

PERANCANGAN ANTARMUKA PENGGUNA DAN PENGALAMAN PENGGUNA (UI/UX) APLIKASI ISO STOCK

Satrio Wibowo¹, Indrawan Ady Saputro²

^{1,2}STMIK Amikom Surakarta, Indonesia

satrio.10325@mhs.amikomsolo.ac.id ¹ indrawanady@gmail.com ²

Received: 10-08- 2025

Revised: 22-08-2025

Approved: 29-08-2025

Abstract.

This study aims to design and evaluate the UI/UX of the Iso Stock application, a mobile platform for buying and selling photography and videography works. The method used is Design Thinking with five stages: Empathize, Define, Ideate, Prototype, and Test, starting from exploring needs through interviews and observations of creators and consumers (empathize), formulating the core problem (define), designing interface solutions and transaction flows (ideate), creating a high-fidelity prototype (prototype), and testing (test) using black-box testing on 10 respondents through core task scenarios: registration/login, content search, purchases, downloads, and creator portfolios. The results show an average task success rate of 86%; registration, login, favorites, downloads, and purchases reached $\geq 85\%$, while content search reached 75% and transaction notifications reached 70%. These findings confirm that the prototype has supported the main flow while identifying two improvement priorities, namely improving the search algorithm/filter and sharpening the event-based notification mechanism. It was concluded that Iso Stock has the potential to bridge the need for creators to monetize their work and the need for consumers to have legal and quality visual content; further iterations are focused on optimizing search relevance and notification timeliness to improve the user experience.

Keywords: UI/UX, Design Thinking, Mobile Apps, Photography, Videography.

Abstrak.

Penelitian ini bertujuan merancang dan mengevaluasi UI/UX aplikasi Iso Stock, platform mobile untuk jual beli karya fotografi dan videografi. Metode yang digunakan adalah Design Thinking dengan lima tahap *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test* dimulai dari penggalian kebutuhan melalui wawancara dan observasi terhadap kreator serta konsumen (*empathize*), perumusan masalah inti (*define*), perancangan solusi antarmuka dan alur transaksi (*ideate*), pembuatan prototipe *high-fidelity* (*prototype*), hingga pengujian (*test*) menggunakan black-box testing pada 10 responden melalui skenario tugas inti: registrasi/login, pencarian konten, pembelian, unduhan, dan portofolio kreator. Hasil menunjukkan rata-rata keberhasilan tugas 86%; fitur registrasi, login, favorit, unduhan, dan pembelian mencapai $\geq 85\%$, sedangkan pencarian konten 75% dan notifikasi transaksi 70%. Temuan ini mengonfirmasi bahwa prototipe telah mendukung alur utama sekaligus mengidentifikasi dua prioritas perbaikan, yaitu peningkatan algoritme/filter pencarian dan penajaman mekanisme notifikasi berbasis peristiwa. Disimpulkan bahwa Iso Stock berpotensi menjembatani kebutuhan kreator untuk memonetisasi karya serta kebutuhan konsumen terhadap konten visual yang legal dan berkualitas; iterasi lanjutan difokuskan pada optimasi relevansi pencarian dan ketepatan waktu notifikasi guna menyempurnakan pengalaman pengguna.

Kata kunci: UI/UX, Design Thinking, Aplikasi Mobile, Fotografi, Videografi.

PEDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong lahirnya berbagai sistem aplikatif yang bekerja secara *real-time*, sehingga memudahkan masyarakat dalam mengakses informasi kapan saja dan di mana saja. Internet pun dimanfaatkan sebagai sarana bisnis modern, salah satunya melalui *mobile e-commerce*, yaitu perdagangan elektronik menggunakan perangkat mobile seperti *smartphone* (Gema et al., 2025). Meningkatnya penggunaan dan kemampuan perangkat mobile turut mendorong perkembangan berbagai aplikasi digital yang berdampak pada berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang perdagangan (Zakaria et al., 2024). Dalam konteks ini, sektor penjualan mengalami transformasi signifikan, di mana kegiatan penjualan

tidak hanya berfokus pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, tetapi juga diarahkan pada pencapaian keuntungan melalui strategi digital yang terencana (Nurbaiti Oktaviani et al., 2022).

Di era digital saat ini, gambar dan video menjadi komponen penting dalam berbagai bidang, seperti media, periklanan, hiburan, pendidikan, hingga komunikasi pemasaran. Konten visual memiliki peran strategis dalam meningkatkan daya tarik informasi sekaligus memperkuat pesan yang disampaikan. Namun demikian, masih banyak fotografer dan videografer independen yang menghadapi kendala dalam memasarkan dan memonetisasi karya mereka secara maksimal (Ivan et al., n.d.). Di sisi lain, kebutuhan terhadap konten visual berkualitas tinggi justru terus meningkat. Desainer, pembuat konten, maupun perusahaan membutuhkan akses cepat dan legal terhadap foto dan video berkualitas untuk mendukung aktivitas kerja mereka (Arista & Putra, 2025).

