial serta hanya membanggakan pola hidup kebebasan, hedonisme, mempunyai visi yang kurang realistis tetapi sangat idealistis. Generasi millennial belum memiliki kesadaran terhadap potensi yang dimiliki. Tidak cuma itu, banyak dari generasi muda yang terbawa budaya asing serta berbudaya liberal (Hasanah, 2021).

Pengembangan diri merupakan hal penting untuk menjadi pribadi yang produktif di era berkembangnya teknologi, pengembangan diri sebagai kemampuan serta kesiapan diri, yang wajib dipunyai oleh tiap manusia dalam menyikapi pertumbuhan teknologi komunikasi (Aminullah & Ali, 2020). Namun pengembangan diri yang dilakukan pada umumnya hanya memanfaatkan pengembangan diri yang terfokus pada lingkungan pendidikan di sekolah, kampus, ataupun bimbingan belajar, atau sebuah komunitas belajar, dan bahkan ada yang tidak tahu harus mulai perubahan dari mana jika ingin melakukan pengembangan diri, jika adapun seseorang akan kebingungan memilih mentor ataupun guru untuk mengajarkan berbagi pengalaman tentang proses pengembangan diri.

Sehingga dari permasalahan diatas ditawarkan sebuah solusi pembuatan "SILA" Sosial Media *Self Development* Indonesia merupakan aplikasi pengembangan diri berbasis sosial yang dikhususkan untuk generasi muda di Indonesia. Berbeda dengan pembuatan aplikasi pengembangan diri yang selainnya yang hanya terfokus pada pengembangan diri secara personal, aplikasi ini dikembangkan secara khusus dikembangkan dengan konsep media sosial memanfaatkan karakteristik generasi X dan Y yang mana memiliki keunggulan berbasis sosial dan menggunakan pendekatan *user experience*.

Harapan dan tujuan dari adanya "SILA" Sosial Media *Self Development* Indonesia adalah membantu meningkatkan kesadaran pentingnya untuk melakukan pengembangan diri di era perkembangan teknologi dan informasi yang begitu cepat. Sehingga diharapkan pengguna bisa merasa lebih produktif dan dapat terbentuknya "*Smart Society*" dalam rangka menyongsong era *society* 5.0 serta membentuk karakter pemuda bangsa yang positif, produktif, dan prestasi.

KAJIAN TEORI

Generasi Muda di Indonesia

Generasi muda di Indonesia di dominasi oleh Generasi Y dan Z, di mana Generasi milenial atau generasi Y memiliki ciri dimana sudah terbiasa dan akrab dengan teknologi komunikasi, teknologi media, serta teknologi digital. karena pertumbuhannya diikuti oleh kemajuan teknologi, generasi milenial mempunyai identitas kreatif, informatif, memiliki passion serta produktif (Sazali, Rozi, Edward, & Hall, 2020). Dan Generasi Z karakteristiknya sama dengan generasi Y hanya memiliki penambahan Internet dalam kesehariannya (Gunawan & Argadinata, 2020). Terlebih lagi penting generasi ini hamir 70% waktunya berkuat dengan teknologi.(Supratman, 2018)

Banyak para pemuda yang mayoritas minim kesadaran dan kontribusi terhadap segala bentuk permasalahan yang ada di Indonesia, padahal mereka merupakan ujung tombak dari bangsa. kesadaran untuk berkontribusi terhadap perubahan hanya dimiliki kelompok minoritas dikalangan tertentu. Banyak pemuda indonesia yang terjebak kultur/budaya liberal dan hedonisme, dimana memilih untuk memanfaatkan usia mudanya untuk lebih banyak bersenang-senang (Zuhri, 2020).

Terlebih sekarang banyak pemuda yang kurang bijak dalam menggunakan teknologi sehingga cenderung memiliki sifat individualis dan hedonis. Sehingga banyak generasi millenial yang memiliki kekurangan kesadaran akan potensi yang mereka miliki dan banyak yang terpengaruh dengan budaya asing (Hasanah, 2021). Perilaku konsumtif seiring dengan adanya teknologi internet sudah melekat dalam kehidupan sehari-hari, (Malahayati dkk. 2020).

Pengembangan Diri

Pengembangan diri merupakan proses membentuk karakter dan memaksimalkan potensi yang dimiliki, yang mana dapat dilakukan dengan menggunakan jalur pendidikan, jalur jejaring sosial dan pengalaman hidup.

