

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan internet di Indonesia awal masuk tahun 1990an hingga saat ini terjadi sangat dinamis dan telah menyentuh semua aspek kehidupan masyarakat. Sebuah perubahan besar dalam masyarakat kini tentang menjalani kehidupan yang berlangsung. Kehidupan yang sebelumnya berlangsung secara nyata dan berdasarkan relasi-relasi secara langsung atau secara alamiah kini berubah dengan cara baru melalui dunia maya melalui perantara teknologi internet. Mudah-mudahan teknologi internet tersebut pasti selalu berkembang di masa depan dan pasti akan muncul *new media* yang akan menggantikan media yang ada sekarang. Siklus seperti ini akan terjadi selama peradaban manusia dengan Internetnya masih berlangsung<sup>1</sup>.

Sehingga membuat semua aktivitas masyarakat terhubung dengan cepat di berbagai penjuru daerah sehingga dampak yang signifikan diberbagai bidang. Seperti kesehatan, ekonomi, sosial dan pendidikan di setiap daerah Indonesia. Menurut data yang dirilis pada website Data Reportal pada Januari 2021 di Indonesia mengalami kenaikan sebanyak 15,5% yaitu dengan 202,6 juta pengakses internet dari total populasi<sup>2</sup>.



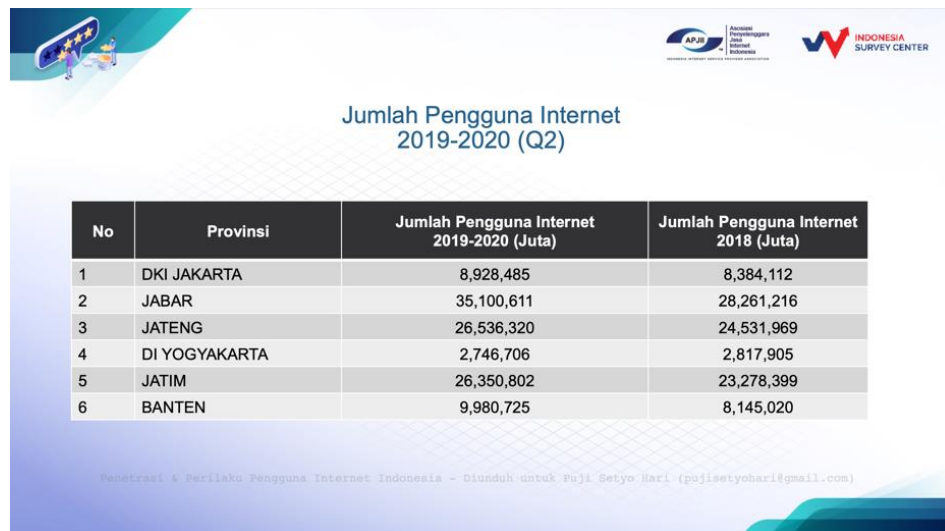
Gambar 01 : Tampilan Data Reportal pengguna internet di Indonesia

(<https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>)

<sup>1</sup> Situmorang, James R. 2013. Pemanfaatan Internet Sebagai New Media Dalam Bidang Politik, Bisnis, Pendidikan Dan Sosial Budaya, 14.

<sup>2</sup> Kemp, Simon. 2021. Digital 2021: Indonesia di akses 12 Oktober 2021, <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>.

Akan tetapi, perkembangan internet tidak tumbuh secara merata di semua daerah. Hal tersebut mengindikasikan persebaran teknologi internet masih terbatas pada aspek geografis dan penambahan penduduk. Penurunan persebaran teknologi internet ini terlihat dari dinamika pertumbuhan kontribusi penetrasi di masing-masing provinsi di seluruh Indonesia. Wilayah Jawa yang menjadi sumber utama pertumbuhan pengguna internet terhadap kontribusi secara nasional menunjukkan pelambatan bahkan penurunan. Data yang dihimpun dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2019-2020 beberapa daerah mengalami penurunan dalam penggunaan internet seperti Daerah Istimewa Yogyakarta mengalami penurunan baik kontribusi penetrasi (turun 0,1 persen) dan pengguna internet (turun 71 ribu) diduga karena pengaruh penambahan penduduk yang kecil (50 ribu) di 2019<sup>3</sup>.



