

PERANCANGAN WEBSITE PENCARI KERJA DAN PORTOFOLIO UNTUK PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

Thirza Vasthi Priantika¹

¹Universitas Negeri Surabaya

email: ¹thirzavasthi12@gmail.com

Received:
01-03-2026
Reviewed:
08-03-2026
Accepted:
25-03-2026

ABSTRAK: Program studi Desain Komunikasi Visual Universitas Negeri Surabaya memiliki peran penting dalam menghasilkan lulusan yang kompeten di bidang industri kreatif. Namun, seringkali lulusan ini dihadapkan dengan tantangan saat menentukan karier dan pembuatan portofolio yang efektif kepada calon pemberi kerja. Berangkat dari kebutuhan ini, muncullah gagasan untuk merancang sebuah website yang dapat mengintegrasikan pencarian kerja sekaligus pembuatan portofolio bagi mahasiswa lulusan desain komunikasi visual. Menggunakan metode *design thinking* untuk memahami secara mendalam kebutuhan serta permasalahan yang dihadapi mahasiswa dan lulusan. Website ini akan memberikan manfaat bagi program studi dalam meningkatkan lulusan yang siap bersaing di dunia kerja serta menjadi sarana promosi bagi kampus dalam menarik perhatian banyak calon mahasiswa dan mitra industri.

Kata Kunci: Perancangan, Website, Portofolio, Program Studi Desain Komunikasi Visual

ABSTRACT: *The Visual Communication Design study program at Universitas Negeri Surabaya plays an important role in producing graduates who are competent in the creative industry. However, graduates often face challenges in determining their career paths and creating effective portfolios for potential employers. Based on this need, the idea emerged to design a website that integrates both job search functions and portfolio creation features specifically for students and graduates of visual communication design. This project applies the design thinking method to deeply understand the needs and challenges faced by students and alumni. The resulting website is expected to benefit the study program by producing more*

competitive graduates in the job market and also serve as a promotional tool to attract prospective students and industry partners.

Keywords: *A Design, Website, Portfolio, Visual Communication Design Study Program*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang pesat di era saat ini telah memberikan dampak signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk pada sektor industri kreatif. Dalam konteks ini, Program Studi Desain Komunikasi Visual (DKV) Universitas Negeri Surabaya dituntut untuk menghasilkan lulusan yang tidak hanya kompeten secara teknis, tetapi juga adaptif terhadap dinamika industri dan tuntutan dunia kerja yang semakin kompetitif. Mahasiswa diharapkan mampu mengintegrasikan pemanfaatan teknologi digital dalam pengembangan personal branding dan penyusunan portofolio profesional sebagai bekal menghadapi persaingan di industri kreatif.

Pada kenyataannya banyak mahasiswa dan lulusan mengalami kesulitan dalam memasarkan diri, menampilkan portofolio yang relevan dan menemukan pekerjaan yang sesuai dengan keterampilan yang dimiliki. Menurut data Badan Pusat Statistik (2023), tingkat pengangguran terbuka di Indonesia untuk lulusan perguruan tinggi mencapai 6,92% dengan tantangan yang lebih besar di bidang seni dan kreatif, termasuk mahasiswa lulusan prodi Desain Komunikasi Visual (DKV). Selain itu, survei LinkedIn (2022) juga menunjukkan bahwa hanya sekitar 40% lulusan berhasil memanfaatkan *platform* digital secara efektif untuk membangun *personal branding* dan menarik perhatian pemberi kerja. Hal ini mencerminkan perlunya pendekatan yang lebih spesifik dan strategi *platform* yang tepat untuk membantu mahasiswa memamerkan karya mereka.

Berbagai *platform* digital seperti Behance, Dribbble hingga LinkedIn telah banyak digunakan oleh desainer untuk menampilkan karya dan terhubung dengan dunia kerja. Akan tetapi, sebagian besar *platform* tersebut bersifat umum dan lebih populer di tingkat internasional, tanpa memberikan dukungan yang memadai bagi pengguna lokal khususnya mahasiswa atau lulusan baru dengan pengalaman terbatas. *Platform-platform* ini tidak secara khusus dikembangkan untuk mendukung kebutuhan spesifik di bidang desain komunikasi visual. Akibatnya, mahasiswa dan lulusan sering kali kesulitan untuk menjangkau peluang kerja yang sesuai dengan kebutuhan dan konteks pasar lokal.

