

Analisis Desain Antarmuka Pada Website Cretivox.Com Sebagai Representasi Budaya Populer Gen Z Di Indonesia

Raihan Azfa Mahardika^{1,*}, Inko Sakti Dewanto²

¹ Desain Komunikasi Visual Fakultas Arsitektur dan Desain

² Institut Teknologi Nasional

¹ raihan.azfa@itenas.ac.id * ² inkosakti@itenas.ac.id

* Corresponding Author

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis desain antarmuka (UI) dan pengalaman pengguna (UX) pada *website* Cretivox.com sebagai representasi budaya populer Generasi Z dalam konteks industri kreatif digital di Indonesia. Cretivox.com dipilih sebagai objek penelitian karena memposisikan *website* tidak hanya sebagai media informasi, tetapi juga sebagai ruang branding dan portofolio kreatif yang menyasar audiens *digital-native*. Penelitian ini menggunakan pendekatan *mixed methods* dengan mengombinasikan metode kuantitatif dan kualitatif. Data kuantitatif diperoleh melalui kuesioner tertutup dengan skala Likert untuk mengukur persepsi pengguna terhadap aspek visual, navigasi, kenyamanan, dan relevansi konten. Sementara itu, data kualitatif dikumpulkan melalui pertanyaan terbuka dan dianalisis menggunakan kerangka SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan desain *website*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Cretivox.com memiliki kekuatan pada konsistensi visual, karakter desain yang selaras dengan selera Generasi Z, serta pendekatan konten yang adaptif terhadap preferensi visual pengguna. Namun, ditemukan pula keterbatasan pada aspek navigasi dan struktur informasi yang memengaruhi pengalaman pengguna. Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan kajian UI/UX *website* kreatif serta mendukung pertumbuhan industri kreatif digital yang sejalan dengan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) poin 8.

Progress Artikel

Dikirim 2026-01-29

Revisi 2026-06-08

Diterima 2026-08-21

Kata Kunci

Desain Antarmuka (UI)
Pengalaman Pengguna
(UX)

Generasi Z

Website Kreatif

1. Pendahuluan

Perkembangan industri kreatif digital di Indonesia tidak terlepas dari peran Generasi Z yang tumbuh dalam ekosistem media visual dan budaya populer berbasis digital. Generasi ini memanfaatkan platform digital sebagai ruang ekspresi, pembentukan identitas, sekaligus produksi konten kreatif. Dalam konteks tersebut, desain komunikasi visual pada media digital, terutama *website* yang berfungsi tidak hanya sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai medium pembentuk pengalaman pengguna, citra profesional, dan representasi budaya visual generasi muda.

1.1 Latar Belakang

Berdasarkan penelitian (Fariah, 2025), menunjukkan bahwa Gen Z urban memanfaatkan platform digital tidak hanya sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai ruang kreatif untuk menampilkan karya serta berpartisipasi dalam ekosistem ekonomi kreatif.

Pola konsumsi media generasi muda semakin bergeser ke arah konten visual dan digital. Penelitian (Evita et al., 2023), menunjukkan bahwa Gen Z memiliki intensitas tinggi dalam

mengakses media digital untuk kebutuhan estetika, hiburan, eksplorasi kreativitas, dan informasi budaya populer. Kedekatan mereka dengan dunia visual membuat kualitas desain *website*, termasuk gaya visual, navigasi, dan struktur informasi menjadi faktor penting yang memengaruhi kenyamanan serta persepsi profesionalitas platform.

Karakteristik perilaku digital Gen Z juga berkaitan dengan pola perhatian (*attention span*) yang semakin pendek akibat paparan konten digital serba cepat. Studi oleh (Rehna Ginting et al., 2025) menunjukkan bahwa Gen Z cenderung impulsif dalam konsumsi media, lebih memilih informasi singkat, serta menunjukkan peningkatan pola *multitasking* dan kecenderungan menghindari teks panjang. Fenomena ini membuat Gen Z lebih responsif terhadap format konten visual cepat seperti video pendek atau elemen interaktif. Dalam konteks Cretivox.com, hal tersebut tercermin melalui fitur *Not a fan of reading? Watch this instead*, yang menjadi respons desain terhadap kebiasaan konsumsi cepat dan preferensi visual generasi *digital-native*. Dengan demikian, analisis UI/UX Cretivox.com tidak hanya mempertimbangkan aspek estetika, tetapi juga adaptasi desain terhadap pola kognitif dan cara Gen Z memproses informasi.

