

**PENGEMBANGAN IDE BISNIS *DIGITAL CONTENT*
CREATOR DENGAN METODE *DESIGN THINKING***



Disusun Oleh:

N a m a : Rizki Fajar Setyono

NIM : 18523135

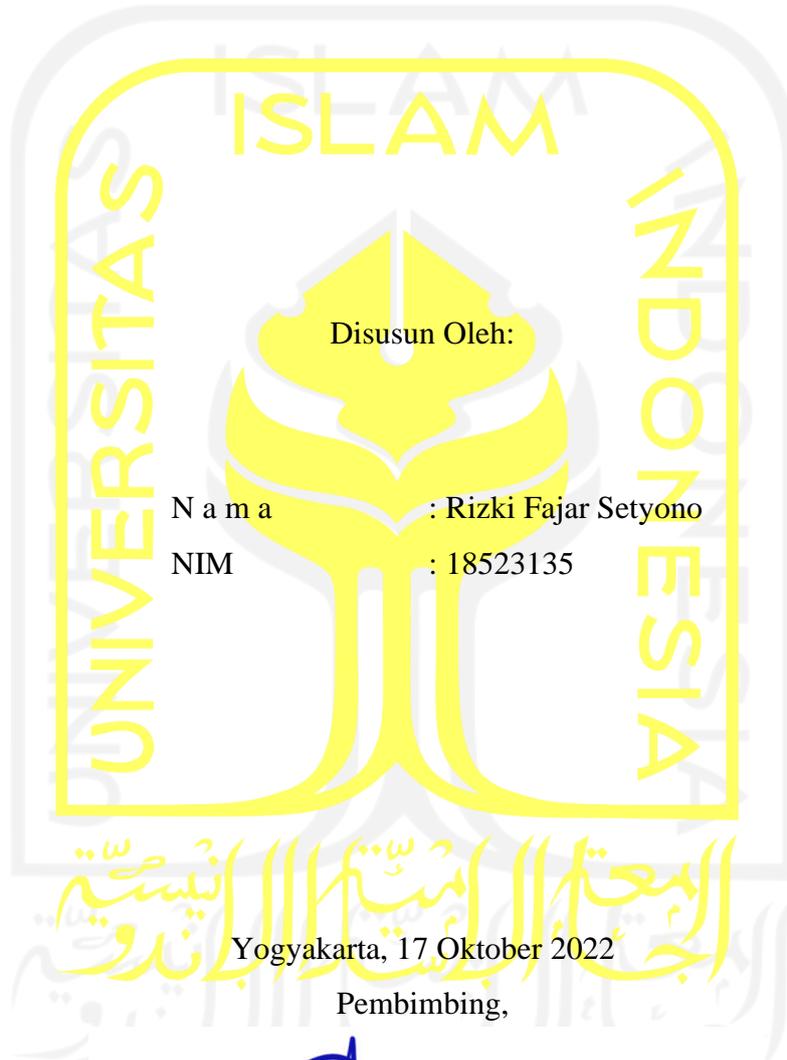
**PROGRAM STUDI INFORMATIKA – PROGRAM SARJANA
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

2022

HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING

**PENGEMBANGAN IDE BISNIS *DIGITAL CONTENT*
CREATOR DENGAN METODE *DESIGN THINKING***

TUGAS AKHIR



(Galang Prihadi Mahardhika, S.Kom., M.Kom.)

HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI

**PENGEMBANGAN IDE BISNIS *DIGITAL CONTENT*
CREATOR DENGAN METODE *DESIGN THINKING***

TUGAS AKHIR

Telah dipertahankan di depan sidang penguji sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer dari Program Studi Informatika – Program Sarjana di Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia

Yogyakarta, 2 November 2022

Tim Penguji

Galang Prihadi Mahardhika, S.Kom.,
M.Kom.



Anggota 1

Andhika Giri Persada, S.Kom., M.Eng.



Anggota 2

Arrie Kurniawardhani, S.Si., M.Kom.



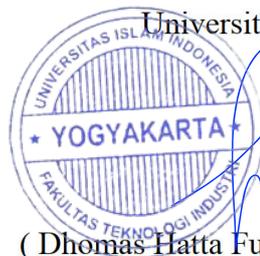


Mengetahui,

Ketua Program Studi Informatika – Program Sarjana

Fakultas Teknologi Industri

Universitas Islam Indonesia




(Dhomas Hatta Fudholi, S.T., M.Eng., Ph.D.)

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizki Fajar Setyono

NIM : 18523135

Tugas akhir dengan judul:

**PENGEMBANGAN IDE BISNIS *DIGITAL CONTENT*
CREATOR DENGAN METODE *DESIGN THINKING***

Menyatakan bahwa seluruh komponen dan isi dalam tugas akhir ini adalah hasil karya saya sendiri. Apabila di kemudian hari terbukti ada beberapa bagian dari karya ini adalah bukan hasil karya sendiri, tugas akhir yang diajukan sebagai hasil karya sendiri ini siap ditarik kembali dan siap menanggung risiko dan konsekuensi apapun.

Demikian surat pernyataan ini dibuat, semoga dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 17 Oktober 2022



(Rizki Fajar Setyono)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Laporan tugas akhir ini saya persembahkan kepada kedua orang yang paling penting dalam hidup saya, yaitu orang tua saya. Doa, harapan, dukungan, dan kasih sayang mereka yang hingga saat ini terus mengalir, menjadi alasan bagi saya untuk terus berkembang dan melangkah maju. Tak luput juga saya persembahkan laporan tugas akhir ini kepada teman-teman serta orang-orang terdekat saya, karena dukungan mereka juga saya dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini.



HALAMAN MOTO

“Jangan pernah membunuh mimpimu, karena mimpi tak pernah mati. Dia hanya akan pingsan dan bangun lagi ketika sudah tua dalam bentuk penyesalan.”

(Pandji Pragiwaksono)

“Don’t be afraid to be a fool.”

(Stephen Colbert)

“An idiot with a plan can beat a genius without a plan.”

(Warren Buffett)

الجامعة الإسلامية
الاندونيسية

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur saya haturkan kepada Allah SWT karena karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan laporan tugas akhir saya yang berjudul “Pengembangan Ide Bisnis *Digital Content Creator* Dengan Metode *Design Thinking*” dapat terselesaikan. Dalam penulisan dan penyusunan laporan tugas akhir saya, tidak luput juga bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Dengan penuh rasa syukur saya ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Kedua orang tua saya yang selalu mengingatkan saya untuk segera menyelesaikan tugas akhir.
2. Bapak DThomas Hatta Fudholi, S.T., M.Eng., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Informatika Universitas Islam Indonesia
3. Bapak Galang Prihadi Mahardhika, S.Kom., M.Kom. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing saya dalam penyusunan dan penulisan laporan tugas akhir.
4. Bapak Beni Suranto, S.T., M.Soft.Eng. selaku dosen mata kuliah metodologi perintisan bisnis.
5. Billy Indra Irawan dan Muhammad Naufal Fachrezi sebagai rekan tim yang telah bekerja sama dan membantu dalam penjaluran perintisan bisnis.
6. Abyan Ahmad Nurrasyid dan Anita Nurhami sebagai teman yang memberi masukan dalam penyusunan dan penulisan laporan tugas akhir.
7. Pandji Pragiwaksono yang melalui karya-karyanya telah memotivasi saya selama penyusunan dan penulisan laporan tugas akhir.
8. Kim Jisoo, Kim Jennie, Roseanne Park, dan Lalisa Manoban yang melalui karya-karyanya telah menghibur saya selama penyusunan dan penulisan laporan tugas akhir.

Yogyakarta, 17 Oktober 2022



(Rizki Fajar Setyono)

SARI

Sebelumnya telah ada beragam ide bisnis *digital content creator* yang berhasil dikembangkan. Setiap dari ide bisnis tersebut memiliki kelemahan, tetapi memiliki keunggulan juga yang tidak dimiliki oleh ide bisnis lainnya. Masih adanya kelemahan pada ide bisnis *digital content creator* yang sudah ada, maka ide bisnis tersebut perlu untuk dikembangkan lagi menjadi ide bisnis yang dapat memenuhi kebutuhan para *digital content creator* maupun pelaku kreatif digital sepenuhnya. Berdasarkan masalah tersebut didapatkan rumusan masalah berupa bagaimana mengembangkan ide bisnis *digital content creator* dengan metode *design thinking*. Dilakukannya penelitian ini bertujuan untuk memperoleh ide bisnis *digital content creator* yang dapat memenuhi kebutuhan *digital content creator* dan pelaku kreatif digital sepenuhnya dengan menggunakan metode *design thinking*, dimana terdapat lima tahapan di dalamnya yaitu *empathize, define, ideate, prototype, dan testing*. Hasil dari penelitian ini berupa ide bisnis *digital content creator* baru, yang diberi nama CreativePub. CreativePub adalah sebuah platform digital kreatif berbasis website untuk para *digital content creator* dapat saling berbagi karya mereka. CreativePub dapat membantu mempertemukan *digital content creator* dengan orang yang ingin membeli karya dan jasa mereka. CreativePub juga memberi kesempatan kepada para *digital content creator* agar bisa mendapatkan penghasilan dari karya mereka. Selain itu, CreativePub juga merupakan sebuah website penyedia aset digital dengan model bisnis *subscription*. Berdasarkan hasil tahap *testing* dari *prototype* CreativePub yang telah dilakukan kepada 10 orang calon pengguna, dapat dikatakan bahwa ide bisnis CreativePub yang telah dikembangkan valid dan dapat diterima oleh calon pengguna. Karena didapatkan skala rata-rata 4.6 dari 5 untuk penilaian calon pengguna terhadap ide bisnis CreativePub.

Kata kunci: *design thinking*, pengembangan ide bisnis, *digital content creator*, ide bisnis *digital content creator*.

GLOSARIUM

<i>Digital Content</i>	<i>Content</i> dalam berbagai format yang diubah ke dalam bentuk digital.
<i>Digital Content Creator</i>	Seseorang yang bertanggung jawab untuk membuat <i>digital content</i> .
<i>Design Thinking</i>	Metode pola pikir untuk memecahkan masalah yang berorientasi pada manusia.
<i>Empathize</i>	Tahap pertama pada proses <i>design thinking</i> untuk memahami apa yang dirasakan pengguna.
<i>Define</i>	Tahap kedua pada proses <i>design thinking</i> untuk mendefinisikan masalah pengguna.
<i>Ideate</i>	Tahap ketiga pada proses <i>design thinking</i> untuk merancang ide solusi.
<i>Prototype</i>	Tahap keempat pada proses <i>design thinking</i> untuk merancang versi minimum dari produk.
<i>Testing</i>	Tahap kelima pada proses <i>design thinking</i> untuk menguji <i>prototype</i> kepada pengguna.
<i>Startup</i>	Perusahaan rintisan yang belum lama beroperasi.
<i>Brainstorming</i>	Cara atau metode untuk memunculkan ide atau gagasan.
BPMN	<i>Business Process Modeling Notation</i> , metode diagram alur untuk menggambarkan proses bisnis.
BMC	<i>Business Model Canvas</i> , kerangka kerja untuk mendefinisikan bisnis model.
<i>Feedback</i>	Tanggapan atau respon dari seseorang.
<i>Client</i>	Seseorang yang membeli karya atau menggunakan jasa <i>digital content creator</i> .

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
SARI.....	viii
GLOSARIUM.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah	2
1.4 Tujuan Penelitian	3
1.5 Manfaat Penelitian	3
1.6 Metodologi Penelitian	3
1.7 Sistematika Penulisan	4
BAB II LANDASAN TEORI	5
2.1 <i>Digital Content</i>	5
2.2 <i>Startup</i>	5
2.3 <i>Design Thinking</i>	6
2.4 <i>Business Process Modeling Notation (BPMN)</i>	8
2.5 <i>Business Model Canvas (BMC)</i>	10
2.6 Penelitian Terdahulu	13
2.7 Aktivitas Perintisan Bisnis	15
BAB III METODOLOGI.....	18
3.1 <i>Empathize</i>	18
3.1.1 Target Pasar.....	18
3.1.2 Sumber Data	19

3.2	<i>Define</i>	20
3.3	<i>Ideate</i>	20
3.3.1	<i>Business Process Modeling Notation (BPMN)</i>	20
3.3.2	<i>Business Model Canvas (BMC)</i>	21
3.4	<i>Prototype</i>	21
3.5	<i>Testing</i>	21
	BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	23
4.1	<i>Empathize</i>	23
4.1.1	Wawancara Calon Pengguna	23
4.1.2	Ide Bisnis Terdahulu	25
4.2	<i>Define</i>	27
4.2.1	Pendefinisian Masalah	27
4.2.2	Pendefinisian Kebutuhan	28
4.3	<i>Ideate</i>	29
4.3.1	<i>Users and Actions</i>	29
4.3.2	<i>User Journey</i>	30
4.3.3	CreativePub 1.0	31
4.3.4	CreativePub 2.0	32
4.3.5	<i>Business Process Modeling Notation (BPMN)</i>	32
4.3.6	<i>Business Model Canvas (BMC)</i>	34
4.3.7	Perhitungan Skema Bisnis	36
4.3.8	Analisis Kompetitor	37
4.4	<i>Prototype</i>	38
4.5	<i>Testing</i>	43
4.5.1	Pengujian Solusi	44
4.5.2	<i>Feedback</i> Calon Pengguna	44
4.5.3	Penilaian CreativePub	46
	BAB V KESIMPULAN & SARAN	50
5.1	Kesimpulan	50
5.2	Saran	50
	DAFTAR PUSTAKA	51
	LAMPIRAN	53

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3.1 Kriteria Target Pasar	19
Tabel 3.2 Pertanyaan Wawancara Observasi.....	19
Tabel 3.3 Pertanyaan Wawancara <i>Feedback</i>	21
Tabel 4.1 Hasil Wawancara	24
Tabel 4.2 Ide Bisnis Terdahulu.....	26
Tabel 4.3 Daftar Masalah.....	28
Tabel 4.4 Daftar Kebutuhan.....	28
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Solusi.....	44
Tabel 4.6 <i>Feedback</i> Wawancara.....	45



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Design Thinking Process</i>	6
Gambar 2.2 <i>Flow Objects</i>	8
Gambar 2.3 <i>Data</i>	9
Gambar 2.4 <i>Connecting Objects</i>	9
Gambar 2.5 <i>Swimlanes</i>	9
Gambar 2.6 <i>Artifacts</i>	10
Gambar 2.7 <i>Business Model Canvas</i>	11
Gambar 4.1 <i>Users and Actions</i>	30
Gambar 4.2 <i>User Journey</i>	31
Gambar 4.3 <i>BPMN CreativePub</i>	34
Gambar 4.4 <i>BMC CreativePub</i>	35
Gambar 4.5 <i>Perbandingan CreativePub</i>	37
Gambar 4.6 <i>Positioning CreativePub</i>	38
Gambar 4.7 <i>Prototype Landing Page</i>	39
Gambar 4.8 <i>Prototype Jobs Page</i>	40
Gambar 4.9 <i>Prototype Profile Gallery Page</i>	41
Gambar 4.10 <i>Prototype Profile Collections Page</i>	42
Gambar 4.11 <i>Prototype Premium Payment Page</i>	43
Gambar 4.12 <i>Penilaian Responden Terhadap Ide Bisnis CreativePub</i>	47
Gambar 4.13 <i>Keinginan Responden Menggunakan Website CreativePub</i>	48
Gambar 4.14 <i>Keinginan Responden Merekomendasikan Website CreativePub</i>	48

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat, internet telah menjadi media penting untuk komunikasi dan berbagi informasi dalam masyarakat modern. Kemampuannya untuk menjangkau audiens yang besar dengan cepat dan mudah telah menjadikannya bagian penting dari kehidupan kita. Salah satu indikatornya adalah bisa dilihat dari banyaknya perangkat di sekitar yang tersambung dengan internet. Menurut Kemp (2021) jumlah pengguna internet di dunia per Januari 2022, mencapai 4,95 miliar pengguna atau meningkat 4 persen dari tahun sebelumnya. Sedangkan jumlah pengguna internet di Indonesia per Januari 2021, mencapai 202,6 juta pengguna atau sekitar 73,3 persen dari populasi penduduk. Secara tahunan, jumlah pengguna internet bertambah 15,5 persen atau sekitar 27 juta pengguna. Adapun smartphone yang terhubung dengan internet pada periode yang sama tercatat sebanyak 345,3 juta smartphone atau 126,6 persen dari populasi, meningkat sekitar 4 juta smartphone dibandingkan Januari 2020 (Jatmiko, 2021). Hal ini menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara dengan pengguna internet terbanyak di dunia.

Pengguna internet yang terus meningkat juga menjadi faktor yang turut mengakselerasi laju digitalisasi dalam kehidupan masyarakat. Bahkan kini media-media konvensional atau cetak sudah beralih menjadi *online*, dikarenakan masyarakat lebih banyak menghabiskan waktu di dunia maya. Banyaknya media konvensional atau cetak yang melakukan migrasi ke dunia digital menjadi penyebab meningkatnya konsumsi masyarakat terhadap *digital content*. Berdasarkan UCWeb penyedia *mobile internet software* menyatakan konsumsi *digital content* telah mengalami pertumbuhan sebesar 61% selaras dengan meningkatnya permintaan *content* berita *online* sepanjang tahun 2016 di Indonesia (Al-Ayyubi, 2017). Hal tersebutlah yang membuat permintaan *digital content* kian tinggi seiring dengan berjalannya waktu. Karena fenomena ini, kini para *digital content creator* semakin mudah untuk dapat melakukan monetisasi. Seperti *digital content creator* dapat menawarkan jasa mereka kepada para pelaku kreatif digital atau pihak yang membutuhkan jasa *digital content creator* untuk mengerjakan proyeknya. Kemudian *digital content creator* dapat membuat *digital content* atau produk kreatif digital untuk dipasarkan kepada mereka para pelaku kreatif digital atau

pihak yang membutuhkan agar dapat digunakan untuk kepentingan pembuatan *content* mereka.

Berdasarkan hal yang telah disebutkan di atas dapat diartikan bahwa ide bisnis *digital content creator* masih memiliki peluang untuk berkembang. Sebelumnya telah ada beragam ide bisnis *digital content creator* yang berhasil dikembangkan. Mulai dari ide bisnis yang dapat membantu mempertemukan para *digital content creator* dengan orang yang ingin menggunakan jasa mereka, maupun membantu mereka untuk memasarkan produk dan jasanya. Setiap dari ide bisnis tersebut masih memiliki kelemahan, tetapi memiliki keunggulan juga yang tidak dimiliki oleh ide bisnis lainnya. Untuk itu ide bisnis tersebut perlu untuk dikembangkan lagi menjadi ide bisnis yang dapat membantu menyelesaikan masalah yang ada serta memenuhi kebutuhan para *digital content creator* maupun pelaku kreatif digital sepenuhnya guna menunjang produktivitas.

Pengembangan ide bisnis *digital content creator* ini dilakukan dengan menggunakan metode *design thinking*. Metode *design thinking* dipilih karena metode ini merupakan pengantar proses yang baik untuk menghasilkan ide dan konsep kreatif, dan dalam memecahkan masalahnya, *design thinking* juga selalu dengan pendekatan *human oriented*. *Design thinking* mengkolaborasikan proses-proses sistematis yang berorientasi pada manusia sebagai pengguna dan penerima manfaat melalui proses terencana. Sehingga, metode *design thinking* merupakan metode yang paling sesuai untuk pengembangan ide bisnis *digital content creator* ini.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah yang tercantum pada latar belakang didapatkan rumusan masalah berupa bagaimana mengembangkan ide bisnis *digital content creator* dengan metode *design thinking*.

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah untuk memperjelas lingkup pembahasan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Penelitian ini membahas proses pengembangan dan pengujian ide bisnis.
- b. Penelitian ini menggunakan metode *design thinking*.
- c. Subjek pada penelitian ini adalah *digital content creator*.
- d. Format *digital content* meliputi teks atau tulisan, gambar, video, dan audio.

