



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 5 Nomor 4 Tahun 2025 Page 10928-10943

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Perancangan Ui/Ux Aplikasi Mobile Media Sosial "Touring" Sebagai Wujud Antisipasi Pencurian Karya Kreator Digital Oleh Pengguna Artificial Intelligence

Cerelia Chindy^{1✉}, Shaid Muhammad Arviansyah², Siti Aisyah³

Universitas Prima Indonesia

Email: cchindy2002@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Seni telah menjadi titik poros penting dalam sejarah manusia, yang bermula sejak awal peradaban. Bentuk ekspresi diri yang mendahului sejarah itu sendiri masih tetap relevan bahkan di era digitalisasi ini, mengikuti umat manusia melalui semua bentuk dan media yang mereka dapat gapai, hingga titik ini dimana media sosial menguasai jaringan global sebagai cara yang paling umum untuk bersosialisasi dalam komunitas. Walau begitu, para seniman tetap kesulitan untuk berkembang, karena tumbuhnya teknologi menjadikan permintaan otomatisasi semakin tinggi dengan stabil, menggantikan seni melalui pencurian, pengerukan banyak gambar yang diunggah untuk diberikan kepada mesin, dan pemenuhan berlebihan pada pangsa pasar kreatif dengan hasil dari pencurian. Seniman manusia kerap, bila bukan selalu, tidak diberikan penghargaan yang sepatutnya dalam proses ini. Sejumlah besar seniman-seniman ini telah menyatakan kekhawatiran mereka tentang maraknya pencurian karya tanpa sepengetahuan dan seizin mereka dan bagaimana media sosial dengan pesat tumbuh untuk mengakomodasi *Artificial Intelligence*. Perancangan ini dimaksudkan sebagai respon untuk melawan ancaman ini, menyediakan tempat untuk komunitas kreatif untuk tumbuh dengan segala dukungan yang mereka layak dapatkan dengan cara memastikan karya-karya mereka aman dari pencurian di saat yang sama mereka dapat menjadi diri mereka yang sejatinya di antara orang-orang yang sepemikiran. Perancangan UI/UX ini dirancang dengan metode *design thinking*, yang mana diharapkan dapat memberikan hasil yang memadai untuk melaksanakan proses perancangan serta membawa ide ini ke kenyataan, yang mungkin dapat menjadi solusi pencurian dan *machine learning*.

Kata Kunci: *Perancangan UI/UX Aplikasi, Media Sosial, Komunitas Kreatif, Artificial Intelligence, Pencurian Karya*

Abstract

Artistry has been a crucial pivot point of mankind's history, starting as early as the dawn of civilization. The form of self-expression that predates the history itself is still relevant even in the era of digitalization, following humanity through all forms and medias they could reach, up to this point where social medias overtake the global network as the most prevalent method to socialize in communities. Yet artists struggle to thrive, as growing with technology the demand of automation is rising steadily, replacing art through the means of thievery, scrapping numerous posted images to be fed to machines and oversaturating the creative markets with products of theft. Human artists often, if not always, remain uncredited in this process. A significant number of these artists have expressed their worry about how their works were stolen without their knowledge or their permission and how social medias have rapidly grown to accommodate Artificial Intelligence. This design is intended as a response to counter this threat, providing a place for the creative community to grow with all support they are deserving of by ensuring their creations would have little to no chances to be stolen while they could be their truest selves amongst like-minded people. This UI/UX design is created with design thinking method, which is hoped to be able to yield sufficient results to conduct the design process and bring the ideation to reality, where it could eventually become the solution to the thefts and machine learning.

Keyword: UI/UX Design Of Applications, Social Media, Creative Communities, Artificial Intelligence, Artwork Theft

PENDAHULUAN

Seni dan karya visual telah menjadi salah satu aspek penting manusia melintasi berbagai peradaban bahkan jauh sebelum sejarah mulai ditulis. Karya-karya yang sebelumnya dituangkan dalam bentuk fisik melalui medium dan pigmen kini perlahan bergeser seiring perkembangan zaman, hal ini dapat terlihat terutama di era digital ini dimana karya tradisional dituangkan ke dalam bentuk fisik, kontras dengan kemunculan karya digital yang diciptakan dalam dunia semu. Banyaknya karya yang tak lagi dicetak dan hanya dapat dinikmati melalui media digital menjadikan tempat untuk menaungi dan membagikan karya menjadi suatu kebutuhan yang besar bagi para kreator digital.

Kemunculan media sosial sebagai salah satu bentuk perkembangan teknologi yang berkaitan erat dengan fungsi internet dalam kebutuhan manusia untuk bersosialisasi dalam komunitas juga memberikan sarana bagi kreator digital dan karya-karya ciptaan mereka. Migrasi ke media sosial yang disebabkan digitalisasi ini menyebar dengan cepat dari satu belahan dunia ke belahan dunia lainnya.

Riset Statista menyatakan bahwa pada tahun 2024, terdapat 5,45 miliar pengguna yang memakai internet, dan 5,17 miliar di antaranya juga menggunakan media sosial. Hal ini membuat fungsi dari media sosial tak lagi terkekang hanya untuk komunikasi, melainkan

juga dapat dimanfaatkan sebagai media promosi, pengembangan bisnis, fitur interaksi, sumber referensi, dan sumber ide, bahkan/terutama pelaksanaan survei pasar oleh kaum kreatif terutama seniman dan desainer digital baik ternama ataupun individual yang masih belajar untuk memamerkan karya mereka serta mencari klien potensial untuk membeli jasa mereka. Algoritma-algoritma yang terdapat dalam media sosial juga turut membantu menarik perhatian pengguna lainnya dan membuat karya yang dipamerkan terlihat oleh banyak orang.

Media sosial yang sering digunakan juga tidak berjumlah sedikit, laman [Makeawebsitehub.com](https://www.makeawebsitehub.com) telah mengidentifikasi adanya lebih dari 100 situs media sosial yang ada hingga sekarang. Datareportal juga mencatat bahwa terdapat 15 media sosial yang memiliki paling sedikit 500 juta pengguna.

