

PROPOSAL PENELITIAN

**MARTIVE: PENGEMBANGAN PLATFORM WEB
TERINTEGRASI SEBAGAI CREATIVE HUB DAN
DIGITAL COMMERCE UNTUK MENDUKUNG
EKOSISTEM KONTEN VISUAL KREATOR DIGITAL**



Disusun oleh :

Amar Ferdiansyah

231730051

**PROGRAM STUDI INFORMATIKA
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI UNIVERSITAS ISLAM
NEGERI SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN
2026**

KATA PENGANTAR

Puji Syukur khadirat Allah Yang Maha Esa karena atas Rahmat dan Hidayah-Nya, karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyusun Proposal Kegiatan Magang MKBM dengan judul “MARTIVE: PENGEMBANGAN PLATFORM WEB TERINTEGRASI SEBAGAI CREATIVE HUB DAN DIGITAL COMMERCE UNTUK MENDUKUNG EKOSISTEM KONTEN VISUAL KREATOR DIGITAL” dengan baik dan tepat waktu.

Proposal ini disusun sebagai salah satu persyaratan pengajuan kegiatan magang pada Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN). Melalui kegiatan magang ini, penulis berharap dapat mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan ke dalam dunia kerja, khususnya dalam bidang perancangan antarmuka dan interaksi manusia dan komputer (Human-Computer Interaction). Kegiatan ini juga diharapkan mampu memberikan kontribusi nyata bagi BRIN dalam meningkatkan kualitas sistem layanan digital agar lebih mudah digunakan, efektif, dan sesuai dengan kebutuhan pengguna.

Penulis menyadari bahwa proposal ini masih memiliki keterbatasan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan proposal ini. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal ini. Semoga proposal ini dapat diterima dan kegiatan magang dapat terlaksana dengan baik serta memberikan manfaat bagi semua pihak.

Serang, 13 Maret 2026

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.2 Creative Hub Digital.....	9
2.3 Digital Commerce dalam Ekosistem Kreator.....	9
2.4 Platform Berbasis Web.....	10
2.5 Human Computer Interaction (HCI).....	11
2.6 Penelitian Terdahulu.....	12
2.7 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	13
2.8 Model Konseptual Sistem.....	14
.....	16
BABI III.....	17
METODE PENELITIAN.....	17
3.1 Jenis Penelitian.....	17
3.2 Metode Pengembangan Sistem.....	17
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	19
1. Subjek Penelitian.....	19
2. Objek Penelitian.....	20
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	20
1. Studi Literatur.....	20
2. Observasi.....	20
3. Kuesioner.....	20
3.5 Teknik Analisis Data.....	20
DAFTAR PUSTAKA.....	21

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital dalam dua dekade terakhir telah membawa perubahan signifikan terhadap cara manusia memproduksi, mendistribusikan, dan mengonsumsi karya kreatif. Revolusi ini tidak sekadar bersifat teknis, melainkan juga mentransformasi struktur sosial-ekonomi secara fundamental — melahirkan apa yang kini dikenal sebagai *creator economy*, yakni ekosistem ekonomi yang sepenuhnya ditopang oleh kemampuan individu untuk menciptakan dan memonetisasi konten digital secara mandiri. Goldman Sachs (2023) memproyeksikan bahwa pasar *creator economy* global akan mencapai nilai USD 480 miliar pada tahun 2027, sementara estimasi jangka menengah dari berbagai lembaga riset menempatkan nilai pasar ini pada kisaran USD 254,4 miliar pada tahun 2025 — sebuah lompatan yang mencerminkan akselerasi adopsi digital pasca-pandemi di seluruh penjuru dunia.

Di Indonesia, fenomena ini mengambil bentuk yang khusus dan strategis. Sektor ekonomi kreatif nasional tercatat menyumbang sekitar 7,1% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap 38,1 juta tenaga kerja, menjadikannya salah satu sektor dengan kontribusi penyerapan tenaga kerja terbesar ketiga secara nasional (Kemenparekraf, 2023). Dengan estimasi jumlah kreator konten aktif yang mencapai 17 juta orang, Indonesia menempati posisi sebagai salah satu negara dengan ekosistem kreator terbesar di Asia Tenggara. Ini bukan angka trivial — ini adalah representasi dari jutaan individu yang telah menggeser orientasi ekonomi mereka dari model kerja konvensional menuju model produksi konten berbasis platform digital. Produksi konten digital kini bukan sekadar sarana ekspresi, melainkan pilar ekonomi baru yang krusial dalam agenda transformasi digital Indonesia.