- e. Penelitian ini tidak membahas proses perancangan UI/UX maupun pengembangan sistem.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah mengembangkan ide bisnis *digital content creator* dengan metode *design thinking*.

1.5 Manfaat Penelitian

- a. Memastikan bahwa solusi yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan calon pengguna.
- b. Hasil dari penelitian ini dapat digunakan untuk membantu perancangan UI/UX dan pengembangan sistem.
- c. Sebagai media pembelajaran terkait proses metodologi *design thinking*.

1.6 Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metodologi *design thinking* dalam pengembangan ide bisnis ini. Berikut ini merupakan langkah-langkah yang dilakukan :

- a. *Empathize*

Tahap pertama adalah melakukan observasi, untuk mengetahui dan memahami apa yang dirasakan oleh calon pengguna sehingga dapat diperoleh masalah yang relevan.

- b. *Define*

Setelah observasi dilakukan, tahap kedua adalah *define*. Informasi yang telah diperoleh dari tahap sebelumnya kemudian akan dianalisis guna membantu dalam mengidentifikasi masalah utama.

- c. *Ideate*

Pada tahap ini masalah utama yang berhasil teridentifikasi sebelumnya akan digunakan sebagai dasar dalam memunculkan gagasan-gagasan ide. Kemudian gagasan ide yang berhasil terkumpul dipilah dan disatukan sehingga menjadi ide solusi yang dapat memecahkan masalah.

- d. *Prototype*

Tahap selanjutnya adalah pembuatan *prototype*. Ide solusi yang telah tercipta sebelumnya akan direalisasikan dalam bentuk *prototype* untuk memudahkan calon pengguna memahami ide solusi yang ditawarkan.

e. *Testing*

Tahap terakhir, *prototype* yang telah berhasil dibuat kemudian disebar kepada calon pengguna agar bisa diujicobakan. Setelah melakukan uji coba calon pengguna akan dimintai *feedback* untuk dijadikan sebagai bahan perbaikan dalam pengembangan sistem.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan ini dibuat dengan tujuan untuk memudahkan dalam memahami laporan tugas akhir ini. Laporan tugas akhir dibuat dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini dijelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini dijelaskan tentang teori-teori yang mendukung penulisan laporan tugas akhir.

BAB III METODOLOGI

Pada bab ini dijelaskan tentang metodologi *design thinking* yang digunakan dalam perancangan ide bisnis.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini dijelaskan tentang penjelasan hasil dan pembahasan dari penelitian yang sudah dilakukan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini dijelaskan tentang kesimpulan dari seluruh rangkaian penelitian yang sudah dilakukan dan saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 *Digital Content*

Digital content adalah *content* dalam beragam format berupa teks atau tulisan, gambar, video, audio saja atau kombinasinya yang diubah dalam bentuk digital, sehingga *content* yang diciptakan tersebut dapat dibaca dan dibagi melalui perangkat digital seperti laptop, tablet, maupun smartphone. Sehingga segala macam bentuk *content* dan tentang apapun dapat dikatakan sebagai *digital content* apabila *content* tersebut dapat dibaca, digunakan, serta dibagi melalui perangkat digital dan menggunakan internet. Contoh *digital content* adalah *copywriting, graphic design, motion graphic, videographic, dan soundtrack* (Ronchi, 2009).

Sedangkan *digital content creator* menurut Nashville Film Institute adalah seseorang yang bertanggung jawab untuk membuat *content* yang menarik secara visual dan menarik bagi audiens, ataupun yang menciptakan atau memproduksi digital content atau produk kreatif digital dalam berbagai format baik teks atau tulisan, gambar, video, audio maupun kombinasi dari keduanya atau lebih yang dapat digunakan di platform digital. *Content* ini biasanya dikembangkan untuk mendidik, menghibur, menyenangkan audiens digital yang terhubung, maupun membantu meningkatkan kreasi *content* orang lain

2.2 *Startup*

Startup merupakan istilah untuk sebuah perusahaan rintisan atau yang masih dalam tahap pengembangan untuk menemukan pasar dan mengembangkan produk atau layanan jasa. Seiring berjalannya waktu istilah *startup* mengalami pengerucutan makna menjadi sebuah perusahaan rintisan yang berbasis teknologi. Pada *startup* mereka menggunakan dana dari investor untuk memenuhi biaya operasional dan meningkatkan bisnis nya. Karena itu, untuk sebuah perusahaan dapat dikatakan sebagai *startup* apabila memiliki 3 hal, yaitu *founder, investor, dan produk atau layanan jasa* (Mulachela, 2021).

Adapun definisi lain dari *startup* menurut Jain (2018) sebagai berikut :

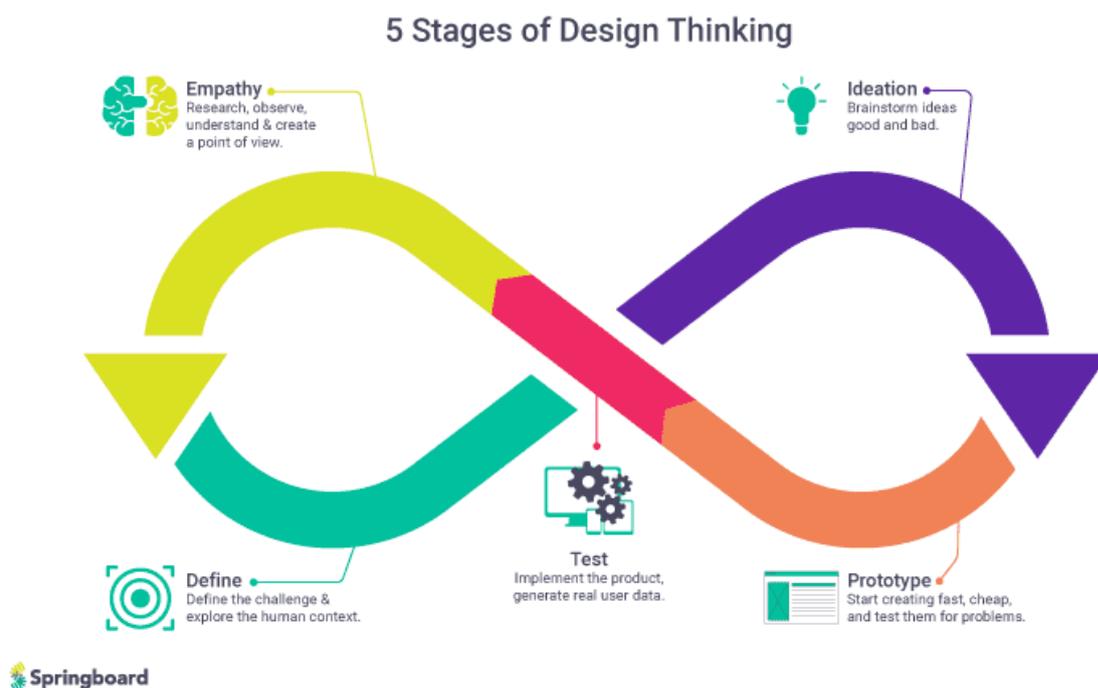
- a. Terlibat dalam pengembangan, produksi atau distribusi produk, dan proses atau layanan jasa.
- b. Perusahaan baru dan berdiri tidak lebih dari 5 tahun.
- c. Pendapatan hingga 3 juta US dollar.

- d. Perusahaan tidak terbentuk dari pemecahan atau restrukturisasi.

2.3 Design Thinking

Design thinking adalah metodologi desain yang menyediakan pendekatan berbasis solusi untuk memecahkan masalah. Metodologi ini sangat berguna dalam mengatasi masalah kompleks yang belum jelas atau belum diketahui, dengan memahami kebutuhan manusia yang terlibat, dengan membingkai ulang masalah dengan berorientasi pada calon pengguna, dengan menciptakan beberapa ide dalam sesi *brainstorming*, dan dengan mengadopsi pendekatan langsung dalam pembuatan purwarupa maupun pengujian (Dam, 2021).

Menurut Dam (2021) juga terdapat 5 tahap dalam proses *design thinking* yaitu *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype* dan *Testing*.



Gambar 2.1 *Design Thinking Process*

Sumber : (Springboard, 2021)

a. *Empathize*

Tahap pertama dari proses *design thinking* adalah mendapatkan pemahaman empatik dari masalah yang akan dipecahkan. Tahap ini bertujuan untuk mengetahui lebih lanjut tentang bidang yang menjadi perhatian dengan mengamati, terlibat, dan berempati dengan orang-orang untuk memahami pengalaman dan motivasi mereka, serta mencoba membenamkan diri sehingga dapat diperoleh pemahaman pribadi yang lebih dalam tentang masalah yang akan dipecahkan. Empati sangat penting untuk proses desain yang berorientasi pada calon pengguna seperti *design thinking* ini dan memungkinkan *design thinker* untuk mengesampingkan asumsi sendiri guna mendapatkan wawasan tentang calon pengguna dan kebutuhan mereka.

b. *Define*

Pada tahap *define*, informasi yang telah dikumpulkan selama tahap *empathize* akan dianalisis dan disintesis untuk menentukan masalah inti yang telah diidentifikasi hingga saat ini. Untuk mendefinisikan masalah sebagai pernyataan yang perlu dilakukan adalah berorientasi pada calon pengguna. Tahap *define* dapat menjadi alat bantu dalam mengumpulkan ide-ide hebat untuk membangun fitur, fungsi, dan elemen lain yang memungkinkan untuk menyelesaikan masalah atau paling tidak, memungkinkan pengguna menyelesaikan masalahnya sendiri dengan kesulitan minimal.

c. *Ideate*

Tahap ketiga dari proses *design thinking* adalah menghasilkan ide. Setelah memahami calon pengguna dan kebutuhan mereka di tahap *empathize*, lalu telah menganalisis dan mensintesis pada tahap *define*, dan berakhir dengan pernyataan masalah yang berorientasi pada calon pengguna. Dengan latar belakang yang solid ini, *design thinker* dapat mulai "berpikir di luar kebiasaan" untuk mengidentifikasi solusi baru terhadap pernyataan masalah yang telah dibuat, dan dapat mulai mencari cara alternatif untuk melihat masalah tersebut. Ada beberapa teknik *ideation* seperti *brainstorm*, *brainwrite*, *worst possible idea*, dan SCAMPER.

d. *Prototype*

Pada tahap ini *designer* akan membuat sejumlah produk berupa versi minimum dari ide atau solusi yang lengkap, sehingga calon pengguna dapat memahami solusi dari masalah yang dihasilkan pada tahap sebelumnya. Ini adalah fase percobaan, yang

bertujuan untuk mengidentifikasi solusi terbaik untuk setiap masalah yang telah diidentifikasi selama tiga tahap sebelumnya.

e. *Testing*

Tahap ini merupakan tahap terakhir, hasil yang dihasilkan selama tahap *testing* ini akan digunakan untuk mendefinisikan kembali satu atau lebih masalah dan menginformasikan tentang pemahaman pengguna, kondisi pengguna, bagaimana pengguna berpikir, berperilaku, merasa, dan berempati. Informasi tersebut akan digunakan sebagai dasar dalam perubahan dan penyempurnaan produk.

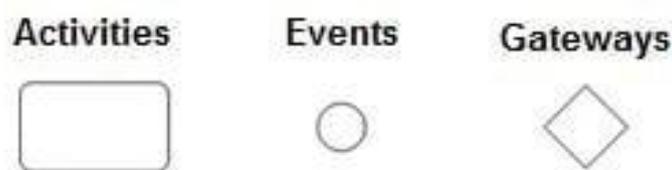
2.4 Business Process Modeling Notation (BPMN)

Business Process Modeling Notation merupakan metode diagram alur standar yang membantu dalam pembuatan dan pemodelan proses bisnis yang terjadi pada sebuah organisasi. Menurut Hidayat (2015) BPMN dirangkai untuk membuat model-model grafis dari operasi bisnis dimana di dalamnya terdapat aktivitas dan kontrol alur yang mendefinisikan urutan kerja.

BPMN memiliki 5 elemen dasar yaitu *Flow Objects*, *Data*, *Connecting Objects*, *Swimlanes*, *Artifacts*.

a. *Flow Objects*

Flow objects adalah elemen grafis utama yang digunakan untuk mendefinisikan perilaku proses bisnis. Mereka adalah *Activities*, *Events*, *Gateways*.

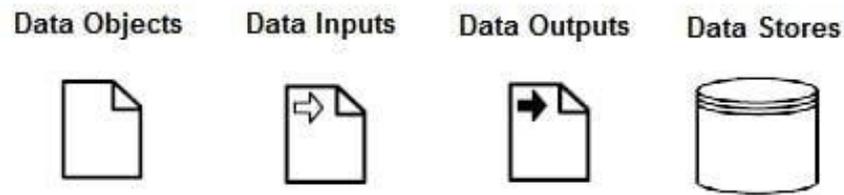


Gambar 2.2 *Flow Objects*

Sumber : (Modern Analyst, 2021)

b. *Data*

Data BPMN direpresentasikan menggunakan 4 tipe elemen yang berbeda. Mereka adalah *Data Objects*, *Data Inputs*, *Data Outputs*, dan *Data Stores*.



Gambar 2.3 Data

Sumber : (Modern Analyst, 2021)

c. *Connecting Objects*

Connecting objects menghubungkan *flow objects* bersama-sama atau ke informasi lain seperti data. Mereka mengontrol urutan kegiatan dan keseluruhan aliran proses. Jenis *connecting objects* adalah *Sequence Flows*, *Message Flows*, dan *Associations*.

Gambar 2.4 *Connecting Objects*

Sumber : (Modern Analyst, 2021)

d. *Swimlanes*

Swimlanes digunakan untuk mengelompokkan elemen pemodelan utama. *Swimlanes* adalah istilah kategori yang digunakan untuk mewakili *Pools* and *Lanes*.

Gambar 2.5 *Swimlanes*

Sumber : (Modern Analyst, 2021)

e. *Artifacts*

Artifacts memberikan informasi tambahan tentang proses. Dua *artifacts* standar yang didukung oleh BPMN adalah *Text Annotation* dan *Group*. Namun, pemodel dan alat pemodelan bebas untuk menentukan *artifacts* tambahan mereka sendiri.

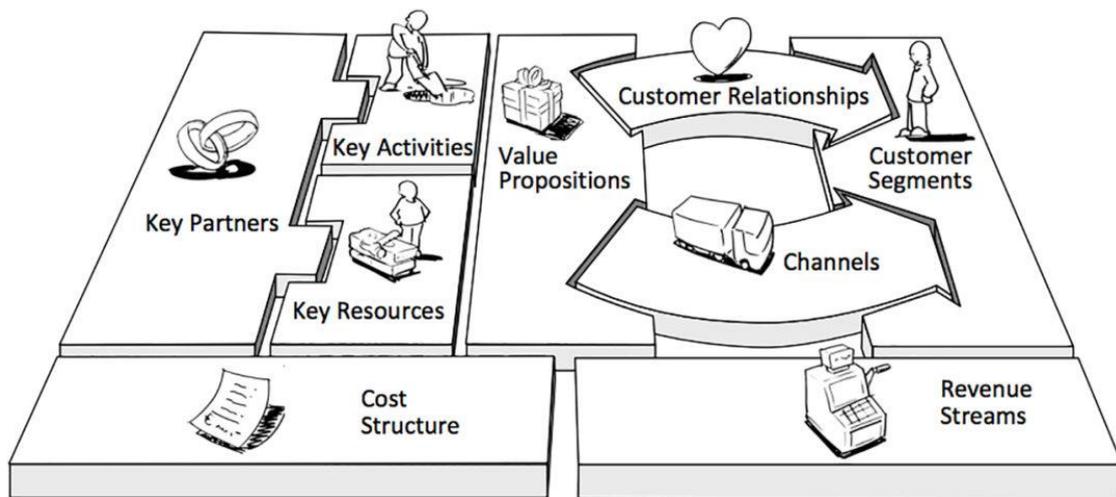


Gambar 2.6 *Artifacts*

Sumber : (Modern Analyst, 2021)

2.5 *Business Model Canvas (BMC)*

Business Model Canvas merupakan sebuah alat manajemen strategis untuk mendefinisikan dan mengomunikasikan ide atau konsep bisnis dengan cepat dan mudah (Medium, 2021). Model bisnis menggambarkan isi, struktur, dan manajemen transaksi yang dirancang sedemikian rupa sehingga dapat menciptakan nilai melalui eksploitasi bisnis peluang. Model bisnis dapat dijelaskan melalui sembilan blok yang menunjukkan bagaimana sebuah bisnis berjalan. Sembilan blok tersebut terdiri dari *Customer Segments*, *Value Propositions*, *Channels*, *Customer Relationships*, *Revenue Streams*, *Key Resources*, *Key Activities*, *Key Partners*, *Cost Structure*.



Gambar 2.7 *Business Model Canvas*

Sumber : (Merlin, 2019)

a. *Customer Segments*

Customer segments adalah target masyarakat yang menggunakan produk maupun jasa dari perusahaan dan mereka yang berkontribusi dalam memberikan penghasilan bagi perusahaan. Segmentasi pelanggan juga dapat dipilah berdasarkan perilaku, umur, profesi, penghasilan dan geografi.

b. *Value Propositions*

Value propositions merupakan sebuah nilai manfaat produk atau layanan yang memberikan alasan mengapa produk atau layanan tersebut pantas dipilih oleh pelanggan. *Value propositions* memberi tawaran untuk memecahkan masalah pelanggan dan semaksimal mungkin memenuhi keinginan pelanggan.

c. *Channels*

Channels sebuah elemen yang meliputi komunikasi, distribusi, dan saluran penjualan yang menggambarkan bagaimana cara perusahaan berkomunikasi dengan *customer segment*-nya dan menyampaikan *value propositions*-nya.

d. *Customer Relationships*

Customer relationships menggambarkan cara bagaimana membina hubungan dengan pelanggan, dengan tujuan untuk mendapatkan pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama.

e. *Revenue Streams*

Revenue streams atau aliran dana masuk yang menggambarkan bagaimana perusahaan memperoleh penghasilan dari setiap *customer segments*. Aliran dana inilah yang nantinya digunakan untuk menjalankan dan meningkatkan operasi bisnis perusahaan.

f. *Key Resources*

Key resources menggambarkan aset-aset yang diperlukan untuk menjalankan dan menentukan keberhasilan pengoperasian model bisnis, seperti bangunan, kendaraan, intelektual dan tenaga kerja.

g. *Key Activities*

Key activities merupakan kegiatan utama sebuah perusahaan yang menunjang keberhasilan suatu model bisnis dalam mengirimkan *value propositions*-nya kepada pelanggan.

h. *Key Partners*

Key partners menggambarkan suatu kemitraan atau kesepakatan kerja sama dalam bisnis yang diprakarsai secara sukarela antara dua atau lebih perusahaan untuk mengoptimalkan model bisnis. Kerja sama ini dapat menghemat biaya, mengurangi resiko dan memperoleh sumber daya yang tidak dimiliki perusahaan.

i. *Cost Structure*

Cost structure merupakan gambaran dari semua biaya yang muncul sebagai akibat dari dioperasikannya model bisnis ini guna mewujudkan *value propositions* melalui *channels*, *key resources*, *key activities* yang tepat dan dapat diandalkan.