Gambar 02 : Tampilan data APJII tahun 2019-2020 jumlah pengguna internet setiap daerah di Indonesia (<https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>)

Data hasil penelitian bahwa terdapat banyak faktor yang memunculkan perhatian khusus. Keseluruhan faktor tersebut mengarah pada pertumbuhan penduduk sehingga membutuhkan peningkatan kualitas dan efektivitas layanan internet yang signifikan di Daerah Istimewa Yogyakarta. Sebagai kota pelajar

<sup>3</sup> “Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia,” diakses 12 Oktober 2021, <https://www.apjii.or.id/>.

sangat penting bagi Daerah Istimewa Yogyakarta membutuhkan teknologi internet yang memadai untuk menunjang kegiatan belajar dan mengajar. Karena pendidikan sekarang adalah pendidikan modern yang membutuhkan akses internet setiap saat agar tidak tertinggal secara informasi dan komunikasi, dengan minat pelajar melanjutkan studi ke perguruan tinggi adalah kecenderungan yang mengandung unsur keinginan, kebutuhan, harapan untuk melanjutkan pendidikan yang lebih tinggi setelah lulus sekolah menengah atas<sup>4</sup>. Melihat data yang disajikan oleh Pusat Data Pendidikan Tinggi (PDDikti) melalui laporan Statistik Pendidikan Tinggi 2020 menunjukkan bahwa melanjutkan pendidikan yang lebih tinggi setelah lulus sekolah menengah atas semakin diminta karena jumlah mahasiswa baru pada tahun tersebut sebanyak 2.163.682 yang tersebar di seluruh provinsi di Indonesia<sup>5</sup>. Menjadi sorotan khusus di Daerah Istimewa Yogyakarta yang tersohor sebagai kota pendidikan memiliki jumlah mahasiswa baru sebanyak 115.507, dimana jumlah ini lebih banyak dari Provinsi Sulawesi Selatan dan Provinsi Jawa Tengah, diukur dari luas wilayah dan jumlah penduduk DI Yogyakarta lebih kecil dari kedua provinsi tersebut<sup>6</sup>.

Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki jumlah 135 unit perguruan tinggi baik akademik, politeknik, sekolah tinggi, institut dan universitas menjadikan daerah ini dengan jumlah perguruan tinggi terbanyak di Indonesia. Pada aspek tersebut tentu dibutuhkan kemudahan bagi mahasiswa baru mudah mengakses internet dengan tujuan mendapatkan kebutuhan informasi terkini. Kebutuhan tersebut tentu menjadi penting karena mahasiswa baru di DI Yogyakarta datang dari seluruh penjuru daerah di Indonesia, sehingga melakukan pendaftaran dan informasi perguruan tinggi bisa dengan jarak jauh atau online. Oleh sebab itu dibutuhkan website atau sarana informasi digital yang layak bagi setiap perguruan tinggi untuk memperoleh mahasiswa baru.

---

<sup>4</sup> Koban, F.T Ernestin. 2007. Hubungan Antara Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Prestasi Belajar dan Motivasi Belajar Dengan Minat Siswa Melanjutkan Studi Ke perguruan Tinggi. Skripsi, Yogyakarta. FKIP. Universitas Sanata Darma Yogyakarta.

<sup>5</sup> “Statistik Pendidikan Tinggi 2020” diakses 12 Oktober 2021, <https://pddikti.kemdikbud.go.id/publikasi>.

<sup>6</sup> “Statistik Pendidikan Tinggi 2020” diakses 12 Oktober 2021, <https://pddikti.kemdikbud.go.id/publikasi>.