Sayangnya, belum banyak platform yang mampu menjembatani kebutuhan ini secara efektif, terutama dengan pendekatan lokal, harga yang terjangkau, serta sistem yang mudah digunakan baik oleh kreator maupun konsumen (Anggraeni & Widyan Ardani, 2024). Platform yang ada belum secara spesifik menjembatani kebutuhan lokal dengan alur pencarian yang akurat dan umpan balik transaksi yang andal. Hal ini menimbulkan kesenjangan antara ketersediaan konten visual dan aksesibilitas pasar pada prototipe awal, dua pain points utama yang terdeteksi adalah relevansi hasil pencarian dan keterlambatan notifikasi transaksi, yang mengindikasikan hambatan dalam *findability* dan *system feedback* pada pengalaman pengguna. Kondisi ini menegaskan perlunya perancangan UI/UX yang berpusat pada pengguna menggunakan pendekatan *Design Thinking* serta evaluasi *usability* yang terukur untuk memastikan kualitas pengalaman dari sisi kreator maupun konsumen. (*User Interface/UI*) dan pengalaman pengguna (*User Experience/UX*) yang baik (Putraditya & Putra, 2025).

Dalam perancangan aplikasi, perhatian terhadap aspek UI dan UX menjadi sangat penting. Antarmuka pengguna (UI) mencakup elemen grafis seperti tombol, ikon, tata letak, serta visualisasi yang mendukung interaksi pengguna dengan aplikasi, sehingga mempermudah pengguna dalam mencapai tujuannya (Putra & Dwipayana, 2023). Sementara itu, pengalaman pengguna (UX) mencakup kenyamanan, kepuasan, dan efektivitas interaksi pengguna saat menggunakan aplikasi (Ashiddiq, 2024). Dengan demikian, perancangan UI/UX yang optimal akan sangat menentukan keberhasilan sebuah aplikasi dalam memenuhi kebutuhan pengguna.

Berdasarkan kebutuhan tersebut, dikembangkanlah Iso Stock, sebuah *platform* jual beli karya fotografi dan videografi berbasis *mobile*. Aplikasi ini dirancang menggunakan pendekatan *Design Thinking*, yang dinilai paling tepat karena menempatkan pengguna sebagai pusat dari seluruh proses perancangan. Pendekatan ini melibatkan lima tahapan, yaitu *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test* (Wardana & Prisma, 2022). Melalui penerapan metode ini, diharapkan aplikasi Iso Stock mampu menghadirkan solusi yang sesuai dengan kebutuhan kreator maupun konsumen, serta mendukung perkembangan ekonomi digital khususnya di bidang perdagangan konten visual.

KAJIAN TEORITIS

User Interface (UI)

Antarmuka pengguna (*User Interface/UI*) merupakan aspek visual yang berfungsi sebagai penghubung antara sistem dengan pengguna. Elemen-elemen

seperti tata letak, ikon, tombol, warna, dan tipografi dirancang untuk memudahkan interaksi serta mempercepat pencapaian tujuan pengguna dalam menggunakan aplikasi(Hilaly et al., 2025).

User Experience (UX)

Pengalaman pengguna (*User Experience/UX*) mencakup aspek emosional, kepuasan, efektivitas, serta kenyamanan dalam menggunakan aplikasi. UX yang optimal memungkinkan pengguna merasa nyaman, terarah, dan termotivasi untuk terus menggunakan aplikasi(Nurani & Arista, 2025).

Design Thinking

Design Thinking adalah pendekatan berorientasi pengguna (*user-centered*) dalam merancang produk atau aplikasi. Metode ini terdiri dari lima tahap utama, yaitu *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test* (Hendrawan et al., 2022).

Mobile E-Commerce dan Konten Visual

Perkembangan *mobile e-commerce* telah memengaruhi pola konsumsi masyarakat, termasuk dalam bidang fotografi dan videografi, peran *e-commerce* sangat penting dalam pembangunan ekonomi digital karena mampu mempertemukan kreator dengan konsumen secara lebih efisien (Aulia et al., 2025).

METODE PENELITIAN

Untuk memaksimalkan perancangan aplikasi Iso Stock ini, Design Thinking berfungsi sebagai pendekatan utama. Pendekatan ini diharapkan dapat meningkatkan daya tarik dan minat pengguna terhadap aplikasi(Arfiansyah & Saputro, 2024). Selain itu berfungsi untuk memecahkan masalah desain tetapi juga dalam merancang prototipe agar sesuai dengan spesifikasi pengguna (Widiyantoro et al., 2022). yang berpusat pada proses penciptaan ide-ide inovasi baru yang nantinya digunakan untuk pemecahan masalah pada saat produk aplikasi baru dikembangkan, serta digunakan untuk pengukuran user experience. Dalam metodologi penelitian Terdapat 3 tahapan yang terdiri dari tahap awal yaitu kebutuhan atau masalah yang memotivasi pencarian suatu solusi atau inovasi, tahap pengembangan, terakhir implementation yaitu finalisasi penerapanke pengguna(Assaufa & Arifin, 2023).