Hubungan manusia dan perkembangan teknologi membentuk manusia menjadi dua kategori, yakni kategori pembina teknologi dan kategori konsumen teknologi, dan seiring betubuhnya teknologi kita perlu beradaptasi terhadap perkembangan teknologi, agar dapat memiliki pemahaman yang baik dalam memanfaatkan teknologi (Aminullah & Ali, 2020).

Design Thinking

"Design thinking", merupakan pola pikir komprehensif guna menciptakan sebuah solusi melalui 5 tahap yaitu empati terhadap kebutuhan pengguna guna mendapatkan sebuah inovasi baru. (Domingo et al., 2020) Lebih lanjut lagi dipaparkan bahwa, pada masa sebelumnya hanya ada 3 tahapan yaitu *inspiration & ideation*, uji gagasan, dan implementasi ke pengguna. (Nicolas, 2020) Namun gagasan tersebut tumbuh menjadi 5 tahapan proses berpikir (*empathize, define, ideate, prototype* dan *test*) (Razi, Mutiaz, & Setiawan, 2018).

Proses Design Thinking ini dapat digunakan untuk proyek apapun termasuk di dalamnya proses pengembangan perangkat lunak. (Permata Sari & Analia Zain, 2020) (Reflin, 2020)

Mobile Application

Mobile application adalah perangkat lunak yang bersifat *mobile* seperti *smartphone*, tablet, atau laptop yang dirancang untuk mempermudah pengguna. (Razi et al., 2018).

User Experience & User Interface

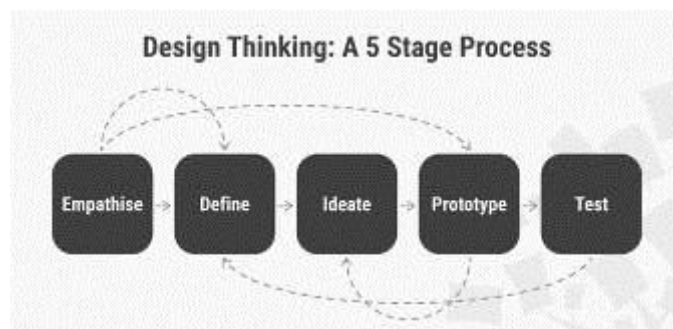
Berdasarkan ISO 9241-210, dijelaskan bahwa *user Experience* adalah pengalaman pengguna, atau bagaimana pengguna memberikan persepsi dan tanggapan seseorang berdasarkan suatu produk. Dalam merancang UX penting untuk mendapatkan nilai kenyamanan, kepuasan dari pengguna (Setiadi, 2020).

Rancangan *user experience* (UX) merupakan hal yang penting pada perancangan sistem informasi atau aplikasi, baru kemudian ditindaklanjuti dengan rancangan antarmuka (User interface, UI). (Utomo, 2020).

User interface (UI) merupakan tampilan yang berhubungan dengan pengguna secara langsung. *User interface* berfungsi untuk menjembatani pengguna dengan sistem dengan elemen grafis, agar dapat digunakan dengan mudah. (Putra Prakasa, 2021). UI (antarmuka pengguna) / UX (pengalaman pengguna) menjelaskan sekumpulan konsep, *guidelines*, dan *workflow* untuk berpikir secara kritis mengenai desain produk pengguna yang interaktif. (Tiawan, 2020)

METODE

Untuk pengumpulan data digunakan metode observasi dan interview, dan untuk pembuatan produk maka digunakan design thinking.



Gambar 1. Alur pelaksanaan kegiatan

Emphatize (Empati)

Tahap ini merupakan tahapan dalam upaya memahami pengguna mencari dan ikut merasakan kebutuhan dari pengguna, sehingga diharapkan dapat mendapatkan motivasi serta ekpektasi produk yang nantinya dirancang. Tahap ini dapat dilakukan dengan kegiatan observasi, wawancara, dan penggabungan dari kegiatan observasi dan wawancara.

Define (Penetapan)

Terdapat proses analisis dan pemahaman terhadap variabel data yang diperoleh dari tahap pertama, dengan tujuan untuk menentukan rumusan masalah.

Ideate (Ide)

Tahap ini merupakan proses pemberian solusi dari rumusan masalah yang sudah dicetuskan, adapun dalam proses ini akan konsentrasi digunakan untuk menghasilkan beberapa alternatif gagasan atau ide yang realistik sebagai acuan dalam tahap selanjutnya.