Beberapa media sosial yang sering digunakan untuk memamerkan karya-karya kaum kreatif adalah Twitter, Instagram, Facebook, Pinterest, dan TikTok. Karya yang diunggah biasa bersifat untuk menarik perhatian pengguna lain, yang mana bila mereka tertarik, mereka bisa mencari lebih lanjut jasa yang ditawarkan. Umumnya, Fiverr, Dribbble, ArtStation, Behance, serta Patreon menjadi pilihan utama bagi para kreator digital sebagai media portofolio yang tersusun dari karya-karya terbaik ditata secara profesional untuk menjalin relasi dengan calon pembeli. Namun media yang terlalu profesional sering dijauhi oleh seniman yang berkarya untuk hobinya. Hal ini karena situs portofolio dianggap sebagai standar kerja industri yang terlalu tinggi dan kaku untuk kesenangan sehari-hari. Ketiadaan komunitas atau komunitas yang kecil juga menjadi faktor banyak seniman menjauhi situs tersebut karena mereka lebih mementingkan interaksi.

Menurut Rachmayuningtyas (2022), interaksi memiliki peran penting dalam media sosial untuk menghubungkan karya dengan orang. Hal ini menjadikan komunitas sebagai bahan pertimbangan dalam pemilihan media sosial yang akan digunakan oleh seniman. Rusyada dan Sutiyono (2021) menjelaskan bahwa perkembangan media sosial juga turut membawa perubahan pada dunia seni, yang mana awalnya hanya untuk ekspresi diri dan komoditas, kini juga menjadi tanda kehadiran kreator melalui tren yang diikuti. Namun selain mampu menjadi sarana untuk mengembangkan komunitas serta mendapat klien, media sosial sendiri juga dapat menjadi hal yang mencegah kreator untuk terus berkarya. Maraknya pengerukan karya yang dimasukkan ke dalam *machine learning Artificial Intelligence (AI)* menjadi suatu kekhawatiran besar yang telah berlangsung sejak 2020. AI mengumpulkan data dan menyimpulkan suatu hasil berdasarkan data yang telah dipelajari. Dalam konteks seni digital, data-data tersebut akan digunakan dalam proses generasi *output* dari kata kunci yang diketikkan oleh pengguna.

AI sendiri telah menjadi kontroversi besar dikarenakan sistem pengerukan data yang mencuri karya-karya yang dipamerkan di media sosial tersebut dilakukan tanpa seizin, sepengetahuan kreator yang mana tidak menerima sepeserpun kompensasi ataupun bayaran untuk karya mereka. Di sisi lain, AI juga dikhawatirkan dapat mematikan pangsa pasar kreatif dimana ribuan hingga jutaan seniman bergantung untuk mencari nafkah. Lewat sistematis yang lebih cepat dengan biaya yang terbilang lebih kecil, AI mampu mengeluarkan gambar-gambar walau banyak terdapat kecacatan di dalamnya.

Jiang et al. (2023) menyatakan bahwa AI yang digunakan untuk menghasilkan gambar tidak dapat dinyatakan sebagai seniman ataupun kreator, serta merampas kerja keras dan kompleksitas kreatifitas manusia untuk diberikan kepada perusahaan yang menciptakan mesin-mesin ini. Menurut Fadilla et al. (2023), teknologi AI yang digunakan tidak sepatutnya mengambil hak seniman serta menggunakannya kembali secara komersial.

Walaupun begitu, media sosial dasarnya adalah salah satu bentuk produk dari perusahaan yang ditujukan untuk mencari keuntungan bagi perusahaan perancang media sosial tersebut. Sehingga meski AI telah menjadi kontroversi besar di lingkungan kreatif, masih terdapat media sosial seni profesional yang tak luput dari AI, termasuk Artstation yang memajang karya-karya buatan AI ke halaman terdepannya. Beberapa media sosial juga telah menulis ulang syarat dan ketentuan penggunaan mereka untuk dapat mengeruk lebih banyak data dan karya untuk dimasukkan ke dalam *machine learning* secara legal tanpa seizin kreator. Hal ini mengakibatkan banyaknya kreator untuk mencari media sosial alternatif yang dinilai lebih aman.

Berdasarkan penjelasan di atas, survei diadakan untuk target responden mahasiswa/i DKV UNPRI berusia 17 hingga dewasa yang turut mengikuti dunia kreatif dan membuat karya dalam satu tahun ini. Dari sebanyak 45 responden yang mengisi kuesioner, didapatkan hasil bahwa responden telah mengetahui mayoritas media sosial yang populer serta banyaknya yang mempertimbangkan untuk pindah ke media sosial yang lain. Sebanyak 51,1% suara menyatakan mereka mengetahui tentang migrasi ke media sosial yang lain, namun tidak turut mengikuti migrasi tersebut. Sejumlah 75,6% responden setuju bahwa AI dan *machine learning* menjadi alasan utama migrasi tersebut. Responden juga turut menuliskan dan memilih fitur-fitur yang mereka anggap lebih dapat diprioritaskan dalam perancangan UI/UX aplikasi media sosial ini.

Alasan dari perancangan *interface* UI/UX media sosial ini yaitu menambah satu pilihan bagi para kreator untuk dapat terus berkarya dengan nyaman. Konsep yang diinginkan adalah aplikasi yang memiliki proteksi AI, menawarkan identitas personal yang unik, dimana pengguna dapat menjalin interaksi dengan komunitas, namun di sisi lain juga dapat

bermanfaat sebagai situs profesional mencari klien yang berminat. Pertimbangan konsep dua sisi komunitas dan profesional ini muncul dari pengamatan terhadap banyak aplikasi yang terfokus ke salah satu aspek saja. Ada baiknya bila kreator tetap dapat berinteraksi dengan komunitas dan pengikut mereka sambil tetap tampil profesional di lingkungan yang aman untuk pertumbuhan dan pengasahan kemampuan berkarya mereka. Media sosial ini dapat menjadi sarana bernaung kreator digital yang juga mementingkan ekspresi diri selain keamanan dari ancaman AI.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan riset target pengguna dan pengumpulan data melalui survei, yang akan digunakan dalam metode *design thinking*. Metode ini dipilih untuk dapat mencari solusi dari permasalahan yang telah ada dan umum terjadi dewasa ini. Aulia et al. (2021) menjabarkan bahwa terdapat 5 tahap dalam metode *design thinking*, yaitu *empathize, define, ideate, prototype, dan test*.