Gambar 1. Metode *Design Thinking*

Metode *Design Thinking* melibatkan lima tahap seperti pada gambar 1. yaitu: *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test*. Berikut merupakan penjelasan tahapan untuk metode *Design Thinking*:

Empathize

Tahap ini yang merupakan dasar dari metode *Design Thinking* bertujuan untuk menggali permasalahan, mengetahui apa yang dibutuhkan oleh user, memahami siapa saja target pengguna dari aplikasi ini dan siapa saja pihak yang berkaitan dengan aplikasi ini(Haryuda et al., 2021).

Define

Tahap ini dilakukan untuk menyusun dan menyederhanakan informasi yang didapatkan dari tahap sebelumnya untuk menentukan masalah utama yang akan

dipecahkan oleh aplikasi yang akan dirancang (Perbandingan Pengalaman Konsumen Terhadap Strategi et al., 2023).

Ideate

Tahap ini memaparkan gambaran solusi dari permasalahan yang didapatkan dengan menuangkannya ke dalam ide yang tepat untuk memecahkan permasalahan (Ratna Nur Fadilah & Dhian Sweetania, 2023).

Prototype

Tahap ini merupakan ide-ide yang sudah dipilih kemudian dirancang kedalam bentuk prototipe (Ariska & Nurlela, 2022).

Test

Tahap terakhir dari *Design Thinking* adalah tahap tes. Ini menyempurnakan prototipe dan solusi (Linda et al., 2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan metodologi *Design Thinking* yang terdiri dari lima tahapan yaitu *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test*. Metodologi ini diterapkan secara sistemik dalam pengembangan desain UI / UX aplikasi latihan berbasis seluler.

Empathize

Pada tahap *Empathize*, peneliti melakukan identifikasi kebutuhan dan permasalahan pengguna dengan cara mencari calon pengguna yang terdiri dari fotografer, videografer, desainer, serta pihak yang membutuhkan konten visual. Proses ini dilakukan melalui wawancara dan observasi untuk memahami kendala yang dihadapi, seperti kesulitan kreator dalam memasarkan karya mereka, keterbatasan *platform* lokal yang mendukung transaksi, serta kebutuhan konsumen terhadap konten visual yang cepat diakses, legal, dan terjangkau. Informasi yang diperoleh dari calon pengguna ini menjadi dasar penting untuk merumuskan permasalahan utama yang akan diselesaikan melalui pengembangan aplikasi Iso Stock.

Define

Pada tahap *Define*, hasil temuan dari proses wawancara dan observasi kemudian dianalisis untuk merumuskan inti permasalahan yang dihadapi pengguna. Dari sisi kreator, masalah utama yang muncul adalah kurangnya wadah yang efektif untuk memasarkan karya fotografi dan videografi secara luas serta kesulitan dalam memperoleh keuntungan yang layak. Sementara itu, dari sisi konsumen, kebutuhan utama terletak pada ketersediaan *platform* yang menyediakan konten visual berkualitas tinggi dengan harga terjangkau, legal, serta mudah diakses. Dengan demikian, masalah utama yang didefinisikan adalah belum adanya *platform* lokal yang dapat mempertemukan kreator dan konsumen secara terpadu, sehingga diperlukan solusi aplikasi berbasis *mobile* yang mampu menjembatani kedua kebutuhan tersebut

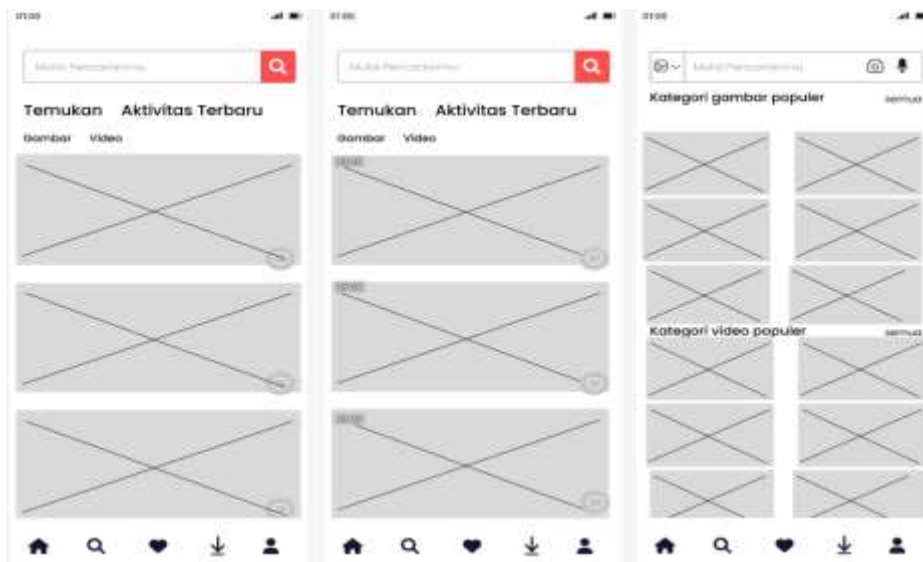
Ideate

Pada tahap *Ideate*, peneliti mulai merumuskan berbagai alternatif solusi dari masalah yang telah didefinisikan. Berbagai ide dikembangkan berdasarkan kebutuhan kreator maupun konsumen, kemudian diseleksi untuk mendapatkan konsep yang paling relevan. Dari sisi kreator, solusi yang diajukan adalah penyediaan fitur unggah karya fotografi dan videografi yang dilengkapi dengan pengaturan harga serta perlindungan hak cipta. Sementara itu, bagi konsumen,