Prototype (Prototipe)

Tahap ini bisa disebut sebagai tahap membangun sebuah *Minimum Viable Product* /MVP atau miniatur produk berupa gambaran sketsa, diagram, *storyboard* dan *wireframes* serta desain interaktif. (Rofik, Sagirani, Hariani, & Wulandari, 2020)

Tahapan Test (Uji coba)

Berisikan kegiatan untuk mendapatkan *feedback* pengguna dari berbagai produk yang dibuat. Proses ini bersifat *iteratif* sehingga berpotensi terdapat perulangan aktivitas pada tahap sebelumnya

Pengujian dapat dilakukan dengan berbagai metode, dimana salah satunya adalah *Usability testing* dilakukan untuk memeriksa fungsionalitas dari produk yang dibuat.

HASIL**Emphatize (Empati)**

Pada tahap ini dilakukan pendekatan dengan dua cara pertama melakukan penyebaran kuisisioner yang ditindaklanjuti dengan interview secara langsung kepada beberapa responden dengan dua kriteria yang pertama masuk pada usia remaja. (SMP, SMA, Pendidikan Tinggi). Kriteria kedua responden aktif menggunakan sosial media dalam kesehariannya. Interview dilakukan dengan memanfaatkan *video call* *Whats app*, yang dikolaborasikan dengan pemantauan dengan menggunakan kuisisioner pada *Google Form*. penyebaran kuisisioner & Interview dilakukan dengan mengajukan beberapa pertanyaan terkait bentuk sosial media yang positif bagi masyarakat. Berikut tabel pertanyaan / Kuisisionernya :

Tabel 1. Instrumen pertanyaan tentang sosial media positif

No	Pertanyaan
1	Apa media sosial yang anda sukai ? Apa alasannya ?
2	Media sosial yang positif menurut anda itu seperti apa?
3	Kriteria sosial media yang positif menurut anda seperti apa?

4 Harapan anda terhadap sosial media itu seperti apa?



Gambar 1. Interview dengan beberapa responden

Penyebaran kuisioner dan Interview dilakukan kepada 15 responden, yang mana responden terdiri dari berbagai macam lintas umur dengan kualifikasi pendidikan SMP, SMA, dan pendidikan tinggi. Interview dilakukan dengan menitikberatkan apa yang menjadi keresahan responden selama menggunakan media sosial, dan bagaimana anggapan mereka tentang bentuk, kriteria, dan harapan dari sebuah media sosial yang positif. Dari hasil interview dan pengisian kuisioner terdapat berbagai macam respon dan jawaban, berikut hasilnya :

Tabel 2. Respon tentang media sosial positif menurut responden

Responden	Media sosial yang positif menurut anda itu seperti apa?
R1	Yang dapat dijadikan motivasi untuk penggunaanya agar memiliki sikap dan perilaku yang baik dan benar
R2	Sebagai media penyebar informasi
R3	Media sosial yang positif itu media yang bisa digunakan untuk hal baik atau yang positif tanpa memberikan berita hoaks
R4	Terhindar dari konten <i>toxic</i>
R5	Media yang peduli atas data pribadi penggunaanya
R6	<i>Youtube, facebook, Google meet, Google Zoom</i>
R7	Dibatasi dan disensor tentang kekerasan dan <i>sex</i>
R8	Yang bisa mengasah keterampilan dari hal baru yang dilihat di media sosial dan menambah relas
R9	Melihat postingan yang bermanfaat
R10	Dapat dinikmati oleh berbagai kalangan masyarakat (anak kecil hingga dewasa)
R11	Yang tidak hanya memberikan hiburan tetapi juga wawasan
R12	Media sosial yang mudah diakses, dan banyak digunakan oleh masyarakat karena manfaatnya

Tabel 3. Respon tentang kriteria media sosial yang positif menurut responden

Responden	Kriteria sosial media yang positif menurut anda seperti apa?
R1	Yang mendidik dan dapat memotivasi
R2	Media promosi, informasi, dan media pertukaran data
R3	Memberikan informasi dengan benar
R4	Tidak mudah disebari berita <i>hoax</i> , <i>disturbing content</i> dan pengguna <i>toxic</i>
R5	Memiliki tampilan bagus , tidak menyebarkan data pribadi dan menjamin keselamatan data pengguna yang masih di bawah umur