Selain itu, survei Nielsen (2023) menyebutkan bahwa 68% pemberi kerja di Indonesia lebih menyukai kandidat yang mampu mempresentasikan keterampilan mereka melalui portofolio yang menarik dan profesional. Temuan ini mengindikasikan pentingnya keberadaan *platform* digital yang tidak hanya memfasilitasi pembuatan portofolio, tetapi juga menyediakan akses ke peluang kerja lokal yang relevan khususnya dalam bidang desain. *Platform* semacam ini dapat menjadi jembatan yang menghubungkan mahasiswa dan lulusan DKV dengan industri kreatif secara lebih efektif.

Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada perancangan website pencari kerja dan portofolio yang dirancang khusus bagi mahasiswa dan lulusan Program Studi Desain Komunikasi Visual (DKV) Unesa. Website ini dapat membantu dalam menampilkan karya secara profesional, menyediakan fitur pencarian kerja yang relevan dan memperluas akses ke dunia kerja. Perancangan dilakukan dengan metode *design thinking* untuk memastikan solusi yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan pengguna dan mampu menghasilkan solusi kreatif yang inovatif dan tepat guna.

Dengan adanya website ini, dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi mahasiswa dan lulusan DKV dalam membangun *personal branding*, meningkatkan kemampuan dalam menampilkan portofolio karya dan memperluas peluang kerja. Selain itu, website ini tidak hanya ditujukan sebagai penghubung antara mahasiswa dan industri kreatif tetapi juga akan diintegrasikan ke dalam sistem website resmi Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Negeri Surabaya. Dengan begitu, *platform* ini dapat menjadi media promosi bagi kampus dan program studi dalam menjalin kerja sama dengan industri kreatif di tingkat lokal maupun internasional.

Berdasarkan tujuh penelitian terdahulu yang telah dikaji, terdapat kesamaan dalam merancang media digital yang bertujuan menyampaikan informasi, memfasilitasi kebutuhan pengguna terutama dalam konteks pencarian kerja, promosi pendidikan dan media promosi produk. Penelitian oleh Jackie Wijaya (2022) merancang aplikasi FindJob yang membantu *freelancer* dalam mendapatkan pekerjaan dengan transparansi harga. Penelitian ini membuktikan efektivitas *design thinking* dalam menyelesaikan masalah pengguna di bidang pencarian kerja.

Penelitian Sang Balarama dan Muhammad Ro'is Abidin (2023) juga menggunakan metode yang sama dalam perancangan *user interface* website Metanesia sebagai media edukasi. Penelitian Rofi Rizqi Saputra dan Muhammad Ro'is Abidin (2020) memanfaatkan *augmented reality* untuk menyampaikan informasi tentang jurusan desain, di mana teknologi dan pendekatan desain dapat meningkatkan pengalaman visual yang menarik. Penelitian oleh Luthfi Ghiyats Abdulhafizh dan Djuli Djatiprambudi (2020) menghasilkan media buku *company profile* sebagai bentuk promosi jurusan desain.

Penelitian Royna Ziyah Zakiah dan Muh Ariffudin Islam (2022) mengembangkan website promosi Vilovy Design untuk meningkatkan komunikasi visual dan kenyamanan pengguna saat berbelanja secara daring. Dua penelitian lainnya menggunakan pendekatan evaluatif, yaitu Mahrus Sulaiman dan Aries Dwi Indriyanti (2023) yang mengevaluasi usability website fakultas teknik Unesa menggunakan metode WEBUSE, dan Rizka Dwi Cahyani dan Aries Dwi Indriyanti (2023) yang menerapkan *user centered design* dalam perancangan ulang website MAN 1 Pasuruan.

Penelitian terdahulu yang relevan telah menghasilkan berbagai *platform* seperti website, aplikasi, UI/UX hingga media buku. Pemanfaatan *platform* seperti website untuk mengenalkan dan memudahkan penyampaian informasi telah banyak digunakan. Namun, sebagian besar penelitian berfokus pada desain dan aspek *usability* tanpa mengintegrasikan sistem portofolio kreatif dengan fitur pencarian kerja. Selain itu, dukungan *platform* untuk membantu pengguna dalam membangun *personal branding* di lingkungan profesional juga belum menjadi fokus utama penelitian. Untuk mengisi kekosongan tersebut, kombinasi metode *design thinking* dengan strategi inovatif lainnya dapat menjadi peluang penelitian baru dalam menciptakan *platform* yang lebih interaktif dan efektif.

Celah riset yang ingin diisi adalah pengembangan website portofolio kreatif yang terintegrasi dengan fitur pencarian kerja. Penelitian ini bertujuan untuk merancang website yang tidak hanya memfasilitasi pengguna dalam membangun portofolio tetapi juga mendukung mereka dalam mencari pekerjaan yang relevan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi lebih lanjut dalam pengembangan desain berbasis kebutuhan pengguna di luar lingkungan Unesa. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan metode *design thinking* yang meliputi tahapan *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype* dan *test*, penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan desain website yang menarik, interaktif dan mampu menyampaikan informasi dengan baik sesuai kebutuhan pengguna.