Kelima tahapan tersebut dapat dideskripsikan sebagai berikut:

1. *Empathize*

Menurut Putra et al. (2021), empati adalah cara memahami emosi yang dirasakan oleh orang lain, yang dalam konteks perancangan ini adalah target pengguna aplikasi Touring. Tahap ini sangat krusial untuk mencari segala permasalahan yang turut berkaitan untuk dapat dijadikan sebagai tolak ukur untuk perancangan solusi.

2. *Define*

Rosiana et al. (2023) menjelaskan bahwa tahap ini berfungsi untuk mendefinisikan masalah yang telah diidentifikasi dalam proses empati sebelumnya. Definisi permasalahan menjadi fokus untuk membatasi permasalahan dan menjabarkan kebutuhan pengguna dapat dirumuskan untuk proses perancangan.

3. *Ideate*

Dalam topik yang sama, Rosiana et al. (2023) juga menuliskan bahwa tahapan *ideate* merupakan tahapan dimana ide-ide dihasilkan untuk memecahkan masalah yang telah didefinisikan dan dipertimbangkan dalam tahapan sebelumnya.

4. *Prototype*

Ide-ide yang telah dihasilkan menjadi dasar untuk perancangan model pada tahap ini, yang mana dapat berupa desain sketsa, *userflow, wireframe*, yang kemudian dipoles menjadi *prototype* yang dapat dijalankan (Rosiana et al., 2023).

5. *Test*

Tahapan *test* menurut Putra et al. (2021) adalah teknik evaluasi melalui pertanyaan

atau rangkaian tugas yang harus diselesaikan oleh peserta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang dapat ditarik dari analisis yang mengikuti tahapan metode *design thinking*, yaitu:

1. *Empathize*

Riset yang didasarkan atas observasi pada komunitas seniman dan kreator secara spesifik pada kalangan mahasiswa/i DKV UNPRI mendapatkan hasil bahwa komunitas kaum kreatif memiliki kekhawatiran terhadap ruang lingkup media sosial yang telah mereka pakai atau akan dipakai karena semakin maraknya pencurian karya yang telah ada, yang kini tidak hanya dikomersialisasikan ulang atau dipamerkan tanpa mencantumkan nama seniman aslinya, namun juga digarap untuk *machine learning* yang semakin aktif menggusur ruang karya seni dan mematikan komunitas kreatif. Di sisi lain, algoritma juga tidak mampu mendorong seniman untuk mendapatkan perhatian yang cukup untuk dapat berkembang, sehingga menyulitkan mereka untuk terhubung kepada klien yang menginginkan jasa mereka. Solusi berupa Nightshade dan Glaze tidak selamanya dapat melindungi karya, sehingga dibutuhkan cara lain untuk menghentikan pencurian dan pengerukan.

2. *Define*

Dalam permasalahan ini, dapat ditarik permasalahan utama yaitu pencurian karya yang mudah terjadi, dari oknum maupun dari mesin, serta kurangnya jaminan karya yang diberikan perlindungan dapat terbebas dari pengerukan. Penyelesaian dua permasalahan ini berarti komunitas kreatif dapat terus berkarya dengan tenang. Algoritma yang baik serta lingkungan komunitas yang lebih mudah diakses dapat menjadi standar untuk membantu kreator kecil mendapatkan koneksi yang lebih luas.

3. *Ideate*

Banyaknya aplikasi media sosial, baik untuk masyarakat umum seperti Facebook, Twitter, dan Tumblr maupun untuk seniman seperti Artstation, Patreon, Fiverr telah menjadi sesuatu yang lumrah untuk kreator, terutama bila mereka aktif secara digital. Namun media-media sosial tersebut tidak sesuai dengan kebutuhan kreator, atau telah bergeser dari konsep awalnya yang menguntungkan seniman. AI yang semakin marak di media-media sosial tersebut menjadi kekhawatiran. Terdapat solusi spesifik seni untuk menampung seniman dan kreator seperti Vgen dan Cara, dan media sosial umum yang tidak menggunakan AI secara terang-terangan, yang menjadi inspirasi untuk pemecahan masalah.

Dalam tahap ini, dihasilkan ide-ide solusi, seperti proteksi saat pengunggahan, kebebasan mengatur fitur *save image* karya sendiri, fitur tambahan akun khusus kreator dan seniman, menu portfolio, sistem sub-akun dengan email yang sama, penghentian fungsi tangkap layar untuk mengantisipasi pencurian, personalisasi profil dan tampilan identitas, pelemahan algoritma, fitur *bookmark* yang tak terbatas dan dapat disortir, sistem komunitas yang terbuka, koneksi seniman dengan klien secara intuitif, serta penciptaan ruang yang lebih eksklusif untuk apresiasi karya dengan tetap menjaga inklusivitas untuk segala khalayak.

4. *Prototype*

Perancangan desain *Prototype* akan mengikuti alur *userflow* yang disesuaikan dengan fitur-fitur yang diinginkan dalam ideasi, dan ditata dengan elemen visual yang telah dipilih dalam aplikasi Figma. Warna, tipografi, bentuk, dan *layout* desain UI/UX didesain sedemikian rupa tidak terlalu berbeda dengan konsep media sosial pada umumnya agar memiliki kesan yang akrab dan mudah dinavigasi bagi pengguna baru.