R6	Berisi pendidikan dan berbagai macam ilmu
R7	Bisa dinikmati di berbagai kalangan usia
R8	Seperti konten yang bisa menambah ilmu dan motivasi diri
R9	Yang terpenting bisa bermanfaat bagi semua orang
R10	Memberikan berita valid
R11	Yang tidak hanya memberi hiburan tetapi wawasan
R12	Penggunaanya mudah, sesuai dengan kebutuhan dapat digunakan untuk sarana pembelajaran

Tabel 4. Respon terhadap Harapan terhadap sosial media menurut responden

Responden	Harapan anda terhadap sosial media itu seperti apa?
R1	Harapan saya semoga tayangan negatif bisa segera diatasi agar tidak dicontoh oleh remaja
R2	Pengguna media sosial bisa menggunakan media sosial dengan bijak dan baik
R3	Semoga sosial media bisa memberikan informasi yang baik dan bermanfaat bagi semua orang yang menggunakannya
R4	Bisa menjadi wadah berkumpulnya orang dengan hobi yang sama mendiskusikan kesukaan mereka
R5	Mampu mengurangi tindakan <i>cyber bullying</i> dengan memberi respon cepat apabila ada laporan dari pengguna.
R6	Bisa saling menghubungkan satu dengan yang lain di seluruh dunia dan bersifat positif serta keamanan yang ekstra tentunya.
R7	Membatasi video atau gambar yang berbau kekerasan dan 18++
R8	Bermedia sosial dapat memberikan peluang bagi kita semua untuk mencerminkan nilai diri melalui berbagai platform media sosial
R9	Bisa memberikan informasi yang akurat dan pencerahan di dunia politik
R10	Dapat memfilter berita <i>Hoax</i> .
R11	Mampu memberikan apa yang kita butuhkan
R12	Seiring perkembangan zaman diharapkan adanya media sosial yang akan memudahkan masyarakat, menambah wawasan, dan bernilai positif tentunya

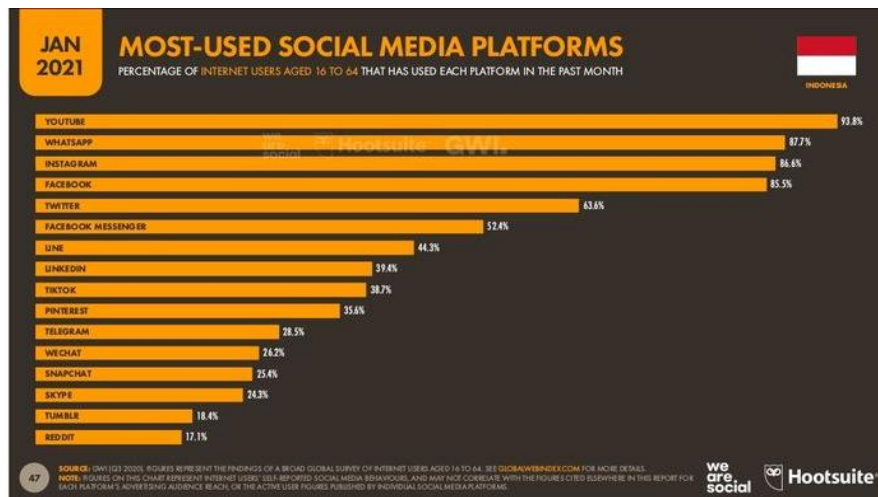
Define (Penetapan)

Setelah mendapatkan data dan informasi mengenai ekspektasi gambaran sosial media yang baik, selanjutnya dilakukan penetapan dengan mengadakan diskusi oleh tim sila mengenai bentuk "SILA" *social media Self Development Indonesia*, adapun hasil diskusi tersebut menghasilkan sebuah rumusan masalah berupa: "Bagaimana membuat Sebuah Sosial Media yang memiliki konten positif dalam konteks *Self Development*?"

Ideate (Ide)

Lanjut ke tahapan ke-3 dimana dilakukan sebuah proses pencarian Ide, dimana seluruh tim berhak untuk mengemukakan idenya, yang kemudian dilakukan analisa terhadap keseluruhan ide yang ada.

Pada tahap ide ini kita memanfaatkan data dari tahap empati, yang kemudian dikolaborasikan dengan melakukan observasi mengenai sosial media yang memiliki banyak pemakai. Observasi dilakukan dengan pengamatan langsung terhadap sosial media yang biasa dipakai oleh tim SILA, kemudian dibandingkan dengan data HOOTSUITE 2021.