METODE PENELITIAN (PENCIPTAAN/PERANCANGAN)

Design thinking merupakan pendekatan dengan cara memecahkan masalah yang berfokus pada pengguna. Pertama kali dikenalkan oleh David Kelley dan Tim Brown (2009) yang terdiri dari 5 tahap yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype* dan *test*. Tahapan ini bertujuan menciptakan solusi yang tidak hanya inovatif tetapi juga aplikatif dan relevan bagi pengguna. Untuk itu metode yang digunakan dalam perancangan website pencari kerja dan portofolio adalah *design thinking* oleh Ford (2010) yang memiliki 5 tahapan:

1. *Empathize*

Tahapan *empathize* berfokus pada pengumpulan data yang telah dilakukan dengan cara observasi, survei atau wawancara. Dilakukan untuk mengidentifikasi masalah dan kebutuhan mahasiswa, alumni dan industri kreatif.

2. *Define*

Setelah mengumpulkan data dan memahami kebutuhan pengguna, langkah selanjutnya adalah merumuskan masalah secara spesifik sehingga dapat mendefinisikan permasalahan dalam konteks membangun portofolio dan mencari kerja.

3. *Ideate*

Pada tahap ini, mulai dilakukannya *brainstorming* untuk memunculkan ide-ide kreatif. Solusi yang diajukan adalah perancangan website yang efektif, baik dalam menampilkan portofolio maupun menyediakan fitur pencarian kerja.

4. *Prototype*

Setelah gagasan dirumuskan, *prototype* awal dari website mulai dibuat. *Prototype* akan mencakup fitur-fitur utama seperti galeri portofolio, sistem pencarian kerja hingga antarmuka yang ramah pengguna. Produk *prototype* merupakan produk 90% final dan siap untuk diuji coba.

5. *Test*

Produk *prototype* akan diuji coba secara langsung oleh user untuk mendapatkan *feedback*. Tahap pengujian ini akan dilakukan oleh:

- 1 alumni DKV Unesa yang pernah mengalami kesulitan dalam mencari pekerjaan di bidang kreatif.
- 1 dosen DKV yang memahami kebutuhan akademik dan keterkaitan industri.
- 1 pelaku industri kreatif seperti *recruiter* dari agensi desain lokal yang mewakili perspektif pemberi kerja.

Pemilihan partisipan dilakukan untuk memperoleh gambaran menyeluruh dari pengguna yang mewakili berbagai sudut pandang. *Feedback* yang didapat akan digunakan untuk mengevaluasi dan menyempurnakan desain serta fungsionalitas website agar lebih sesuai dengan kebutuhan.

Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang berfokus pada kebutuhan mahasiswa DKV Unesa. Pendekatan penelitian ini bersifat deskriptif yang bertujuan memberikan gambaran mengenai perancangan website pencari kerja dan portofolio yang dapat membantu lulusan DKV dalam mempersiapkan diri menghadapi dunia industri kreatif.

Menurut Creswell (2014), penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami makna yang dibangun oleh individu terhadap suatu masalah atau fenomena sosial. Metode *design thinking* digunakan untuk menghasilkan *prototype* website yang berfungsi sebagai media pencarian

kerja dan portofolio. Data yang diperoleh melalui wawancara, observasi dan pengujian *prototype* dievaluasi menggunakan analisis deskriptif kualitatif untuk memberikan hasil yang komprehensif.

1. Observasi: Mengamati kebutuhan mahasiswa dalam memilih website portofolio dan lowongan pekerjaan.
2. Wawancara: Dilakukan dengan alumni, dosen dan penyedia kerja bidang kreatif.
3. Kuesioner: Menentukan kebutuhan dan merancang *prototype* berdasarkan hasil jawaban.

KERANGKA TEORETIK

Peran Desain Komunikasi Visual dalam Website Pencari Kerja

Desain Komunikasi Visual merupakan disiplin ilmu yang menggabungkan seni dan teknologi untuk menyampaikan pesan melalui media visual. Menurut Landa (2014), perancangan komunikasi visual yang baik harus mampu menggabungkan estetika dan fungsi. Dalam konteks pengembangan media digital seperti website portofolio, prinsip-prinsip DKV menjadi landasan utama dalam menciptakan tampilan antarmuka yang profesional, *user-friendly* dan menarik secara visual. Bagi mahasiswa tingkat akhir di bidang DKV, keterampilan ini sangat penting untuk merancang portofolio yang mampu merepresentasikan identitas visual sekaligus memenuhi ekspektasi industri kreatif.