Penelitian mengenai kualitas antarmuka digital menunjukkan bahwa pengalaman pengguna sangat dipengaruhi oleh navigasi, kejelasan informasi, responsivitas, dan konsistensi visual. (Ardra Maulana Adwitiya Nugroho & Supriyadi, 2025), menekankan bahwa struktur konten yang jelas, estetika antarmuka yang menarik, dan kemudahan interaksi merupakan elemen penting dalam membentuk kenyamanan pengguna pada sebuah website. Temuan ini memperkuat urgensi analisis UI/UX terhadap Cretivox.com, terutama karena Gen Z merupakan kelompok yang sangat peka terhadap tampilan modern dan navigasi intuitif.

Elemen visual seperti warna dan tipografi memiliki pengaruh signifikan terhadap cara pengguna menerima, memahami, dan berinteraksi dengan informasi yang disajikan dalam antarmuka digital. Penelitian (Rani Chantika et al., 2025) menunjukkan bahwa pemilihan warna dan tipografi yang tepat pada desain antarmuka digital dapat meningkatkan kenyamanan visual pengguna serta mempermudah proses interaksi dengan *website*. Temuan tersebut menegaskan bahwa konsistensi visual dan keterbacaan elemen teks merupakan faktor penting dalam menciptakan pengalaman pengguna yang positif. Oleh karena itu, analisis terhadap penggunaan warna dan tipografi pada *website* Cretivox.com menjadi relevan untuk memahami bagaimana elemen visual tersebut berkontribusi dalam membangun kenyamanan, kredibilitas, serta daya tarik platform kreatif bagi audiens digital, khususnya generasi muda.

Cretivox merupakan media kreatif berbasis digital yang berfokus pada produksi dan publikasi konten visual untuk audiens muda, khususnya Generasi Z. Sebagai media digital independen, Cretivox menyajikan konten seputar budaya populer, kehidupan urban, dan isu-isu yang dekat dengan generasi muda, sekaligus berperan sebagai ruang presentasi karya dan aktivitas kreatif dalam industri kreatif digital.

Cretivox.com dipilih sebagai objek penelitian karena memiliki karakter unik sebagai media kreatif yang menargetkan audiens *digital-native* melalui pendekatan visual, tema *urban lifestyle*, dan konten budaya populer. *Website* ini memanfaatkan elemen visual dan interaktif seperti navigasi horizontal, animasi, *video hero*, serta menyediakan alternatif penyajian informasi dalam format visual bagi pengguna yang lebih responsif terhadap konten non-teks. Struktur halaman *Work*, *Platform*, *News*, dan *Contact* menempatkan Cretivox.com sebagai media kreatif, sarana branding digital, sekaligus portofolio profesional.

Namun demikian, penelitian-penelitian terdahulu tentang Cretivox dan media kreatif sejenis umumnya berfokus pada strategi konten dan aktivitas di media sosial, khususnya Instagram, dalam

membangun engagement dan eksistensi brand. Penelitian (Husna et al., 2025) menelaah ide kreatif konten cretivox sebagai media kreatif di Instagram, tanpa mengkaji peran desain antarmuka dan pengalaman pengguna pada website sebagai medium utama representasi visual dan profesional.

Oleh karena itu, penelitian ini mengisi celah dengan menganalisis desain antarmuka (UI) dan pengalaman pengguna (UX) Cretivox.com sebagai representasi budaya populer Generasi Z dalam konteks industri kreatif digital Indonesia.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan *mixed methods*, yaitu penggabungan metode kualitatif deskriptif dan kuantitatif deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian tidak hanya bertujuan untuk mengetahui kecenderungan persepsi pengguna terhadap *website* Cretivox.com, tetapi juga untuk menggali pandangan dan pengalaman pengguna secara lebih mendalam terkait desain antarmuka dan pengalaman pengguna (UI/UX).

Pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini melalui penyebaran kuesioner tertutup dengan skala Likert dua pilihan (setuju dan tidak setuju) untuk mengukur persepsi umum responden terhadap aspek visual, navigasi, kenyamanan, dan relevansi konten *website*. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan persepsi pengguna dipahami sebagai data yang dapat diukur secara objektif dan dianalisis secara sistematis. Kuesioner tertutup dinilai efektif dalam menyajikan data yang terstruktur dan mudah diolah, sehingga membantu peneliti melihat kecenderungan penilaian responden secara kolektif. Sejalan dengan kajian metodologis, penggunaan instrumen terstandar dalam pendekatan kuantitatif dinilai efisien untuk mengidentifikasi pola persepsi pada kelompok responden dalam jumlah relatif besar (Nurhaswinda et al., 2025), termasuk pada Generasi Z yang menjadi subjek penelitian ini.

Sementara itu, pendekatan kualitatif diterapkan melalui penggunaan pertanyaan terbuka dalam kuesioner untuk menggali pendapat, kritik, dan saran responden terkait desain *website* Cretivox.com. Pendekatan ini bertujuan memperoleh pemahaman yang lebih mendalam dan kontekstual mengenai persepsi serta pengalaman pengguna yang tidak sepenuhnya dapat dijelaskan melalui data kuantitatif. Penelitian yang dilakukan oleh (Elva & Murhayati, 2025), menegaskan bahwa pendekatan kualitatif efektif digunakan untuk memahami fenomena secara holistik dengan menekankan penafsiran makna berdasarkan perspektif subjek penelitian. Data kualitatif yang diperoleh selanjutnya dianalisis menggunakan kerangka SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat) guna mengevaluasi kondisi internal dan eksternal desain antarmuka *website* secara sistematis. Berdasarkan penelitian (Masula & Hermawan, 2024), analisis SWOT merupakan alat evaluatif yang efektif untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman suatu sistem, sehingga dalam penelitian ini digunakan tidak hanya untuk mendeskripsikan kualitas UI/UX, tetapi juga untuk memetakan posisi dan arah pengembangan desain *website* secara strategis sebagai media kreatif digital.

2.1 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner *online* kepada responden dari kalangan Generasi Z. Kuesioner dirancang untuk mengumpulkan data mengenai persepsi pengguna terhadap desain antarmuka dan pengalaman penggunaan *website* Cretivox.com.

Instrumen kuesioner terdiri dari dua jenis pertanyaan, yaitu:

- Pertanyaan tertutup, menggunakan skala Likert (setuju dan tidak setuju), yang bertujuan untuk mengukur persepsi responden terhadap aspek UI/UX *website* seperti tampilan visual, kemudahan navigasi, kenyamanan penggunaan, dan kejelasan informasi.
- Pertanyaan terbuka, yang bertujuan untuk menggali pendapat responden secara bebas mengenai kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*), dan ancaman (*Threat*) *website* Cretivox.com.

2.2 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dilakukan dengan mengintegrasikan analisis kuantitatif dan kualitatif. Data kuantitatif dari pertanyaan tertutup dianalisis secara deskriptif untuk melihat kecenderungan jawaban responden. Hasil analisis disajikan dalam bentuk persentase dan grafik untuk memperjelas pola persepsi pengguna terhadap kualitas UI/UX *website* Cretivox.com.

Data kualitatif dari pertanyaan terbuka dianalisis melalui proses reduksi data, pengelompokan, dan kategorisasi tematik. Hasil analisis ini kemudian digunakan sebagai dasar penyusunan analisis SWOT yang mencakup faktor *Strength*, *Weakness*, *Opportunity*, dan *Threat*.