2.6 Penelitian Terdahulu

Berdasarkan kajian literatur yang ada, metode design thinking telah banyak digunakan dalam penelitian-penelitian sebelumnya. Metode design thinking banyak diaplikasikan ke dalam berbagai kasus, sehingga telah membantu menciptakan berbagai solusi yang berbeda. Berikut adalah beberapa penelitian menggunakan metode design thinking yang dilakukan untuk membantu dalam merancang solusi, inovasi, dan ide bisnis yang telah disajikan dalam Tabel 2.7.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Literatur		Latar Belakang		Metodologi	Hasil
	Author dan Tahun	Judul	Masalah dan Ruang Lingkup	Tujuan		
1	Leanne Sobel, Lars Groeger (2012)	<i>Design thinking : Exploring Opportunities for the Design Industry and Business in Australia.</i>	Belom adanya eksplorasi yang mendetail mengenai bagaimana industri <i>design</i> dapat membantu inovasi <i>design</i> dan bisnis di tingkat nasional untuk Australia.	Mengidentifikasi peluang bisnis apa dan bagaimana industri <i>design</i> dapat berkolaborasi dengan <i>design thinking</i> .	Menggunakan proses dua tahap yaitu identifikasi dan Analisa terhadap data sekunder melalui <i>literature review</i> dan pengumpulan data primer melalui metode wawancara semi terstruktur.	Adanya ruang yang luar biasa untuk mengembangkan <i>hybrid</i> antara bisnis dan <i>design</i> yang memungkinkan pembuatan <i>platform</i> pembelajaran dan peningkatan <i>design thinking</i> untuk menjalankan sebuah bisnis.
2	Gavrila Vania	Implementasi	Subjek penelitian	Untuk mengetahui	Penelitian kualitatif	Metode <i>design thinking</i>

	Tjiabrata (2016)	<i>Design Thinking</i> untuk <i>Business Sustainability</i> Perusahaan Distributor Keramik di Surabaya	mengalami penurunan profit setiap tahun dari tahun 2013 – 2015 akibat nilai tukar Rupiah terhadap Dollar Amerika yang melemah menyebabkan penurunan daya beli masyarakat.	<i>economy sustainability, social sustainability, dan environmental sustainability</i> serta menghasilkan inovasi peningkatan profit untuk <i>business sustainability</i> bagi objek penelitian.	dengan sumber data primer dan sekunder. Objek penelitian adalah implementasi <i>design thinking</i> (proses <i>empathize, define, ideate dan prototype</i>) dan <i>business sustainability</i> . Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara semi terstruktur.	berhasil mendesain <i>business sustainability</i> dengan berinovasi menciptakan nilai tambah bagi pelanggan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan berupa kemudahan dan kecepatan mendapatkan informasi melalui website perusahaan.
3	Muhammad Luthfi Lazuardi dan Iwan Sukoco (2019)	<i>Design Thinking</i> David Kelley & Tim Brown : Otak di Balik Penciptaan Aplikasi Gojek	Kemacetan lalu lintas di kota besar terutama di Jakarta seringkali menjadi suatu masalah yang dikeluhkan	Menjelaskan setiap tahapan <i>design thinking</i> pada PT Aplikasi Karya Anak Bangsa (Gojek) untuk menciptakan solusi yang tepat	Melakukan tinjauan literatur dengan analisis deskriptif dan identifikasi masalah menurut	Memberikan solusi berupa aplikasi transportasi online yaitu Gojek untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan menciptakan

			masyarakat. Hal itu mengakibatkan terganggunya mobilitas, terbuangnya waktu, dan terhambatnya aktivitas, serta menurunnya produktivitas masyarakat.	terhadap masalah kemacetan yang muncul di kota-kota besar.	teori David Kelley & Tim Brown, serta diperkuat oleh pendapat para ahli dari setiap sumber.	peluang bisnis baru.
--	--	--	--	--	---	----------------------

2.7 Aktivitas Perintisan Bisnis

Dalam melakukan pengembangan ide bisnis dilakukan juga beberapa aktivitas yang membantu menunjang dan mengakselerasi pengembangan ide bisnis. Beberapa aktivitas tersebut seperti kelas metodologi perintisan bisnis, *Bootcamp 1000 Startup Digital*, dan *Indonesia Digital Tribe*.

1. Metodologi Perintisan Bisnis

Kelas metodologi perintisan bisnis dimulai dari tanggal 27 September 2022 dengan dosen pengajar bapak Beni Suranto S.T., M.SoftEng. Hingga berakhirnya semester 7, kelas dilakukan secara sinkron maupun asinkron. Selama masa pembelajaran kelas metodologi perintisan bisnis dosen pengajar memberikan materi dan mengajarkan tentang *ideation*, *business model canvas*, dan *prototyping*. Selain kegiatan kuliah, kelas metodologi perintisan bisnis juga terkadang diisi dengan sesi sharing oleh para alumni baik dari sesama jurusan perintisan bisnis maupun *expertise* di bidang terkait.

2. 1000 *Startup Digital*

Kegiatan 1000 *Startup Digital* merupakan sebuah program pembinaan bagi seseorang yang ingin membuat solusi teknologi bagi berbagai permasalahan di Indonesia melalui membangun startup digital. Ada beberapa tahapan dalam kegiatan 1000 *Startup Digital* ini.

a. *Hacksprint 1*

Dalam tahap *Hacksprint 1* ini setiap tim yang didampingi dengan satu orang fasilitator dari 1000 *Startup Digital* melakukan *brainstorming* sekaligus diskusi yang dipandu oleh fasilitator. Pada tahap ini peserta dituntut untuk menentukan *action*, *stakeholder*, serta *goal* dari ide yang diangkat, untuk nantinya digunakan sebagai bahan acuan bagi peserta dalam mengembangkan ide bisnis lebih jauh lagi.

b. *Hacksprint 2*

Tahap ini merupakan tahap lanjutan dari tahap sebelumnya yaitu *hacksprint 1*. Sebelum peserta masuk pada tahap *hacksprint 2*, dari tim 1000 *startup digital* mengharuskan peserta melakukan riset terlebih dahulu terkait ide ide bisnis yang diangkat sebagai bekal untuk tahap selanjutnya. Pada tahap ini yang masih dipandu dengan fasilitator yang sama dengan tahap sebelumnya, peserta dituntut untuk menulis *feedback* dari riset yang telah dilakukan sebelumnya. Selanjutnya fasilitator menyuruh peserta untuk membuat ide-ide lainnya yang mungkin bisa diterapkan pada ide bisnis yang diangkat.

c. *Bootcamp*

Pada tahap ini para peserta tidak lagi dipandu oleh fasilitator tetapi langsung dipandu oleh mentor yang disediakan oleh 1000 *startup digital*. Dalam tahap *bootcamp* ini peserta melakukan *online mentoring meeting* dengan mentor dari berbagai bidang terkait. Para mentor sendiri bertugas untuk membantu para peserta dalam mengembangkan ide yang diangkat,

dengan cara memberi tahu langkah-langkah yang harus peserta lalui serta memberikan masukan atas langkah yang sudah dikerjakan. Di sela-sela mentoring, peserta juga mendapatkan *online report meeting* dengan tim dari 1000 *startup digital* lainnya untuk mengetahui sudah sejauh mana *progress* dari setiap tim.

d. *Pitching*

Tahap ini merupakan tahap terakhir dari rangkaian kegiatan 1000 *startup digital*. Sebelum ide yang diangkat benar-benar siap untuk dikembangkan menjadi *startup*, tahap yang harus dilalui terlebih dahulu adalah *pitching*. *Pitching* dilakukan dengan mempresentasikan ide yang diangkat kepada para dewan juri dari 1000 *startup digital*. Tahap ini merupakan tahap penentuan bagi seluruh tim *startup* yang berpartisipasi dalam kegiatan 1000 *startup digital* ini untuk menuju tahap selanjutnya.

3. *Indonesia Digital Tribe*

Indonesia Digital Tribe (IDT) adalah gerakan inisiasi untuk para talenta digital muda Indonesia untuk meningkatkan potensi menuju *digital ready talent* dan *digital entrepreneur*. *Indonesia Digital Tribe* ini sendiri merupakan hasil kerja sama antara Narasi, Kementerian BUMN, dan Kementerian Pendidikan Kebudayaan Riset dan Teknologi. Kegiatan ini terdiri dari beberapa tahap antara lain, *Registration*, *Digital Mentorship Program*, *Hackathon*, dan *Showcase*. Pada tahap *Registration* para peserta hanya mengisi form data diri serta form terkait ide yang diangkat, tetapi pada tahap *Digital Mentorship Program* peserta diharuskan untuk mengisi kuis seputar pengetahuan tentang *startup*. Kemudian nilai akhir dari kuis yang telah dikerjakan tadi akan dijadikan sebagai bahan pertimbangan lolos tidaknya tim ke tahap selanjutnya.

BAB III

METODOLOGI

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai rencana dan prosedur dalam proses perancangan ide bisnis baru sebagai solusi dari masalah yang ada menggunakan metode *design thinking*. *Design thinking* sangat berguna dalam memecahkan masalah yang rumit atau belum diketahui, dengan cara menata kembali masalah yang ada dalam sudut pandang manusia, menciptakan banyak ide-ide dalam sesi brainstorming, dan mengadopsi pendekatan langsung dalam pembuatan desain awal dan melakukan uji coba.

3.1 *Empathize*

Empathize merupakan tahapan awal dalam proses design thinking, pada tahap ini observasi dilakukan terhadap calon pengguna dan ide bisnis terdahulu. Observasi terhadap calon pengguna dilakukan dengan wawancara kepada calon pengguna dengan skenario yang sudah ditentukan. Sebelum melakukan observasi, kriteria calon pengguna dan pertanyaan wawancara akan ditentukan terlebih dahulu. Tujuan dari tahap *empathize* adalah untuk mendapatkan pemahaman terkait masalah yang ada dari calon pengguna atas penggunaan aplikasi dengan ide bisnis *digital content creator* yang sudah ada lebih dulu. Berdasarkan tahap ini akan ada informasi yang didapatkan untuk nantinya akan dianalisis guna membantu menemukan masalah utama.

3.1.1 Target Pasar

Hal pertama yang dilakukan sebelum melakukan observasi adalah mendapatkan target pasar. Target pasar didapatkan berdasarkan kriteria-kriteria yang telah ditentukan sebelumnya, yang tertera pada Tabel 3.1. Kemudian calon pengguna yang akan diobservasi akan diambil dari target pasar yang telah didapatkan. Tujuannya didapatkan target pasar lebih dulu agar observasi dapat dilakukan kepada calon pengguna yang tepat, sehingga dapat diperoleh keinginan dan kebutuhan calon pengguna yang spesifik.

Tabel 3.1 Kriteria Target Pasar

Demography	<ul style="list-style-type: none"> • Laki-laki atau perempuan • Usia 17-40 tahun • Mahasiswa, profesional, dan <i>freelancer</i>
Geography	<ul style="list-style-type: none"> • Tinggal di Indonesia
Psychography	<ul style="list-style-type: none"> • Aktif dalam pembuatan <i>digital content</i>
Behavior	<ul style="list-style-type: none"> • Pernah menggunakan aplikasi atau website dengan ide bisnis <i>digital content creator</i>

3.1.2 Sumber Data

Pada tahap *empathize* perancangan ide bisnis ini, sumber data yang didapatkan berasal dari data primer dan data sekunder. Untuk data primer diperoleh dari wawancara semi terstruktur yang dilakukan dengan calon pengguna, sedangkan data sekunder berupa informasi yang diperoleh dari internet. Wawancara terhadap calon pengguna dilakukan satu per satu secara *face to face* untuk mendapatkan pemahaman utuh dari setiap calon pengguna secara nyata. Wawancara dengan calon pengguna dilakukan secara daring menggunakan aplikasi *zoom meeting*. Sebelum melakukan wawancara, ditentukan terlebih dahulu pertanyaan-pertanyaan yang akan ditanyakan. Pertanyaan wawancara didesain untuk mengetahui pemahaman serta pengalaman calon pengguna terkait aplikasi dengan ide bisnis *digital content creator* yang sudah ada lebih dulu. Berikut ini pertanyaan wawancara yang akan ditanyakan kepada calon pengguna.

Tabel 3.2 Pertanyaan Wawancara Observasi

No	Pertanyaan Wawancara Observasi
1.	Apakah anda mengetahui adanya platform digital untuk para content creator?
2.	Apakah anda pernah menggunakan platform digital tersebut?
3.	Platform digital apa saja yang sudah pernah anda gunakan?
4.	Apa keuntungan yang anda dapatkan dari menggunakan platform digital tersebut?
5.	Apa kekurangan dari platform digital tersebut?
6.	Apakah platform digital yang anda gunakan sudah membantu anda sepenuhnya?
7.	Apa fitur yang seharusnya ada atau anda harapkan agar dapat membantu meningkatkan

	produktivitas anda?
8.	Hal apa yang menjadi pertimbangan anda dalam memilih platform digital content creator dari berbagai platform digital yang sudah ada?

3.2 Define

Pada tahap ini, informasi mengenai masalah yang diperoleh dari tahap observasi yang dilakukan dengan cara wawancara semi terstruktur akan dikumpulkan dan diolah. Kemudian informasi mengenai masalah yang telah dikumpulkan dan diolah akan digunakan untuk membantu dalam mengidentifikasi masalah sesungguhnya. Aktifitas selanjutnya adalah mendefinisikan masalah utama yang telah diidentifikasi sebelumnya menjadi sebuah pernyataan yang berorientasi kepada calon pengguna. Hal tersebut merupakan cara yang lebih baik untuk menggambarkan suatu masalah, serta mempermudah dalam mengumpulkan ide-ide di tahap selanjutnya.

3.3 Ideate

Tahap *ideate* merupakan tahap penciptaan dan pengumpulan ide-ide. Pada tahap ini pernyataan masalah yang telah terdefinisi sebelumnya diposisikan sebagai sebuah *goal*, sehingga mempermudah dalam penciptaan dan pengumpulan ide-ide. Kemudian *design thinker* akan mulai melakukan *brainstorming* guna memperoleh ide-ide yang sekiranya dapat mempermudah atau mempercepat tercapainya *goal* tersebut. Ide-ide yang telah diperoleh akan dikumpulkan dan dianalisis guna mendapatkan ide yang paling sesuai dengan *goal* yang telah ditetapkan untuk dijadikan sebagai ide utama.

3.3.1 Business Process Modeling Notation (BPMN)

Ide utama yang telah didapatkan sebelumnya kemudian akan direpresentasikan ke dalam bentuk diagram alur untuk memodelkan langkah proses bisnis yang dikembangkan dari ide utama secara menyeluruh. *Business process modeling notation* (BPMN) dibuat dengan tujuan untuk membantu para *stakeholder* yang terlibat dalam pengembangan ide bisnis ini agar mengerti dan memahami setiap langkah proses bisnis yang sedang dikembangkan, serta untuk mendukung manajemen bisnis kedepannya.

3.3.2 *Business Model Canvas (BMC)*

Setelah *business process modeling notation* (BPMN) telah dibuat, tahap selanjutnya adalah membuat sebuah kerangka yang menjelaskan strategi merencanakan proses bisnis. Segala elemen-elemen penting yang mendukung berjalannya proses bisnis akan dituangkan ke dalam sebuah visual chart yang disebut *business model canvas* (BMC). Tujuan dibuatnya *business model canvas* (BMC) untuk memudahkan dalam pemaparan gambaran ide dan konsep bisnis serta realisasinya.

3.4 *Prototype*

Memasuki tahap *prototype*, *prototype* merupakan representasi dari ide utama yang sudah melewati tiga tahap sebelumnya dalam bentuk versi minimumnya. Dasar dalam pembuatan *prototype* adalah *business process model notation* (BPMN) yang telah dibuat sebelumnya. Tujuan dibuatnya *prototype* adalah untuk memberikan pemahaman sekaligus praktik nyata kepada calon pengguna terkait cara kerja ide yang sedang dikembangkan. *Prototype* nantinya akan disebar dan diujikan kepada calon pengguna untuk mendapatkan *feedback* dari calon pengguna.

3.5 *Testing*

Tahap *testing* merupakan tahap terakhir pada proses *design thinking*. Pada tahap ini dilakukan pengujian ide bisnis kepada calon pengguna menggunakan *prototype* yang telah dibuat sebelumnya. Tujuan dilakukannya *testing* ini adalah untuk mengetahui sejauh mana ide bisnis yang telah dikembangkan ini dapat menyelesaikan masalah yang ada dan memenuhi kebutuhan calon pengguna. Setelah dilakukan pengujian, calon pengguna akan diminta untuk memberikan *feedback* terkait *prototype* yang telah mereka coba untuk kebutuhan perbaikan dan penyempurnaan ide bisnis. Berikut ini pertanyaan wawancara yang akan ditanyakan kepada calon pengguna untuk mendapatkan *feedback*.

Tabel 3.3 Pertanyaan Wawancara *Feedback*

No	Pertanyaan Wawancara <i>Feedback</i>
1.	Apakah tampilan antarmuka pada <i>prototype</i> CreativePub memudahkan anda dalam mengoperasikan <i>prototype</i> ?
2.	Apakah fitur yang ada pada <i>prototype</i> CreativePub sudah sesuai dengan kebutuhan anda?
3.	Apakah menggunakan website sebagai basis untuk ide bisnis CreativePub ini mempermudah

	anda sebagai pengguna?
4.	Bagaimana tanggapan anda mengenai ide bisnis CreativePub ini?
5.	Apakah nantinya anda bersedia untuk menggunakan website CreativePub?



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai hasil dari setiap tahap pada pengembangan ide bisnis menggunakan metode *design thinking*. Tahap-tahap yang dimaksud adalah *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *testing*. Hasil akhir pada bab ini nantinya akan berupa konsep ide bisnis dan model bisnis sebagai bentuk solusi atas masalah-masalah yang telah ditemukan. Kemudian konsep ide bisnis dan model bisnis tersebut yang nantinya akan digunakan sebagai acuan oleh *hipster* dan *hacker* untuk dikembangkan menjadi sebuah aplikasi sebagai bentuk solusi yang nyata.

4.1 *Empathize*

Hasil yang didapatkan dari melakukan observasi kepada calon pengguna dengan melakukan wawancara semi-terstruktur pada tahap *empathize* ini, berupa informasi awal dari calon pengguna yang kemudian akan disimpulkan menjadi sebuah masalah pada tahap selanjutnya. Selain hasil dari melakukan wawancara kepada calon pengguna, terdapat juga hasil dari melakukan observasi terhadap ide bisnis yang sudah ada.

4.1.1 Wawancara Calon Pengguna

Observasi kepada calon pengguna menggunakan wawancara semi-terstruktur baru bisa dilakukan setelah berhasil diduplikatnya sepuluh orang calon pengguna yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya. Sepuluh calon pengguna yang akan diwawancara ini terbagi atas beberapa profesi yaitu mahasiswa, profesional, dan *freelancer*. Tetapi terdapat juga calon pengguna yang memiliki lebih dari satu profesi seperti mahasiswa yang sekaligus juga menjadi profesional, maupun mahasiswa yang sekaligus menjadi *freelancer*. Setelah dilakukan wawancara maka didapatkan hasil sebagai berikut.