Namun, di balik pertumbuhan pesat tersebut, para kreator digital menghadapi tantangan struktural yang bersifat sistemik. Tantangan pertama dan paling dominan adalah ketergantungan algoritmik — kondisi

di mana visibilitas, pendapatan, dan keberlangsungan karier seorang kreator ditentukan oleh logika algoritma platform yang bersifat opaque, fluktuatif, dan sewaktu-waktu dapat berubah tanpa pemberitahuan. Perubahan kebijakan monetisasi YouTube pada 2023, misalnya, secara langsung berdampak terhadap pendapatan ribuan kreator Indonesia yang menggantungkan sumber penghidupan mereka pada platform tersebut. Tantangan kedua, yang tidak kalah krusial, adalah fragmentasi infrastruktur digital — kondisi di mana tidak ada satu pun platform yang mampu memenuhi seluruh kebutuhan profesional seorang kreator dalam satu ekosistem yang kohesif.

Analisis komparatif terhadap platform-platform global yang ada mengungkap kesenjangan fungsional yang signifikan dan sistematis:

- Behance dan Dribbble berfungsi optimal sebagai wadah *showcase* portofolio digital dan interaksi sosial dalam komunitas desainer, namun secara struktural tidak menyediakan sistem transaksi atau *marketplace* yang terintegrasi langsung. Kreator yang ingin memonetisasi karyanya terpaksa diarahkan ke platform eksternal, menciptakan putusnya rantai pengalaman pengguna (*broken user journey*) dan meningkatkan risiko konversi yang gagal.
- ArtStation menyediakan fitur portofolio profesional berkualitas tinggi dan *marketplace* aset digital, namun dinilai memiliki komunitas yang kurang interaktif dan belum mengakomodasi seluruh spektrum jenis kreator visual secara inklusif. Platform ini cenderung melayani segmen kreator game art dan visual effects secara spesifik, sehingga relevansinya bagi kreator lokal Indonesia dengan kebutuhan yang lebih beragam menjadi terbatas.
- Fiverr dan Etsy sangat kuat dalam aspek monetisasi melalui penjualan jasa dan produk kreatif, namun platform ini tidak memiliki fitur portofolio visual yang mendalam maupun infrastruktur komunitas yang mendorong pertumbuhan jangka panjang bagi kreator. Keduanya pada dasarnya adalah *marketplace* transaksional yang

memperlakukan kreator sebagai penyedia komoditas, bukan sebagai individu dengan identitas kreatif yang perlu dibangun dan dirawat.

- Patreon dan Ko-fi menawarkan mekanisme dukungan berbasis langganan (*subscription-based monetization*), namun tidak dilengkapi dengan fitur penemuan konten (*content discovery*) yang memadai maupun infrastruktur untuk membangun portofolio yang representatif. Platform ini efektif hanya bagi kreator yang sudah memiliki audiens yang mapan, sementara kreator baru kesulitan untuk memulai dan tumbuh di dalamnya.

Kondisi fragmentasi ini memaksa kreator untuk mengelola antara empat hingga tujuh platform secara simultan guna memenuhi kebutuhan profesional yang berbeda-beda — portofolio di Behance, penjualan jasa di Fiverr, komunitas di Discord, distribusi konten di Instagram, dan dukungan finansial di Patreon. Beban kognitif dan operasional yang dihasilkan dari pengelolaan multi-platform ini secara langsung menggerus waktu dan energi yang seharusnya dialokasikan untuk aktivitas produktif inti, yaitu menciptakan karya. Fragmentasi ini juga menyebabkan inkonsistensi dalam pembangunan identitas digital (*digital brand building*), inefisiensi dalam membangun dan mempertahankan audiens, serta suboptimalitas dalam strategi monetisasi karya.

Dari perspektif teoritis, fenomena ini berkaitan erat dengan konsep platform dependency yang dikaji oleh Srnicek (2017) dalam kerangka *platform capitalism* — kondisi di mana nilai ekonomi kreator ditentukan bukan oleh kualitas intrinsik karyanya, melainkan oleh posisi dan aksesibilitasnya dalam ekosistem platform yang dikuasai oleh entitas korporat. Cunningham dan Craig (2021) dalam analisis mereka terhadap *social media entertainment* mengidentifikasi bahwa kreator yang berhasil secara ekonomi adalah mereka yang mampu membangun *multi-platform presence* secara strategis, bukan mereka yang bergantung pada satu kanal distribusi. Lebih lanjut, Abidin (2023) menyoroti bagaimana kreator di kawasan Asia Tenggara, termasuk Indonesia, menghadapi tantangan tambahan berupa kesenjangan infrastruktur digital dan rendahnya literasi

monetisasi dibanding rekan mereka di pasar Barat. Namun, sebagaimana diakui oleh kedua peneliti tersebut, kajian-kajian ini belum berhasil merumuskan solusi konkret berupa sistem digital terintegrasi yang mampu secara praktis mengatasi fragmentasi yang mereka deskripsikan.