2.2.1 Teknik Analisis SWOT

Analisis SWOT digunakan sebagai alat analisis untuk mengevaluasi kondisi internal dan eksternal *website* Cretivox.com berdasarkan persepsi pengguna. Pada tahap ini, analisis difokuskan pada proses identifikasi dan pengelompokan data ke dalam empat komponen SWOT sebagai dasar perumusan strategi pengembangan UI/UX.

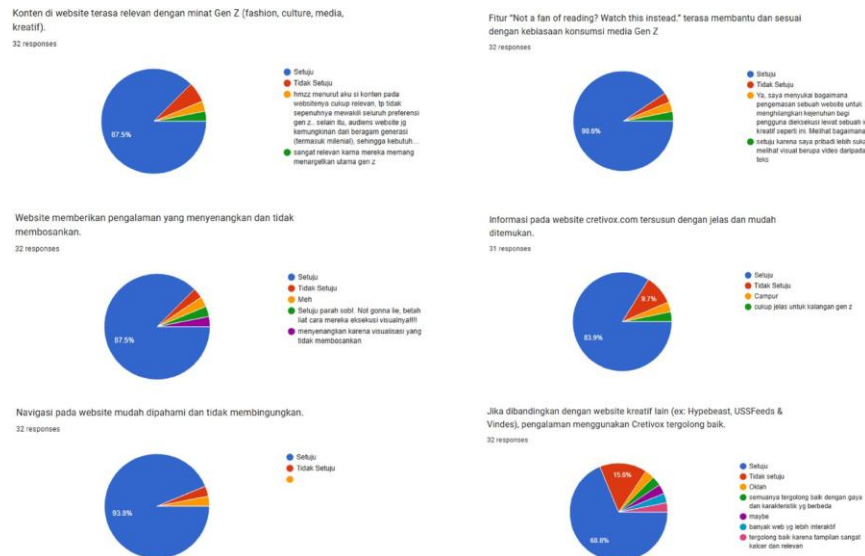
3. Hasil Dan Diskusi

Bab ini menyajikan hasil penelitian yang diperoleh dari pengolahan data kuesioner kuantitatif dan kualitatif, serta pembahasan temuan dalam konteks desain antarmuka (UI) dan pengalaman pengguna (UX) *website* Cretivox.com. Penelitian ini melibatkan 32 responden dari Generasi Z, dengan mayoritas berada pada rentang usia 21–24 tahun (84,4%) dan sebagian lainnya berusia 17–20 tahun (15,6%). Sebagian besar responden berstatus sebagai mahasiswa (90,6%), dan sebagian lainnya sudah bekerja / masih menjadi siswa di sekolah, sehingga merepresentasikan pengguna muda yang aktif dalam konsumsi media digital. Pembahasan difokuskan pada persepsi Generasi Z sebagai pengguna *digital-native*, dengan mengaitkan temuan penelitian terhadap karakteristik konsumsi media visual dan interaktif.

3.1 Hasil Analisis Persepsi Pengguna Berdasarkan Skala Likert

Berdasarkan hasil kuesioner tertutup dengan skala Likert dua tingkat (setuju dan tidak setuju), mayoritas responden menunjukkan kecenderungan persepsi positif terhadap desain antarmuka dan pengalaman pengguna *website* Cretivox.com. Aspek yang dinilai meliputi tampilan visual, kemudahan navigasi, kenyamanan penggunaan, kecepatan akses, serta relevansi konten.

Hasil ini menunjukkan bahwa desain visual *website* yang modern, minimalis, dan konsisten dinilai sesuai dengan preferensi estetika Generasi Z. Selain itu, struktur informasi dan penggunaan elemen visual interaktif dianggap membantu responden dalam memahami konten yang disajikan.