Gambar 3. Data Hootsuite 2021, social media yang paling banyak digunakan

Berdasarkan hasil dari obeservasi dan pemaparan masing ide tim sila, didapat sebuah ide produk dimana “Konsep SILA (*Sosial Media Self Development Indonesia*) Bisa dijadikan tempat Pengembangan diri & berapresiasi dengan cara melakukan *Publish* karya sendiri, bergabung di komunitas yang memiliki *concern* yang sama, saling memberikan motivasi terhadap karya orang lain.”

Fitur yang terdapat pada SILA (*Sosial Media Self Development Indonesia*), terdiri dari *Upload* Foto & Video, *Pemberian Caption*, menambah pertemanan, pemberian komentar, dan dapat mengkomersilkan karya. Fitur ini didapat dari hasil diskusi keseluruhan tim pengembang SILA, berdasarkan data hasil interview serta obeservasi yang sudah didapatkan.

Prototype (Prototipe)

Untuk pembuatan prototipe dilakukan pembuatan *Sketch Prototyping*, dimana kegiatan ini berfungsi untuk membuat gambaran aplikasi SILA, dalam bentuk gambaran di atas kertas. Sebelum ditindaklanjuti ke proses *Digital Prototyping*. (Setiawan, Wijaya, & Rukminingtyas, 2020). (Buschek, Anlauff, & Lachner, 2021)(Li, Tigwell, & Shinohara, 2021)



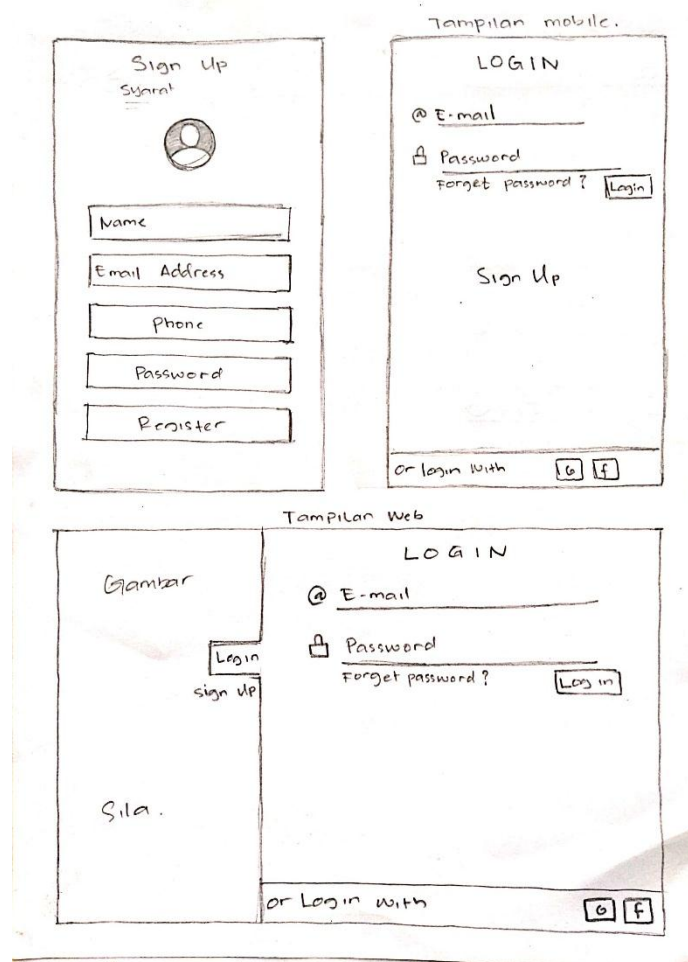
Gambar 5. Salah satu hasil Sketch Prototyping Aplikasi Sila

Gambar 5 merupakan salah satu hasil *sketch Prototyping* aplikasi SILA, Halaman beranda. Masih terdapat halaman Login, Halaman Pencarian, Halaman Profil dalam bentuk *Sketch Prototyping*.