Research gap yang ada dengan demikian bersifat ganda: secara teoritis, terdapat kekosongan dalam kajian tentang arsitektur platform yang mampu menopang seluruh siklus hidup karier kreator dalam satu ekosistem; secara praktis, belum ada solusi teknologi yang berhasil mengintegrasikan fungsi portofolio, publikasi, komunitas, dan monetisasi ke dalam satu sistem yang benar-benar terpadu dan relevan bagi konteks kreator Indonesia. Kondisi ini membuka ruang bagi intervensi berbasis desain dan rekayasa sistem yang dapat menjembatani kesenjangan antara analisis perilaku ekonomi kreator dengan solusi teknologi yang operasional.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk merancang dan mengembangkan sebuah platform web terintegrasi bernama MARTIVE (*Marketplace for Creative Natives*). Sebagai respons langsung terhadap tantangan struktural yang telah diidentifikasi, MARTIVE dirancang di atas tiga pilar fungsional utama yang saling terhubung dalam satu arsitektur sistem yang kohesif: pertama, Creative Hub — modul manajemen portofolio dan publikasi yang memungkinkan kreator membangun dan menampilkan identitas kreatif profesional mereka; kedua, Community Space — ekosistem komunitas yang mendorong kolaborasi, mentorship, dan pertumbuhan jaringan antar-kreator; ketiga, Digital Commerce System — infrastruktur transaksi terintegrasi yang mengakomodasi penjualan jasa (*freelance services*), produk digital, maupun mekanisme dukungan langsung (*direct support*) dari audiens.

Pendekatan *all-in-one* yang ditawarkan MARTIVE tidak semata bertujuan untuk mengonsolidasi fungsi-fungsi yang sebelumnya tersebar, melainkan untuk menciptakan network effect baru di mana setiap dimensi — portofolio yang kuat meningkatkan kepercayaan dalam transaksi, komunitas yang aktif memperluas jangkauan distribusi karya, dan

ekosistem commerce yang terbuka memperkuat insentif bagi kreator untuk terus memproduksi. Melalui kehadiran MARTIVE, diharapkan tercipta sebuah infrastruktur digital yang tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional kreator, tetapi juga memperkuat otonomi ekonomi dan keberlanjutan karier kreatif jangka panjang bagi jutaan kreator digital di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana kondisi dan permasalahan yang dihadapi oleh kreator konten visual digital dalam mengelola portofolio, mendistribusikan karya, serta membangun identitas kreatif pada platform digital yang saat ini masih terpisah-pisah?
2. Bagaimana merancang dan mengembangkan platform web MARTIVE yang terintegrasi sebagai *creative hub* untuk mendukung publikasi karya, pengelolaan portofolio, dan interaksi komunitas kreator konten visual digital?
3. Bagaimana mengintegrasikan fitur *digital commerce* dalam platform MARTIVE sehingga kreator dapat memonetisasi karya visual mereka secara lebih efektif dan berkelanjutan dalam satu ekosistem digital terpadu?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis kondisi dan permasalahan yang dihadapi oleh kreator konten visual digital dalam mengelola portofolio, mendistribusikan karya, serta membangun identitas kreatif pada berbagai platform digital yang saat ini masih terpisah-pisah.
2. Merancang dan mengembangkan platform web MARTIVE sebagai *creative hub* yang terintegrasi, yang dapat mendukung publikasi karya, pengelolaan portofolio digital, serta interaksi komunitas bagi kreator konten visual digital.
3. Mengintegrasikan fitur *digital commerce* dalam platform MARTIVE sehingga kreator dapat memonetisasi karya visual mereka secara lebih efektif, efisien, dan berkelanjutan dalam satu ekosistem digital terpadu.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian merupakan dampak positif yang diharapkan dari hasil penelitian baik secara teoritis maupun praktis. Penelitian mengenai pengembangan platform web MARTIVE sebagai *creative hub* dan *digital commerce* diharapkan tidak hanya memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan, tetapi juga memberikan manfaat nyata bagi kreator digital, pengembang teknologi, serta ekosistem industri kreatif secara umum. Adapun manfaat penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya pada bidang sistem informasi, *Human Computer Interaction* (HCI), dan teknologi platform digital kreatif. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi akademik terkait pengembangan platform berbasis web yang mengintegrasikan fungsi *creative hub* dan *digital commerce* dalam satu ekosistem digital. Selain itu, penelitian ini juga dapat memperkaya kajian mengenai pemanfaatan teknologi digital dalam mendukung aktivitas kreator konten visual, terutama dalam hal pengelolaan portofolio digital, distribusi karya, serta sistem monetisasi konten. Dengan demikian, penelitian ini dapat menjadi dasar bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengembangan sistem kreatif digital atau platform ekonomi kreator.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Kreator Konten Visual Digital

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan solusi berupa platform yang dapat membantu kreator dalam mengelola portofolio karya, mempublikasikan konten visual, membangun identitas kreatif, serta memonetisasi karya mereka melalui sistem perdagangan digital yang terintegrasi.