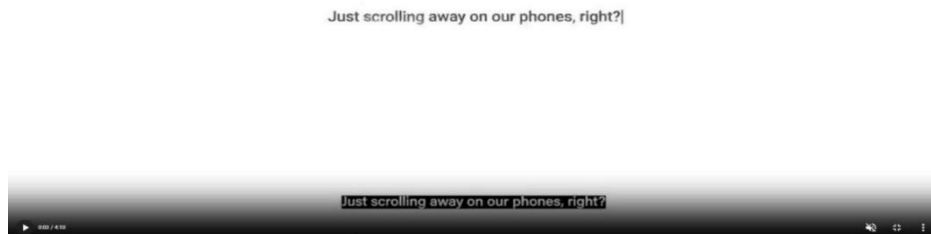
Gambar 3.1 Diagram likert responden
(Sumber: <https://forms.gle/LVVmN2oiLcoKv4Mc6>)

3.2 Pembahasan Fitur Video sebagai Alternatif Konsumsi Informasi

Salah satu temuan penting dalam penelitian ini adalah respons positif responden terhadap fitur video "Not a fan of reading? Watch this instead" yang disediakan oleh *website* Cretivox.com. Fitur ini dinilai membantu pengguna dalam mengakses informasi tanpa harus membaca teks panjang, serta sesuai dengan kebiasaan konsumsi media Generasi Z yang cenderung visual dan cepat.

Keberadaan fitur ini mencerminkan adaptasi desain UI/UX terhadap pola perhatian (*attention span*) Generasi Z yang relatif singkat serta preferensi terhadap konten audiovisual. Hal ini memperkuat peran desain antarmuka sebagai sarana komunikasi, bukan sekadar elemen estetika.

Not a fan of reading? Watch this.



Gambar 3.2 fitur video "Not a fan of reading? Watch this instead"
(Sumber: <https://cretivox.com/>)

3.3 Hasil Analisis SWOT Website Cretivox.com

Analisis SWOT dalam penelitian ini digunakan untuk mengevaluasi kondisi desain antarmuka dan pengalaman pengguna *website* Cretivox.com berdasarkan persepsi responden Generasi Z. Data diperoleh secara komplementer dari dua sumber: data kuantitatif melalui kuesioner tertutup skala Likert untuk melihat kecenderungan persepsi umum, dan data kualitatif melalui pertanyaan terbuka untuk menggali pendapat responden secara lebih mendalam. Faktor-faktor SWOT dikelompokkan ke dalam dua dimensi, yaitu faktor internal yang mencakup *Strength* dan *Weakness*, serta faktor eksternal yang mencakup *Opportunity* dan *Threat*.

Dalam Section ini saya ingin tau seberapa Kuat (Strength), Kelemahan (Weakness), Peluang (Opportunities), Threat (ancaman) dari website cretivot.com

Apa yang menurut Anda menjadi **kekuatan (Strength)** dari website Cretivox.com?

29 responses

Konten kreatif yang relevan dengan kebutuhan Gen Z.

Visual nya bold , tampilannya modern dan ramah gen z

dibagian tagline seperti "VOICE OF PEOPLE", "Sea of Voice, Voice of SEA" ini sih nilai plus krn secara langsung ngasih ruang buat anak muda ikut mengekspresikan ide dan suara mereka lewat nulis artikel, ikut konten, kolaborasi, dll gitu

jadi bukan sekedar media hiburan aja ada manfaatnya buat gen z yg aktif bgt di dunia digital

gaya bahasa yang dekat dengan anak muda, konten yang dibuat fun dan juga ringan tapi tetap informatif.

menurutku, Strengthnya itu kek lebih ke style visualnya sih yang gen z banget.

websitenya clean, loadingnya ngebut spt the flash, dan kontennya fresh jadi seru banget buat di-scroll!! overall udah keliatan modern dan user-friendly :3

Hierarki visual pada website Cretivox.com cukup jelas, jadi bisa paham apa sih creativotx itu

Apa saja **kelemahan (Weakness)** yang Anda rasakan saat menggunakan website ini? (jawaban bebas)

28 responses

Ada bagian yang terasa kosong sehingga pengalaman pengguna belum maksimal.