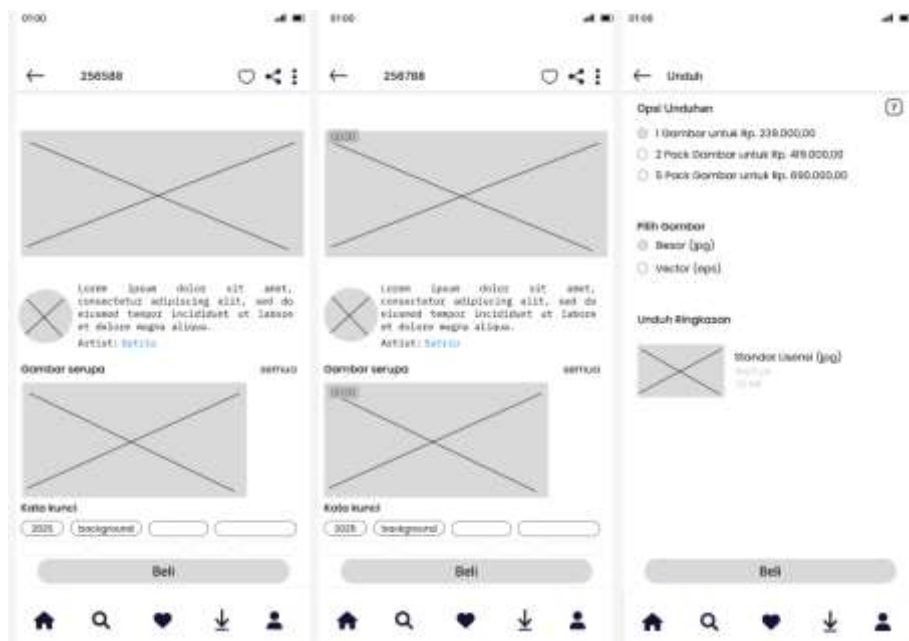
dihadirkan fitur pencarian dan filter konten visual sesuai kategori, sistem pembayaran yang aman, serta kemudahan dalam mengunduh karya. Selain itu, ide tambahan berupa integrasi antarmuka yang sederhana, navigasi yang jelas untuk meningkatkan pengalaman pengguna. Hasil tahap ini menghasilkan konsep aplikasi Iso Stock sebagai *platform* jual beli konten visual berbasis *mobile* yang menekankan kemudahan, keamanan, serta kenyamanan dalam berinteraksi bagi kedua belah pihak. Ide-ide tersebut kemudian dibayangkan sebagai sketsa kasar (*wireframe* dengan ketelitian rendah) dari tata letak halaman utama, tombol navigasi, ikon latihan, dan alat pelacakan kemajuan. Berikut Berikut tampilan wirframennya:



Gambar .1 Tampilan profil, Login, Sign in, dan Pengaturan



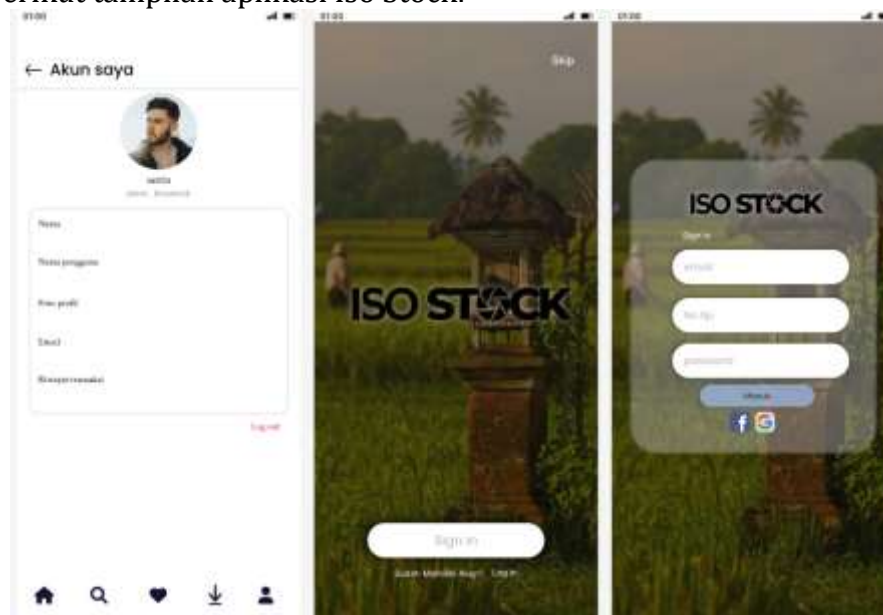
Gambar .2 Tampilan Beranda Dan Pencarian Kategori