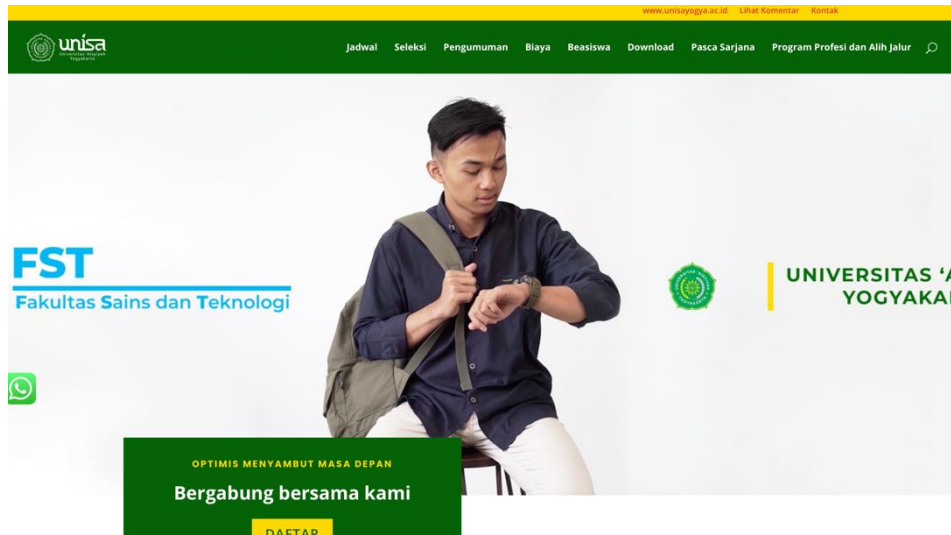
Pada perguruan tinggi swasta hal tersebut sangat penting karena jumlah perguruan tinggi swasta di DI Yogyakarta menurut data dari Pusat Data Pendidikan Tinggi (PDDikti) melalui laporan Statistik Pendidikan Tinggi 2020 yaitu sebanyak 103 unit perguruan tinggi swasta di Daerah Istimewa Yogyakarta<sup>7</sup>. Persaingan mendapatkan mahasiswa baru sangatlah ketat sehingga dibutuhkan fasilitas dan informasi digital yang memadai termasuk menarik para mahasiswa baru dengan memiliki website khusus untuk pendaftaran mahasiswa secara online.

Website pendaftaran mahasiswa baru perguruan tinggi swasta di Daerah Istimewa Yogyakarta tergolong bermacam-macam bentuknya. Ada yang sebatas memberikan informasi terkait prosedur pendaftaran atau bisa melakukan pendaftaran langsung secara online. Seperti halnya pada website pendaftaran mahasiswa baru milik 3 perguruan tinggi swasta di Daerah Istimewa Yogyakarta yaitu Universitas Respati Yogarta (UNRIYO), Universitas Aisyiyah Yogyakarta (UNISA) dan Universitas Mercu Buana Yogyakarta (UMBY).



Gambar 03 : Tampilan Website Pendaftaran Mahasiswa Baru Universitas Respati Yogyakarta (<http://pmb.respati.ac.id>)

<sup>7</sup> “Statistik Pendidikan Tinggi 2020” diakses 12 Oktober 2021, <https://pddikti.kemdikbud.go.id/publikasi>.



Gambar 04 : Tampilan Website Pendaftaran Mahasiswa Baru Universitas Aisyiyah Yogyakarta (<https://pmb.unisayogya.ac.id>)

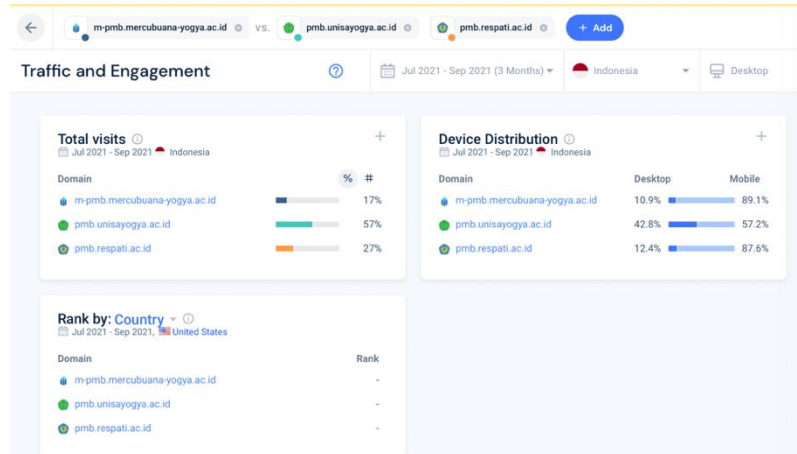


Gambar 05 : Tampilan Utama Website Pendaftaran Mahasiswa Baru Universitas Mercu Buana Yogyakarta (<http://m-pmb.mercubuana-yogya.ac.id>)