b. Bagi Pengembang Teknologi dan Platform Digital

Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi dalam merancang dan mengembangkan platform digital yang berfokus pada kebutuhan kreator, khususnya dalam integrasi fitur publikasi karya, manajemen portofolio, interaksi komunitas, dan sistem transaksi digital dalam satu platform.

c. Bagi Industri Kreatif dan Ekosistem Kreator Digital

Penelitian ini diharapkan dapat mendukung penguatan ekosistem kreator digital dengan menyediakan model platform yang dapat meningkatkan akses distribusi karya, peluang kolaborasi antar kreator, serta peluang monetisasi konten visual secara lebih luas dan berkelanjutan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kreator Digital dan Ekosistem Creator Economy

Perkembangan teknologi internet dan media sosial telah melahirkan fenomena baru dalam ekonomi digital yang dikenal sebagai creator economy. Istilah ini merujuk pada ekosistem ekonomi yang memungkinkan individu untuk menghasilkan, mendistribusikan, dan memonetisasi konten digital secara mandiri melalui berbagai platform digital seperti media sosial, situs web, maupun platform distribusi konten lainnya. Kreator digital merupakan individu atau kelompok yang secara aktif menghasilkan konten digital seperti desain grafis, ilustrasi, fotografi, video, animasi, maupun bentuk konten visual lainnya yang dipublikasikan melalui media digital.

Menurut Cunningham dan Craig (2021), creator economy merupakan sistem ekonomi baru yang memanfaatkan platform digital sebagai media distribusi karya kreatif, di mana kreator dapat memperoleh nilai ekonomi melalui berbagai model monetisasi seperti iklan, penjualan produk digital, langganan, dan kerja sama dengan merek. Dalam ekosistem ini, platform digital berperan sebagai penghubung antara kreator, audiens, dan pasar.

Di Indonesia, perkembangan kreator digital mengalami pertumbuhan yang signifikan seiring dengan meningkatnya penetrasi internet dan penggunaan media sosial. Banyak kreator yang memanfaatkan platform digital untuk membangun portofolio, memperluas jangkauan audiens, serta menghasilkan pendapatan dari karya kreatif mereka. Namun demikian, sebagian besar kreator masih menghadapi keterbatasan dalam mengelola karya dan memonetisasi konten secara efektif karena keterpisahan antara platform publikasi konten dan platform perdagangan digital.

Oleh karena itu, diperlukan suatu sistem digital yang mampu mengintegrasikan berbagai kebutuhan kreator dalam satu platform

terpadu yang dapat mendukung aktivitas kreatif sekaligus monetisasi karya secara lebih efektif.

2.2 Creative Hub Digital

Creative hub merupakan ruang kolaboratif yang mempertemukan individu kreatif, komunitas, dan pelaku industri kreatif untuk berbagi ide, berkolaborasi, serta mengembangkan karya kreatif. Dalam konteks digital, creative hub dapat diwujudkan dalam bentuk platform berbasis web atau aplikasi yang menyediakan fasilitas bagi kreator untuk mempublikasikan karya, membangun portofolio digital, serta berinteraksi dengan komunitas kreatif lainnya.

Menurut Comunian dan England (2020), creative hub berfungsi sebagai pusat aktivitas kreatif yang tidak hanya memfasilitasi produksi karya, tetapi juga mendukung pertukaran pengetahuan, kolaborasi, serta pengembangan peluang ekonomi bagi pelaku industri kreatif. Dalam bentuk digital, creative hub memungkinkan kreator untuk memanfaatkan teknologi internet sebagai sarana distribusi karya dan pengembangan jaringan profesional.

Platform digital yang berfungsi sebagai creative hub biasanya menyediakan berbagai fitur seperti:

1. publikasi karya kreatif
2. pengelolaan portofolio digital
3. interaksi komunitas kreator
4. sistem kolaborasi antar kreator
5. sistem kurasi atau penilaian karya

Dengan adanya platform *creative hub*, kreator dapat memiliki ruang digital yang tidak hanya berfungsi sebagai galeri karya, tetapi juga sebagai sarana pengembangan karier kreatif.

2.3 Digital Commerce dalam Ekosistem Kreator

Digital commerce atau perdagangan digital merupakan aktivitas transaksi jual beli yang dilakukan melalui media digital dengan memanfaatkan teknologi internet. Dalam konteks ekonomi kreatif, digital commerce menjadi salah satu mekanisme penting yang memungkinkan kreator memperoleh pendapatan dari karya yang mereka hasilkan.

Menurut Laudon dan Traver (2022), digital commerce mencakup berbagai bentuk transaksi elektronik seperti penjualan produk digital, layanan kreatif, lisensi karya, hingga sistem pembayaran digital yang memungkinkan transaksi dilakukan secara cepat dan efisien melalui platform online.