Gambar 3 Tampilan Detail Konten dan Pembelian

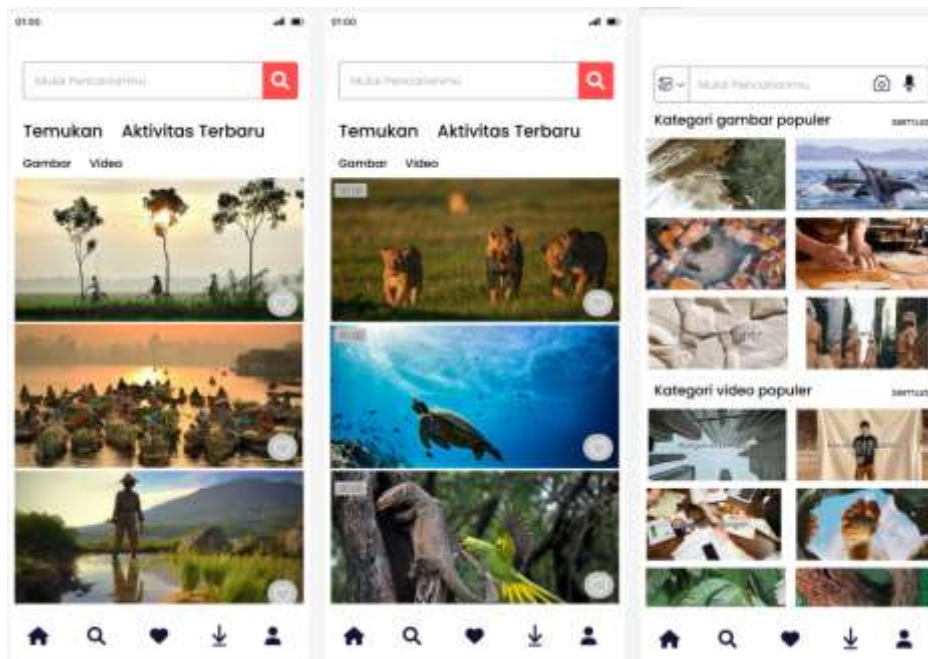
Prototype

Pada tahap *Prototype*, hasil ide yang telah dirumuskan kemudian diwujudkan dalam bentuk rancangan antarmuka aplikasi Iso Stock menggunakan desain *high fidelity*. Berikut tampilan aplikasi Iso Stock:



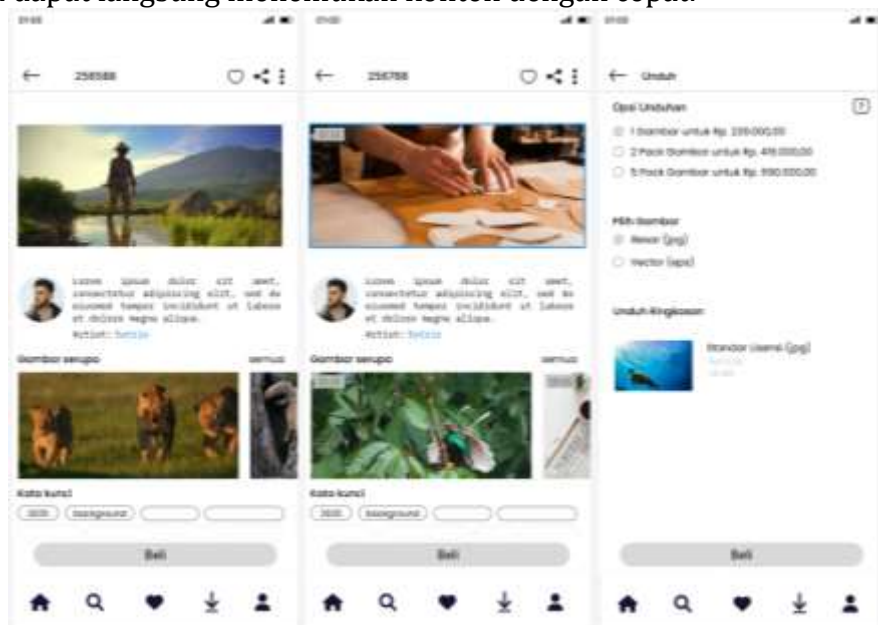
Gambar .4 Tampilan Akun dan Autentikasi Pengguna

Gambar 4 Tampilan awal memperlihatkan desain halaman Akun serta proses autentikasi pengguna. Pada menu akun, pengguna dapat mengatur profil seperti nama, *username*, foto profil, email, dan melihat riwayat transaksi. Sedangkan pada tampilan awal aplikasi, disediakan opsi *Sign in* dengan email, nomor telepon, atau akun media sosial. Hal ini bertujuan memudahkan akses sekaligus menjaga keamanan identitas pengguna. Dengan desain yang personal dan familiar, diharapkan pengguna merasa nyaman dan lebih terhubung dengan aplikasi.