5. *Test*

Interaksi langsung atau pemberian sampel gambar model kepada target pengguna menjadi tolak ukur evaluasi desain UI/UX. Fokus utama perancangan ini masih pada tahap konsepsi desain dan implementasi solusi pada model desain, sehingga belum dapat diluncurkan pada publik.

6. Evaluasi Analisis.

Hasil yang didapatkan dari analisis metode *design thinking* akan dijadikan basis perancangan untuk merancang sebuah aplikasi baru yang mudah dimengerti dan masih memiliki kesamaan secara garis besar terhadap aplikasi media sosial yang sering dipakai target pengguna.

Konsepsi Desain

Aplikasi dirancang dengan tujuan untuk memenuhi fungsi yang diharapkan, yaitu pencegahan pencurian karya. Pertimbangan tersebut menjadikan cara menjamin karya yang diunggah ke aplikasi tidak dicuri menjadi prioritas utama perancangan. Untuk mencapai hal tersebut, terdapat dua solusi yang dirancang ke dalam aplikasi, salah satunya yakni pencegahan total dengan cara mematikan fitur tangkap layar dan *save image*. Namun fitur ini dapat dirasa terlalu mengekang dan membuat komunitas menjadi terlalu kaku, sehingga pengguna diberikan pilihan untuk memilih kepada siapa fitur tersebut berlaku. Di sisi lain, karya dan gambar yang dapat disimpan pengguna lain akan dilapisi dengan perlindungan berupa Glaze dan Nightshade dengan harapan kedua fitur tersebut akan membuat Touring menjadi suatu aplikasi dimana AI gagal berkembang.

Walau pencegahan pencurian menjadi fokus utama, perancangan juga bertujuan untuk membentuk ruang lingkup komunitas yang inklusif dan ekspresi diri secara bebas. Hubungan antara kreator dengan klien maupun khalayak umum hanya dapat dibentuk dengan fitur komunitas dan *patron* yang intuitif. Beberapa fitur, seperti fitur *pinned* dan *bookmark* yang tidak terbatas terhadap satu *pinned* ataupun satu jenis *bookmark* akan mampu memberikan kemudahan dalam mengakses informasi. Untuk mencapai hal tersebut, perancangan haruslah mengikuti prinsip desain dan memiliki elemen desain. Prinsip-prinsip desain yang digunakan meliputi:

1. *Repetition*

Repetition muncul terutama pada *layout* dalam desain UI/UX, dimana semua elemen disusun dalam struktur yang sama.

2. *Variety*

Variety melalui personalisasi profil sebagai wujud ekspresi diri pengguna.

3. *Contrast*

Penggunaan warna yang kontras dari satu elemen ke elemen lainnya membantu menonjolkan salah satu elemen dalam desain UI/UX.

4. *Proportion*

Adanya proporsi ukuran menjadikan elemen yang memiliki hierarki lebih tinggi untuk dapat menjadi fokus utama.

5. *Hierarchy*

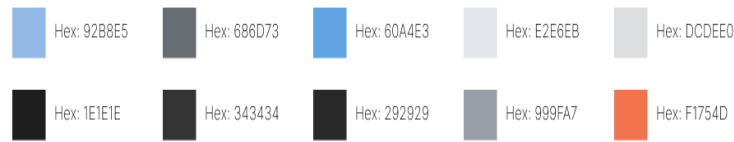
Profil dan identitas pengguna memiliki hierarki tertinggi, untuk menekankan fakta bahwa setiap pengguna adalah manusia. Hierarki berikutnya adalah konten dan desain UI/UX pesan yang diunggah, lalu menu navigasi dan penambahan unggahan baru. Hal ini dilakukan untuk mengingatkan pengguna bahwa semua

Elemen-elemen desain yang diterapkan dalam perancangan desain mencakup tipografi, warna, bentuk, dan tata letak sesuai dengan target pengguna aplikasi. Desain diciptakan dengan pendekatan yang memungkinkan kebebasan ekspresi pengguna lewat estetika yang dapat dipersonalisasi.

6. Warna

Warna desain UI/UX secara umum memiliki dua mode; mode gelap dan mode terang sesuai dengan kategori warna akromatis. Kedua mode ini dihadirkan untuk memberikan opsi pada pengguna saat menggunakan aplikasi pada situasi tertentu, misalnya pemilihan mode gelap di lingkungan yang gelap, dan mode terang saat berada di tempat yang memiliki tingkat cahaya tinggi. Mode gelap berlatarkan warna abu gelap, dengan teks yang

diwarnai abu pucat. Kebalikannya, mode terang memiliki warna latar abu pucat dan teks abu gelap. Logo dan tombol yang digunakan memiliki warna yang kontras dengan mode yang dipilih. Desain UI/UX umum mencakup semua tampilan yang tidak dapat diatur secara bebas oleh pengguna, seperti warna latar dan warna tombol. Di sisi lain, terdapat kebebasan untuk mengatur tampilan profil pengguna.



Gambar 1. Palet Warna Desain UI

7. Tipografi

Tipografi yang dipakai dipilih agar tidak tampak terlalu kaku dalam desain UI/UX, namun sedikit berkesan seperti teks mesin ketik untuk *splash screen*. Selain itu, *typeface* sans serif yang lebih bulat mampu membawakan kesan yang dinamis, kasual, ramah, dan ringan.

Typeface Offside

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Gambar 2. *Typeface Offside*

Typeface Dongle

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Gambar 3. *Typeface Dongle*

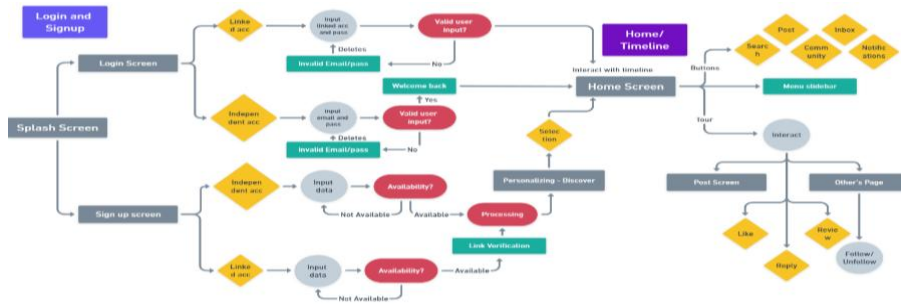
8. Bentuk

Bentuk yang umum digunakan dalam perancangan desain UI/UX yaitu persegi panjang bersudut bulat, lingkaran, dan persegi panjang.