Peran DKV dalam perancangan *platform* digital tidak hanya terbatas pada aspek estetika, tetapi juga mencakup bagaimana informasi dikomunikasikan secara efektif kepada pengguna. Tampilan yang baik harus mampu menuntun pengguna dalam menjelajahi fitur-fitur website dengan mudah, tanpa membingungkan. Oleh karena itu, keterampilan desain komunikasi visual menjadi kunci utama dalam menciptakan antarmuka yang informatif sekaligus memikat secara visual.

Peran Platform Digital dalam Transisi Mahasiswa ke Dunia Profesional

Platform digital menjadi peran penting dalam menjembatani mahasiswa tingkat akhir menuju dunia kerja. Dalam era digital saat ini, proses transisi dari akademik ke dunia profesional tidak hanya bergantung pada ijazah atau nilai akademik tetapi juga pada bagaimana mahasiswa membangun identitas profesionalnya secara online. Menurut McMillan dan Morrison (2006), penggunaan *platform* digital memungkinkan individu untuk mempresentasikan keterampilan, pengalaman dan pencapaian mereka secara mandiri dan global. Bagi mahasiswa kreatif, keberadaan *platform* seperti portofolio online, *marketplace freelance* hingga media sosial profesional menjadi sarana aktualisasi sekaligus jembatan langsung menuju dunia kerja yang kompetitif dan dinamis.

Dengan berkembangnya teknologi, mahasiswa tidak hanya dituntut untuk memiliki keterampilan teknis, tetapi juga mampu membangun citra profesional secara daring. *Platform* digital memberikan ruang bagi mahasiswa untuk membentuk identitas profesional mereka melalui karya, pengalaman dan jejaring. Transisi ini menjadi semakin penting mengingat kompetisi kerja yang ketat dan kebutuhan industri terhadap talenta yang memiliki kehadiran digital yang kuat. Hal ini mencakup penggunaan website portofolio, media sosial profesional serta *platform* lowongan kerja yang sesuai dengan bidang mereka.

Portofolio Digital bagi Mahasiswa Tingkat Akhir

Portofolio digital merupakan kumpulan karya digital yang ditampilkan secara online, berfungsi sebagai media dokumentasi, presentasi dan pengembangan karir. Menurut Barrett

(2011), portofolio digital tidak hanya menyimpan karya, tetapi juga mencerminkan proses belajar dan refleksi kreatif. Bagi mahasiswa tingkat akhir, terutama di bidang kreatif seperti desain, portofolio digital menjadi instrumen penting untuk menunjukkan kemampuan dan keunikan visual mereka kepada calon pemberi kerja atau klien. Kehadiran *platform* portofolio yang terintegrasi dengan fitur pencarian kerja juga memperluas peluang mahasiswa dalam memasuki dunia profesional setelah lulus kuliah.

Portofolio yang baik mampu membangun kreadibilitas mahasiswa di hadapan calon pemberi kerja. Dalam era digital saat ini, kecepatan dan kemudahan akses informasi menjadi nilai tambah utama. Portofolio digital memungkinkan mahasiswa untuk memperbarui dan membagikan karyanya dengan fleksibel kepada pihak yang berkepentingan. Hal ini membuka peluang yang lebih luas dalam mendapatkan pekerjaan, proyek *freelance* maupun kolaborasi lintas bidang. Dengan demikian, *platform* portofolio digital menjadi kebutuhan esensial yang mendukung transisi dari dunia akademik ke dunia profesional.

Design Thinking dalam Pengembangan Platform Mahasiswa

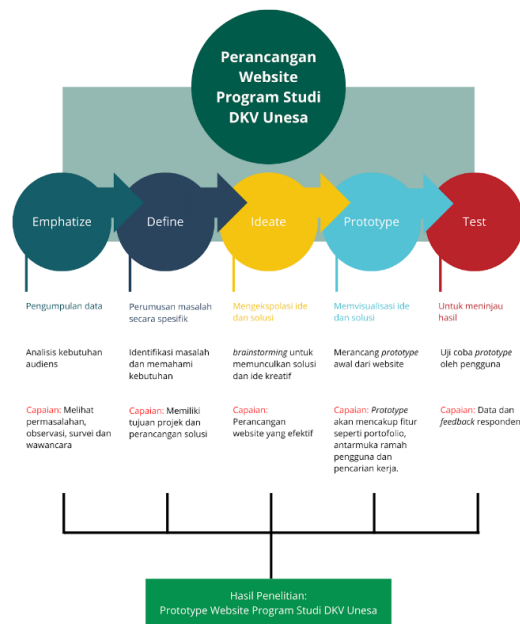
Design thinking merupakan pendekatan dengan cara memecahkan masalah yang berfokus pada pengguna. Pertama kali dikenalkan oleh David Kelley dan Tim Brown (2009) yang terdiri dari 5 tahap yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype* dan *test*. Tahapan ini bertujuan menciptakan solusi yang tidak hanya inovatif tetapi juga aplikatif dan relevan bagi pengguna.