Mungkin bisa terlihat terlalu ramai dan berantakan, krn terlalu bnyk genre yg terpakai

mungkin karena identitas double (media + agency), ada kemungkinan sebagian user itu merasa kontennya kurang netral atau terlalu dominan klien sama brand

fitur navigasi kadang membingungkan khususnya pengguna awam.

so far, gaada sih weakness pas mengakses website tersebut.

honestly waktu pertama kali aku ngunjungin websitenya beberapa menu kurang standout jadi aga bingung pas pertama masuk..

Navigasi terbatas terasa kurang eksploratif

Permainan warna yang terlalu netral

Jika ada kesempatan perbaikan, fitur apa yang menurut Anda perlu **ditambahkan?** atau Peluang apa yang bisa anda lihat terkait website cretivot.com ini

27 responses

ditambah fitur search yang lebih smart biar makin gampang nyari konten-kontennya.

menambahkan fitur Interactive content section, dimana ada satu bagian konten bisa di interaksi (di geser/clickable) sama user

Peluang yang terlihat dari website ini adalah menarik perhatian dari gen-Z terutama dalam mendapatkan informasi yang efektif dan akurat

-

mungkin tidak ada perbaikan yang signifikan, namun fokus pada bagaimana mereka merancang informasi dengan hierarki yang lebih baik lagi. Bisa diubah lewat layout tampilan website, menyusun fokus yang ingin ditampilkan dalam website ini lebih fokus. Atau mungkin memperbaiki beberapa tipografi untuk memberikan hierarki yang lebih baik, mana yang perlu di highlight untuk informasi website ini. Hanya karena penggunaan tipografi dan layout yang konsisten, bukan berarti website tersebut dapat dilihat "menarik" sepenuhnya.

Menurut Anda, apa **ancaman (Threat)** terbesar bagi website Cretivox.com sebagai platform kreatif Gen Z?

27 responses

-Persaingan platform kreatif Gen Z yang semakin banyak dan agresif.

-Perubahan tren digital cepat sehingga website harus selalu update.

Media lain ataupun kreator individu di sosmed bisa menyialp dgn konten yang lebih cepat atau lebih relatable

kalaupun algoritma di sosmed nya berubah, reach drop gitu otomatis traffic ke website juga drop sih kayanya jd dipertahankan distribution di sosmed nya juga

berisiko kehilangan fokus dan identitas jika tidak segera memperkuat arah, pengalaman pengguna, dan ciri khas kontennya.

hhmmmm apa yak kira-kira ancamannya. Yaaa palingan juga ga jauh dari kata persaingan sih. persaingan sama yang dengan 1 lingkupnya, mungkin bisa jadi ancaman terbesarnya. Apalagi di zaman sekarang tren & algoritma serba cepet, sekiranya kalah cepet, atau mungkin skenarionya kayak lambat berinovasi mengikuti minat gen Z, udah pada pindah haluan audience kekinya.

gatau jujur, tapi kayanya gaadaa 😭

Gambar 3.3 Jawaban terbuka SWOT responden
(Sumber: <https://forms.gle/LVVmN2oiLcoKv4Mc6>)

Tabel 3.3 Analisis SWOT

Nomor	Aspek	Uraian
1	<i>Strength</i> (Internal)	• Visual <i>website</i> modern, bold, dan relevan dengan karakter Gen Z • Desain minimalis dan user-friendly • gaya bahasa konten ringan dan dekat dengan audiens muda • hierarki visual jelas • <i>website</i> cepat diakses dan nyaman untuk scrolling • konten kreatif fresh dan informatif • identitas brand terlihat kuat dan professional • jangkauan audiens multichannel.
2	<i>Weakness</i> (Internal)	• Navigasi belum sepenuhnya intuitif bagi pengguna baru • beberapa informasi memerlukan eksplorasi lebih lanjut • fungsi beberapa menu belum langsung dipahami • halaman tertentu terasa panjang sehingga berpotensi menurunkan fokus pengguna.
3	<i>Opportunity</i> (External)	• Minat Gen Z terhadap platform kreatif terus meningkat • tren konsumsi konten visual dan video pendek semakin dominan • peluang pengembangan fitur interaktif dan kolaboratif • potensi <i>website</i> sebagai wadah ekspresi dan portofolio kreatif Gen Z.
4	<i>Threat</i> (External)	• Persaingan dengan platform kreatif dan media digital lain • perubahan tren visual yang cepat • rendahnya rentang perhatian pengguna digital • ekspektasi tinggi terhadap kualitas visual dan pengalaman pengguna.