Gambar .5 Tampilan Beranda Dan Pencarian Kategori

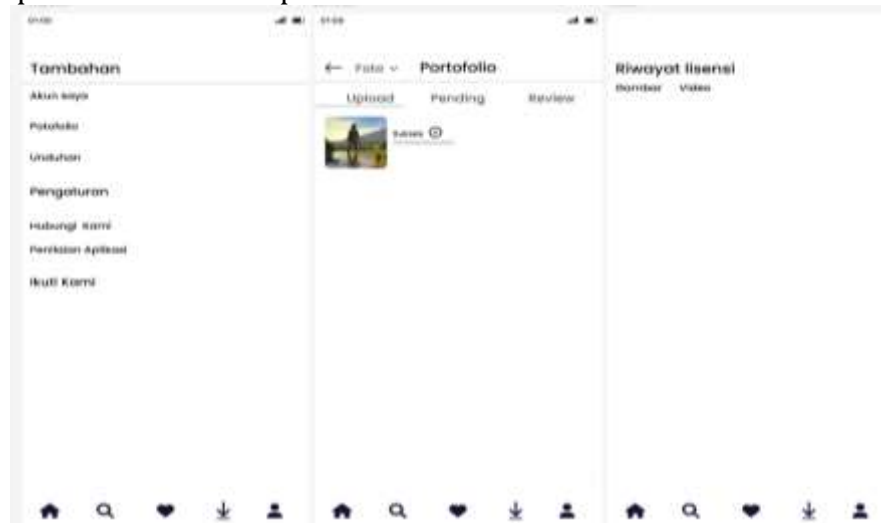
Pada gambar 5 tampilan halaman beranda dan pencarian kategori pada aplikasi Iso Stock. Halaman ini menampilkan konten terbaru berupa foto dan video, serta dilengkapi fitur pencarian di bagian atas. Pengguna dapat memilih tab Gambar atau Video untuk memfilter jenis konten. Selain itu, terdapat kategori populer yang membantu konsumen menemukan karya sesuai kebutuhan. Navigasi utama ditempatkan di bagian bawah berupa ikon beranda, pencarian, favorit, unduhan, dan profil pengguna untuk memudahkan akses. Desain ini dibuat sederhana agar pengguna dapat langsung menemukan konten dengan cepat.



Gambar 6 Tampilan Detail Konten dan Pembelian

Pada gambar 6 yaitu tampilan halaman detail konten dan pembelian ketika pengguna memilih salah satu foto atau video. Pada halaman ini tersedia informasi kreator, deskripsi singkat karya, serta rekomendasi konten serupa. Terdapat tombol

Beli yang mengarahkan pengguna ke opsi transaksi. Konsumen dapat memilih paket harga sesuai kebutuhan, baik satuan maupun dalam bentuk bundel. Fitur ini juga memfasilitasi legalitas penggunaan karya dengan pilihan lisensi serta format file (misalnya JPG, EPS). Dengan demikian, halaman detail berfungsi sebagai jembatan antara eksplorasi konten dan proses transaksi.



Gambar 7 Tampilan Portofolio Kreator

Pada gambar.7 tampilkan menu portofolio kreator yang menjadi wadah bagi kreator untuk mengunggah, memantau, dan mengelola karya. Kreator dapat melihat status unggahan, apakah masih dalam tahap pending, review, atau sudah sukses diterbitkan. Selain itu, tersedia menu tambahan seperti pengaturan akun, unduhan, penilaian aplikasi, dan kontak dukungan. Fitur ini memberi transparansi kepada kreator dalam memantau proses kurasi karya sekaligus memperkuat kepercayaan terhadap sistem aplikasi

Test

Pengujian aplikasi dilakukan menggunakan metode *Blackbox Testing* untuk memastikan setiap fitur utama berjalan sesuai dengan kebutuhan pengguna. Uji coba ini melibatkan 10 responden yang terdiri dari calon pengguna dengan latar belakang berbeda, yaitu fotografer, videografer, desainer, dan pengguna umum.

No	Skenario Uji	Hasil yang Diharapkan	Hasil Pengujian	Persentase Keberhasilan
1	Registrasi akun baru	Akun berhasil dibuat dan masuk ke halaman utama	Berhasil	95%
2	Login menggunakan email/akun sosial	Pengguna dapat masuk dengan kredensial valid	Berhasil	90%
3	Pencarian gambar dengan kata kunci	Merampilkan hasil sesuai kata kunci	Sebagian sesuai	75%
4	Menambahkan gambar ke favorit	Gambar tersimpan pada menu favorit	Berhasil	92%
5	Proses pembelian konten	Pembayaran berhasil dan lisensi tercatat	Berhasil	88%
6	Unduhan konten setelah pembelian	File dapat diunduh sesuai format yang dipilih	Berhasil	94%
7	Notifikasi transaksi	Notifikasi muncul setelah pembelian selesai	Kadang terlambat	70%
8	Unggah karya pada portofolio kreator	Karya tersimpan dengan status pending untuk review	Berhasil	85%

Gambar 4.8 Tabel Hasil Uji Coba

Dari hasil pengujian pada gambar 4.8 tabel hasil uji coba terlihat bahwa sebagian besar skenario berjalan dengan baik, ditunjukkan dengan tingkat keberhasilan di atas 85% pada fitur registrasi, login, favorit, unduhan, dan pembelian konten. Namun, masih terdapat dua fitur yang belum optimal, yaitu pencarian konten dengan tingkat keberhasilan 75% karena hasil pencarian belum sepenuhnya relevan dengan kata kunci, serta notifikasi transaksi yang hanya mencapai 70% karena sering terlambat muncul setelah pembayaran selesai. Rata-rata keberhasilan pengujian adalah 86%, menunjukkan bahwa prototipe aplikasi Iso Stock sudah memenuhi sebagian besar kebutuhan pengguna. Meski demikian, aspek pencarian dan notifikasi perlu diperbaiki lebih lanjut agar pengalaman pengguna menjadi lebih konsisten dan memuaskan.