Tahap pertaman *empathize* menekankan observasi dan wawancara untuk memahami emosi, motivasi serta hambatan yang dialami pengguna. Tahap *define* bertujuan merumuskan pernyataan masalah secara terfokus yang biasanya menggunakan diagram alur (*flowchart*) atau *user persona* dengan atribut visual seperti ikon, tipografi atau warna latar belakang. Pada tahap *ideate*, eksplorasi ide kreatif berupa sketsa kasar atau *wireframe* awal. *Prototype* dibentuk dalam rancangan kasar hingga semi fungsional dari tampilan website. Elemen grafis seperti grid, warna primer dan tipografi mulai diterapkan.

Terakhir, tahap *test* dilakukan dengan mengamati interaksi pengguna terhadap *prototype*. Seluruh proses *design thinking* memanfaatkan kombinasi elemen visual, tipografi serta warna yang komunikatif dan fungsional. Dalam konteks mahasiswa tingkat akhir, *design thinking* dapat membantu merancang *platform* portofolio yang benar-benar sesuai dengan kebutuhan, baik dari segi tampilan, kemudahan penggunaan hingga integrasi fitur lowongan kerja. Menurut Ford (2010), *design thinking* memungkinkan pengembangan inovatif yang berfokus pada pengalaman dan kepuasan pengguna.

HASIL DAN PEMBAHASAN

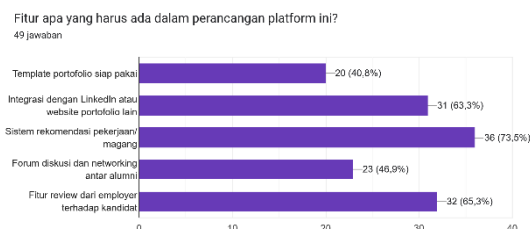
Pada tahap ini, dilakukannya pengumpulan data sekaligus identifikasi permasalahan. Menggunakan metode *design thinking* untuk menentukan target yang harus dilakukan sehingga sesuai dengan kebutuhan target audience.



Gambar 1. Alur Design Thinking

1. Emphasize

Pada tahap ini, dilakukan proses pengumpulan data untuk memahami kebutuhan, perilaku dan tantangan yang dihadapi oleh mahasiswa, alumni, dosen serta pelaku industri kreatif. Teknik yang digunakan yaitu penyebaran kuesioner kepada mahasiswa aktif dan wawancara mendalam kepada alumni, dosen serta pelaku industri.



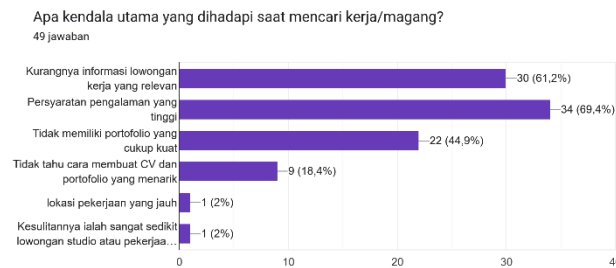
Gambar 2. Hasil Kuisisioner

Pertanyaan “Fitur apa yang harus ada dalam perancangan *platform* ini?”. Sebanyak 36 responden (73,5%) membutuhkan sistem rekomendasi pekerjaan atau magang, 32 responden (65,3%) ingin fitur review dari employer terhadap kandidat, 31 responden (63,3%) *platform* yang terintegrasi dengan LinkedIn atau website portofolio lainnya, 23 responden (46,9%) menginginkan forum diskusi networking antar alumni dan 20 responden (40,8%) memerlukan template portofolio siap pakai.

Kesimpulan sementara untuk fitur yang perlu ada pada *platform* yaitu sistem rekomendasi pekerjaan atau magang, review dari employer terhadap kandidat, *platform* yang terintegrasi dengan LinkedIn atau website portofolio lainnya, forum diskusi networking antar alumni dan template portofolio siap pakai. Hasil ini akan menjadi dasar dalam merumuskan kebutuhan pengguna dan masalah pada tahap *define*.

2. Define

Setelah mengumpulkan data baik dari observasi, penyebaran kuisioner hingga wawancara pada tahap *emphatize*, selanjutnya dilakukan identifikasi permasalahan utama yang dihadapi pengguna serta penyusunan kebutuhan fitur yang dapat menjadi solusi. Analisis data menunjukkan berbagai kendala dalam proses pencarian kerja atau magang sebagaimana ditampilkan dalam gambar 3.