3.3.1 Faktor Internal

Faktor internal merujuk pada kondisi yang berasal dari dalam *website* Cretivox.com itu sendiri, meliputi elemen visual, navigasi, struktur konten, dan identitas brand.

Dari sisi *Strength*, data kuantitatif menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju terhadap kualitas tampilan visual, kenyamanan penggunaan, serta relevansi konten *website*. Hal ini diperkuat oleh data kualitatif di mana responden secara dominan menyebutkan bahwa desain *website* terasa *bold*, minimalis, dan *user-friendly*. Hierarki visual yang jelas, gaya bahasa konten yang ringan, serta kecepatan akses yang baik turut disebut sebagai kekuatan yang membuat *website* terasa dekat dengan audiens muda. Identitas brand Cretivox.com dinilai kuat dan profesional, mencerminkan karakter visual yang konsisten dengan estetika Generasi Z sebagai pengguna *digital-native*.

Dari sisi *Weakness*, data kualitatif mengidentifikasi bahwa aspek navigasi dan struktur informasi menjadi kelemahan utama. Sejumlah responden menyatakan bahwa fungsi beberapa menu tidak langsung dapat dipahami tanpa eksplorasi lebih lanjut, sehingga pengguna baru cenderung memerlukan waktu adaptasi. Selain itu, beberapa halaman dinilai terlalu panjang dan padat, yang berpotensi menurunkan tingkat perhatian pengguna. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun kekuatan estetika visual sudah terbentuk dengan baik, aspek fungsional navigasi masih memerlukan peningkatan agar pengalaman pengguna menjadi lebih intuitif secara menyeluruh.

3.3.2 Faktor External

Faktor eksternal merujuk pada kondisi di luar *website* Cretivox.com yang turut memengaruhi posisi dan relevansinya, meliputi tren digital, perilaku konsumsi media Generasi Z, serta dinamika persaingan platform kreatif.

Dari sisi *Opportunity*, data kualitatif menunjukkan bahwa responden mengidentifikasi meningkatnya minat Generasi Z terhadap platform kreatif digital sebagai peluang utama. Tren konsumsi konten visual dan video pendek yang semakin dominan membuka ruang bagi Cretivox.com untuk mengembangkan fitur-fitur interaktif dan kolaboratif. Selain itu, potensi *website* sebagai wadah ekspresi kreatif dan portofolio profesional bagi Generasi Z dinilai belum sepenuhnya dioptimalkan, mengingat besarnya partisipasi generasi muda dalam industri kreatif digital di Indonesia.

Dari sisi *Threat*, responden mengidentifikasi persaingan dengan platform kreatif dan media digital lain sebagai ancaman yang paling signifikan. Cepatnya perubahan tren visual digital menuntut pembaruan tampilan secara konsisten agar *website* tetap relevan. Di samping itu, rendahnya *attention span* pengguna digital serta ekspektasi tinggi terhadap kualitas visual dan pengalaman pengguna menjadi tantangan yang perlu diantisipasi, terutama mengingat karakter Generasi Z yang sangat responsif terhadap kualitas desain dan kecepatan akses informasi.

4. Penutup

Penelitian ini menganalisis desain antarmuka dan pengalaman pengguna *website* Cretivox.com sebagai representasi budaya populer Generasi Z dalam konteks industri kreatif digital di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Cretivox.com memiliki kekuatan pada aspek visual yang modern, identitas brand yang konsisten, serta pendekatan konten yang selaras dengan karakteristik Gen Z sebagai pengguna *digital-native*. Elemen visual interaktif dan alternatif penyajian informasi non-teks dinilai mampu meningkatkan kenyamanan serta relevansi pengalaman pengguna.