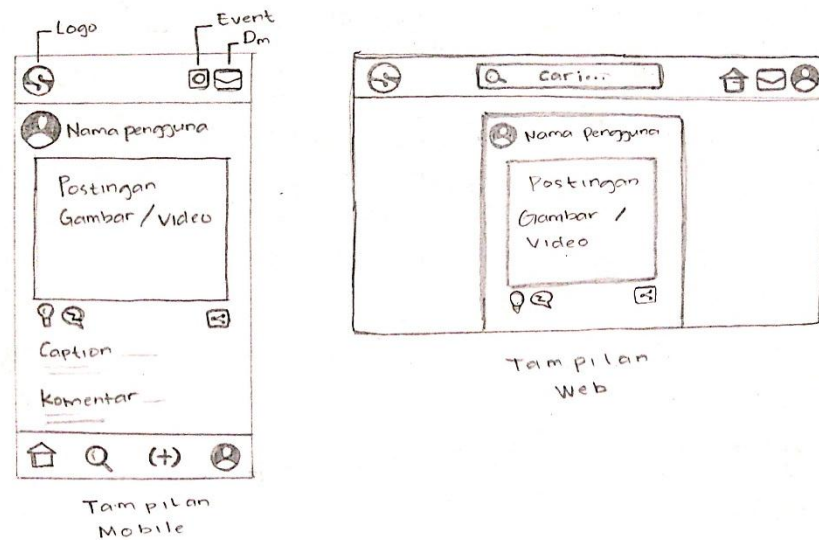
Tahapan Test (Uji coba) atau pengujian

hasil *sketch Prototyping* aplikasi Sila, ditindak lanjuti dengan proses pengujian sederhana oleh tim sila sendiri, dimana bersama sama berkumpul untuk melihat alur pemakaian aplikasi dari prototipe yang dibuat serta memperhatikan elemen dan detail peletakan menu aplikasi SILA.

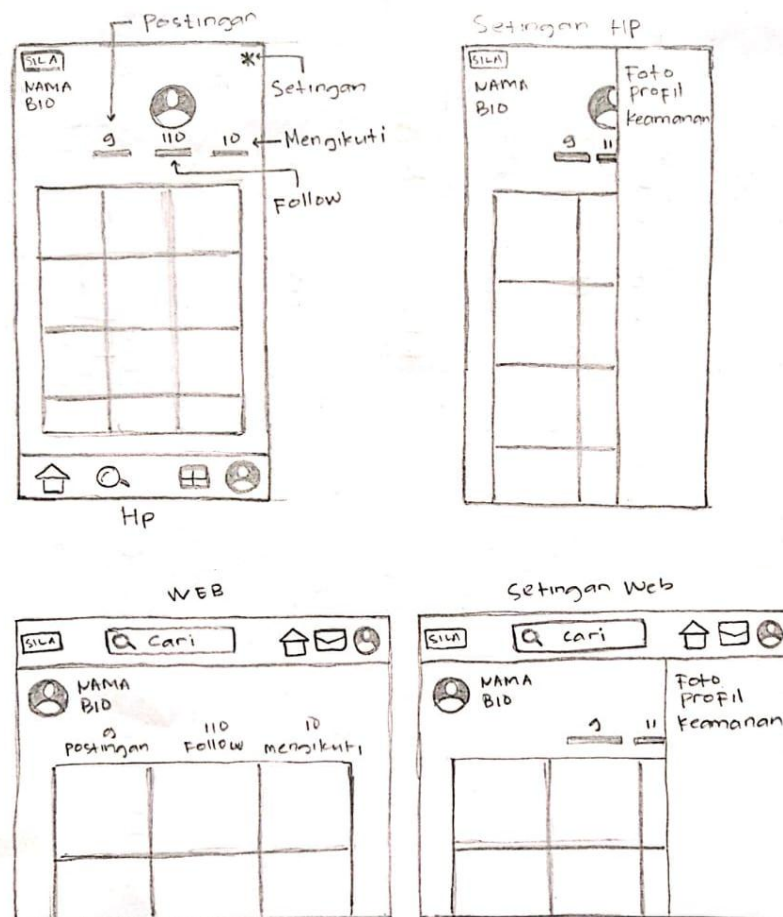
Dari hasil uji coba terdapat beberapa permasalahan dimana secara umum terdapat ketidakkonsistenan peletakan menu baik tampilan *web* maupun *smartphone*. Sehingga ditindak lanjuti dengan perbaikan. Kemudian adanya perubahan tombol suka yang biasa identik dengan simbol "love" menjadi tombol lampu / "lamp" sebagai interaksi bahwa pengguna terinspirasi dengan postingan yang ada, hal ini juga menjadi penciri khas daripada aplikasi SILA. Berikut hasil perbaikan *Sketch prototyping* pada Sila.