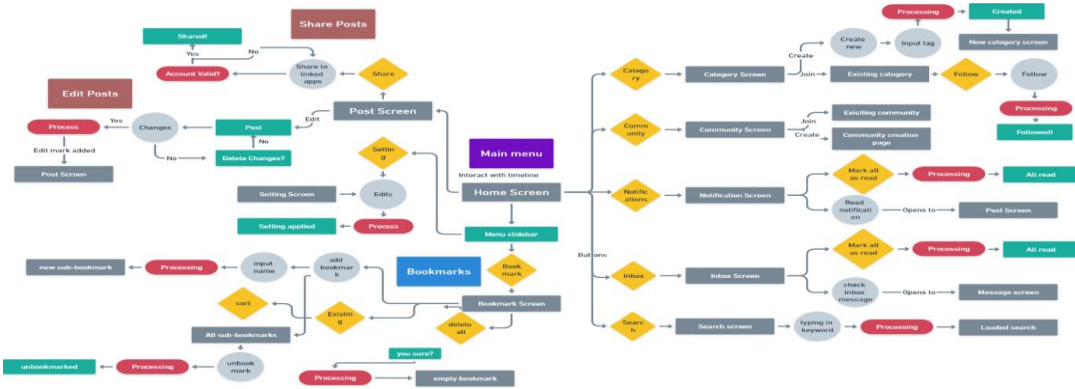
8. Tata Letak

Tata letak objek dipusatkan di tengah dengan simetris. Peletakan ini bertujuan untuk memunculkan keseimbangan dalam desain UI/UX. Pengaturan jarak antar elemen juga menjadi pertimbangan untuk membantu asosiasi kelompok elemen, contohnya teks *caption* yang dekat dengan gambar menandakan bahwa mereka adalah satu kesatuan, sehingga tidak akan menimbulkan kebingungan.