Di sisi lain, penelitian ini juga menemukan beberapa kelemahan, terutama pada aspek navigasi dan struktur informasi yang belum sepenuhnya intuitif bagi seluruh pengguna. Melalui analisis SWOT, penelitian ini mengidentifikasi bahwa Cretivox.com memiliki peluang yang signifikan seiring meningkatnya minat Generasi Z terhadap platform kreatif digital, meskipun tetap menghadapi tantangan berupa persaingan media kreatif sejenis dan dinamika tren visual yang cepat berubah.

Temuan penelitian ini berimplikasi pada pengembangan desain UI/UX *website* kreatif yang tidak hanya berorientasi pada fungsi, tetapi juga pada representasi identitas visual dan budaya populer Generasi Z. Dalam konteks Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) poin 8 tentang *Decent Work and Economic Growth*, penelitian ini menegaskan peran platform kreatif digital seperti Cretivox.com dalam mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif, penyediaan ruang kerja kreatif, serta peluang profesional bagi generasi muda melalui media digital.

Daftar Pustaka

- Ardra Maulana Adwitiya Nugroho, & Suprihadi. (2025). *Optimalitas Perancangan Website: Pendekatan User Centered Design untuk Pengalaman Pengguna Berbagai Usia di Situs Jalan Cantik*. <https://doi.org/https://doi.org/10.35870/jtik.v9i1.3179>
- Evita, N., Prestianta, A. M., & Asmarantika, R. A. (2023). Patterns of media and social media use in generation z in Indonesia. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 7(1), 195–214. <https://doi.org/10.25139/jsk.v7i1.5230>
- Fariah, A. (2025). *The Dynamics of the Creative Economy and Social Transformation Among Urban Gen Z in Indonesia*. <https://doi.org/https://doi.org/10.58344/jmi.v4i1.2261>
- Fariham Masula, & Agus Hermawan. (2024). Analisis SWOT Sebagai Strategi Awal Penerapan E-commerce Pada Kegiatan Operasional Apotek Sugih Waras Kabupaten Mojokerto. *JURNAL EKONOMI BISNIS DAN MANAJEMEN*, 2(3), 44–57. <https://doi.org/10.59024/jise.v2i3.748>
- Husna, N. F. H., Wahdiyati, D., & Maududi, M. M. (2025). Ide Kreatif Konten Instagram @cretivox untuk Mempertahankan Eksistensi sebagai Media Kreatif. *Jurnal Alwatzikhoebillah : Kajian Islam, Pendidikan, Ekonomi, Humaniora*, 11(2), 511–524. <https://doi.org/10.37567/alwatzikhoebillah.v11i2.3923>
- Nurhaswinda, Aliati Marsela, Ramadani Nadiah, Syahira Nur, Anggraini Yosi, Supia Yuyun, & Lestari Zira. (2025). document. *Jurnal Pendidikan Indonesia: Teori, Penelitian Dan Inovasi*. <https://doi.org/10.59818/jpi.v5i4.1759>
- Rani Chantika, Pebi Mina Husania, Tengku Syahvina Rival Dini, Silfia Rahmadani Sitorus, Puji Sri Alhirani, & M. Khalil Gibran. (2025). Dampak Warna dan Tipografi terhadap Kenyamanan Pengguna dalam Desain Antarmuka Digital. *Jurnal Publikasi Ilmu Komputer Dan Multimedia*, 4(2), 102–110. <https://doi.org/10.55606/jupikom.v4i2.4073>
- Rehna Ginting, L., Alfarizi, F., Sri Rezeki Sitorus, G., Veronika Situmeang, E., & Dwi Putri, S. (2025). *Psikologi Digital: Dinamika Generasi Z dalam Era Media Sosial* (Vol. 5, Issue 3). <https://doi.org/https://doi.org/10.56832/edu.v5i3.1783>
- Yulhafiz Elva, H., & Murhayati, S. (2025). *Penelitian Studi Kasus Kualitatif*. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/27066/18483>

Submission Address : <https://ardvis.upnjatim.ac.id/index.php/ardvis/about/submissions>

Halaman ini sengaja dikosongkan.