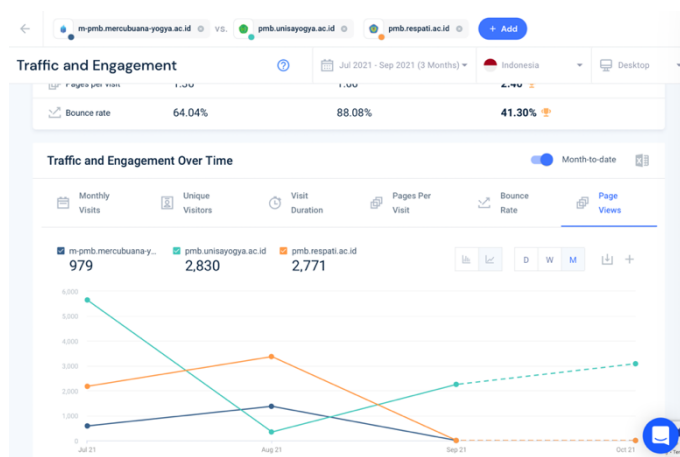
Jika dilihat dari ketiga website perguruan tinggi swasta tersebut terdapat perbedaan yang signifikan pada tampilan. Namun tampilan website tidak bisa dijadikan bahan rujukan untuk melihat aktivitas kunjungan di dalam website.

Untuk mengetahui aktivitas kunjungan didalam website maka dibutuhkan analisis melalui website <https://pro.similarweb.com><sup>8</sup>.

Berikut data aktivitas kunjungan selama 3 bulan dari Juli 2021 sampai dengan September 2021 di ketiga website perguruan tinggi swasta yang berhasil diperoleh dengan fitur *Research Intelligence*:



Gambar 06 : Hasil analisis jumlah kunjungan website 3 perguruan tinggi swasta di Daerah Istimewa Yogyakarta



Gambar 07 : Hasil analisis tampilan halaman rata-rata dalam jangka waktu 3 bulan di 3 perguruan tinggi swasta melalui <https://pro.similarweb.com>

<sup>8</sup> “Research Intelligence Similar Web” diakses 13 Oktober 2021, <https://pro.similarweb.com/#/companyresearch/websiteanalysis/traffic-engagement/m-pmb.mercubuana-yogya.ac.id,pmb.unisayogya.ac.id,pmb.respati.ac.id>.

Data yang diperoleh dari website tersebut menunjukkan analisis website 3 perguruan tinggi swasta di DI Yogyakarta selama 3 bulan. Hasilnya jumlah kunjungan kurang dari 5.000 dalam kurun waktu tersebut, kemudian Universitas Aisyiyah Yogyakarta (UNISA) menempati tempat pertama dengan 57% kunjungan website disusul Universitas Respati Yogyakarta (UNRIYO) dengan perolehan 27% dan yang terakhir Universitas Mercu Buana Yogyakarta (UMBY) dengan 17%. Selanjutnya untuk alat yang digunakan untuk mengakses ketiga website perguruan tinggi swasta ini melalui *Mobile Web* dan *Web Desktop* pada posisi pertama ditampati oleh Universitas Mercu Buana Yogyakarta dengan pengguna *Mobile Web* yang mengakses sebesar 89,1%. Akan tetapi tampilan halaman rata-rata yang didapatkan oleh Universitas Mercu Buana Yogyakarta masih rendah diangka 979 selama 3 bulan. Dengan data yang didapat selain isi website yang kurang begitu diminati oleh pengguna, Universitas Mercu Buana Yogyakarta juga masuk dalam 100 perguruan tinggi negeri terbaik di Indonesia dengan posisi paling bawah seperti data yang disajikan oleh website Webometric berikut ini.