Tabel 4.1 Hasil Wawancara

Narasumber 1 Nur Sabilly (Pria) Profesional		
1.	Apakah anda mengetahui adanya platform digital untuk para content creator?	Iya mengetahui.
2.	Apakah anda pernah menggunakan platform digital tersebut?	Sering sekali.
3.	Platform digital apa saja yang sudah pernah anda gunakan?	Dribbble dan Deviantart.
4.	Apa keuntungan yang anda dapatkan dari menggunakan platform digital tersebut?	<ul style="list-style-type: none"> -Membuat karya yang saya buat dikenal oleh masyarakat umum. -Mendapatkan calon-calon client yang akan menggunakan jasa saya. -Mempermudah mencari inspirasi tentang content dengan niche yang sesuai.
5.	Apa kekurangan dari platform digital tersebut?	<ul style="list-style-type: none"> -Tidak ramah pengguna baru. -Platform dari luar negeri. -Beberapa content dari creator Indonesia di blok.
6.	Apakah platform digital yang anda gunakan sudah membantu anda sepenuhnya?	Dapat dikatakan belum.
7.	Apa fitur yang seharusnya ada atau anda harapkan agar dapat membantu meningkatkan produktivitas anda?	<ul style="list-style-type: none"> -Fitur chat langsung dari client agar bisa menghubungi content creator. -Gallery untuk portofolio.
8.	Apa yang menjadi pertimbangan anda dalam memilih platform digital content creator dari berbagai platform digital yang sudah ada?	<ul style="list-style-type: none"> -Kelengkapan fitur. -Kemudahan penggunaan baik dari user client atau user creator. -Popularitasnya di SEO atau di mata masyarakat umum.
Narasumber 2 Auliya Khanza Q (Wanita) Mahasiswa		
1.	Apakah anda mengetahui adanya platform	Iya, saya mengetahui terdapat beberapa

	digital untuk para content creator?	platform digital untuk para content creator.
2.	Apakah anda pernah menggunakan platform digital tersebut?	Iya, saya pernah menggunakannya.
3.	Platform digital apa saja yang sudah pernah anda gunakan?	Freepik, Dribbble, Behance, dan Pinterest.
4.	Apa keuntungan yang anda dapatkan dari menggunakan platform digital tersebut?	Keuntungan yang saya dapatkan dari menggunakan freepik adalah mendapatkan aset-aset yang saya butuhkan. Sedangkan untuk dribbble dan behance saya mendapatkan content creator yang saya inginkan sesuai kebutuhan saya.
5.	Apa kekurangan dari platform digital tersebut?	Kekurangan dari platform-platform digital tersebut hanya menyediakan suatu kategori secara spesifik jadi jika memerlukan aset lain harus berpindah website.
6.	Apakah platform digital yang anda gunakan sudah membantu anda sepenuhnya?	Sudah membantu tetapi belum sepenuhnya.
7.	Apa fitur yang seharusnya ada atau anda harapkan agar dapat membantu meningkatkan produktivitas anda?	Fitur review/rating untuk melihat kredibilitas content creator.
8.	Apa yang menjadi pertimbangan anda dalam memilih platform digital content creator dari berbagai platform digital yang sudah ada?	Saya melihat dari banyaknya aset yang tersedia, apakah aset tersebut berbayar/gratis.

4.1.2 Ide Bisnis Terdahulu

Selain observasi kepada calon pengguna adapun observasi terhadap ide bisnis terdahulu yang juga dilakukan. Observasi ide bisnis terdahulu dilakukan dengan menganalisis fitur serta kelebihan dan kekurangan yang ada pada ide bisnis tersebut. Tujuan dilakukannya observasi ini yaitu untuk mengetahui seberapa jauh ide bisnis tersebut dapat membantu memecahkan masalah yang ada dan memenuhi kebutuhan pengguna. Berikut adalah hasil observasi terhadap ide bisnis terdahulu yang disajikan dalam Tabel 4.2.

Tabel 4.2 Ide Bisnis Terdahulu

No	Nama Aplikasi	Deskripsi	Kelebihan	Kekurangan
1	Dribbble	<p>Dribbble adalah <i>platform</i> jejaring sosial untuk <i>digital content creator</i>. Dribbble berfungsi sebagai platform portofolio desain, pekerjaan, perekrutan dan merupakan salah satu <i>platform</i> terbesar bagi <i>digital content creator</i> untuk berbagi pekerjaan mereka secara online.</p>	<p>Memiliki fitur yang lengkap karena selain sebagai tempat untuk para <i>digital content creator</i> dapat memposting hasil karya mereka dan mencari <i>job</i>, pada aplikasi ini juga terdapat <i>marketplace</i> untuk para <i>digital content creator</i> dapat memasarkan karya mereka. Kemudian terdapat halaman blog juga di dalam aplikasi ini yang berisi artikel maupun tutorial terkait <i>digital content</i>.</p>	<p>Terlalu banyak biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan akses penuh pada aplikasi ini. Pertama, biaya langganan bulanan untuk dapat menggunakan semua fitur yang ada. Kedua, biaya tambahan apabila ingin mengunduh <i>digital content</i> atau produk kreatif digital dari aplikasi tersebut, karena tidak termasuk biaya langganan bulanan tadi.</p>
2	Behance	<p>Behance adalah sebuah <i>platform</i> media sosial yang fokus utamanya adalah untuk memamerkan dan menemukan karya <i>digital content creator</i>.</p>	<p>Sangat cocok sebagai media untuk para <i>digital content creator</i> dapat membagikan dan menampilkan hasil karya atau portofolio mereka untuk pengembangan karir. Aplikasi ini juga memudahkan seseorang untuk mencari <i>digital content creator</i> untuk digunakan jasanya, karena karya dan portofolio dari <i>digital content creator</i> akan dikelompokkan sesuai dengan <i>tools</i> yang digunakan. Selain itu di dalam aplikasi ini juga terdapat fitur <i>livestream</i> untuk para <i>digital</i></p>	<p>Secara fitur dan model bisnis behance tidak memberikan tempat atau cara untuk para <i>digital content creator</i> dapat melakukan monetisasi karya mereka secara langsung dari aplikasi ini. <i>Digital content creator</i> hanya bisa melakukan monetisasi berdasarkan dari kemampuan mereka, karena pada aplikasi ini hanya memiliki fitur pencarian <i>jobs</i>.</p>

			<i>content creator</i> dapat menunjukkan kemampuan mereka.	
3	Envato	Envato adalah sebuah <i>marketplace</i> yang menjual beragam produk kreatif digital berupa karya dari para <i>digital content creator</i> .	Merupakan <i>marketplace</i> untuk produk kreatif digital yang lengkap, karena format dari karya-karya <i>digital content creator</i> yang dipasarkan beragam. Kemudian aplikasi ini juga menyediakan blog yang berisi beragam artikel tentang <i>digital content</i> , lalu ada forum untuk berdiskusi, serta menyediakan <i>tools</i> untuk seseorang dapat membuat <i>digital content</i> mereka sendiri.	Hanya sebuah <i>marketplace</i> yang menyediakan produk kreatif digital dan karya-karya dari <i>digital content creator</i> . Tidak memiliki fitur lain untuk para <i>digital content creator</i> dapat membagikan atau menampilkan hasil karya dan portofolio para <i>digital content creator</i> maupun untuk mencari <i>job</i> .

4.2 Define

Hasil dari tahap ini diperoleh setelah melakukan pendefinisian masalah dan kebutuhan calon pengguna. Pada tahap ini, hasil dari tahap sebelumnya yaitu *empathize* akan digunakan untuk membantu mendefinisikan masalah dan kebutuhan calon pengguna. Masalah dan kebutuhan calon pengguna ini yang kemudian akan digunakan dalam pencarian solusi dan pengadaan ide.

4.2.1 Pendefinisian Masalah

Informasi yang telah diperoleh dari tahap sebelumnya melalui wawancara semi-terstruktur kepada calon pengguna, kemudian akan diolah untuk membantu dalam mengidentifikasi masalah. Setelah masalah berhasil diidentifikasi berdasarkan informasi yang ada, maka dapat didefinisikan masalah-masalah yang ada sebagai berikut.

Tabel 4.3 Daftar Masalah

No	Masalah
1.	Platform digital yang sudah ada berasal dari luar negeri, sehingga tidak teregulasi di Indonesia.
2.	Platform digital yang sudah ada formatnya kurang beragam, hanya menyediakan karya dalam satu atau dua format saja.
3.	Mahalnya untuk mengakses semua fitur dan mendapatkan aset digital pada platform yang sudah ada.
4.	Tidak semua platform digital yang sudah ada menyediakan fitur untuk dapat mencari <i>creator</i> yang sesuai.
5.	Tidak semua platform digital yang sudah ada menyediakan fitur untuk dapat mengunduh karya dari <i>creator</i> .
6.	Tidak semua platform digital yang sudah ada menyediakan fitur <i>job</i> untuk dapat dilamar oleh <i>creator</i> .
7.	Platform digital yang sudah ada tidak <i>support</i> pembayaran dalam negeri.

4.2.2 Pendefinisian Kebutuhan

Setelah masalah calon pengguna berhasil didefinisikan, langkah selanjutnya adalah menyimpulkan kebutuhan calon pengguna berdasarkan masalah tersebut. Dari masalah yang berhasil terdefiniskan sebelumnya, maka dapat disimpulkan beberapa kebutuhan calon pengguna yang tertera pada Tabel 4.4 di bawah ini.

Tabel 4.4 Daftar Kebutuhan

No	Kebutuhan
1.	Platform digital untuk para <i>digital content creator</i> yang teregulasi di Indonesia.
2.	Platform digital yang menyediakan beragam format untuk <i>digital content</i> atau aset digital.
3.	Platform digital yang menyediakan semua fitur dan <i>digital content</i> atau aset digital dalam sekali berlangganan dengan biaya yang relatif murah.
4.	Platform digital yang menyediakan fitur pencarian creator untuk digunakan jasanya.
5.	Platform digital yang menyediakan fitur untuk dapat mengunduh karya dari <i>creator</i> .
6.	Platform digital yang menyediakan fitur <i>job</i> untuk para <i>creator</i> .
7.	Platform digital dengan system pembayaran yang mudah.

4.3 Ideate

Setelah mendapatkan kebutuhan calon pengguna pada tahap *define*, selanjutnya dilakukan *brainstorming*. *Brainstorming* dilakukan untuk mendapatkan ide terkait *users and actions* yang nantinya ide-ide tersebut akan dipetakan ke dalam *user journey*. Berdasarkan *user journey* tersebut, kemudian dikembangkanlah menjadi ide solusi yang utuh, dan didapatkan ide bisnis CreativePub. Dengan modal ide bisnis yang telah didapatkan maka ide bisnis tersebut dapat direpresentasikan ke dalam diagram alur yang disebut *Business Process Modeling Notation (BPMN)* dan membuat kerangka strategi rencana proses bisnis yang disebut *Business Model Canvas (BMC)*.

4.3.1 Users and Actions

Pada *users and actions*, *brainstorming* dilakukan untuk memunculkan siapa saja *users* yang nantinya akan menggunakan website yang akan dikembangkan. Setelah didapatkan *content creator*, *client*, dan admin sebagai *users*, langkah selanjutnya adalah memikirkan *actions* apa saja yang nantinya dapat dilakukan oleh setiap *users*. Berikut *users & actions* yang telah berhasil didapatkan yang tertera pada Gambar 4.1 di bawah ini.

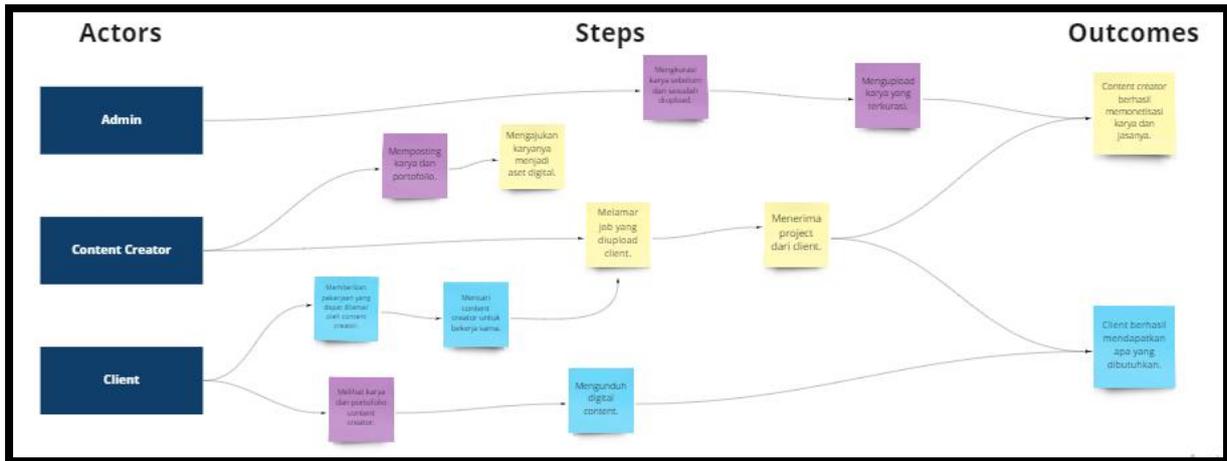
- *Content creator* :
 - Memposting karya dan portofolio.
 - Mengajukan karyanya menjadi aset digital.
 - Menerima *project* dari *client*.
 - Melamar *job* yang diupload *client*.
- *Client* :
 - Mencari *content creator* untuk bekerja sama.
 - Memberikan pekerjaan yang dapat dilamar oleh *content creator*.
 - Melihat karya dan portofolio *content creator*.
 - Mengunduh *digital content*.
- Admin :
 - Mengkurasi karya sebelum dan sesudah di-*upload*.
 - Menghapus karya yang telah ter-*upload*.

	Content Creator	Client	Admin
Action 1	Memposting karya dari portofolio.	Mencari content creator untuk bekerja sama.	Mengupload karya sebelum dan sesudah diupload.
Action 2	Mengajukan karyanya menjadi aset digital.	Membentuk perjanjian yang dapat dituntut oleh content creator.	Menghapus karya yang telah terupload.
Action 3	Menerima project dari client.	Melihat karya dan portofolio content creator.	
Action 4	Melamar job yang diupload client.	Mengunduh digital content.	

Gambar 4.1 *Users and Actions*

4.3.2 *User Journey*

Users and actions yang telah didapatkan sebelumnya akan ditransformasikan menjadi diagram alur untuk melihat di proses mana para *users* berinteraksi. Pada *user journey* terdapat tiga bagian yaitu *actors*, *steps*, dan *outcomes*. Bagian *actors* diisikan *users* yang sebelumnya telah didapatkan, dan bagian *steps* diisikan *actions* dari setiap *users*. Kemudian setiap *actions* dari para *users* akan dihubungkan satu sama lain hingga terbentuk sebuah proses, dan hasil yang diharapkan dari proses tersebut akan diisikan pada bagian *outcomes*. *User journey* ini nantinya yang akan digunakan sebagai dasar dalam pengembangan konsep ide bisnis.



Gambar 4.2 User Journey

4.3.3 CreativePub 1.0

Berdasarkan hasil dari *brainstorming* sebelumnya, maka terciptalah CreativePub 1.0. CreativePub 1.0 adalah sebuah platform web dengan konsep *customer to customer* yang dapat membantu *client* menemukan *digital content creator* untuk digunakan jasanya. *Client* dapat mencari *digital content creator* secara manual, atau *client* juga bisa memposting *job* yang dapat di-*apply* oleh *digital content creator*. Pada platform CreativePub *digital content creator* dapat memposting karya dan portofolio mereka, dengan tujuan agar dapat lebih memudahkan *client* dalam mencari *digital content creator* yang sesuai dengan apa yang mereka inginkan, dan juga sebagai bahan pertimbangan *client* dalam mencari atau memilih *digital content creator*. CreativePub juga memberikan tempat untuk pihak yang membutuhkan seseorang atau *digital content creator* untuk menyelesaikan projectnya dalam bentuk sayembara atau kontes, *digital content creator* hanya perlu mendaftarkan diri dan mengirimkan karyanya untuk mengikuti sayembara atau kontes yang ada. CreativePub 1.0 merupakan konsep ide bisnis yang pertama kali muncul dalam pengadaan ide solusi, fitur-fitur utama yang dimiliki oleh CreativePub, antara lain :

1. Fitur untuk memposting karya dan portofolio bagi *digital content creator*.
2. Fitur untuk memposting *job* bagi seseorang yang mencari *digital content creator* untuk digunakan jasanya.
3. Fitur untuk dapat mengadakan sayembara atau kontes pembuatan *digital content*.

4.3.4 CreativePub 2.0

Setelah mengikuti beberapa kegiatan perintisan bisnis dan dilakukan pengkajian ulang, ide bisnis CreativePub 1.0 sebelumnya mengalami beberapa perubahan konsep, sehingga didapatkan CreativePub 2.0. CreativePub 2.0 adalah sebuah platform digital kreatif berbasis web dengan konsep *business to customer* untuk para *digital content creator* dapat saling berbagi karya mereka. CreativePub dapat membantu mempertemukan *digital content creator* dengan orang yang ingin membeli karya dan jasa mereka. CreativePub juga memberi kesempatan kepada para *digital content creator* agar bisa mendapatkan penghasilan dari karya mereka. Selain itu, CreativePub juga merupakan sebuah website penyedia aset digital dengan model bisnis *subscription*. Di mana seseorang yang membutuhkan aset digital untuk membantu meningkatkan kreasi *creator*-nya, dapat melakukan berlangganan untuk mendapatkan *digital content* atau aset digital dari berbagai *digital content creator* dan dalam berbagai format. Dari sisi *digital content creator* mereka bisa mendapatkan penghasilan dari karya mereka dengan cara mengajukan karya mereka kepada CreativePub, untuk nantinya dapat dijadikan sebagai aset digital yang tersedia di CreativePub untuk bisa diunduh oleh member CreativePub. Setiap karya yang diunduh, maka *digital content creator* atas karya tersebut akan mendapatkan royalti berdasarkan jumlah unduhan dari karya tersebut. Berikut fitur-fitur utama yang dimiliki oleh CreativePub, antara lain :

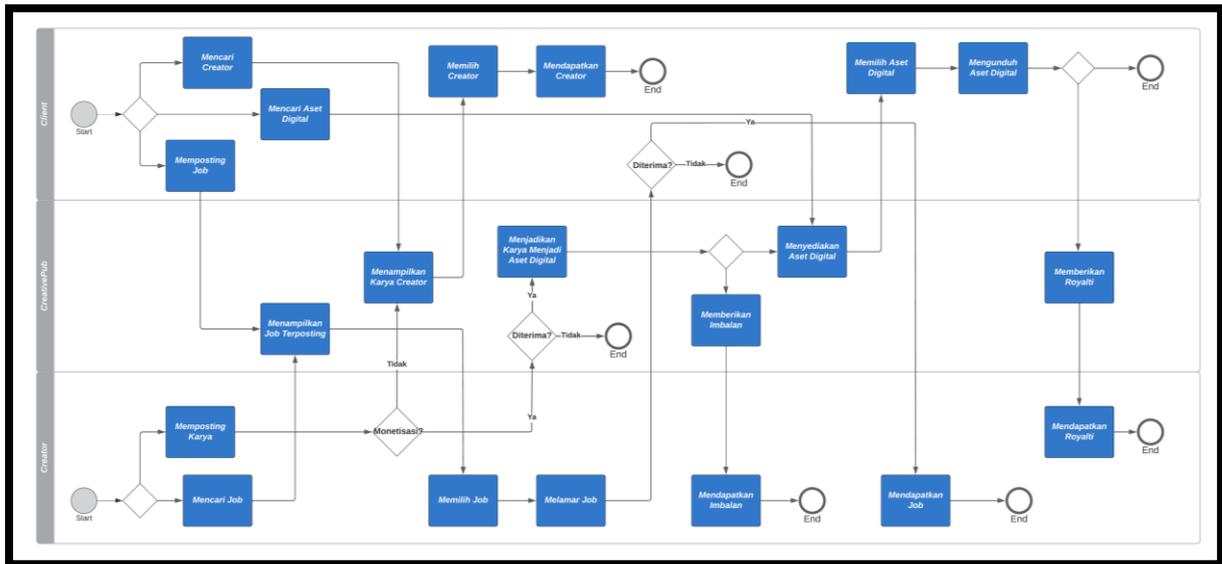
1. Fitur untuk memposting karya dan portofolio bagi *digital content creator*.
2. Fitur untuk memposting *job* bagi seseorang yang mencari *digital content creator* untuk digunakan jasanya.
3. Fitur untuk dapat mengunduh *digital content* atau aset digital yang tersedia.
4. Fitur bagi *digital content creator* untuk dapat memonetisasi karya mereka.
5. Fitur bagi para pengguna agar dapat melakukan pembayaran untuk berlangganan melalui pihak ketiga.