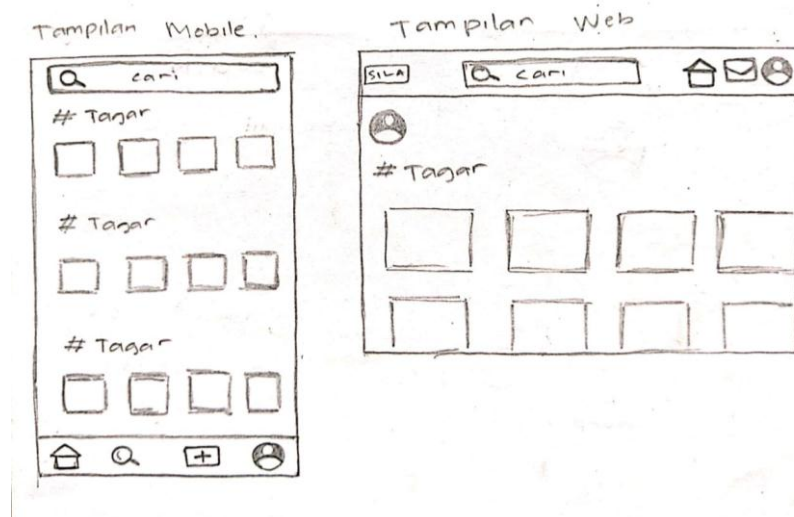
Gambar 6. Perbaikan *Sketch Prototyping* Halaman Login



Gambar 7. Perbaikan Sketch Prototyping Halaman Beranda



Gambar 8. Perbaikan Sketch Prototyping Halaman Profil

Gambar 9. Perbaikan *Sketch Prototyping* Halaman Pencarian

PEMBAHASAN

Implementasi pendekatan *Design thinking* dengan tahap *Emphasize, Define, Ideate, Prototyping, dan Testing*. Dapat mengakomodasi ekspektasi aplikasi SILA (*Sosial Media Self Development Indonesia*) berdasarkan keinginan dari beberapa responden yang menginginkan terbentuknya sebuah sosial media yang positif untuk pengembangan diri secara personal maupun kelompok.

Pada tahap empati, penetapan, dan ide menghasilkan Konsep SILA (*Sosial Media Self Development Indonesia*) yang dapat dijadikan tempat pengembangan diri & berapresiasi dengan cara melakukan *publish* karya sendiri, bergabung di komunitas yang memiliki *concern* yang sama, saling memberikan motivasi terhadap karya orang lain dengan fitur yang terdiri dari upload foto & video, pemberian *caption*, menambah pertemanan, pemberian komentar, dan dapat mengkomersilkan karya.

Pada tahap pembuatan *prototype*, digunakan pendekatan *sketch prototyping* dan dilakukan pengujian dengan observasi sederhana untuk melihat keselarasan antara desain satu dengan yang lain, dimana secara keseluruhan menghasilkan sebuah bentuk karakteristik unik dimana untuk membedakan sila dengan sosial media lainnya adalah, pemberian tombol lampu atau ikon lampu, dengan tujuan ketika pengguna melihat postingan orang lain dia akan terinspirasi.

KESIMPULAN

Sila (*Sosial Media Self Development Indonesia*) yang dikembangkan dengan implementasi *Design thinking*, menghasilkan konsep sosial media pengembangan diri dalam bentuk sebuah sosial media yang dimana pengguna dapat melakukan *publish* karya sendiri, dalam bentuk upload foto & video, pemberian *caption*, melihat jumlah pengikut dan mengikuti, pemberian komentar, dan interaksi tombol terinspirasi yang menandakan pembaca terinspirasi dengan posting yang diupload.