Gambar 3. Hasil Kuisioner

Pada gambar di atas terlihat bahwa hambatan utama yang dialami responden dalam mencari kerja atau magang adalah 34 responden (69,4%), persyaratan pengalaman yang tinggi, 30 responden (61,2%), kurangnya informasi lowongan kerja yang relevan, 22 responden (44,9%), tidak memiliki portofolio yang cukup kuat, 9 responden (18,4%), tidak tahu cara membuat CV dan portofolio yang menarik dan 2 responden (4%), lokasi pekerjaan yang jauh.

3. Ideate

Brainstorming ide dan menerapkan fitur yang dibutuhkan dengan kemudahan tampilan pada website. Mencari beberapa referensi website portofolio dan penyedia. Beberapa referensi website yang digunakan yaitu Behance, LinkedIn, Dribbble dan Pinterest.

4. Prototype

Setelah tahap brainstorming, proses desain dilanjutkan ke tahap *prototype*. Ide yang telah dirancang akan diwujudkan secara visual menggunakan Figma dan Adobe Illustrator. Aset akan digunakan sesuai dengan kebutuhan dari alur dan tampilan di setiap halamannya. Halaman akan terbagi menjadi halaman utama, bidang project, lowongan pekerjaan, login dan akun.

1. Home

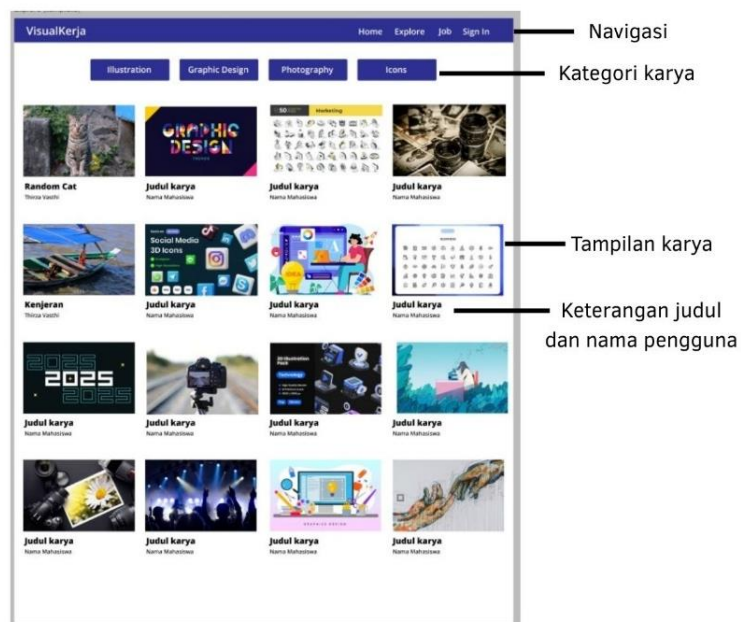
Home atau halaman utama adalah halaman paling awal dari website yang digunakan sebagai pengenalan fitur kepada pengguna.



Gambar 4. Tampilan Halaman Utama Website

2. Explore

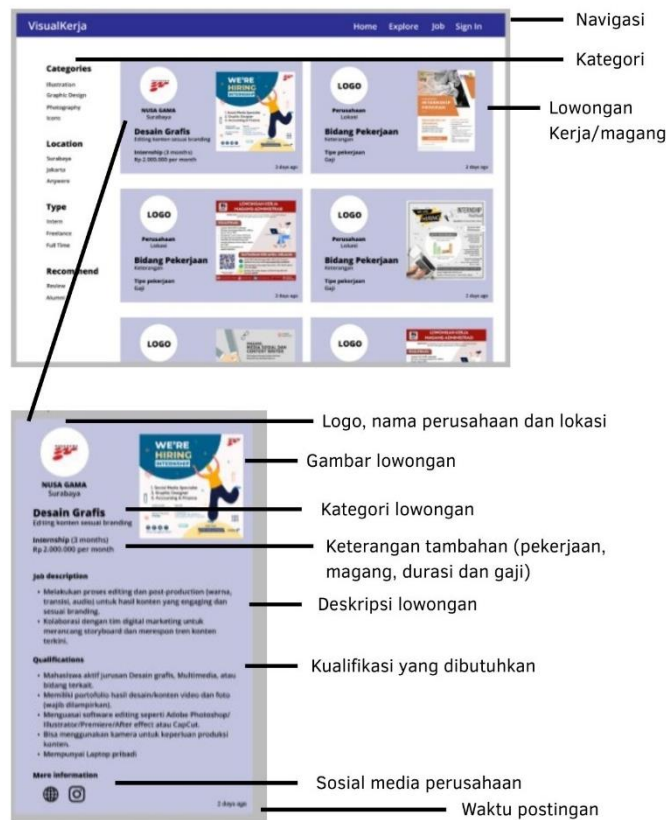
Pada halaman *explore*, portofolio akan dibagi menjadi bidang yang sesuai untuk memudahkan pengkategorian bidang dan minat.