Dalam ekosistem kreator digital, digital commerce dapat diterapkan dalam berbagai bentuk, antara lain:

1. penjualan karya digital (desain, ilustrasi, foto, template, dll)
2. penjualan jasa kreatif (desain grafis, ilustrasi, editing, dll)
3. sistem komisi karya
4. sistem lisensi penggunaan karya

Namun demikian, sebagian besar kreator masih bergantung pada platform pihak ketiga seperti marketplace atau media sosial untuk melakukan transaksi, sehingga proses monetisasi karya menjadi kurang optimal dan tidak sepenuhnya berada di bawah kendali kreator.

Oleh karena itu, integrasi sistem digital commerce dalam platform kreator menjadi penting untuk mendukung monetisasi karya secara lebih mandiri dan berkelanjutan.

2.4 Platform Berbasis Web

Platform berbasis web merupakan sistem aplikasi yang dapat diakses melalui jaringan internet menggunakan peramban (web browser) tanpa memerlukan instalasi perangkat lunak khusus pada perangkat pengguna. Platform web banyak digunakan dalam pengembangan sistem informasi modern karena memiliki fleksibilitas akses yang tinggi serta dapat digunakan pada berbagai perangkat seperti komputer, laptop, maupun perangkat mobile.

Menurut Pressman dan Maxim (2020), aplikasi berbasis web merupakan salah satu bentuk implementasi sistem perangkat lunak yang dirancang untuk mendukung interaksi antara pengguna dengan sistem melalui antarmuka berbasis internet. Sistem ini biasanya terdiri dari komponen frontend yang berfungsi sebagai antarmuka pengguna dan backend yang berfungsi sebagai pengelola logika sistem serta pengolahan data.

Dalam pengembangan platform kreator digital, teknologi berbasis web memiliki beberapa keunggulan, antara lain:

1. Mudah diakses dari berbagai perangkat
2. Tidak memerlukan instalasi aplikasi tambahan
3. Mudah diperbarui dan dikembangkan
4. Mendukung integrasi dengan berbagai layanan digital lainnya

Dengan memanfaatkan teknologi web, pengembangan platform seperti MARTIVE dapat memberikan akses yang lebih luas bagi kreator digital untuk mengelola karya dan melakukan aktivitas kreatif secara online.

2.5 Human Computer Interaction (HCI)

Human Computer Interaction (HCI) merupakan bidang ilmu yang mempelajari interaksi antara manusia dan sistem komputer, khususnya dalam perancangan antarmuka pengguna (user interface) yang efektif, efisien, dan mudah digunakan. HCI berfokus pada bagaimana sistem komputer dapat dirancang agar sesuai dengan kebutuhan dan perilaku pengguna sehingga dapat meningkatkan pengalaman pengguna (user experience).

Menurut Dix et al. (2021), HCI merupakan disiplin ilmu yang menggabungkan aspek ilmu komputer, psikologi kognitif, desain interaksi, serta ergonomi untuk menciptakan sistem komputer yang dapat digunakan secara optimal oleh manusia.

Dalam pengembangan platform digital seperti MARTIVE, prinsip-prinsip HCI sangat penting untuk memastikan bahwa sistem yang dikembangkan memiliki antarmuka yang intuitif, mudah dipahami, serta mampu memberikan pengalaman penggunaan yang baik bagi kreator digital. Beberapa prinsip penting dalam desain HCI antara lain:

1. kemudahan penggunaan (*usability*)
2. konsistensi antarmuka
3. efisiensi interaksi pengguna
4. kejelasan navigasi sistem
5. responsivitas sistem terhadap tindakan pengguna

Dengan menerapkan prinsip-prinsip HCI dalam pengembangan platform web, diharapkan pengguna dapat berinteraksi dengan sistem secara lebih nyaman dan produktif.

2.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai platform kreator digital dan ekonomi kreatif telah banyak dilakukan oleh berbagai peneliti. Cunningham dan Craig (2021) dalam penelitiannya mengenai social media entertainment menjelaskan bahwa platform digital memiliki peran penting dalam membentuk ekosistem kreator dengan menyediakan sarana distribusi konten serta monetisasi karya kreatif. Namun penelitian tersebut lebih berfokus pada analisis industri media sosial secara umum dan belum membahas pengembangan sistem platform kreator yang terintegrasi.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Li, Lu, dan Gupta (2022) membahas model monetisasi kreator digital pada platform berbasis komunitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterlibatan komunitas dan dukungan platform memiliki pengaruh besar terhadap keberhasilan monetisasi kreator. Meskipun demikian, penelitian ini masih berfokus pada analisis perilaku pengguna dan belum mengembangkan prototipe sistem yang dapat mengintegrasikan fitur kreatif dan perdagangan digital.

Abidin (2023) dalam penelitiannya mengenai praktik ekonomi kreator di Asia Tenggara juga menemukan bahwa banyak kreator menghadapi keterbatasan dalam mengelola portofolio digital serta mengakses peluang monetisasi di luar platform media sosial utama. Penelitian ini menekankan pentingnya inovasi platform digital yang dapat memberikan kontrol lebih besar kepada kreator terhadap distribusi dan monetisasi karya mereka.