4.3.5 Business Process Modeling Notation (BPMN)

Business Process Modeling Notation (BPMN) dari ide bisnis CreativePub dibuat dengan menggunakan *tool* lucid.app. Tujuan dibuatnya *Business Process Modeling Notation (BPMN)* untuk memudahkan dalam memahami proses bisnis dari ide bisnis CreativePub. Pada *Business Process Modelinng Notation (BPMN)* CreativePub yang ditampilkan pada Gambar 4.3.2 di bawah ini, terdiri dari dua puluh *activities*, sembilan *events*, tujuh *gateways*, satu *pool*, dan tiga *lanes* yang terdiri dari *client*, *creator*, dan CreativePub atau sistem. Pada

bagian *client*, *client* dapat mencari *creator*, mencari aset digital, ataupun memposting *job*. Jika *client* memilih mencari *creator*, maka selanjutnya CreativePub akan menampilkan karya-karya *creator* yang telah terposting sebelumnya untuk dapat dilihat oleh *client* dan menjadi bahan pertimbangan dalam memilih *creator*. Jika *client* memilih untuk mencari aset digital maka CreativePub akan menampilkan aset digital yang telah *creator* buat, ajukan, dan diterima untuk dijadikan sebagai aset digital. Kemudian *client* akan memilih dan mengunduh aset digital yang sesuai dengan yang mereka butuhkan, dan CreativePub akan memberikan royalti kepada *creator* atas karya mereka yang telah diunduh oleh *client*. Terakhir *client* dapat memposting *job* untuk mencari dan mendapatkan *creator* yang sesuai untuk digunakan jasanya.

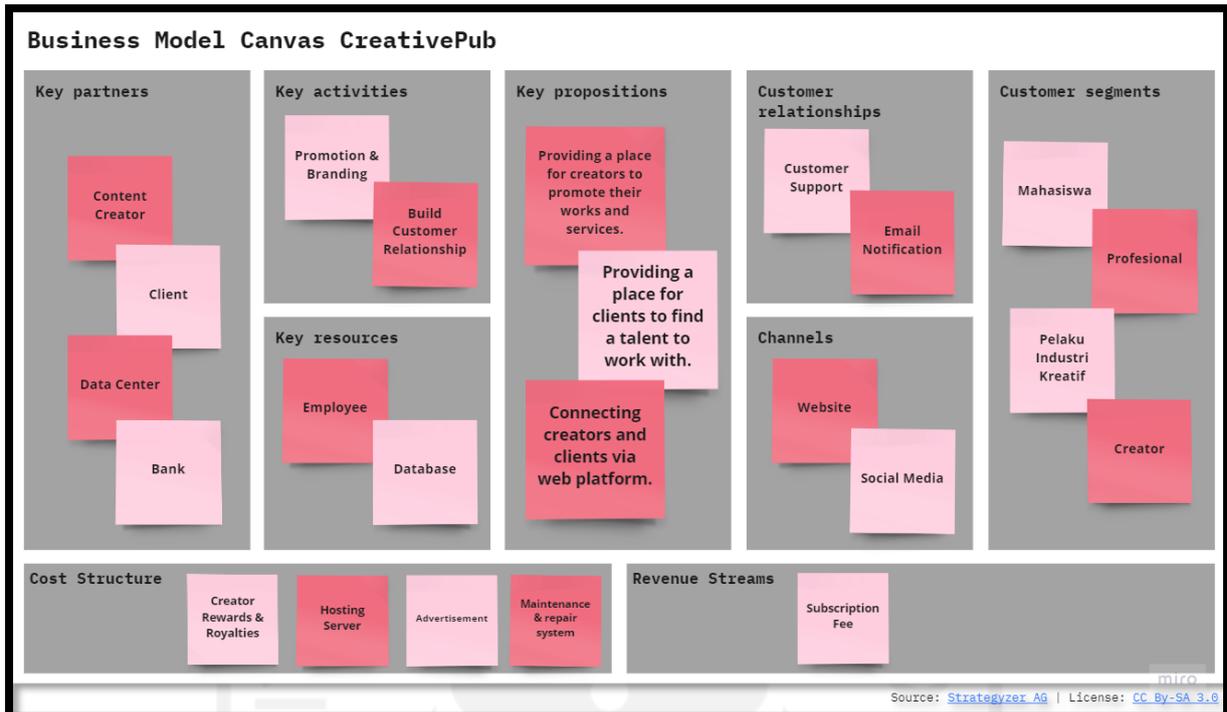
Untuk bagian *creator*, *creator* dapat memposting karya dan mencari *job*. Jika *creator* memilih memposting karya, maka selanjutnya akan ada pilihan apakah karya tersebut untuk dimonetisasi atau tidak. Jika memilih tidak maka karya tersebut akan diposting dan ditampilkan sebagai karya *creator* tersebut, tetapi jika memilih ya maka karya tersebut harus diajukan kepada CreativePub terkait layak atau tidaknya karya tersebut untuk dijadikan aset digital. Apabila karya tersebut diterima maka CreativePub akan menjadikan karya *creator* tersebut sebagai aset digital dan menyediakannya kepada *client*, kemudian CreativePub akan memberikan imbalan kepada *creator* atas karya yang telah mereka ajukan dan dijadikan sebagai aset digital. Saat *creator* memilih mencari *job*, maka CreativePub akan menampilkan *job* yang sebelumnya telah diposting oleh *client*, lalu *creator* akan memilih dan melamar *job* yang sesuai dengan *creator* tersebut. Kemudian apabila lamaran *creator* tersebut diterima, artinya *creator* tersebut sesuai dengan apa yang *client* butuhkan dan *creator* tersebut mendapatkan *job*-nya.



Gambar 4.3 BPMN CreativePub

4.3.6 Business Model Canvas (BMC)

Business Model Canvas (BMC) dari ide bisnis CreativePub dibuat dengan menggunakan *tool miro.com*. Tujuan dibuatnya *Business Model Canvas (BMC)* CreativePub adalah untuk memudahkan dalam memahami strategi perencanaan proses bisnis CreativePub. Pada *Business Model Canvas (BMC)* CreativePub yang ditampilkan pada Gambar 4.3.3 di bawah ini, terdiri dari Sembilan *blocks* yaitu *Customer Segments*, *Value Poropotions*, *Channels*, *Customer Relationships*, *Revenue Streams*, *Key Resources*, *Key Activities*, *Key Partnerships*, *Cost Structure*.



Gambar 4.4 BMC CreativePub

a. *Customer Segments*

Pada *Business Model Canvas (BMC)* CreativePub, CreativePub memiliki empat *customer segments* yaitu mahasiswa, profesional, pelaku industri kreatif, dan creator. Karena empat *customer segments* tersebut yang paling sering bersinggungan dengan pembuatan *digital content*.

b. *Value Propositions*

Value propositions pada strategi perencanaan proses bisnis CreativePub adalah menyediakan wadah bagi para *creator* untuk mempromosikan karya dan jasanya, menyediakan tempat bagi *client* untuk menemukan *creator* untuk diajak bekerja sama, dan menghubungkan *creator* dan *client* melalui platform web.

c. *Channels*

CreativePub memiliki dua *channels* yaitu media sosial dan *website*. Media sosial sebagai saluran untuk memperkenalkan dan mempromosikan CreativePub kepada calon pengguna, dan *website* sebagai saluran untuk menjalankan proses bisnis.

d. *Customer Relationships*

Untuk mendapatkan pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama, CreativePub memiliki dua *customer relationships* yaitu *customer support* dan *email notification*.

e. *Revenue Streams*

Revenue streams pada strategi perencanaan proses bisnis CreativePub adalah *subscription fee*, yang mana itu didapatkan dari pengguna CreativePub yang melakukan berlangganan.

f. *Key Resources*

Aset-aset yang diperlukan CreativePub untuk menjalankan proses bisnis adalah *employee* dan *database*. *Employee* untuk membantu menunjang keberlangsungan proses bisnis, dan *database* untuk menyimpan data-data para pengguna CreativePub.

g. *Key Activities*

CreativePub memiliki dua *key activities* untuk menunjang keberhasilan suatu ide bisnis dalam menyampaikan *value propotitions*-nya kepada pelanggan, yaitu *promotion & branding* dan membangun hubungan dengan pengguna.

h. *Key Partners*

Pada strategi perencanaan proses bisnis CreativePub, CreativePub memiliki *key partners* yaitu *content creator*, *client*, dan *data center*. Karena CreativePub melakukan kesepakatan kerja sama dengan *content creator* untuk menyediakan *digital content* pada CreativePub, dengan *client* menyediakan *content creator* untuk digunakan jasanya oleh *client*, dengan *data center* untuk menempatkan *database* atau sistem komputer lainnya ke dalam *data center* tersebut, dan dengan bank untuk membantu mentransfer uang imbalan maupun royalti kepada *content creator*.

i. *Cost Structure*

Cost structure pada strategi perencanaan proses bisnis CreativePub adalah imbalan dan royalti untuk *creator*, *hosting server*, *advertisement*, pemeliharaan dan perbaikan sistem.

4.3.7 Perhitungan Skema Bisnis

Biaya berlangganan atau *subscribe* pada CreativePub adalah sebesar 200 ribu rupiah. Besaran biaya tersebut berdasarkan nilai tengah dari rentang biaya berlangganan dari platform-platform yang sudah ada yaitu berkisar antara 150 – 300 ribu rupiah. Sedangkan

untuk imbalan *digital content creator* yang karyanya menjadi aset digital pada CreativePub adalah berkisar antara 50 – 150 ribu rupiah tergantung dari bentuk karya yang diajukan. Sedangkan untuk royalti setiap unduhan dari karya *digital content creator* yang menjadi aset digital, sebesar 10% dari imbalan karya tersebut. Besaran 10% didapatkan dari tingkat royalti yang berkisar antara 8% – 10% dari harga daftar.

4.3.8 Analisis Kompetitor

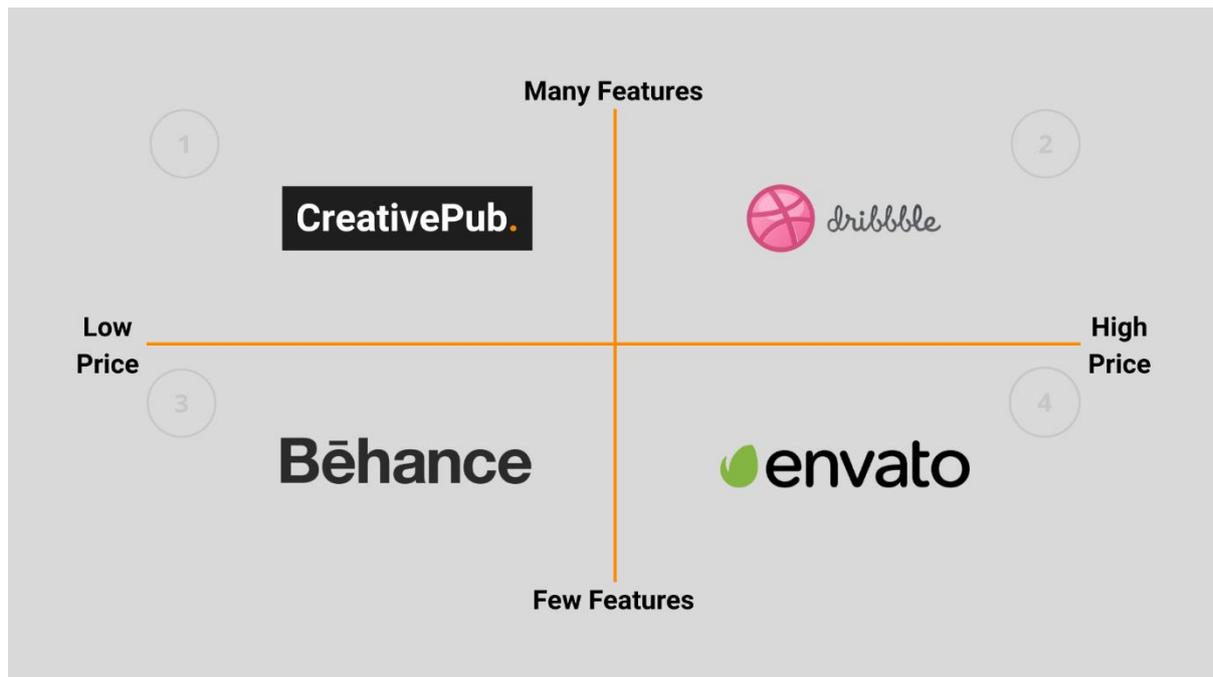
Setelah sebelumnya telah didapatkan ide solusi utuh yaitu CreativePub. Kemudian CreativePub akan dipetakan ke dalam tabel dan diagram berdasarkan fitur dan harga untuk melihat kekurangan dan kelebihan CreativePub dibandingkan dengan beberapa ide bisnis yang sudah ada dan serupa. Berikut ini tabel dan diagram perbandingan antara CreativePub dan ide bisnis lainnya.

	Share creation & portfolio	Post a job	Downloadable Content	Many Formats
Bēhance	✓			
envato			✓	✓
dribbble	✓	✓		
CreativePub.	✓	✓	✓	✓

Gambar 4.5 Perbandingan CreativePub

Berdasarkan tabel yang tertera pada Gambar 4.5 terlihat bahwa Behance hanya menyediakan tempat untuk membagikan karya dan portofolio bagi *digital content creator*. Envato memiliki konten atau produk kreatif digital yang bisa diunduh dengan cara berlangganan dan juga menyediakan konten atau produk kreatif digital dalam beragam format, tetapi tidak dapat menjadi tempat untuk membagikan karya dan portofolio serta

memposting *job*. Dribbble dapat menjadi tempat untuk membagikan karya dan portofolio bagi *digital content creator*, serta *client* juga dapat memposting *job* untuk dapat di-*apply* oleh *digital content creator*, tetapi tidak menyediakan konten dalam beragam format yang dapat diunduh hanya dengan berlangganan. Sedangkan CreativePub dapat menjadi tempat untuk membagikan karya dan portofolio sekaligus memposting *job*, serta menyediakan konten atau produk kreatif digital dalam beragam format yang dapat diunduh.



Gambar 4.6 *Positioning* CreativePub

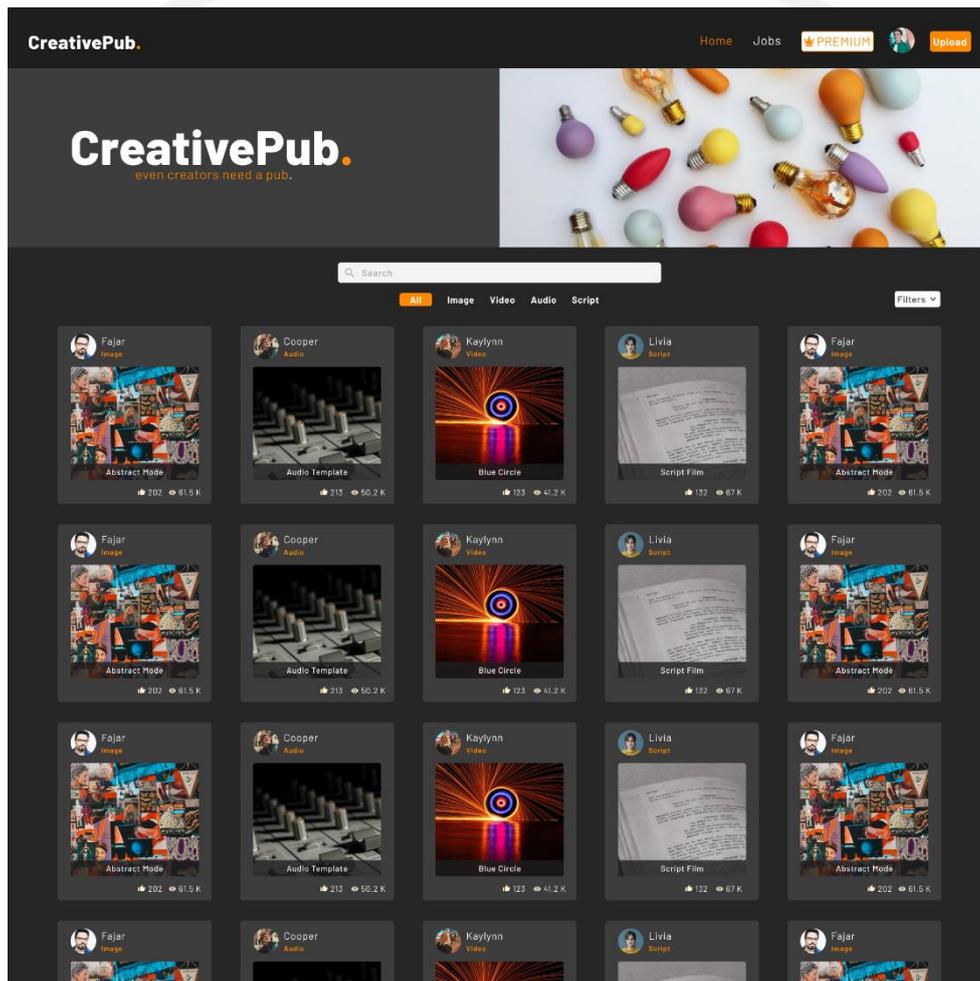
Kemudian untuk *positioning* CreativePub dapat dilihat pada diagram yang tertera pada Gambar 4.6 di atas. Pada diagram tersebut terlihat terdapat empat kuadran, kuadran satu yaitu harga yang murah dengan banyak fitur. Kuadran dua, harga yang relatif mahal dengan banyak fitur. Kuadran tiga, harga yang murah dengan sedikit fitur. Kuadran empat, harga yang relatif mahal dengan sedikit fitur. Untuk *positioning* CreativePub sendiri berada di kuadran satu, karena CreativePub berusaha untuk menyediakan fitur-fitur bagi pengguna hanya dengan sekali berlangganan.

4.4 *Prototype*

Hasil dari tahap ini berupa *prototype*. Ide bisnis yang berhasil diciptakan dari tahap *ideate* sebelumnya kemudian akan direalisasikan menjadi sebuah produk solusi dalam versi minimum. *Prototype* dari ide bisnis CreativePub dirancang menggunakan *tool* figma.com.

Tujuan perancangan *prototype* ide bisnis CreativePub adalah untuk membantu calon pengguna memahami proses bisnis CreativePub serta memberikan praktik nyata. Selain itu, perancangan *prototype* juga sebagai alat untuk pengujian apakah ide bisnis CreativePub dapat menyelesaikan masalah calon pengguna yang ada dan memenuhi kebutuhannya. Berikut ini adalah rancangan *prototype* dari ide bisnis CreativePub.