Gambar 5. Tampilan Halaman Bidang

3. Job

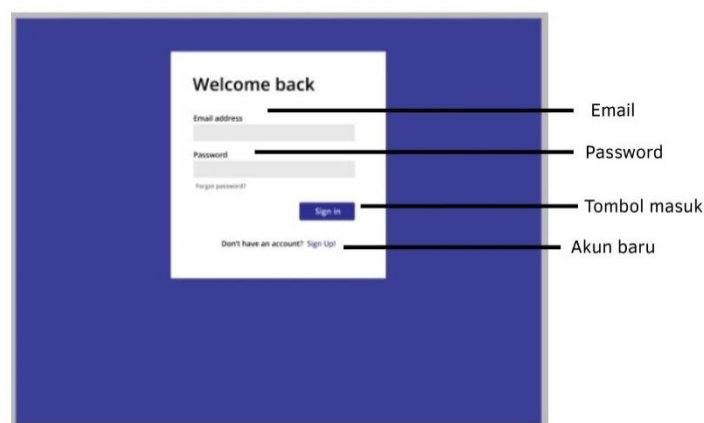
Berisikan lowongan pekerjaan dan magang yang menjelaskan perusahaan singkat, lowongan yang terbuka, batas pendaftaran hingga informasi lainnya.



Gambar 6. Tampilan Halaman Lowongan Pekerjaan

4. Sign In

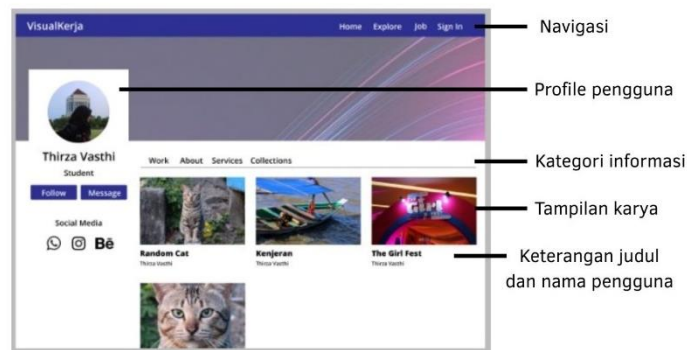
Halaman khusus untuk masuk secara pribadi ke dalam website. Fitur yang dapat digunakan seperti memposting portofolio hingga chat khusus mahasiswa dan alumni.



Gambar 7. Tampilan Halaman Sign In

5. Account

Tampilan akun pribadi yang memuat data diri, akun media sosial, bidang yang diminati serta portofolio.



Gambar 8. Tampilan Halaman Account

5. Test

Dilakukannya pengujian untuk melihat apakah sudah memenuhi kebutuhan pengguna. Validasi dilakukan oleh 1 alumni dan 1 industri kreatif. Berikut adalah hasil perancangan yang akan dinilai oleh validator.



<https://nlink.at/SnAJ>

Gambar 9. Hasil Website Perancangan

Tabel 1. Tabel Validasi

Kriteria	Skor	
	Validator 1	Validator 2
Kegunaan Website		
Teks dalam website mudah terbaca	3	4
Penggunaan warna dalam website terlihat jelas dan tidak mengurangi keterbacaan <i>button</i> atau teks	3	4
Penerapan grid pada website sesuai dan tidak mengganggu atau merusak pemakaian	2	3
Estetika Website		
Pemilihan <i>font</i> sudah sesuai dengan estetika dan keterbacaan website	3	4
Pemilihan warna yang sudah bagus dan mendukung tampilan website	3	3
Tampilan layout dan <i>whitespace</i> sudah sesuai dengan	2	4

Kriteria	Skor	
	Validator 1	Validator 2
estetika		
Penyajian Konten		
Kualitas materi yang sudah tepat untuk membantu pengguna website	2	3
Penyajian materi yang mudah dipahami untuk digunakan sebagai portofolio dan pencarian kerja	3	4
Penyajian petunjuk pada website mudah dipahami dan digunakan	3	4
Penyajian materi dapat menarik minat untuk menggunakan website	2	4
Pemilihan bahasa sudah sesuai dengan target pengguna	3	3
Materi yang disajikan dengan kalimat yang mudah dipahami	3	3
Jumlah Aspek Penilaian	32	43
Rata-rata Aspek Penilaian	2,66	3,58
Persentase Aspek Penilaian	66	89