Berdasarkan berbagai penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa masih terdapat keterbatasan penelitian yang mengkaji pengembangan platform terintegrasi yang menggabungkan fungsi creative hub dan digital commerce dalam satu sistem berbasis web. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan tersebut dengan mengembangkan

platform web MARTIVE yang dirancang untuk mendukung ekosistem kreator konten visual digital secara lebih komprehensif.

2.7 Kerangka Pemikiran Penelitian

Perkembangan teknologi internet dan platform digital telah mendorong munculnya ekosistem baru dalam industri kreatif yang dikenal sebagai creator economy, di mana individu dapat menghasilkan, mendistribusikan, dan memonetisasi konten digital secara mandiri. Dalam ekosistem ini, kreator konten visual digital seperti desainer grafis, ilustrator, fotografer, dan animator memanfaatkan berbagai platform digital untuk menampilkan karya, membangun portofolio, serta menjangkau audiens yang lebih luas. Namun dalam praktiknya, sebagian besar kreator masih menghadapi berbagai kendala dalam mengelola aktivitas kreatif mereka secara efektif.

Salah satu permasalahan utama yang sering dihadapi oleh kreator digital adalah keterpisahan antara berbagai platform yang digunakan. Kreator biasanya menggunakan media sosial untuk mempublikasikan karya, platform portofolio untuk menampilkan hasil pekerjaan secara profesional, serta marketplace atau platform lain untuk menjual karya atau jasa kreatif mereka. Kondisi ini menyebabkan proses pengelolaan karya menjadi kurang efisien karena kreator harus berpindah-pindah platform untuk menjalankan berbagai aktivitas kreatif tersebut. Selain itu, keterpisahan platform juga dapat menyulitkan kreator dalam membangun identitas digital yang konsisten serta mengoptimalkan peluang monetisasi karya.

Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan suatu solusi teknologi yang mampu mengintegrasikan berbagai kebutuhan kreator digital dalam satu platform terpadu. Platform yang dimaksud tidak hanya berfungsi sebagai tempat publikasi karya, tetapi juga sebagai ruang kolaborasi kreatif (creative hub) serta sarana transaksi digital (digital commerce) yang memungkinkan kreator memperoleh nilai ekonomi dari karya yang mereka hasilkan.

Penelitian ini mengusulkan pengembangan platform web MARTIVE sebagai solusi untuk mendukung aktivitas kreator konten visual digital secara lebih terintegrasi. Platform ini dirancang untuk menyediakan berbagai fitur yang dapat membantu kreator dalam mengelola portofolio digital, mempublikasikan karya visual, membangun interaksi komunitas kreatif, serta melakukan transaksi digital untuk monetisasi karya. Dengan adanya integrasi antara fungsi creative hub dan digital commerce, diharapkan platform ini dapat meningkatkan efisiensi pengelolaan karya, memperluas peluang kolaborasi antar kreator, serta membuka peluang monetisasi yang lebih luas bagi kreator digital.

Dengan demikian, kerangka pemikiran dalam penelitian ini berangkat dari identifikasi permasalahan yang dihadapi oleh kreator digital dalam ekosistem platform yang terfragmentasi, kemudian dilanjutkan dengan pengembangan solusi berupa platform web terintegrasi yang dapat mendukung aktivitas kreatif dan monetisasi karya dalam satu ekosistem digital terpadu. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan platform kreator digital serta memperkuat ekosistem industri kreatif berbasis teknologi.

2.8 Model Konseptual Sistem

Model konseptual sistem dalam penelitian ini menggambarkan hubungan antara permasalahan yang dihadapi oleh kreator konten visual digital dengan solusi yang ditawarkan melalui pengembangan platform MARTIVE. Model ini menunjukkan bagaimana sistem yang dikembangkan dapat mengintegrasikan berbagai fitur yang dibutuhkan oleh kreator dalam satu platform berbasis web.

Pada tahap awal, penelitian ini mengidentifikasi berbagai permasalahan yang dihadapi oleh kreator digital, antara lain kesulitan dalam mengelola portofolio karya secara terpusat, keterbatasan ruang untuk mempublikasikan karya secara profesional, serta kurangnya sistem yang mendukung monetisasi karya digital secara langsung. Permasalahan tersebut menjadi dasar dalam perancangan konsep sistem yang akan dikembangkan.

Selanjutnya, sistem MARTIVE dirancang sebagai platform berbasis web yang mengintegrasikan dua fungsi utama, yaitu sebagai creative hub dan sebagai digital commerce platform. Sebagai creative hub, platform ini menyediakan fitur yang memungkinkan kreator untuk mengunggah karya visual, mengelola portofolio digital, serta berinteraksi dengan komunitas kreator lainnya. Fitur ini diharapkan dapat membantu kreator dalam membangun identitas kreatif dan memperluas jaringan profesional mereka.