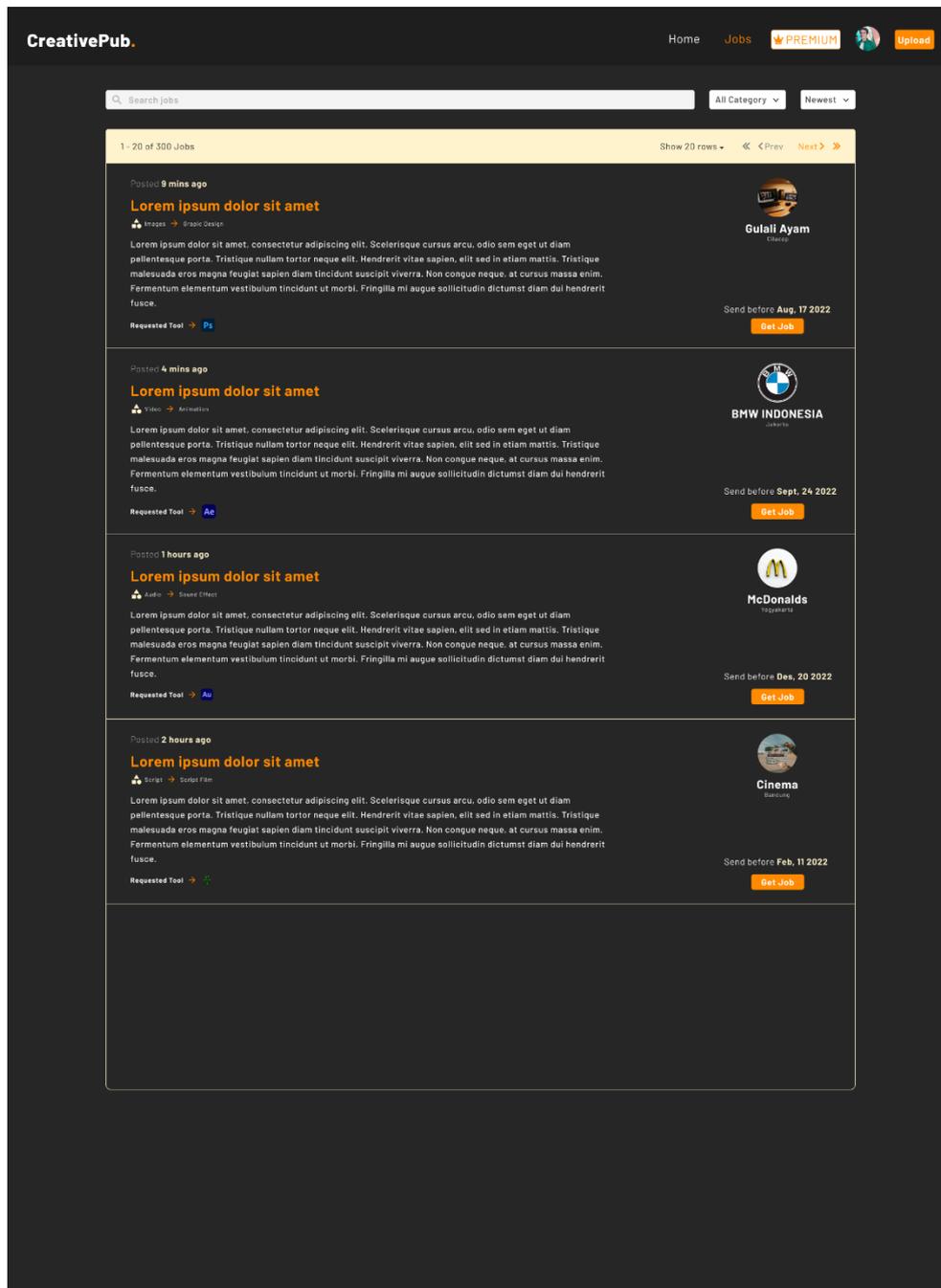
a. *Prototype Lending Page*



Gambar 4.7 *Prototype Landing Page*

Pada *Prototype Landing Page* CreativePub yang dapat dilihat pada Gambar 4.4.1, terlihat sebuah halaman yang menampilkan karya-karya yang direkomendasikan untuk pengguna dalam berbagai format. Karya yang ditampilkan pada *landing page* adalah karya yang berhasil diunggah oleh *creator* dengan tujuan untuk dijadikan sebagai portofolio mereka, atau untuk dimonetisasi dan dijadikan sebagai aset digital, atau sekedar hanya untuk berbagi.

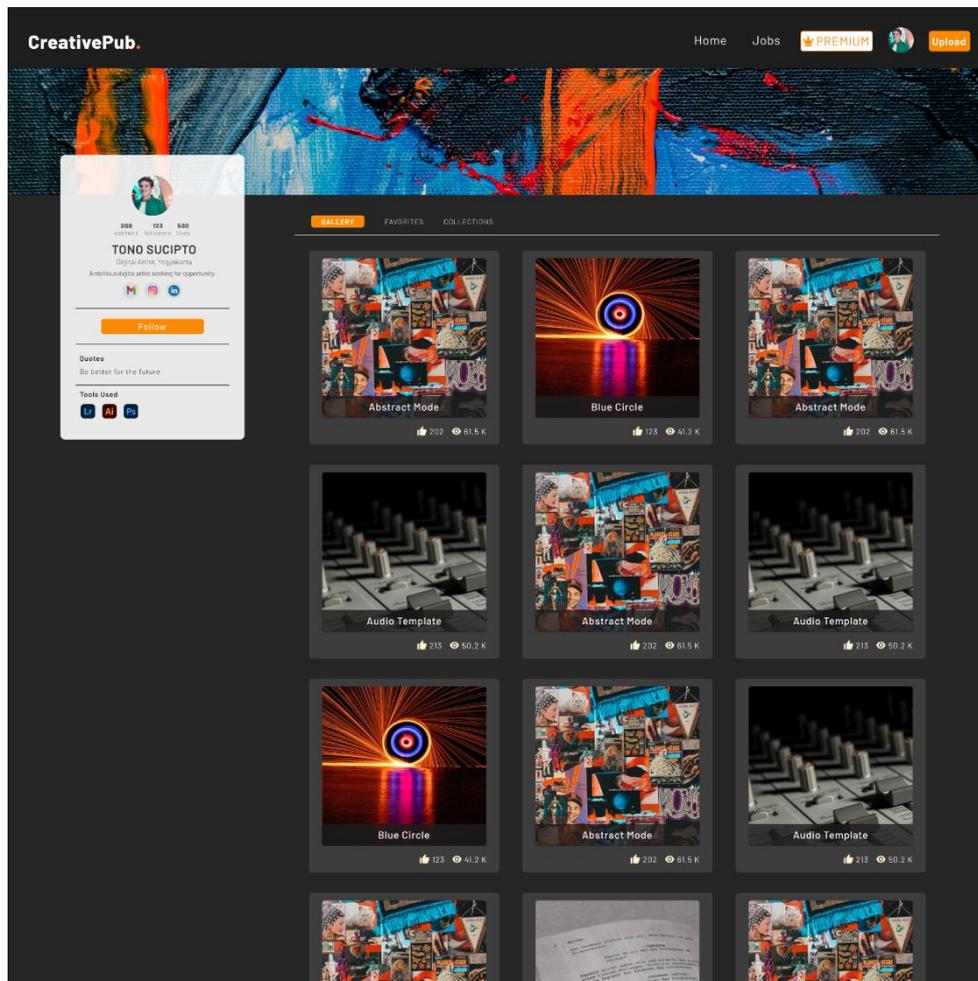
b. Prototype Jobs Page



Gambar 4.8 Prototype Jobs Page

Pada *Prototype Jobs Page* CreativePub yang dapat dilihat pada Gambar 4.4.2, terlihat sebuah halaman yang menampilkan *jobs* yang dapat dilamar oleh *creator*. *Jobs* tersebut telah diunggah oleh *client* dengan tujuan untuk mendapatkan *creator* yang sesuai untuk digunakan jasanya.

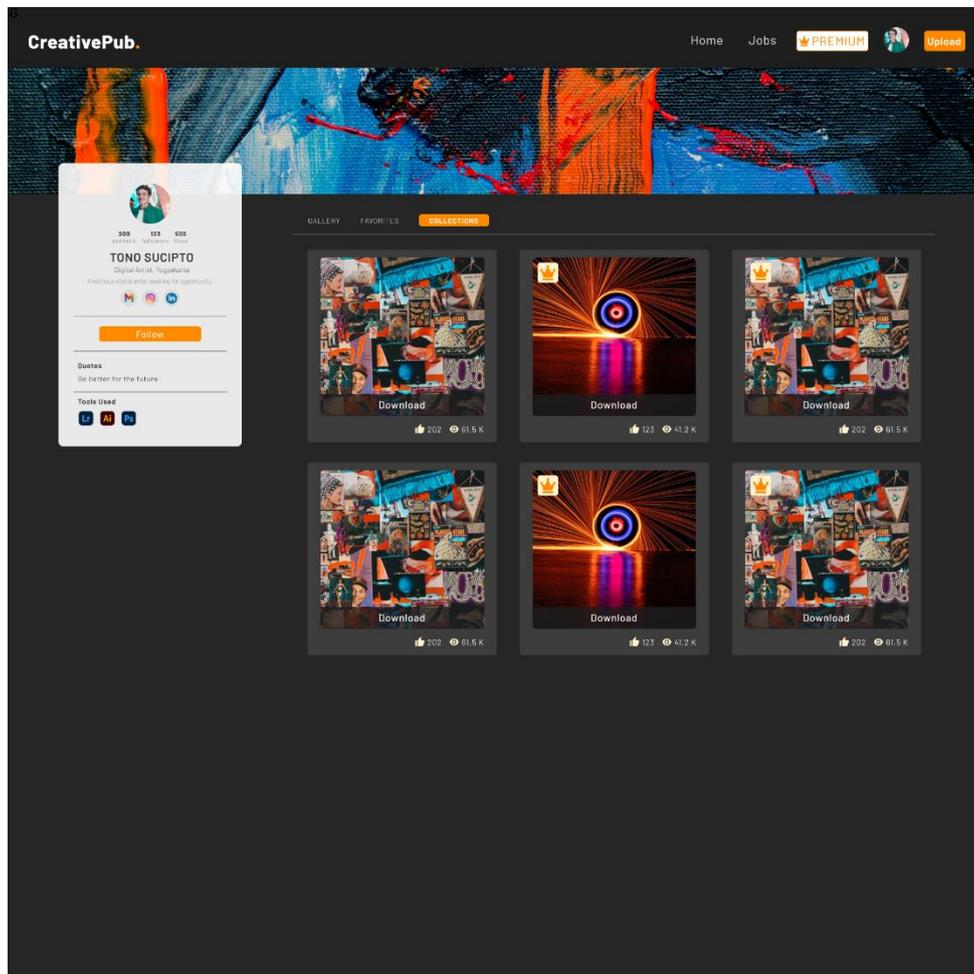
c. *Prototype Profile Gallery Page*



Gambar 4.9 *Prototype Profile Gallery Page*

Pada *Prototype Profile Galley Page* CreativePub yang dapat dilihat pada Gambar 4.4.3, terlihat sebuah halaman yang menampilkan profil *creator* sekaligus terdapat tiga menu. Salah satu menu, yaitu menu *gallery* yang menampilkan karya *creator* yang telah diunggah untuk dijadikan sebagai portofolio *creator* tersebut ataupun hanya untuk sekedar berbagi. Selain itu, pada halaman ini juga terdapat informasi mengenai kontak *creator* tersebut serta informasi mengenai *tools* yang digunakan.

d. *Prototype Profile Collections Page*



Gambar 4.10 *Prototype Profile Collections Page*

Pada *Prototype Profile Collections Page* CreativePub yang dapat dilihat pada Gambar 4.4.4, terlihat masih di halaman yang sama dengan halaman *prototype* sebelumnya yaitu halaman profil *creator* tetapi di menu yang berbeda. Pada menu ini terdapat panel yang menampilkan karya *creator* yang telah menjadi aset digital untuk diunduh dan digunakan oleh pengguna lain.

e. *Prototype Premium Payment Page*

Gambar 4.11 *Prototype Premium Payment Page*

Pada *Prototype Premium Payment Page* CreativePub yang dapat dilihat pada Gambar 4.4.5, terlihat sebuah halaman yang menampilkan form data diri untuk dapat diisi oleh pengguna, kemudian pilihan paket berlangganan dan pilihan metode pembayaran yang dapat dipilih oleh pengguna, serta informasi total jumlah yang harus dibayarkan.

4.5 *Testing*

Pada tahap ini hasil yang diperoleh berupa *feedback* yang didapatkan setelah melakukan pengujian *prototype* yang telah selesai dirancang sebelumnya kepada calon pengguna. Pengujian dilakukan dengan cara mempresentasikan terlebih dahulu konsep ide bisnis CreativePub kepada calon pengguna, kemudian dilanjutkan dengan memberi kesempatan calon pengguna untuk mencoba mengoperasikan serta memahami alur *prototype website* CreativePub.

4.5.1 Pengujian Solusi

Tahap pertama dalam *testing* sebelum melakukan pengujian lainnya adalah pengujian solusi. Tujuan pengujian solusi adalah untuk mengetahui apakah solusi yang ditawarkan dibutuhkan oleh calon pengguna atau sebaliknya. Pengujian solusi dilakukan dengan cara menjelaskan setiap solusi yang ditawarkan kepada calon pengguna dan bertanya kepada calon pengguna apakah solusi tersebut dibutuhkan atau tidak. Berikut ini hasil dari pengujian solusi yang dilakukan kepada sepuluh orang calon pengguna.

Tabel 4.5 Hasil Pengujian Solusi

No	Solusi	Butuh	Tidak Butuh
1.	Platform digital untuk para <i>digital content creator</i> yang teregulasi di Indonesia.	9	1
2.	Platform digital yang menyediakan beragam format untuk <i>digital content</i> atau aset digital.	10	0
3.	Platform digital yang menyediakan semua fitur dan <i>digital content</i> atau aset digital dalam sekali berlangganan dengan biaya yang relatif murah.	8	2
4.	Platform digital yang menyediakan fitur pencarian creator untuk digunakan jasanya.	10	0
5.	Platform digital yang menyediakan fitur untuk dapat mengunduh karya dari <i>creator</i> .	9	1
6.	Platform digital yang menyediakan fitur job untuk para <i>creator</i> .	9	1
7.	Platform digital dengan system pembayaran yang mudah.	10	0

Berdasarkan hasil pengujian solusi yang tertera pada Tabel 4.5 di atas, dapat dikatakan bahwa ketujuh solusi yang ditawarkan dibutuhkan oleh calon pengguna. Karena, setiap solusi mendapatkan lebih dari lima atau separuh dari total responden yang mengatakan butuh.

4.5.2 Feedback Calon Pengguna

Setelah calon pengguna mencoba *prototype* yang telah dirancang sebelumnya, calon pengguna akan diwawancara terkait konsep ide bisnis dan *prototype website* CreativePub yang baru saja mereka coba. Wawancara *feedback* dilakukan kepada calon pengguna yang sama dengan calon pengguna yang sebelumnya sudah pernah diwawancara saat melakukan

observasi pada tahap *empathize*. *Feedback* yang didapatkan pada tahap *testing* ini akan digunakan sebagai bahan untuk perbaikan dan evaluasi dalam pengembangan sistem ke depan agar sistem dapat memenuhi kebutuhan calon pengguna. Berikut ini *feedback* yang didapatkan dari wawancara yang telah dilakukan.

Tabel 4.6 *Feedback* Wawancara

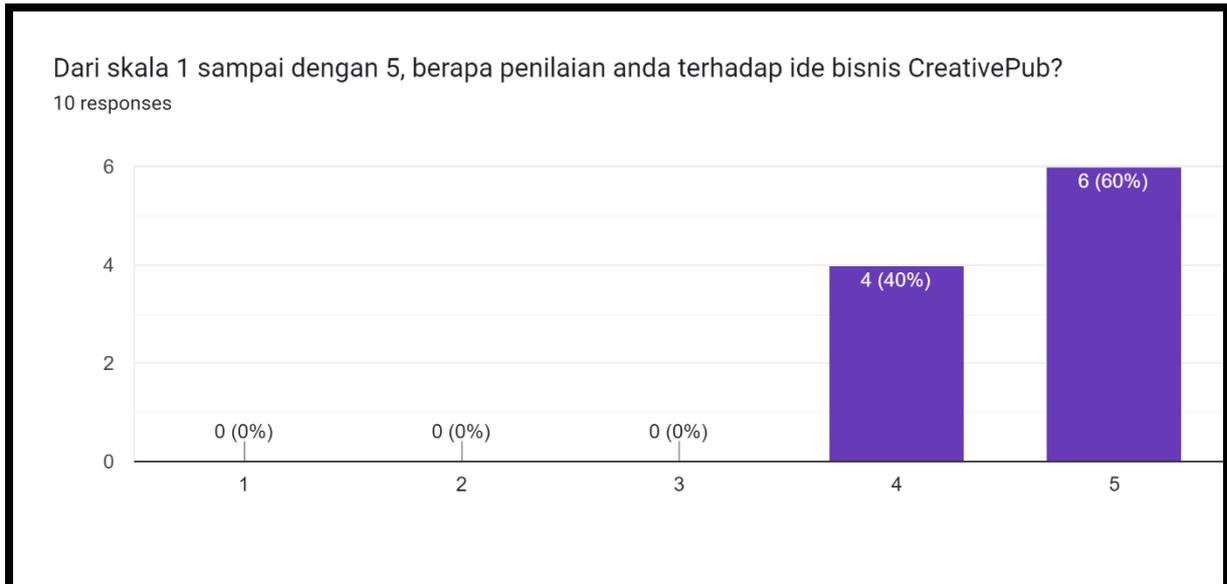
Narasumber 1		
Maheswari Paramita Prabowo (Wanita)		
Mahasiswa		
1.	Apakah tampilan antarmuka pada prototype CreativePub memudahkan anda dalam mengoperasikan prototype?	Tampilan sudah baik, peletakkan menu mudah untuk dicari dan didapatkan sehingga memudahkan dan tidak membuat bingung pengguna. Ikon dan peletakkan button yang digunakan juga sudah familiar dan sesuai dengan kebiasaan pengguna, sehingga pengguna tidak perlu berpikir dua kali untuk melakukan aksi dan maksud dari ikon yang terdapat pada web CreativePub.
2.	Apakah fitur yang ada pada prototype CreativePub sudah sesuai dengan kebutuhan anda?	Sudah, fitur-fitur utama sudah sesuai dengan kebutuhan. Karena fitur-fitur utama ini merupakan pokok sehingga sudah memenuhi. Seiring berjalannya waktu dan perkembangan mungkin baru bisa ditambahkan fitur-fitur lainnya.
3.	Apakah menggunakan website sebagai basis untuk ide bisnis CreativePub ini mempermudah anda sebagai pengguna?	Iya, karena dengan adanya web ini dapat menjadi wadah untuk berbisnis bagi pengguna yang menggeluti bidang produk digital. Web ini mempermudah dalam segala aspek, seperti efisiensi, waktu, dll.
4.	Bagaimana tanggapan anda mengenai ide bisnis CreativePub ini?	Sudah bagus, karena pada saat ini sudah banyak creator-creator khususnya untuk karya atau produk digital yang membutuhkan wadah seperti web CreativePub ini. Sehingga, ide ini sangat bermanfaat dan dibutuhkan oleh

		penggunanya.
5.	Apakah nantinya anda bersedia untuk menggunakan website CreativePub?	Iya. Apabila saya memiliki sebuah karya digital dan ingin berbisnis, saya akan menggunakan web CreativePub ini.
Narasumber 2		
Nur Sabilly (Pria)		
Profesional		
1.	Apakah tampilan antarmuka pada prototype CreativePub memudahkan anda dalam mengoperasikan prototype?	Menurut saya sudah, karena saya sudah dapat mengoperasikan prototype ini tanpa bertanya.
2.	Apakah fitur yang ada pada prototype CreativePub sudah sesuai dengan kebutuhan anda?	Saya juga sebagai freelancer suka mencari job dan dengan fitur yang ada di CreativePub seperti bisa memposting karya saya dan bisa memonetizanya saya merasa sangat terbantu. Jadi dapat dikatakan sudah sesuai dengan kebutuhan saya.
3.	Apakah menggunakan website sebagai basis untuk ide bisnis CreativePub ini mempermudah anda sebagai pengguna?	Iya, karena saya lebih suka menggunakan website daripada aplikasi yang ada di android atau ios karena jauh lebih mudah tidak perlu menginstal, sehingga untuk mengaksesnya jauh lebih cepat.
4.	Bagaimana tanggapan anda mengenai ide bisnis CreativePub ini?	Menurut saya ini ide bisnis yang sangat bagus, khususnya bagi para content creator seperti saya akan merasa sangat terbantu karena fitur-fitur yang ada seperti mencari job dan memonetize dapat memperbesar peluang saya sebagai content creator.
5.	Apakah nantinya anda bersedia untuk menggunakan website CreativePub?	Iya tentu saja, saya ingin mendapatkan peluang baru melalui CreativePub ini.