ranking	World Rank	University	Det.	Impact Rank*	Openness Rank*	Excellence Rank*
86	5465	Institut Seni Indonesia Denpasar	👉	4257	4339	6650
87	5576	Universitas Kristen Duta Wacana	👉	7391	2840	6650
88	5609	Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya	👉	742	6492	6650
89	5691	Universitas AMIKOM Yogyakarta	👉	8180	2852	6650
90	5717	Universitas Musamus Merauke	👉	12596	6492	4391
91	5720	Institut Pemerintahan Dalam Negeri IPDN	👉	6081	3993	6650
92	5734	Universitas Muria Kudus	👉	8786	2717	6650
93	5749	Perbanas Institute	👉	6443	3919	6650
94	5802	Poltekkes Jakarta I	👉	3450	5506	6650
95	5816	Poltekkes Kemenkes Malang	👉	6429	4115	6650
96	5819	Politeknik Negeri Jember	👉	8618	3091	6650
97	5846	Universitas Nasional	👉	8889	3038	6650
98	5876	Universitas Muslim Indonesia Makassar	👉	9348	6492	5118
99	5881	Universitas Islam Negeri UIN Maulana Malik Ibrahim Malang	👉	1143	6492	6650
100	5928	(3) Universitas Mercu Buana Yogyakarta	👉	8065	3696	6650

Gambar 09 : Ranking Universitas di Indonesia

<https://www.webometrics.info/en/asia/indonesia%20>

diakses pada 17 Januari 2022

Ranking tersebut tentunya juga menjadikan pekerjaan rumah bagi pihak Universitas Mercu Buana Yogyakarta untuk berbenah menjadi lebih baik dari segi kualitas pendidikan maupun pemasaran. Hasil data tersebut menunjukkan mahasiswa baru yang mengunjungi website Universitas Mercu Buana



Yogyakarta cenderung menggunakan *Mobile Web* untuk mengakses informasi yang didapat, karena *Mobile Web* dengan mudah diakses melalui *smartphone*. Di dalam *smartphone*, terdapat banyak manfaat yang akan diperoleh, dengan membuka *mobile web* atau mengunduh sebuah program yang disebut *mobile application* yang saat ini populer digunakan oleh semua kalangan masyarakat.

Jika membahas *mobile application*, maka tidak dapat menggeser dua komponen utama pembentuk sebuah *mobile application*, yaitu *user experience (UX)* dan *user interface (UI)*. Ketika *user* merasakan sebuah pengalaman setelah menggunakan sebuah aplikasi disebut dengan *user experience (UX)*. Sedangkan tampilan visual yang dilihat oleh *user* ketika berinteraksi dengan aplikasi, dalam tujuannya untuk memahami informasi serta menggunakan fitur yang disediakan oleh sebuah produk atau jasa disebut dengan *user interface (UI)*. Dalam penerapan aplikasi ini, yang dibentuk oleh *UX* dan *UI* didalamnya telah merubah pola pikir masyarakat.