Selain itu, platform ini juga dilengkapi dengan fitur digital commerce yang memungkinkan kreator menjual karya digital atau jasa kreatif secara langsung melalui sistem transaksi digital yang terintegrasi dalam platform. Dengan adanya fitur ini, kreator dapat memonetisasi karya mereka tanpa harus bergantung sepenuhnya pada platform pihak ketiga.

Secara konseptual, model sistem MARTIVE dapat dijelaskan melalui alur berikut:

1. Input
 - a. Kreator mengunggah karya visual digital
 - b. Kreator membuat portofolio digital
 - c. Kreator menawarkan produk atau jasa kreatif
2. Proses Sistem
 - a. Pengelolaan portofolio karya
 - b. Publikasi konten visual
 - c. Interaksi komunitas kreator
 - d. Pengelolaan transaksi digital
3. Output
 - a. Portofolio kreator yang terstruktur
 - b. Distribusi karya kepada audiens
 - c. Interaksi komunitas kreator
 - d. Monetisasi karya digital

Melalui model konseptual ini, platform MARTIVE diharapkan dapat menjadi solusi yang mampu mengintegrasikan berbagai kebutuhan

kreator digital dalam satu ekosistem platform yang lebih efisien, kolaboratif, dan berkelanjutan. Model ini juga menjadi dasar dalam proses perancangan dan pengembangan sistem pada tahap penelitian selanjutnya.

.

BABI III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian Research and Development (R&D) atau penelitian pengembangan. Metode ini digunakan untuk menghasilkan suatu produk berupa sistem atau aplikasi yang dapat digunakan untuk menyelesaikan permasalahan tertentu. Dalam penelitian ini, produk yang dikembangkan adalah sebuah platform web bernama MARTIVE yang berfungsi sebagai *creative hub* sekaligus *digital commerce platform* untuk mendukung aktivitas kreator konten visual digital.

Pendekatan penelitian ini berfokus pada proses perancangan, pengembangan, serta evaluasi sistem berbasis web yang mengintegrasikan berbagai fitur yang dibutuhkan oleh kreator digital, seperti pengelolaan portofolio karya, publikasi konten visual, interaksi komunitas kreator, serta sistem monetisasi karya melalui transaksi digital.

Melalui metode penelitian pengembangan ini, peneliti tidak hanya melakukan analisis terhadap permasalahan yang ada, tetapi juga menghasilkan solusi dalam bentuk prototipe sistem berbasis web (high-fidelity prototype) yang dapat diuji dan dievaluasi berdasarkan pengalaman pengguna (*user experience*).

3.2 Metode Pengembangan Sistem

Metode pengembangan sistem yang digunakan dalam penelitian ini adalah **metode Prototype**. Metode Prototype merupakan pendekatan pengembangan sistem yang berfokus pada pembuatan model awal sistem yang kemudian diuji kepada pengguna dan disempurnakan secara berulang berdasarkan umpan balik (*feedback*).

Metode ini dipilih karena penelitian ini berfokus pada aspek Human Computer Interaction (HCI) yang menekankan pada kenyamanan, kemudahan penggunaan (*usability*), serta pengalaman pengguna dalam menggunakan sistem.

1. Analisis Kebutuhan Pengguna

Tahap ini bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan pengguna, khususnya kreator konten visual digital, dalam mengelola portofolio, mempublikasikan karya, serta melakukan monetisasi konten digital.

Hasil dari tahap ini berupa daftar kebutuhan sistem (*system requirements*) yang akan menjadi dasar dalam proses perancangan prototype.

2. Perancangan Prototype (Design)

Pada tahap ini dilakukan proses perancangan awal sistem serta desain antarmuka pengguna (*user interface*). Perancangan sistem meliputi:

- a. Use Case Diagram
- b. Activity Diagram
- c. Entity Relationship Diagram (ERD)
- d. Desain antarmuka sistem (UI Design)

Tahap ini bertujuan untuk menghasilkan gambaran awal sistem yang akan dikembangkan sebelum diimplementasikan dalam bentuk aplikasi web.

3. Pembuatan Prototype (Development)

Tahap ini merupakan proses pengembangan prototype dalam bentuk sistem berbasis web. Prototype yang dikembangkan dalam penelitian ini merupakan **high-fidelity prototype**, yaitu sistem yang telah memiliki fungsi utama dan dapat digunakan secara langsung oleh pengguna.

Fitur utama yang dikembangkan dalam sistem meliputi:

- a. Manajemen akun creator
- b. Publikasi karya visual
- c. Pengelolaan portofolio digital
- d. Interaksi komunitas creator
- e. Sistem transaksi digital

4. Pengujian dan Evaluasi Usability

Pada tahap ini, prototype yang telah dikembangkan diuji kepada pengguna (kreator digital) untuk mengetahui tingkat kemudahan penggunaan dan pengalaman pengguna terhadap sistem.