4.5.3 Penilaian CreativePub

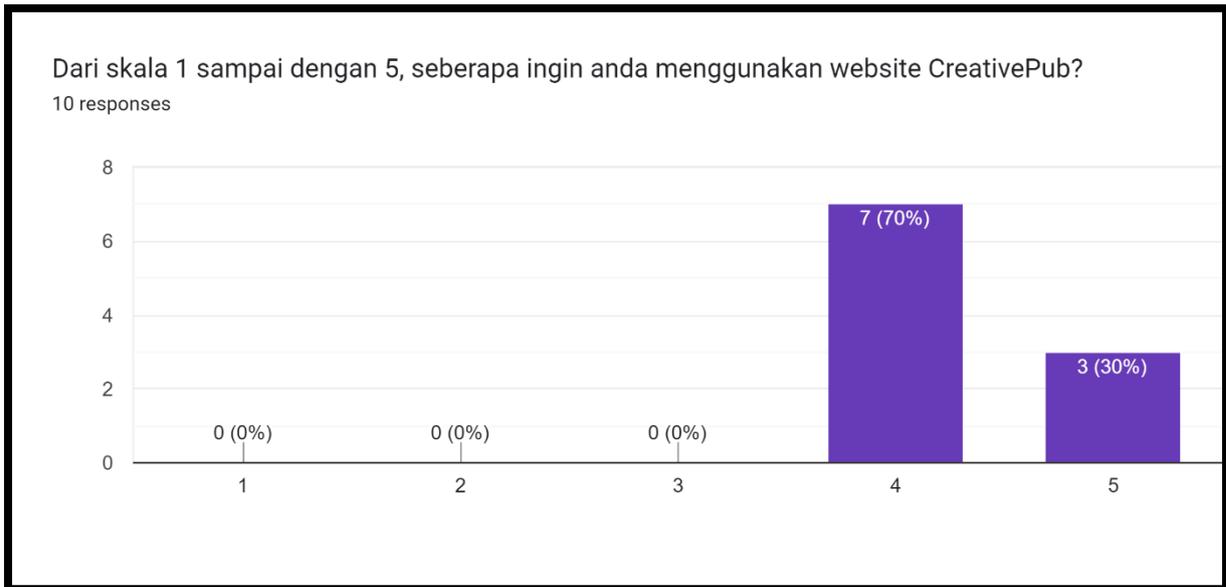
Selain meminta *feedback* melalui wawancara, calon pengguna yang telah mencoba *prototype* juga diminta untuk mengisi kuisioner terkait penilaian terhadap konsep ide bisnis CreativePub serta seberapa ingin calon pengguna menggunakan website CreativePub dan

merekomendasikannya kepada orang lain. Hasil kuisisioner tersebut dapat dilihat pada grafik yang tertera pada Gambar 4.10, Gambar 4.11, dan Gambar 4.12 di bawah ini.

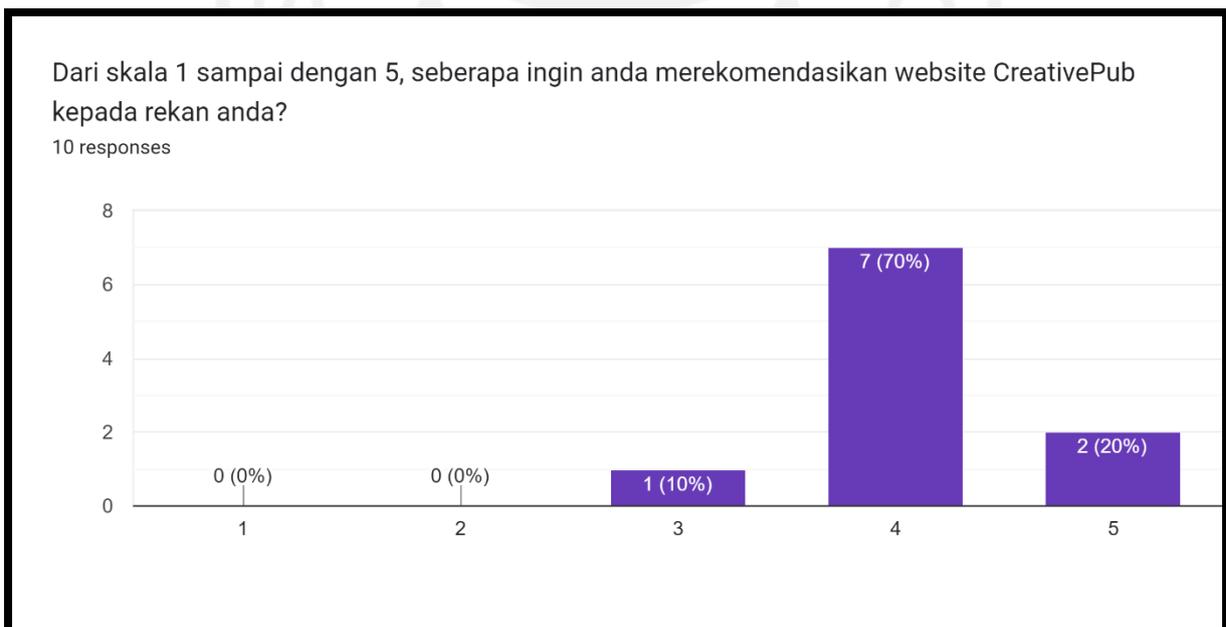


Gambar 4.12 Penilaian Responden Terhadap Ide Bisnis CreativePub

Penilaian terhadap ide bisnis CreativePub dilakukan kepada 10 orang responden dengan memberikan rentang skala 1 sampai dengan 5. Skala 1 pada grafik di atas dapat diartikan bahwa calon pengguna sangat tidak setuju dengan ide bisnis CreativePub dan skala 5 diartikan sebagai calon pengguna sangat setuju dengan ide bisnis CreativePub. Berdasarkan pada grafik yang tertera pada Gambar 4.10 di atas menunjukkan bahwa 4 dari 10 orang responden memberikan skala 4, dan 6 orang responden sisanya memberikan skala 5 terhadap ide bisnis CreativePub. Sehingga diperoleh skala rata-rata 4.6, yang dapat dikatakan bahwa ide bisnis CreativePub yang telah dikembangkan dapat diterima oleh calon pengguna.



Gambar 4.13 Keinginan Responden Menggunakan Website CreativePub



Gambar 4.14 Keinginan Responden Merekomendasikan Website CreativePub

Selain mendapatkan penilaian terhadap ide bisnis CreativePub, kuisisioner juga bertujuan untuk mengukur seberapa besar keinginan responden untuk menggunakan website CreativePub dan merekomendasikannya kepada orang lain. Berbeda dari sebelumnya pada grafik yang tertera pada Gambar 4.11 dan Gambar 4.12 di atas, skala 1 dapat diartikan bahwa calon pengguna sangat tidak ingin untuk menggunakan website CreativePub dan

merekomendasikannya kepada orang lain, dan skala 5 diartikan sebagai calon pengguna sangat ingin untuk menggunakan website CreativePub dan merekomendasikannya kepada orang lain. Berdasarkan pada grafik yang tertera pada Gambar 4.11 dan Gambar 4.12 di atas diperoleh skala rata-rata 4.3 untuk keinginan pengguna menggunakan website CreativePub, dan 4.1 untuk keinginan pengguna merekomendasikan website CreativePub. Sehingga dapat dikatakan bahwa calon pengguna ingin menggunakan website CreativePub dan merekomendasikannya kepada orang lain.



BAB V

KESIMPULAN & SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari pengembangan ide bisnis *digital content creator* dengan metode *design thinking* yang telah dilakukan, maka didapatkan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Menggunakan metode *design thinking* dalam pengembangan ide bisnis *digital content creator* terbukti memudahkan dalam mengidentifikasi dan mendefinisikan masalah yang dirasakan calon pengguna, memunculkan solusi ide bisnis untuk ditawarkan kepada calon pengguna, dan menguji ide bisnis sebelum diluncurkan.
2. Pada pengembangan ide bisnis *digital content creator* ini, didapatkan ide bisnis CreativePub yang diperoleh setelah menyelesaikan seluruh tahapan proses *design thinking* sebagai solusi yang ditawarkan atas masalah yang dirasakan calon pengguna.
3. Berdasarkan hasil *testing* dari *prototype* CreativePub yang telah dilakukan kepada calon pengguna, dapat dikatakan bahwa ide bisnis CreativePub yang telah dikembangkan valid dan dapat diterima oleh calon pengguna.

5.2 Saran

Pada pengembangan ide bisnis *digital content creator* ini masih didapatkan banyak kekurangan dan kelemahan yang masih bisa diperbaiki dan ditingkatkan lagi. Sehingga saran yang dapat dilakukan untuk penelitian selanjutnya adalah :

1. Penelitian ini hanya berfokus pada pengembangan konsep dan validasi ide bisnis, sehingga masih perlu dilakukan perancangan proyeksi keuangan terkait harga paket berlangganan pada CreativePub.
2. Pengembangan konsep ide bisnis yang dilakukan hanya sebatas untuk *platform website*, sehingga perlu dilakukan pengembangan lebih lanjut untuk *platform mobile*.
3. Cakupan responden perlu ditingkatkan lagi agar dapat mewakili populasi yang lebih luas.
4. Diharapkan adanya analisis dengan metode lain yang lebih spesifik dalam melakukan pengujian terhadap ide bisnis yang dikembangkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adams, C. (n.d.). *What are the 5 basic categories of elements in BPMN?*
<https://www.modernanalyst.com/Careers/InterviewQuestions/tabid/128/ID/1999/What-are-the-5-basic-categories-of-elements-in-BPMN.aspx>
- Al-Ayyubi, S. (2017). *Konsumsi Konten Digital Tumbuh Signifikan - Teknologi Bisnis*.
- Dam, R. F. (2021). *5 Tahapan dalam Proses Design Thinking | Yayasan Desain Interaksi (IxDF)*.
<https://www.interaction-design.org/literature/article/5-stages-in-the-design-thinking-process>
- Hidayat, A. R. (2015). Jurnal Informasi Volume VII No.2 / November / 2015. *AUDIT CONTROL CAPABILITY LEVEL TATA KELOLA SISTEM INFORMASI MENGGUNAKAN COBIT 5 (Studi :Direktorat TIK UPI Bandung)*, VII(2), 33–47.
- Jain, S. (2018). 'Growth of startup ecosystems in India'. *International Journal of Applied Research and Studies*, 2(12), 152.
- Jatmiko, L. D. (2021). *Pengguna Internet Tumbuh Melesat, Bisnis Pusat Data Ketiban Berkah*.
Bisnis.Com.
<https://teknologi.bisnis.com/read/20210906/101/1438739/pengguna-internet-tumbuh-melesat-bisnis-pusat-data-ketiban-berkah#:~:text=Menurut laporan We Are Social,atau sekitar 27 juta pengguna.>
- Kemp, S. (2021). Digital 2021: the latest insights into the 'state of digital' - We Are Social UK. In *We Are Social*. <https://wearesocial.com/uk/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital/>
- Lazuardi, M. L., & Sukoco, I. (2019). Design Thinking David Kelley & Tim Brown: Otak Dibalik Penciptaan Aplikasi Gojek. *Organum: Jurnal Saintifik Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.35138/organum.v2i1.51>
- Mayssara A. Abo Hassanin Supervised, A. (2014). Peran Content Creator Dalam Produksi Motion Graphic Di Lembaga Pemerintah non Kementerian BNNP DIY. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 7–27.
- Medium. (2021). How To: Business Model Canvas Explained | by Sheda | Sheda | Medium. In *Sheda*. <https://medium.com/seed-digital/how-to-business-model-canvas-explained-ad3676b6fe4a>
- Mulachela, H. (2021). *Pengertian Startup, Istilah, dan Bedanya dengan Bisnis Konvensional*.

Website. <https://katadata.co.id/safrezifitra/digital/6110a5251ff83/pengertian-startup-istilah-dan-bedanya-dengan-bisnis-konvensional>

- Purnomo, D. (2013). Konsep Design Thinking Bagi Pengembangan Rencana Program Dan Pembelajaran Kreatif Dalam Kurikulum Berbasis Kompetensi. *RESEARCH AND BUSINESS (RnB) DIPONEGORO UNIVERSITY DEDICATED FOR INDONESIA YOUNG TECHNOPRENEUR TO BUILT UP THE BRIGHT NATION*, Mkk 2308, 18–19. <http://biofarmaka.ipb.ac.id/biofarmaka/2013/KNIT2013-FullPaperofSigitArrohman.pdf>
- Ronchi, A. M. (Ed.). (2009). *Digital Content BT - eCulture: Cultural Content in the Digital Age* (pp. 3–4). Springer Berlin Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-540-75276-9_1
- Sobel, L., & Groeger, L. (2013). Management Summary - Design Thinking: Exploring Opportunities for the Design Industry and Business in Australia. *SSRN Electronic Journal*, 33(0), 0–53. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2233083>
- Tjiabrata, G. V. (2016). Implementasi Design Thinking untuk Business Sustainability Perusahaan Distributor Keramik Di Surabaya. *Agora*, 4(1), 620–628.

LAMPIRAN

Wawancara dengan calon pengguna untuk kebutuhan observasi

Narasumber 3 Cut Husnul (Wanita) Mahasiswa		
1.	Apakah anda mengetahui adanya platform digital untuk para content creator?	Iya saya mengetahui.
2.	Apakah anda pernah menggunakan platform digital tersebut?	Cukup sering.
3.	Platform digital apa saja yang sudah pernah anda gunakan?	Dribbble.
4.	Apa keuntungan yang anda dapatkan dari menggunakan platform digital tersebut?	Cukup banyak, saya bisa mendapatkan aset gambar untuk pembuatan content saya, dan aset gambar yang tersedia sesuai dengan yang saya inginkan.
5.	Apa kekurangan dari platform digital tersebut?	Kurang variatif untuk aset gambar dan harus benar-benar menggunakan keyword yang tepat untuk menemukan aset gambar yang diinginkan.
6.	Apakah platform digital yang anda gunakan sudah membantu anda sepenuhnya?	Kira-kira 70%.
7.	Apa fitur yang seharusnya ada atau anda harapkan agar dapat membantu meningkatkan produktivitas anda?	Fitur kategori aset untuk mempermudah pencarian, contohnya: anak-anak, keluarga, sekolah, bisnis, kebersihan dll.
8.	Apa yang menjadi pertimbangan anda dalam memilih platform digital content creator dari berbagai platform digital yang sudah ada?	Platform digital yang menyediakan banyak aset digital terbaru dan menarik serta sesuai dengan kebutuhan saya.

Narasumber 4

Dimas Danu Budi P (Pria)

Mahasiswa & Profesional

1.	Apakah anda mengetahui adanya platform digital untuk para content creator?	Iya saya mengetahuinya.
2.	Apakah anda pernah menggunakan platform digital tersebut?	Saya kerap menggunakannya.
3.	Platform digital apa saja yang sudah pernah anda gunakan?	Dribbble dan Behance.
4.	Apa keuntungan yang anda dapatkan dari menggunakan platform digital tersebut?	Saya bisa menyimpan dan mempublikasikan karya saya dengan tidak dikenakan charge, lalu saya juga bisa mengakses portofolio tersebut dimana saja.
5.	Apa kekurangan dari platform digital tersebut?	Dribbble hanya memperlihatkan tampak visual dari produk yang dibuat oleh user. Jadi HRD tidak bisa langsung menilai skill lainnya, seperti alasan kenapa alasan pembuatan desainnya seperti itu dll.
6.	Apakah platform digital yang anda gunakan sudah membantu anda sepenuhnya?	Lumayan membantu untuk saat ini.
7.	Apa fitur yang seharusnya ada atau anda harapkan agar dapat membantu meningkatkan produktivitas anda?	Fitur chat/message di dribbble.
8.	Apa yang menjadi pertimbangan anda dalam memilih platform digital content creator dari berbagai platform digital yang sudah ada?	Yang paling utama menurut saya yaitu seberapa banyak audiens yang ada didalam platform tersebut, berapa banyak orang yang tahu tentang platform tersebut dan seperti apa hasil karya yang tersimpan/ada didalam platform tersebut.

Narasumber 5

Agung Surya P (Pria)

Freelancer

1.	Apakah anda mengetahui adanya platform digital untuk para content creator?	Iya saya tahu.
----	--	----------------

2.	Apakah anda pernah menggunakan platform digital tersebut?	Bisa dikatakan sering.
3.	Platform digital apa saja yang sudah pernah anda gunakan?	Fiverr, Artstation, Sketchmob, Artistsnclients, dan Devianart
4.	Apa keuntungan yang anda dapatkan dari menggunakan platform digital tersebut?	Saya bisa melakukan promosi sekaligus menjual karya-karya saya kepada para client.
5.	Apa kekurangan dari platform digital tersebut?	Masing-masing dari mereka punya kekurangan tetapi karena saya menggunakan beberapa platform digital sehingga kekurangan dari masing-masing mereka bisa terpenuhi.
6.	Apakah platform digital yang anda gunakan sudah membantu anda sepenuhnya?	Sudah karena saya menggunakan banyak platform digital.
7.	Apa fitur yang seharusnya ada atau anda harapkan agar dapat membantu meningkatkan produktivitas anda?	Sudah cukup karena beberapa fitur yang saya butuhkan ada di platform lain.
8.	Apa yang menjadi pertimbangan anda dalam memilih platform digital content creator dari berbagai platform digital yang sudah ada?	Minat audiens terkait jenis karya yang mereka suka. Saya akan memilih platform digital yang audiens-nya menyukai jenis karya yang mirip dengan yang saya buat.

Narasumber 6

Salsabilla Filsafati (Wanita)

Mahasiswa

1.	Apakah anda mengetahui adanya platform digital untuk para content creator?	Iya saya tahu.
2.	Apakah anda pernah menggunakan platform digital tersebut?	Iya pernah dan beberapa.
3.	Platform digital apa saja yang sudah pernah anda gunakan?	Freepik, Unsplash, Pixabay, dan Pexels.
4.	Apa keuntungan yang anda dapatkan dari menggunakan platform digital tersebut?	Keuntungannya selain bisa mendapat design assets, bisa juga jadi tempat mencari inspirasi dan membangun moodboard.
5.	Apa kekurangan dari platform digital	Kekurangannya ada platform yang isinya

	tersebut?	nggak terlalu lengkap, jadi gak semua yang dicari itu ada dan cocok untuk dipakai.
6.	Apakah platform digital yang anda gunakan sudah membantu anda sepenuhnya?	Cukup membantu tapi belum sepenuhnya.
7.	Apa fitur yang seharusnya ada atau anda harapkan agar dapat membantu meningkatkan produktivitas anda?	Akan sangat membantu jika ada fitur untuk customize assets. Bisa custom warna, size, atau bahkan background. Karena saya masih sering replace warna sendiri dan cukup memakan waktu untuk mengerjakannya.
8.	Apa yang menjadi pertimbangan anda dalam memilih platform digital content creator dari berbagai platform digital yang sudah ada?	Pertimbangannya lebih ke platform mana yang lebih lengkap dan punya banyak variasi.

Narasumber 7

Atika Tsamara (Wanita)

Mahasiswa

1.	Apakah anda mengetahui adanya platform digital untuk para content creator?	Iya saya tahu beberapa.
2.	Apakah anda pernah menggunakan platform digital tersebut?	Lumayan sering.
3.	Platform digital apa saja yang sudah pernah anda gunakan?	Freepik dan Flaticon.
4.	Apa keuntungan yang anda dapatkan dari menggunakan platform digital tersebut?	Saya bisa mencari kebutuhan saya dengan mudah, karena di sana tidak hanya terdapat kolom pencarian, tapi tersedia beberapa kategori juga yang membantu saya lebih mudah menyeleksi content-content mana yang ingin saya cari, mana yang tidak.
5.	Apa kekurangan dari platform digital tersebut?	Sejauh ini platformnya tidak ada masalah sih. Cuma di sana kan ada beberapa content yang berbayar ya, dan cara bayarnya pun menggunakan payment luar negeri biasanya, sebagai pengguna yang belum

		mempunyai akun paypal dsb, jadi saya masih agak kesusahan menggunakannya.
6.	Apakah platform digital yang anda gunakan sudah membantu anda sepenuhnya?	Sejauh ini sudah cukup membantu.
7.	Apa fitur yang seharusnya ada atau anda harapkan agar dapat membantu meningkatkan produktivitas anda?	Fitur bookmark/save pencarian mungkin. Biasanya saya suka tidak sengaja meng-close tab website, jadi kalau mau buka lagi, sepertinya fitur bookmark pencarian lumayan membantu memudahkan saya membuka kembali pencarian saya yang sebelumnya, lumayan juga lah buat menghemat waktu.
8.	Apa yang menjadi pertimbangan anda dalam memilih platform digital content creator dari berbagai platform digital yang sudah ada?	Tampilan website-nya tidak memusingkan, walaupun memusingkan, setidaknya menyediakan content-content yang saya perlukan.