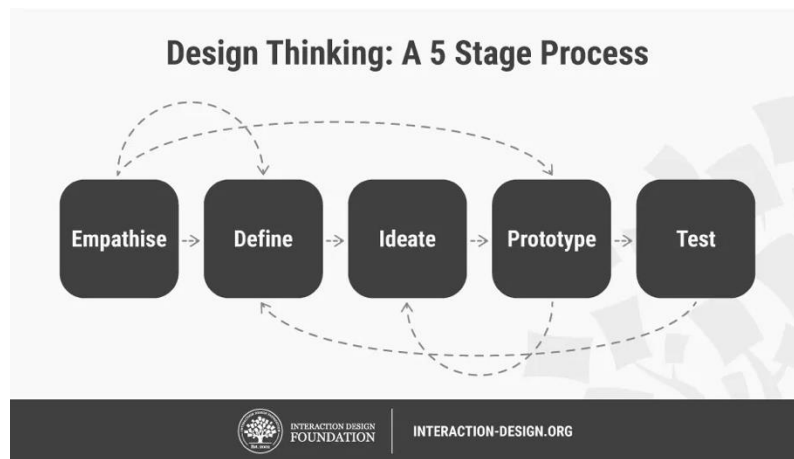
Banyak metode yang digunakan agar *UI/UX Design* sebuah *mobile application* menjadi nyaman dan membentuk pola pikir baru bagi masyarakat luas, seperti metode *Design Thinking* yang prosesnya diawali dengan *Empathize* menempatkan diri seorang *UI/UX Design* untuk memahami pengguna dengan mengesampingkan asumsi-asumsi *UI/UX Design*<sup>9</sup>. Hal tersebut dilakukan untuk mendengarkan dan memahami pengguna lebih dalam terhadap pengalaman baik atau buruk yang pernah dialami. Setelah mengetahui kebutuhan pengguna tersebut *UI/UX Design* dituntut untuk membuat *Define Problem* dengan berpikir cepat dan menganalisis masalah dan kebutuhan pengguna tersebut. Setelah memecahkan masalah tersebut *UI/UX Design* membentuk sebuah ide untuk merancang produk yang dibutuhkan pengguna yang biasa disebut *Ideation*. Dalam *Ideation* tersebut berupa sebuah *User Journey* yang digunakan untuk mengeksekusi produk tersebut menjadi *Design Prototyping*. Langkah-langkah *Design Prototyping* inilah yang panjang dengan membuat *Wireframe* terlebih dahulu untuk di tes ke pengguna dengan metode *Usability Test*, setelah tes selesai akan mendapatkan banyak masukan dan heat

---

<sup>9</sup> “5 Stages in the Design Thinking Process” diakses 20 Oktober 2021, <https://www.interaction-design.org/literature/article/5-stages-in-the-design-thinking-process>



map dari pengguna yang kemudian kemudian menjadi dasar untuk membuat *Hi-Fi Design*.



Gambar 10 : Tahapan di Design Thinking Process diakses melalui <https://www.interaction-design.org/literature/article/5-stages-in-the-design-thinking-process>

Setelah *Hi-Fi Design* selesai tugas dari UI/UX Design belum selesai disitu, maka harus melakukan tes lagi terhadap desain yang telah dibuat, dengan tujuan agar *mobile application* ini benar-benar menjadi solusi dan memudahkan pengguna. Dalam tahap ini tesnya berupa *prototyping*. Sehingga masyarakat dapat menggunakan sebuah *mobile application* dengan baik dan membentuk pola pikir agar *mobile application* dengan semestinya. Maka dari itu ide-ide dan solusi, dan penerapan *mobile application* harus benar benar matang. Selain metode *Design Thinking* yang sudah dijelaskan diatas ada satu metode lagi untuk membuat sebuah *mobile application* yaitu dengan cara *Analisis Kompetitor*. Banyak lembaga formal pendidikan maupun non formal berlomba menghasilkan sebuah *mobile application* tapi tidak dibarengi dengan riset terhadap pengguna terlebih dahulu yang pada akhirnya pengguna tidak paham dan tidak tepat sasaran.

Agar tepat sasaran *mobile application* diciptakan dengan memahami kebutuhan pengguna, seperti halnya lembaga formal lembaga pendidikan seperti Universitas juga harus memahami kebutuhan calon mahasiswa baru agar dengan mudah mengenal dan memahami Universitas tersebut serta mengubah