Keterangan: Validator 1=Elang Gerbang (Alumni); Validator 2= Rachel Septiana (Industri Kreatif)

Tabel 2. Kategori Penilaian

Tingkat Pencapaian (%)	Kriteria
>75 - 100%	Sangat Layak
>50 - 75%	Layak
>25 - 50%	Cukup Layak
0 - 25%	Tidak Layak

SIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menghasilkan sebuah *prototype* website yang mampu mengintegrasikan dua kebutuhan utama mahasiswa dan alumni DKV Unesa, yaitu membangun portofolio profesional dan mengakses lowongan pekerjaan yang sesuai. Dengan menggunakan pendekatan *design thinking*, rancangan yang dihasilkan mampu menjawab kebutuhan pengguna secara menyeluruh melalui lima tahap proses kreatif yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype* dan *test*. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa pendekatan *design thinking* tidak hanya relevan dalam konteks produk industri tetapi juga efektif dalam pengembangan solusi berbasis pendidikan dan karir.

Kelebihan dari website saat ini yaitu menyediakan fitur-fitur yang sesuai dengan hasil survey dan kebutuhan pengguna seperti sistem rekomendasi, template portofolio dan forum alumni. Memiliki desain antarmuka yang ramah pengguna dan minimalis. Mempermudah mahasiswa dalam membangun *personal branding* secara digital. Sistem yang terhubung dengan *platform* portofolio lainnya, serta *platform* yang terintegrasi dengan sistem kampus sebagai media resmi *showcase* karya.

Kekurangan dari website pencari kerja dan portofolio ini yaitu masih berada pada tahap *prototype* sehingga belum tersedia secara fungsional penuh. Fitur pencarian kerja belum dapat

terhubung dengan database lowongan secara *real-time*. Terakhir yaitu, belum dilakukannya pengujian skala besar untuk validasi performa dan kelayakan jangka panjang.

Pengembangan lebih lanjut sebaiknya diarahkan pada tahap implementasi penuh dan integrasi ke dalam sistem website resmi Prodi DKV Unesa. Masih diperlukannya uji coba lanjutan dengan kelompok pengguna yang lebih besar untuk memperoleh data dan umpan balik dari berbagai latar belakang pengguna. Perlunya untuk menambahkan fitur pencarian kerja seperti tenggat waktu dan review. Penguatan kolaborasi dengan mitra industri kreatif lokal agar *platform* tidak hanya menjadi *showcase* karya tetapi juga jembatan menuju dunia kerja profesional.

REFERENSI

- Badan Pusat Statistik. (2023). *Tingkat Pengangguran Terbuka Menurut Pendidikan*. <https://www.bps.go.id>
- Barrett, H. (2011). *Balancing the Two Faces of E-Portfolios*. Educacao, Formacao & Tecnologias, 1(1), 6-14.
- Brown, T. (2009). *Change by Design: How Design Thinking Creates New Alternatives for Business and Society*. Harvard Business Press.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications.
- Dschool Stanford. (2020). *Design Thinking Bootleg*. <https://dschool.stanford.edu/resources>
- Ford, D. (2010). *Implementing Design Thinking in Higher Education*. EDUCAUSE Review, 45(5), 36-40.
- Garrett, J. J. (2011). *The Elements of User Experience*. New Riders.
- IDEO.org. (2015). *The Field Guide to Human-Centered Design*. IDEO.org.
- Kaplan, A. M., and Haenlein, M. (2010). *User of the world, unite! The challenges and opportunities of social media*. Business Horizons, 53(1), 59-68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kelley, D., and Kelley, T. (2013). *Creative Confidence: Unleashing the Creative Potential Within Us All*. Crown Business.
- Krug, S. (2014). *Don't Make Me Think, Revisited*. New Riders.
- Landa, R. (2014). *Graphic Design Solutions* (5th ed.). Cengage Learning.
- LinkedIn. (2022). *Graduate Employment and Branding Report*. LinkedIn Talent Solutions.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. Sage.
- Montoya, P., & Vandehey, T. (2008). *The Brand Called You*. Personal Branding Press.
- McMillan, J., and Morrison, D. (2006). *Coming of Age with the Internet: A Qualitative Exploration of How the Internet Has Become an Integral Part of Young People's Lives*. New Media & Society, 8(1), 73-95. <https://doi.org/10.1177/1461444806059871>
- Nielsen. (2023). *The State of Digital Job Search in Southeast Asia*. <https://www.nielsen.com>
- Nielsen Norman Group. (2021). *UX Basics*. <https://www.nngroup.com>