Narasumber 8

Abyan Ahmad N (Pria)

Mahasiswa

1.	Apakah anda mengetahui adanya platform digital untuk para content creator?	Iya tau, dari yang khusus design dan UI seperti behance, dribbble, freepik, sampai platform freelance lepas seperti sribulancer, dll.
2.	Apakah anda pernah menggunakan platform digital tersebut?	Pernah.
3.	Platform digital apa saja yang sudah pernah anda gunakan?	Sejauh ini sih dribbble, behance, freepik.
4.	Apa keuntungan yang anda dapatkan dari menggunakan platform digital tersebut?	Yang pertama tentu untuk wadah menampung portfolio. Yang kedua untuk mendapatkan exposure. Sehingga portofolio dan karya kita jadi lebih mudah dijangkau lebih banyak orang.
5.	Apa kekurangan dari platform digital tersebut?	Platform-platform tersebut udah sangat bagus sih. Cuma menurut saya agak sulit untuk creator-creator kecil/pemula, karena saingannya creator-creator top dunia.
6.	Apakah platform digital yang anda	Tidak sih. Mungkin karena saya tidak

	gunakan sudah membantu anda sepenuhnya?	begitu sering memperbarui portofolio saya di platform-platform tersebut.
7.	Apa fitur yang seharusnya ada atau anda harapkan agar dapat membantu meningkatkan produktivitas anda?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reward. 2. Upload portofolio. 3. Upload sertifikasi. 4. Penilaian / ulasan client. 5. Fitur chat (mobile app). 6. Komunitas untuk sharing dengan creator lain. 7. Training & course untuk upgrade skill. Ex : webinar, pelatihan, dll.
8.	Apa yang menjadi pertimbangan anda dalam memilih platform digital content creator dari berbagai platform digital yang sudah ada?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Biaya jasa/pembagian keuntungan dengan platform. 2. Seberapa besar komunitas/pengunjung websitenya.

Narasumber 9

Maheswari Paramita P (Wanita)

Mahasiswa

1.	Apakah anda mengetahui adanya platform digital untuk para content creator?	Iya tahu seperti behance, freepick, dan dribbble.
2.	Apakah anda pernah menggunakan platform digital tersebut?	Iya pernah.
3.	Platform digital apa saja yang sudah pernah anda gunakan?	Behance, freepick, dan dribbble.
4.	Apa keuntungan yang anda dapatkan dari menggunakan platform digital tersebut?	Bagi saya, saya menjadi lebih mudah untuk mendapatkan referensi ketika ingin membuat suatu content digital.
5.	Apa kekurangan dari platform digital tersebut?	Mahalnya untuk biaya berlangganan, stok content atau aset digital gratis tidak terlalu banyak.
6.	Apakah platform digital yang anda gunakan sudah membantu anda sepenuhnya?	Belum sepenuhnya, mungkin baru 80%.
7.	Apa fitur yang seharusnya ada atau anda harapkan agar dapat membantu meningkatkan produktivitas anda?	Pencarian jasa creator yang sudah terbukti kualitasnya, biaya paket langganan yang tidak terlalu mahal dan sesuai dengan budget.
8.	Apa yang menjadi pertimbangan anda dalam memilih platform digital content	Tampilan UI yang enak di pandang, dan pilihan <i>content</i> digital yang banyak.

	crator dari berbagai platform digital yang sudah ada?	
Narasumber 10 Kevin Fernando A (Pria) Mahasiswa & Freelancer		
1.	Apakah anda mengetahui adanya platform digital untuk para content creator?	Iya saya tahu.
2.	Apakah anda pernah menggunakan platform digital tersebut?	Bisa dibilang sering.
3.	Platform digital apa saja yang sudah pernah anda gunakan?	Etsy & Fiverr.
4.	Apa keuntungan yang anda dapatkan dari menggunakan platform digital tersebut?	Dapat menemukan <i>niche</i> market yang cukup spesifik untuk produk kreatif digital yang saya buat.
5.	Apa kekurangan dari platform digital tersebut?	<ul style="list-style-type: none"> - Mudahnya seorang <i>creator</i> melakukan <i>copyright infringement claim</i> hanya menggunakan bukti deskriptif, tanpa didasari bukti kepemilikan hak cipta. - Mudahnya seorang <i>buyer</i> meninggalkan ulasan negatif tanpa ada bukti. Pada dasarnya produk kreatif digital bersifat <i>non-refundable</i>. Namun kadang ada <i>buyer</i> yang meninggalkan <i>review</i> negatif dan meminta <i>refund</i>, namun setelah kita lakukan <i>refund</i>. <i>Review</i> negatif tersebut tidak bisa hilang.
6.	Apakah platform digital yang anda gunakan sudah membantu anda sepenuhnya?	Sudah cukup membantu, tapi belum sepenuhnya.
7.	Apa fitur yang seharusnya ada atau anda harapkan agar dapat membantu meningkatkan produktivitas anda?	Fitur <i>review</i> atau <i>feedback</i> yang lebih baik. Seperti <i>buyer</i> dapat meninggalkan negatif <i>review</i> jika memiliki bukti-bukti yang cukup.
8.	Apa yang menjadi pertimbangan anda dalam memilih platform digital content crator dari berbagai platform digital yang sudah ada?	Hal pertama yang diperhatikan saat memilih platform untuk menjual produk kreatif digital adalah melihat standar harga di platform tersebut. Biasanya jika harga sudah cukup mahal tetapi berbanding terbalik dengan <i>value</i> yang diberikan, saya akan memilih platform lain.

Wawancara dengan calon pengguna untuk mendapatkan *feedback*

<p style="text-align: center;">Narasumber 3 Agung Surya P (Pria) <i>Freelancer</i></p>		
1.	Apakah tampilan antarmuka pada prototype CreativePub memudahkan anda dalam mengoperasikan prototype?	Untuk penggunaan sudah memudahkan, namun dalam mengoperasikan prototype nampaknya resolusi prototype terlalu besar sehingga saya perlu menggeser prototype agar dapat menekan tombol yang akan diuji.
2.	Apakah fitur yang ada pada prototype CreativePub sudah sesuai dengan kebutuhan anda?	Sudah sesuai, karena sebagai freelancer saya dapat menggunakan fitur-fitur yang niche terhadap kebutuhan saya seperti memposting karya dan membagikan karya.
3.	Apakah menggunakan website sebagai basis untuk ide bisnis CreativePub ini mempermudah anda sebagai pengguna?	Mungkin kurang, karena saya lebih terbiasa menggunakan media sosial seperti twitter dan facebook untuk membagikan dan mempromosikan karya agar menarik calon client.
4.	Bagaimana tanggapan anda mengenai ide bisnis CreativePub ini?	Bisnisnya sangat oke untuk sekarang ini, dengan membuka platform baru untuk mempertemukan content creator dengan client sehingga dapat memudahkan kedua belah pihak.
5.	Apakah nantinya anda bersedia untuk menggunakan website CreativePub?	Mungkin iya, saya cenderung lebih memilih menggunakan media sosial dalam hal ini namun saya akan mencobanya suatu saat nanti saat websitenya sudah dapat di akses.
<p style="text-align: center;">Narasumber 4 Salsabilla Filsafati (Wanita) Mahasiswa</p>		
1.	Apakah tampilan antarmuka pada prototype CreativePub memudahkan anda dalam mengoperasikan prototype?	Iya, tampilan antarmuka prototype CreativePub memiliki komponen yang memudahkan serta jelas kegunaannya.
2.	Apakah fitur yang ada pada prototype	Iya, fitur yang ada sederhana namun sudah

	CreativePub sudah sesuai dengan kebutuhan anda?	memenuhi kebutuhan saya sebagai orang yang sering berhubungan dengan pembuatan content.
3.	Apakah menggunakan website sebagai basis untuk ide bisnis CreativePub ini mempermudah anda sebagai pengguna?	Menurut saya iya, karena akan jauh lebih cepat dan mudah untuk diakses.
4.	Bagaimana tanggapan anda mengenai ide bisnis CreativePub ini?	Ide bisnis ini akan sangat berguna dan membantu, terutama untuk para pekerja kreatif.
5.	Apakah nantinya anda bersedia untuk menggunakan website CreativePub?	Setelah melihat fitur-fitur yang ada pada prototype CreativePub, iya saya bersedia.

Narasumber 5

Dimas Danu Budi P (Pria)

Mahasiswa & Profesional

1.	Apakah tampilan antarmuka pada prototype CreativePub memudahkan anda dalam mengoperasikan prototype?	Menurut saya untuk tampilan dari prototype sudah mencukupi baik dari sisi user interface maupun user experience.
2.	Apakah fitur yang ada pada prototype CreativePub sudah sesuai dengan kebutuhan anda?	Menurut saya sudah, karena fitur-fitur yang diberikan juga sangat membantu saya dalam melakukan pekerjaan.
3.	Apakah menggunakan website sebagai basis untuk ide bisnis CreativePub ini mempermudah anda sebagai pengguna?	Menurut saya iya, karena kita bisa dengan mudah mengakses dari mana saja, lalu CreativePub juga menyediakan fitur-fitur yang memudahkan kita dari sisi pengguna.
4.	Bagaimana tanggapan anda mengenai ide bisnis CreativePub ini?	Idenya keren menurut saya, belum banyak competitor yang terpikirkan ide ini, jadi mungkin nantinya ide ini bisa lebih dikembangkan menjadi lebih baik lagi.
5.	Apakah nantinya anda bersedia untuk menggunakan website CreativePub?	Iya saya bersedia menggunakan website CreativePub nantinya jika sudah dapat diakses.

Narasumber 6

Auliya Khanza Q (Wanita)

Mahasiswa

1.	Apakah tampilan antarmuka pada	Menurut saya, tampilan antarmuka pada
----	--------------------------------	---------------------------------------

	<p>prototype CreativePub memudahkan anda dalam mengoperasikan prototype?</p>	<p>prototype CreativePub mudah untuk digunakan dikarenakan tampilan antarmuka hampir sama dengan beberapa website yang telah ada sehingga saya tidak kesulitan saat mencoba pertama kali mengoperasikan prototype CreativePub.</p>
2.	<p>Apakah fitur yang ada pada prototype CreativePub sudah sesuai dengan kebutuhan anda?</p>	<p>Fitur-fitur yang tersedia pada prototype CreativePub sudah sesuai dengan kebutuhan saya sebagai client. Yang pertama, terdapat fitur memposting karya dan portofolio sehingga saya dapat dengan mudah untuk melihat digital content creator mana yang sesuai dengan apa saya butuhkan. Kemudian pada fitur posting job, saya dapat melakukan posting pekerjaan untuk para digital content creator melamar sesuai dengan requirement yang telah saya tulis. Selanjutnya, saya juga dapat mengunduh digital content atau aset digital yang telah tersedia pada CreativePub. Terakhir, sudah terdapat fitur berlangganan yang memudahkan saya untuk mendapatkan beberapa benefit seperti premium collection, unlimited download, dan tanpa iklan.</p>
3.	<p>Apakah menggunakan website sebagai basis untuk ide bisnis CreativePub ini mempermudah anda sebagai pengguna?</p>	<p>Menurut saya iya, penggunaan website pada CreativePub memudahkan pengguna dalam mengakses. Karena pengguna tidak perlu mengunduh aplikasi terlebih dahulu dan dapat langsung mengaksesnya melalui browser.</p>
4.	<p>Bagaimana tanggapan anda mengenai ide bisnis CreativePub ini?</p>	<p>Menurut saya, ide bisnis CreativePub sudah cukup bagus. Dengan fitur-fitur yang diberikan dapat menarik pengguna yang membutuhkan platform digital kreatif ini.</p>

5.	Apakah nantinya anda bersedia untuk menggunakan website CreativePub?	Iya, saya akan menggunakan website CreativePub dikarenakan fitur-fitur yang terdapat pada website CreativePub memudahkan saya sebagai client dalam mencari digital content creator dan melihat-melihat portofolio mereka tanpa perlu berpindah-pindah platform.
----	--	---

Narasumber 7

Atika Tsamara (Wanita)

Mahasiswa

1.	Apakah tampilan antarmuka pada prototype CreativePub memudahkan anda dalam mengoperasikan prototype?	Iya, menurut saya tampilan desain aplikasi CreativePub cukup mudah dipahami karena informatif dan rapi.
2.	Apakah fitur yang ada pada prototype CreativePub sudah sesuai dengan kebutuhan anda?	Sudah, saya cukup puas karena aplikasi ini bukan hanya untuk melihat portfolio milik digital creator saja tapi juga sekaligus bisa mempermudah saya untuk mengontak/mencari digital creator bila saya membutuhkan jasanya.
3.	Apakah menggunakan website sebagai basis untuk ide bisnis CreativePub ini mempermudah anda sebagai pengguna?	Menurut saya iya, karena saya hanya perlu membuka browser saja tidak perlu menginstal.
4.	Bagaimana tanggapan anda mengenai ide bisnis CreativePub ini?	Cukup inovatif karena saya belum menemukan aplikasi yang serupa, saya sangat tertarik menggunakan fitur pencarian jasa digital creator karena itu memudahkan saya apabila sedang tidak memiliki waktu. Saya rasa aplikasi ini memudahkan saya sebagai client karena hanya tinggal menunggu sampai ada digital creator yang tertarik untuk mengambil tawaran kerja dari saya, cara kerjanya mirip seperti mencari jasa freelancer di web khusus freelance, tapi keunikan aplikasi ini saya rasa karena aplikasi ini juga langsung menampilkan portfolio dari freelancer tersebut sehingga tidak perlu repot meminta mengirimkan portfolionya terlebih dahulu.
5.	Apakah nantinya anda bersedia untuk menggunakan website CreativePub?	Tentu saja saya bersedia menggunakan websitenya apabila sudah launching.

Narasumber 8
Abyan Ahmad N (Pria)
Mahasiswa

1.	Apakah tampilan antarmuka pada prototype CreativePub memudahkan anda dalam mengoperasikan prototype?	Secara UX sudah cukup memudahkan, saya dapat dengan mudah mengoperasikan prototype tanpa perlu bertanya maupun belajar dulu. Untuk UI tampilannya sudah cukup baik namun hanya saja agak monoton, sehingga bisa untuk lebih dikreasikan lagi.
2.	Apakah fitur yang ada pada prototype CreativePub sudah sesuai dengan kebutuhan anda?	Fitur-fitur yang ada pada prototype sudah sesuai. Terutama fitur yang saya highlight itu adalah fitur job, saya seringkali ketika ingin mencari creator itu kesusahan, sehingga dengan adanya fitur job ini dapat memudahkan saya di kemudian hari.
3.	Apakah menggunakan website sebagai basis untuk ide bisnis CreativePub ini mempermudah anda sebagai pengguna?	Dengan website menurut saya memudahkan ya, karena saya tidak perlu mencari secara manual melalui media sosial maupun bertanya kepada teman. Namun akan lebih mudah lagi jika ada versi mobile-nya.
4.	Bagaimana tanggapan anda mengenai ide bisnis CreativePub ini?	Menurut saya ini sangat menarik, terutama karena tadi ada fitur job sehingga memudahkan mencari creator untuk digunakan jasanya.
5.	Apakah nantinya anda bersedia untuk menggunakan website CreativePub?	Saya bersedia, karena ide bisnis ini akan sangat membantu saya terutama dengan adanya fitur job tadi.

Narasumber 9
Cut Husnul (Wanita)
Mahasiswa

1.	Apakah tampilan antarmuka pada prototype CreativePub memudahkan anda dalam mengoperasikan prototype?	Iya, namun di awal saya harus memahami terlebih dahulu sebelum mengoperasikannya. Karena ketika saya mencoba agak ngelag sedikit, sejauh ini sih sudah bagus prototype-nya, dan tidak begitu membingungkan saat mengoperasikannya.
2.	Apakah fitur yang ada pada prototype CreativePub sudah sesuai dengan kebutuhan anda?	Sebagiannya sudah memenuhi, cuma saran untuk bagian edit your content itu ketika saya klik belum bisa diedit gambar kontennya dan juga saya kira gambarnya ada lanjutannya atau bisa di slide show gitu, soalnya ada seperti titik tiga, ternyata tidak

		bisa. Kalau bisa karena nuansanya menurut saya seperti cinematic, mungkin boleh untuk ditambahkan audio yg bikin pengguna merasa hidup saat menggunakan website CreativePub. Tombol like belum bisa digunakan dengan baik, kemudian masukan dari saya lagi kalau bisa pada segmen video dan audio diberikan seperti trailer untuk melihat isi video dan audio pada website CreativePub. Selebihnya menurut saya sudah sangat oke.
3.	Apakah menggunakan website sebagai basis untuk ide bisnis CreativePub ini mempermudah anda sebagai pengguna?	Ya tentu sangat memudahkan saya sebagai pengguna, karena sangat jarang saya menemukan jasa langsung dari website. Jadi menurut saya sangat membantu pengguna dalam menyelesaikan masalah dan menghemat waktu serta tenaga.
4.	Bagaimana tanggapan anda mengenai ide bisnis CreativePub ini?	Menurut saya terkait ide bisnis CreativePub sangatlah bagus apalagi di zaman yang serba digital ini. Jadi memudahkan para pengguna pastinya untuk mengerjakan suatu hal, baik berkaitan dengan tugas kuliah atau sekolah, perusahaan, bisnis, dan lainnya. Tentu ide bisnis yg seperti ini sangat menunjang bagi pihak-pihak yang sangat membutuhkan dan perlu tempat atau wadah yang terpercaya dalam menyelesaikan masalahnya.
5.	Apakah nantinya anda bersedia untuk menggunakan website CreativePub?	Iya, Insha Allah saya bersedia.

Narasumber 10

Kevin Fernando A (Pria)

Mahasiswa & Freelancer

1.	Apakah tampilan antarmuka pada prototype CreativePub memudahkan anda dalam mengoperasikan prototype?	Untuk tampilan antarmuka menurut saya sudah cukup akan tetapi <i>background</i> dapat lebih sesuai jika berwarna cerah seperti putih lebih berkesan netral, dan agar <i>vocal point</i> lebih tertuju ke portfolio atau <i>design</i> yang diposting.
2.	Apakah fitur yang ada pada prototype CreativePub sudah sesuai dengan kebutuhan anda?	Fitur-fitur di CreativePub menurut saya sudah cukup memenuhi beberapa aspek yang dibutuhkan oleh <i>designer</i> atau <i>content creator</i> sebagai media portofolio, mencari job, dan monetisasi.

3.	Apakah menggunakan website sebagai basis untuk ide bisnis CreativePub ini mempermudah anda sebagai pengguna?	Menurut saya CreativePub dapat menambahkan fitur yang teknisnya dapat dikatakan seperti "filter", yaitu hanya menampilkan atau memposting karya yang "proper" secara kompleksitas maupun kualitas, atau hanya untuk <i>content-content</i> yang premium saja. Selain itu, menurut pengalaman saya jika kurang adanya kurasi maka yang terjadi adalah seperti freepik dan marketplace <i>design</i> yang sejenis.
4.	Bagaimana tanggapan anda mengenai ide bisnis CreativePub ini?	Sudah cukup baik karena menggabungkan beberapa fitur dari website-website yang berbeda yang pernah saya gunakan.
5.	Apakah nantinya anda bersedia untuk menggunakan website CreativePub?	Iya saya bersedia.