DAFTAR PUSTAKA

- Aminullah, M., & Ali, M. (2020). Perkembangan Teknologi Komunikasi Era 4.0. *Komunike*, 7(1), 1–23.
- Buschek, D., Anlauff, C., & Lachner, F. (2021). Paper2wire – A Case Study Of User-Centred Development Of Machine Learning Tools For Ux Designers. *I-Com*, 20(1), 19–32. <https://doi.org/10.1515/Icom-2021-0002>

- Domingo, L., Moore, D., Sirkin, D., Toye, G., Leifer, L., & Cutkosky, M. (2020). Strategic Prototyping To Learn In Stanford University's Me310 Design Innovation Course. *Proceedings Of The Design Society: Design Conference*, 1, 1687–1696. <https://doi.org/10.1017/Dsd.2020.176>
- Gunawan, I., & Argadinata, H. (2020). Dampak Pembelajaran Berkarakter Terhadap Penguatan Karakter Siswa Generasi Milenial. *Jamp*, 3(2019), 160–170.
- Hasanah, U. (2021). Implementasi Nilai-Nilai Pancasila Di Kalangan Generasi Millennial Untuk Membendung Diri Dari Dampak Negatif Revolusi Industri 4.0. *Pedagogy*, 8(1), 52–59.
- Li, J., Tigwell, G. W., & Shinohara, K. (2021). Accessibility Of High-Fidelity Prototyping Tools. *Conference On Human Factors In Computing Systems - Proceedings*. <https://doi.org/10.1145/3411764.3445520>
- Malahayati, J. P., Lesmana, T., Rarung, C. M., Psikologi, S., Bunda, U., Jakarta, M., ... Jakarta, M. (2020). Peran Kecerdasan Budaya Dan Kepribadian Terhadap Perilaku Konsumtif Online Generasi Milenial Yang Merantau Di Jakarta. *Psikologi Malahayati*, 2(2), 57–71.
- Nicolas, D. (2020). Learning From Social Media In Urban Design. Thinking About Digital Participation Through The Development Of The Openkymminlinna Platform. *Infolio*, 36.
- Permata Sari, I., & Analia Zain, S. (2020). Implementasi Metode Pendekatan Design Thinking Dalam Pembuatan Aplikasi Happy Class Di Kampus Upi Cibiru. <https://doi.org/10.17509/Edsence.V2i1.25131>
- Putra Prakasa, S.T., M.Kom., F. B. (2021). Desain Aplikasi Mobile Gamifikasi Untuk Pramuka Dengan Metode Ui/Ux. *Jurnal Buana Informatika*, 12(1), 58. <https://doi.org/10.24002/Jbi.V12i1.4424>
- Razi, A. A., Mutiaz, I. R., & Setiawan, P. (2018). Penerapan Metode Design Thinking Pada Model Perancangan Ui/Ux Aplikasi Penanganan Laporan Kehilangan Dan Temuan Barang Tercecer. *Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain Dan Periklanan (Demandia)*, 3(2), 219. <https://doi.org/10.25124/Demandia.V3i02.1549>
- Reflin, G. (2020). Evaluasi Bisnis Startup Suka-Grafis Menggunakan Pendekatan Design Thinking.
- Rofik, A. K., Sagirani, T., Hariani, S., & Wulandari, E. (2020). Desain Prototipe Pada Startup Talentku Prototype Design For Talenku Using The Lean Ux, 3(2).
- Sazali, H., Rozi, F., Edward, P., & Hall, T. (2020). Belanja Online Dan Jebakan Budaya Hidup Digital Pada Masyarakat Milenial Online Shopping And Digital Living Culture Traps In Millennial Communities. *Simbolika*, 6(2).
- Setiadi, A. R. (2020). Perancangan Ui / Ux Menggunakan Pendekatan Hcd (Human-Centered Design) Pada Website Thriftdoor. *Automata*, 1(2).
- Setiawan, D., Wijaya, Y. D., & Rukminingtyas, C. D. (2020). Sistem Informasi Lentera Design And Evaluation Of The Wireframe Design Lentera Information System, 531–537.
- Supratman, L. P. (2018). Penggunaan Media Sosial Oleh Digital Native. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(1), 47–60. <https://doi.org/10.24002/Jik.V15i1.1243>
- Tiawan. (2020). View Of How To Be A Ux/UI Designer? *Bernas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2). Retrieved From <https://www.ejournal.unma.ac.id/index.php/Bernas/Article/View/863/663>
- Utomo, P. (2020). Pendekatan Object Oriented Ux Pada Perancangan Aplikasi Manajemen Order. In *Seminar Nasional Sistem Informasi Dan Teknologi (Sisfotek) Ke 4* (Pp. 230–235).
- Zuhri, S. (2020). Pentingnya Budaya Literasi Media Dan Aktualisasi Bela Negara Generasi Milenial. *Public Administration Journal Of Research*, 2(4), 393–405.