KESIMPULAN

Berlandaskan tujuan penelitian untuk merancang UI/UX aplikasi Iso Stock berbasis *mobile* dengan pendekatan *Design Thinking* dan menghasilkan prototipe yang memuat fitur inti transaksi konten visual, studi ini telah menerapkan secara utuh tahapan *empathize, define, ideate, prototype, test* yang berorientasi pada kebutuhan pengguna. Rangkaian proses dimulai dari penggalian kebutuhan dan perumusan masalah pengguna, dilanjutkan pengembangan gagasan solusi serta perwujudannya ke dalam prototipe yang kemudian diuji, sehingga keputusan desain selalu ditautkan pada temuan empirik lapangan dan penyempurnaan iteratif pada tahap uji. Dengan kerangka tersebut, prototipe Iso Stock yang dihasilkan memuat fitur inti registrasi, login, pencarian konten, pembelian, unduhan, serta portofolio kreator, yang ditujukan untuk mempermudah interaksi creator dan konsumen dalam satu platform terpadu dan mendukung pengalaman penggunaan yang mudah, aman, dan efisien.

Selaras dengan tujuan penelitian untuk mengevaluasi fungsionalitas prototipe, pengujian Blackbox terhadap 10 responden menunjukkan performa yang umumnya baik dengan rata-rata keberhasilan 86%. Fitur registrasi, login, unduhan, pembelian dan pengelolaan portofolio tercatat berjalan sesuai harapan, sementara dua area krusial pencarian konten (75%) dan notifikasi transaksi (70%) diidentifikasi sebagai prioritas perbaikan karena akurasi hasil pencarian yang belum konsisten dan keterlambatan notifikasi pasca-pembayaran. Temuan uji ini menegaskan bahwa prototipe telah memenuhi sebagian besar sasaran fungsional dan layak sebagai dasar pengembangan lebih lanjut, dengan rekomendasi fokus pada peningkatan relevansi mesin pencari internal dan keandalan sistem notifikasi agar kualitas pengalaman pengguna semakin konsisten serta tujuan riset tercapai secara lebih komprehensif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada STMIK Amikom Surakarta atas dukungan fasilitas dan lingkungan akademik yang kondusif selama proses penelitian dan penulisan naskah ini. Apresiasi juga ditujukan kepada para partisipan fotografer, videografer, desainer, dan pengguna umum yang telah berkenan mengikuti wawancara, observasi, serta uji coba sehingga evaluasi rancangan UI/UX Iso Stock dapat dilakukan secara komprehensif. Ucapan terima kasih yang tulus disampaikan kepada rekan sejawat serta atas saran dan perbaikan yang sangat berharga bagi penyempurnaan artikel ini.