sarana promosi maupun penyampaian melalui teknologi digital agar sampai kepada sasaran. Sarana promosi selain melalui media sosial maka dari itu dibutuhkan sarana yang lain seperti yang sudah dilakukan yaitu melalui website Universitas Mercu Buana Yogyakarta, namun informasi yang disampaikan serta fasilitas yang diberikan belum lengkap layaknya website Universitas lain. Seperti halnya fasilitas untuk bisa langsung menghubungi pihak kampus ataupun fasilitas prosedur pendaftaran. Fasilitas pemasaran pada website juga sangat dibutuhkan berupa iklan, konten, informasi, dan layanan terkait dengan produk. Pengunjung website Universitas Mercu Buana Yogyakarta banyak menggunakan *smartphone* sehingga dibutuhkan teknologi baru seperti *mobile application* untuk mencakup calon mahasiswa baru dengan teknologi pendaftaran dan informasi secara digital karena dengan adanya *mobile application* yang berpedoman pada proses *UI/UX Design* menjadi salah satu variabel penting dari pengembangan platform aplikasi yang sangat penting dilaksanakan oleh lembaga pendidikan dalam pembuatan produk atau jasanya karena proses tersebut mempengaruhi "*advance marketing tools*" bagi produk teknologi yang dibuat. Dengan cara membuat *mobile application* pendaftaran bagi mahasiswa baru maka peran *User Interface & User Experience (UI/UX)* sebagai alatnya. Selain itu *User Interface & User Experience (UI/UX)* harus sesuai dengan kebutuhan pengguna dari aplikasi yang akan dibangun dengan melihat kebutuhan pengguna atas sebuah aplikasi yang akan dibangun mulai dari desain tampilan, fitur-fitur, dan berbagai kebutuhan lainnya.

Sebagaimana diketahui Universitas Mercu Buana Yogyakarta adalah universitas swasta berlokasi di Yogyakarta memiliki akreditasi A serta memiliki 6 fakultas terdiri dari Agroindustri, Manajemen, Psikologi, Ekonomi, Teknologi Informasi, Keguruan dan Ilmu Komunikasi. Universitas Mercu Buana Yogyakarta memiliki misi menyelenggarakan pendidikan tinggi yang bermutu untuk menghasilkan lulusan yang memiliki keunggulan dalam ilmu pengetahuan, teknologi, dan/atau seni dan mampu bersaing pada tingkat nasional dan global, serta peduli kepada masyarakat prasejahtera sebagai perwujudan cita-cita "Angudi Mulyaning Bangsa". Universitas Mercu Buana Yogyakarta setiap tahun selalu membuka pendaftaran bagi mahasiswa baru

dengan 2 metode, yaitu pertama dengan mahasiswa bisa datang ke kampus dan menuju ke bagian pendaftaran, kemudian metode yang kedua mahasiswa bisa mendaftar secara online. Sehingga untuk mewujudkan misi dan cita-cita tersebut Universitas Mercu Buana Yogyakarta selalu meningkatkan pelayanan inovasi kepada mahasiswa baru untuk mempermudah dalam proses pendaftaran. Hasil data yang menunjukkan bahwa website pendaftaran mahasiswa baru Universitas Mercu Buana Yogyakarta dengan tampilan utama dan hasil kunjungan website dibandingkan dengan perguruan tinggi swasta lainnya masih rendah sehingga dibutuhkan perubahan tampilan baru bagi Universitas Mercu Buana Yogyakarta untuk menambah minat mahasiswa baru untuk mendaftar dan sebagai sarana promosi bagi perguruan tinggi. Selain itu memudahkan para mahasiswa baru untuk mendapatkan informasi secara jelas terhadap tata cara pendaftaran dan pengumuman mahasiswa baru.

Pemilihan pembuatan *UI/UX Design* untuk *mobile application* pendaftaran mahasiswa baru Universitas Mercu Buana Yogyakarta didasari atas hasil data mahasiswa yang cenderung menggunakan *smartphone* atau *Mobile Web* untuk mengakses informasi yang didapat. Maka penulis Tugas Akhir Aplikatif memilih melakukan Perancangan *UI/UX Design* Aplikasi Pendaftaran Mahasiswa Baru di Universitas Mercu Buana Yogyakarta sebagai *Advance Marketing Tools*.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Bertolak dari latar belakang tersebut, masalah perancangan ini adalah website pendaftaran mahasiswa baru Universitas Mercu Buana Yogyakarta masih menunjukkan tampilan yang kurang menarik sehingga pengunjung dari website tersebut sedikit. Akan tetapi, pengunjung website dominan menggunakan *smartphone* untuk mengunjungi website tersebut. Sehingga diberikut rumusan masalah yang dibuat:

Bagaimana perancangan *UI/UX Design* Aplikasi Pendaftaran mahasiswa baru di Universitas Mercu Buana Yogyakarta sehingga dapat menjadi *Advance Marketing Tools* secara digital?