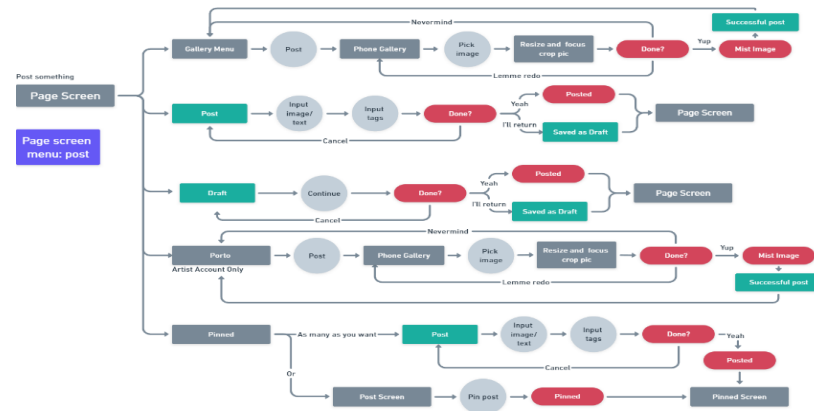
Userflow



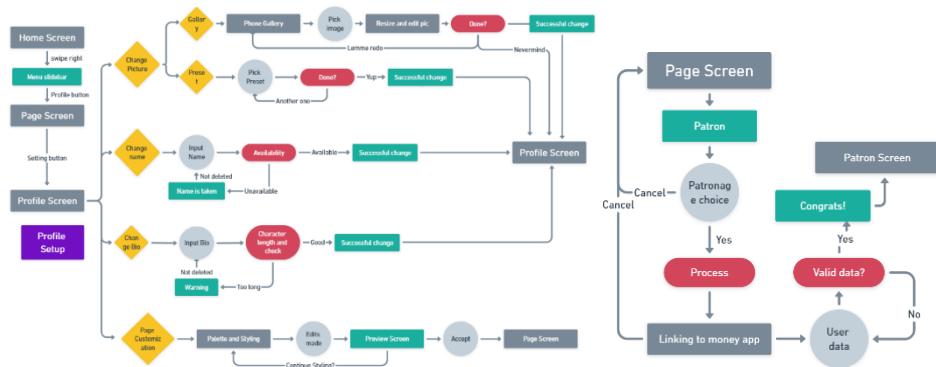
Gambar 4. Userflow Login dan Sign-up



Gambar 5. Userflow Home Screen

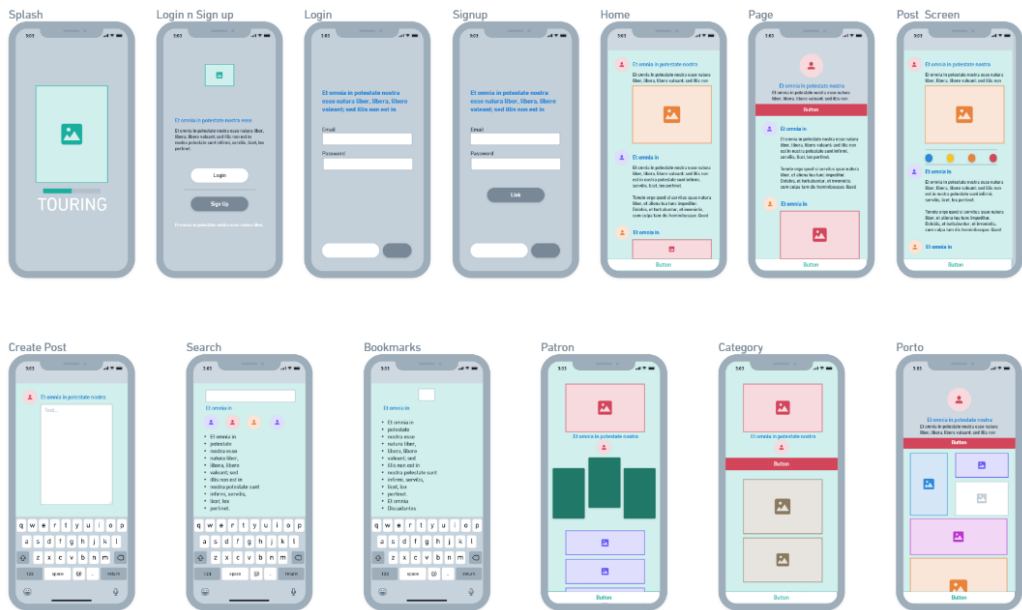


Gambar 6. Userflow Page Screen



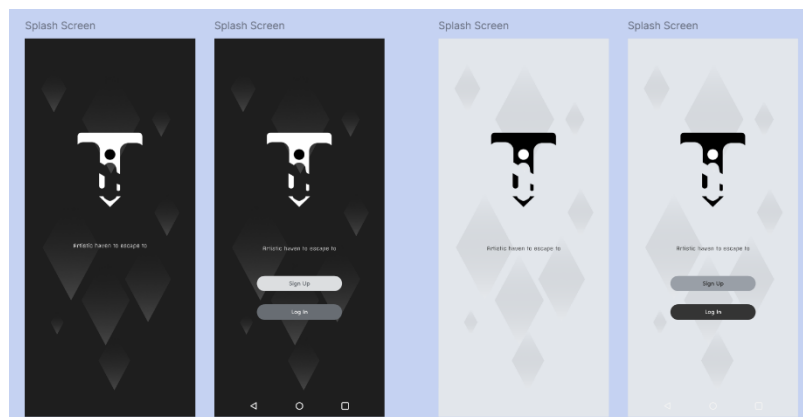
Gambar 7. Userflow Profile Setup dan Patron

Wireframe

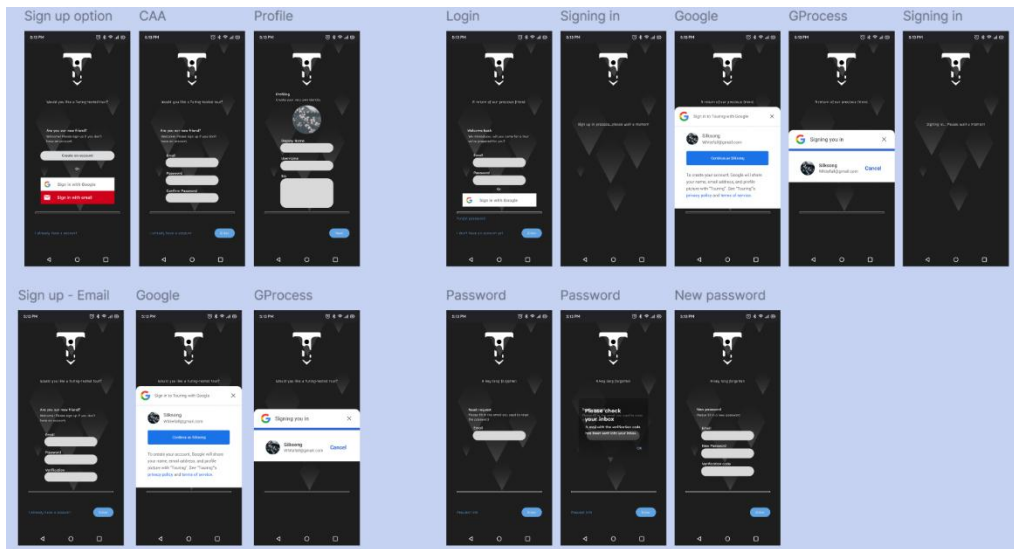


Gambar 8. Wireframe

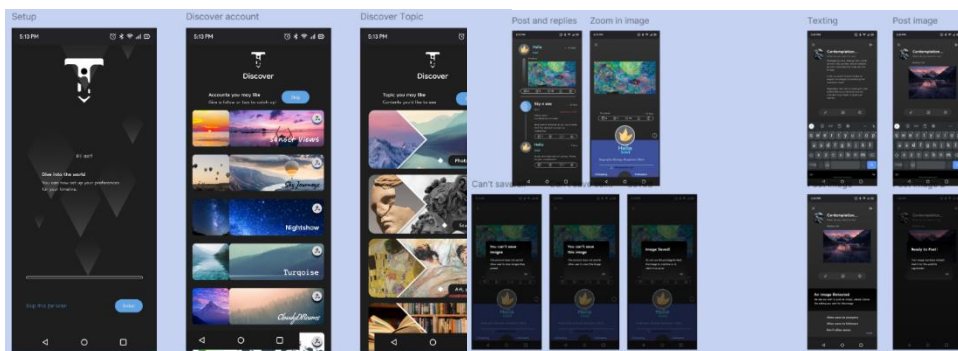
Prototype



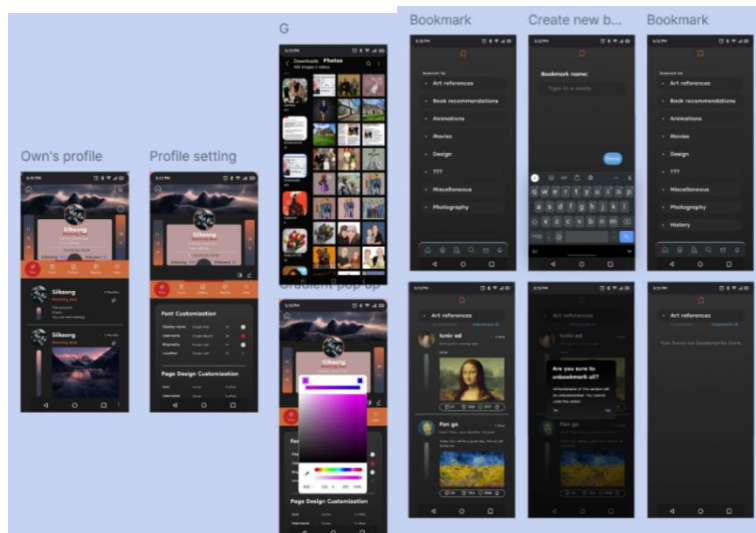
Gambar 9. Prototype high fidelity Splash Screen