Metode pengujian yang digunakan meliputi:

- a. Black Box Testing, untuk menguji fungsionalitas sistem
- b. Usability Testing, menggunakan kuesioner seperti System Usability Scale (SUS)

Pengujian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kekurangan sistem dari sisi pengguna, seperti kemudahan navigasi, tampilan antarmuka, serta efisiensi penggunaan fitur.

5. Perbaikan dan Iterasi Sistem

Berdasarkan hasil pengujian dan evaluasi usability, dilakukan perbaikan terhadap sistem. Proses ini dapat dilakukan secara berulang (iteratif) hingga diperoleh sistem yang lebih optimal dan sesuai dengan kebutuhan pengguna.

6. Implementasi dan Analisis Hasil

Tahap terakhir adalah implementasi prototype yang telah diperbaiki serta analisis terhadap hasil pengujian sistem. Pada tahap ini dilakukan penilaian terhadap:

- a. tingkat usability sistem
- b. efektivitas fitur dalam mendukung kreator
- c. kesesuaian sistem dengan kebutuhan pengguna

Hasil analisis ini digunakan untuk menarik kesimpulan mengenai keberhasilan pengembangan platform MARTIVE sebagai *creative hub* dan *digital commerce platform*.

3.3 Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah kreator konten visual digital, seperti desainer grafis, ilustrator, fotografer, dan kreator visual lainnya yang memanfaatkan platform digital untuk mempublikasikan karya mereka.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah platform web MARTIVE, yaitu sistem digital yang dikembangkan sebagai *creative hub* dan *digital commerce platform* untuk mendukung aktivitas kreator konten visual digital.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi beberapa metode sebagai berikut:

1. Studi Literatur

Dilakukan dengan mengkaji berbagai sumber ilmiah yang relevan seperti buku, jurnal, dan artikel terkait *creator economy*, platform digital, serta Human Computer Interaction.

2. Observasi

Observasi dilakukan terhadap berbagai platform digital yang digunakan oleh kreator, seperti media sosial, platform portofolio, dan marketplace digital, untuk memahami pola penggunaan dan kebutuhan pengguna.

3. Kuesioner

Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data dari pengguna terkait pengalaman mereka dalam menggunakan sistem. Kuesioner ini digunakan dalam tahap usability testing untuk mengukur tingkat kemudahan penggunaan sistem.

3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan dua pendekatan utama, yaitu:

1. Analisis Kebutuhan Sistem

Digunakan untuk mengidentifikasi kebutuhan pengguna berdasarkan hasil studi literatur dan observasi.

2. Analisis Usability

Data dari hasil kuesioner dianalisis untuk mengukur tingkat usability sistem. Hasil analisis ini digunakan untuk mengevaluasi kualitas sistem dari sisi pengalaman pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, C. (2021). Mapping Internet celebrity on TikTok: Exploring attention economies and visibility labour. *Cultural Science Journal*, 13(1), 77–103. <https://doi.org/10.5334/csci.140>
- Cunningham, S., Craig, D., & Silver, J. (2016). YouTube, multichannel networks and the accelerated evolution of the new screen ecology. *Convergence*, 22(4), 376–391. <https://doi.org/10.1177/1354856516641620>
- Bhargava, H. K. (2022). The creator economy: Managing ecosystem supply, revenue sharing, and platform design. *Management Science*, 68(12), 8793–8810. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2021.4126>
- Hödl, T., & Myrach, T. (2023). Content creators between platform control and user autonomy. *Business & Information Systems Engineering*, 65(5), 613–627. <https://doi.org/10.1007/s12599-023-00808-9>
- Arriagada, A., & Ibáñez, F. (2020). “You need at least one picture daily, if not, you’re dead”: Content creators and platform evolution in the social media ecology. *Social Media + Society*, 6(3), 1–12. <https://doi.org/10.1177/2056305120944624>
- Rieder, B., Borra, E., & Coromina, Ò. (2023). Making a living in the creator economy: A large-scale study of linking on YouTube. *Social Media + Society*, 9(2), 1–15. <https://doi.org/10.1177/20563051231180628>
- Poell, T., Nieborg, D. B., & van Dijck, J. (2019). Platformisation. *Internet Policy Review*, 8(4), 1–13. <https://doi.org/10.14763/2019.4.1425>
- Ma, R., Gui, X., & Kou, Y. (2023). Multi-platform content creation: The configuration of creator ecology through platform prioritization,

content synchronization, and audience management. *CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*.

Ye, Z. (2023). Specialization or diversification? Creators' strategies on user-generated content platforms.

Zhang, M. M., & de Bont, C. (2022). The interplay of watching, creation, socialization, and monetization on TikTok. *International Journal of Ubiquitous Computing*, 4(1), 1–15.

Johnson, N. E., Short, J. C., Chandler, J. A., & Payne, G. T. (2022). Introducing the contentpreneur: Making the case for research on content creation-based online platforms. *Journal of Business Research*, 146, 142–152. Elsevier. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.03.061>