### **1.3 Tujuan Tugas Akhir Aplikatif**

#### **1.3.1 Tujuan Tugas Akhir**

Dalam membuat rancangan *UI/UX Design* Aplikasi Pendaftaran Mahasiswa Baru di Universitas Mercu Buana Yogyakarta sebagai *Advance Marketing Tools* terdapat beberapa tujuan penulis. Adapun tujuan Tugas Akhir Aplikatif yang ingin penulis capai dalam kegiatan ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk memudahkan bagi calon mahasiswa baru mendaftar dan mendapatkan informasi terbaru dari Universitas Mercu Buana Yogyakarta melalui *mobile application*.
2. Sebagai salah satu platform promosi dan teknologi baru bagi Universitas Mercu Buana Yogyakarta sesuai dengan visi dan misi.
3. Untuk persyaratan yang harus dipenuhi untuk menamatkan pendidikan Strata 1 di Universitas Mercu Buana Yogyakarta yaitu Tugas Akhir.

#### **1.3.2 Tujuan Umum**

1. Menjadi wadah mahasiswa untuk menerapkan ilmu yang didapatkan di dalam kelas, untuk diaplikasikan ke dalam Tugas Akhir Aplikatif.
2. Untuk mendapatkan pengalaman dalam kegiatan profesional dan mampu mempelajari konsep-konsep non-akademis yang ada di dalam dunia kerja atau dunia professional. Dari kegiatan ini nantinya akan berguna disaat mahasiswa akan berkontribusi secara nyata dan sepenuhnya di Universitas Mercu Buana Yogyakarta.
3. Menjadi wadah berkontribusi nyata dari mahasiswa kepada kampus atau lembaga terkait, dengan menerapkan ilmu dan mengaplikasikan kemampuannya sebagai tenaga muda.
4. Membuka cakrawala keterkaitan komunikasi pemasaran dengan ekonomi digital yang baru.

## **1.4 Manfaat Tugas Akhir Aplikatif**

Manfaat yang dapat diperoleh dalam perancangan ini adalah:

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Secara teoritis, manfaat dari perancangan *UI/UX Design* ini adalah sebagai tampilan dan pengalaman yang disuguhkan kepada pengguna aplikasi pendaftaran mahasiswa baru Universitas Mercu Buana Yogyakarta, selain itu juga menjadi dasar untuk para pengembang aplikasi agar lebih mudah dan cepat dalam menjalankan tugasnya.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Perancangan ini menerapkan dan mengaplikasikan ilmu yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan pada program Ilmu Komunikasi & Multimedia di Universitas Mercu Buana Yogyakarta, serta meningkatkan kemampuan penulis terhadap berbagai hal yang berhubungan dengan desain, komunikasi konsumen, serta riset konsumen.

### **1.4.3 Manfaat Strategis**

#### **a. Bagi Universitas Mercu Buana Yogyakarta**

1. Sebagai alat untuk promosi bagi sekaligus pendaftaran secara online mahasiswa baru Universitas Mercu Buana Yogyakarta.
2. Memiliki pedoman *UI/UX Design* untuk mengembangkan aplikasi di Universitas Mercu Buana Yogyakarta.

#### **b. Bagi Mahasiswa Ilmu Komunikasi & Multimedia**

1. Termotivasi untuk menerapkan ilmu yang didapat selama masa studi di bangku kuliah dalam dunia kerja.

#### **c. Bagi Sasaran Produk**

Perancangan *UI/UX Design* ini nantinya dapat digunakan sebagai pedoman oleh pengembang aplikasi pendaftaran mahasiswa baru di Universitas Mercu Buana Yogyakarta, sekaligus dapat digunakan oleh mahasiswa baru dalam mendaftar perkuliahan dengan mudah.

#### **d. Bagi Penulis**

1. Penulis dapat menerapkan ilmu yang didapat selama masa studi di Ilmu Komunikasi & Multimedia Universitas Mercu Buana Yogyakarta dan juga di dunia kerja.

2. Penulis mendapat tambahan pengetahuan tentang proses *UI/UX Design*.
3. Sebagai pelengkap portofolio yang akan berguna di masa yang akan datang.