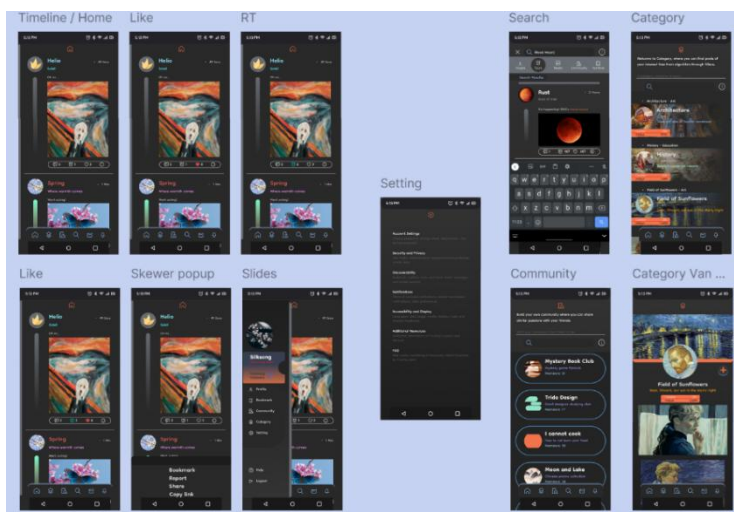
Gambar 10 *Prototype high fidelity Login, Sign-up, dan Create An Account*



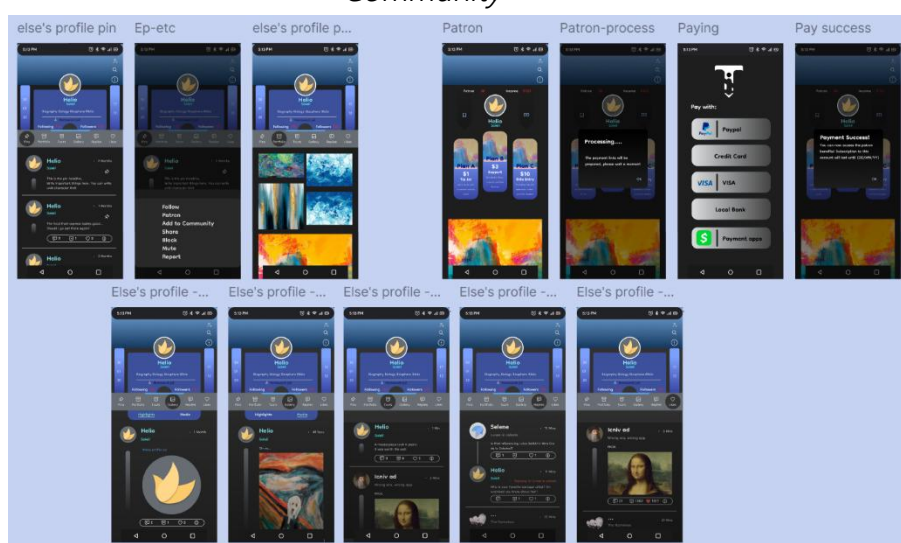
Gambar 11. *Prototype high fidelity Discover & Post Screen*



Gambar 12. *Prototype high fidelity Profile Screen dan Bookmarks*



Gambar 13. *Prototype high fidelity Home Screen, Setting, Search, Category, dan Community*