DAFTAR REFERENSI

- Anggraeni, A., & Widyan Ardani, M. (2024). Perancangan Media Promosi Digital Serona Foto Studio Melalui Instagram. *Jurnal Barik*, 6(1), 50–64. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Arfiansyah, M. H., & Saputro, I. A. (2024). Perancangan Ui / Ux Aplikasi " Local Craft Shop " Untuk Penjualan Produk Kerajinan Kayu. *November*, 804–813.
- Ariska, D., & Nurlela, S. (2022). Analisis Dan Perancangan UI/UX Aplikasi Lazada Menggunakan Metode Design Thinking. *Jurnal Infortech*, 4(2), 86–91.
- Arista, R. D., & Putra, R. R. (2025). *BULLETIN OF COMPUTER SCIENCE RESEARCH Perancangan UI / UX Aplikasi Untuk Meningkatkan Efisiensi Pemesanan Jasa Fotografi Terhadap Maka Studio Menggunakan Metode Design Thinking*. 5(2), 150–160. <https://doi.org/10.47065/bulletincsr.v5i2.426>
- Ashiddiq, M. N. (2024). Perancangan Ui/Ux Learning Management System (Lms) Aplikasi Mobile Edu-Learn Menggunakan Metode Design Thinking. *Jurnal Informatika Dan Teknik Elektro Terapan*, 12(1). <https://doi.org/10.23960/jitet.v12i1.3693>
- Assaufa, N. I., & Arifin, M. (2023). Perancangan UI / UX Aplikasi " BISA " Dengan Pendekatan Design Thinking. 2, 50–61.
- Aulia, A. H., Utami, S. T., Ma'rifah, T. U., & Kresna A, I. (2025). Desain UI/UX Aplikasi Mobile E-Commerce Ecoprint Cimemo.id dengan Metode Design Thinking. *Jurnal Pendidikan Dan Teknologi Indonesia*, 4(7), 319–331. <https://doi.org/10.52436/1.jpti.539>
- Gema, R. L., Sovia, R., Awal, H., Online, K. T., Online, P., & Mobile, P. A. (2025). Aplikasi Mobile E-Commerce Untuk Pembelajaran. *Aplikasi Mobile E-Commerce Untuk Pembelajaran*, 8, 464–469.
- Haryuda, D., Asfi, M., & Fahrudin, R. (2021). Perancangan UI/UX Menggunakan Metode Design Thinking Berbasis Web Pada Laportea Company. *Jurnal Ilmiah Teknologi Infomasi Terapan*, 8(1), 111–117. <https://doi.org/10.33197/jitter.vol8.iss1.2021.730>
- Hendrawan, D. S., Gito Resmi, M., & Muhammad Husni Tamyiz, U. (2022). Perancangan UI/UX Design Aplikasi Jasa Fotografi Dengan Design Science Research Methodology. *Jurnal Bangkit Indonesia*, 11(2), 7–12. <https://doi.org/10.52771/bangkitindonesia.v11i2.200>
- Hilaly, S. G., Wibowo, N. C., & Fitri, A. S. (2025). Penerapan Design Thinking dalam Pengembangan UI/UX Mobile untuk Marketplace Fotografi. *Techno.Com*, 24(2), 439–452. <https://doi.org/10.62411/tc.v24i2.12691>
- Ivan, M., Yusuf, S., Dewi, A. K., Sos, S., & Ds, M. (n.d.). *Perancangan Design Website E-commerce Sebagai Etalase Karya-Karya Khusus Fotografi*.
- Linda, D., Nurlistiani, R., Nursiyanto, N., Zulkarnaini, Z., & Purnomo, H. (2024). Implementasi Pemasaran Digitalisasi Jasa Fotografi Berbasis Web. *Jurnal Informatika*, 24(2), 108–117. <https://doi.org/10.30873/ji.v24i2.746>
- Nurani, S., & Arista, R. D. (2025). Desain UI/UX Aplikasi Website Pemesanan Foto Studio Menggunakan Metode Design Thinking. *Journal of Informatics Management and Information Technology*, 5(3), 211–222. <https://doi.org/10.47065/jimat.v5i3.676>
- Nurbaiti Oktaviani, S., Fikri Aziz, C., & Maula Sulthon, B. (2022). Analisa UI/UX Sistem Informasi Penjualan Berbasis Mobile Menggunakan Metode Prototype. *KLIK: Kajian*

- Ilmiah Informatika Dan Komputer*, 2(6), 225–233.
<https://doi.org/10.30865/klik.v2i6.401>
- Perbandingan Pengalaman Konsumen Terhadap Strategi, A., Marwa Ujung, A., & Adisa, Y. (2023). Transformasi Digital: Peran E-Commerce dalam Pertumbuhan Ekonomi Digital di Indonesia. *Jurnal.Mediaakademik.Com*, 01(4), 118–123.
<https://jurnal.mediaakademik.com/index.php/jma/article/view/1764>
- Putra, I. N. T. A., & Dwipayana, I. P. S. (2023). Analisis User Experience Pada Game Mobile Legends dengan Menggunakan Metode Cognitive Walkthrough dan Metode Heuristic Evaluation Serta Pengaruh Skin dalam Kepercayaan Diri untuk Meningkatkan Probabilitas Kemenangan. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komputer*, 9(2), 119.
<http://ejournal.fikom-unasman.ac.id>
- Putraditya, I. B. A. N., & Putra, I. N. T. A. (2025). Perancangan User Interface Aplikasi Mobile Pembelajaran Bahasa Bali Menggunakan Metode Design Thinking. *Jurnal Informatika Dan Teknik Elektro Terapan*, 13(2).
<https://doi.org/10.23960/jitet.v13i2.6400>
- Ratna Nur Fadilah, & Dhian Sweetania. (2023). Perancangan Design Prototype Ui/Ux Aplikasi Reservasi Restoran Dengan Menggunakan Metode Design Thinking. *Jurnal Ilmiah Teknik*, 2(2), 132–146. <https://doi.org/10.56127/juit.v2i2.826>
- Wardana, F. C., & Prisma, I. G. L. P. E. (2022). Perancangan Ulang UI & UX Menggunakan Metode Design Thinking Pada Aplikasi Siakadu Mahasiswa Berbasis Mobile. *Journal of Emerging Information System and Business Intelligence (JEISBI)*, 3(4), 1–11. <https://doi.org/10.26740/jeisbi.v3i4.47740>
- Widiyantoro, M. F., Heryana, N., Voutama, A., & Sulistiyowati, N. (2022). INFORMATION MANAGEMENT FOR EDUCATORS AND PROFESSIONALS Perancangan UI / UX Aplikasi Toko Kue Dengan Metode Design Thinking. *Information Management for Educators and Professionals*, 7(1), 1–10.
- Zakaria, J., Ekonomi, D., Universitas, P., Indonesia, M., Makassar, K., & Selatan, S. (2024). *PERAN E-COMMERCE DALAM PEMBANGUNAN EKONOMI*. 10(1), 142–158.