Gambar 14. *Prototype high fidelity Artist Account Profile dan Patron*

SIMPULAN

Perancangan desain UI/UX aplikasi *mobile* ini bertujuan untuk menampung aspirasi dan kreativitas kreator digital dengan target awal yaitu kalangan mahasiswa/i DKV UNPRI, sekaligus memberikan mereka kebebasan personalisasi untuk tetap tampil unik. Touring dirancang dengan tujuan untuk menyediakan tempat aman untuk para seniman tersebut agar mereka dapat terus berkarya dan bertemu dengan orang-orang yang berpikiran sama, bernaung di komunitas, serta bertemu dengan klien-klien potensial. Para seniman ini akan mendapatkan dukungan yang mereka butuhkan untuk mengejar impian mereka dalam jangka panjang. Rencana ini dapat tersampaikan dengan menawarkan mereka pilihan untuk perlindungan, untuk menghentikan pencurian bila mereka menyetujui. Karya yang dibagikan dan dapat disimpan oleh orang lain seluruhnya akan dilapisi dengan perlindungan AI seperti Nightshade dan Glaze untuk meracuni database AI.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggara, D. A., Harianto, W., & Aziz, A. (2021). *Prototype* Desain User Interface Aplikasi Ibu Siaga Menggunakan Lean UX. *Kurawal - Jurnal Teknologi, Informasi Dan Industri*, 4(1), 58-74. <https://doi.org/10.33479/kurawal.v4i1.403>
- Fauzi, Moh. (2018). *Komputer Dan Internet*. Duta Media
- Fadilla, A. N., Ramadhani, P. M., & Handriyotopo, H. (2023). Problematika Penggunaan AI (*Artificial Intellegence*) di Bidang Ilustrasi : AI VS Artist. *CITRAWIRA : Journal of Advertising and Visual Communication* 4 (1), 129-136. <https://doi.org/10.33153/citrawira.v4i1.4741>
- Galitz, W. O. (2007). *The Essential Guide to User Interface Design: An Introduction to GUI Design Principles and Techniques*. Third Edition. Wiley Publishing Inc.
- Habsy, B. A., Lailah, A. Damayanti, A., Asy'ari, A. H., Fitrianti, L. I., Saputri, M. A., & Alifah, S. A. S. (2024). Urgensi Mempertahankan Nilai-Nilai Pancasila sebagai Identitas Manusia Indonesia di Revolusi Industri 5.0. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 4956–4960. <https://doi.org/10.31004/jptam.v8i1.13153>
- Hemphill, Thomas A. (2024). Editorial: Copyright protection, artistic imagery, and the adoption of responsible artificial intelligence principles. *Journal of Ethics in Entrepreneurship and Technology*, 4(1), 2-6. DOI 10.1108/JEET-06-2024-025
- Husain, S. A. (2024). *Perancangan Website Mengenai Waspada Penipuan Tiket Konser*. (Skripsi, Universitas Multimedia Nusantara).
- Jiang, H., Brown, L. Cheng, J., Anonymous, Khan, M., Gupta, A., Workman, D., Hanna, A., Flowers, J., & Gebru, T. (2023). AI Art and its Impact on Artists. *AI, Ethics, and Society*, 363-374. <https://doi.org/10.1145/3600211.3604681>
- Muhyidin, M. A., Sulhan, M. A., & Sevtiana, A. (2020). Perancangan UI/UX Aplikasi My Cic Layanan Informasi Akademik Mahasiswa Menggunakan Aplikasi Figma. *Jurnal Digit*, 10(2), 208-219. <https://doi.org/10.51920/jd.v10i2.171>
- Karman, J., Mulyono, H., & Martadinata A., T. (2019). *Sistem Informasi Geografis Berbasis Android Studi Kasus Aplikasi SIG Pariwisata*. Deepublish
- Kathleen, A., Sutanto, R. P., Kuntjara, A. P. (2021). Analisis Perbandingan User Flow Dari Aplikasi E-Catalogue Ifurnholic. *Jurnal DKV Adiwarna*, 10(2)
- Obar, J. A. & Wildman, S. (2015). Social Media Definition and The Governance Challenge: An Introduction to The Special Issue. *Telecommunications Policy*, 39(9), 745-750
- Praktikno, A. S. (2017). Implementasi AI dalam Memetakan Karakteristik, Kompetensi, dan Perkembangan Psikologi Siswa Sekolah Dasar Melalui Platform Offline. *Proceeding KMP Education Research Conference Keluarga Mahasiswa Pascasarjana*.

- Pratama, A. A. (2018). Analisis dan Perancangan User Interface/User Experience dengan Metode Google Design Sprint dan A/B Testing pada Website Startup Qtaaruf. (Skripsi, Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya).
- Putra, R. P., Sulistiowati, Churniawan, A. D. (2023). Perancangan UI/UX Aplikasi Kepuasan Mahasiswa Terhadap Layanan Program Studi Pada Universitas Dinamika. *Jurnal Ilmiah Scroll: Jendela Teknologi Informasi*, 11(2), 126-130.
- Putra, D. H., Asfi, M., & Fahrudin, R. (2021). Perancangan UI/UX Menggunakan Metode Design Thinking Berbasis Web pada Laportea Company. *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Terapan* 8(1), 111-117. <https://doi.org/10.33197/jitter.vol8.iss1.2021.730>
- Rachmayuningtyas, V. A. (2022). "Pygmalion Effect": Modern artists in the age of Instagram. *Journal of Contemporary Indonesian Art*, 8(2), 75-83. <https://doi.org/10.24821/jocia.v8i2.7064>
- Restuningsih, J., Roisah, K., & Prabandari, A. P. (2021). Perlindungan Hukum Ilustrasi Digital Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta. *Notarius*, 14(2), 957-971. <https://doi.org/10.14710/nts.v14i2.43787>
- Rianto, D. A., Assegaf, S. & Fernando, E. (2015). Perancangan Aplikasi Sistem Informasi Geografis (SIG) Lokasi Minimarket Di Kota Jambi Berbasis Android. *Jurnal Ilmiah Media SISFO*, 9(2), 295-304
- Rosiana, P. S., Voutama, A., & Ridha, A. A. (2023). Perancangan UI/UX Sistem Informasi Pembelian Hasil Tani Berbasis Mobile dengan Metode Design Thinking. *Jurnal Informatika dan Teknik Elektro Terapan*, 11(3), 246-253. <https://doi.org/10.23960/jitet.v11i3.3048>
- Rusyada, G. N. & Sutiyono. (2021). Art and Social Media: Art Transformation in the Viral Era. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 552, 29-32. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210602.006>
- Sampurna, I. O. (2022). Penerapan Data Mining Untuk Prediksi Harga Karya Seni Digital Dua Dimensi Dengan Metode Regresi. (Skripsi, Universitas Komputer Indonesia.)
- Sugiharti, T. I. & Mujiastuti, R. (2023). Pembuatan Prototype Aplikasi Mimopay Dengan Metode Design Thinking. *Jurnal Sistem Informasi, Teknologi Informasi dan Komputer*, 13(3), 191-198. <https://doi.org/10.24853/justit.13.3.191-198>
- Wardhani, R. K. P., Tuzzahra, Z., Salsabila, A. P., Sinaga, F. H., & Ridwan, M. (2021). Kombinasi Penerapan Heart Metrics Dan Pulse Metrics Pada Pengukuran Kinerja Teknologi Informasi. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Dan Sistem Informasi*, 1(1), 84-93. <https://doi.org/10.33005/sitasi.v1i1.80>

- Datareportal. 2024. *Global social media Statistics*. (<https://datareportal.com/social-media-users> diakses: 1 November 2024)
- Spencer, J. 2024. *101+ Social Networking Sites You Need To Know*. (<https://makeawebsitehub.com/social-media-sites/> diakses: 1 November 2024)
- Statista. 2024. *Number of internet and social media users worldwide as of February 2025*. (<https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/>, diakses: 1 November 2024)
- Statista. 2024. *Number of smartphone mobile network subscriptions worldwide from 2016 to 2023, with forecasts from 2023 to 2028*. (<https://www.statista.com/statistics/330695/number-of-smartphone-users-worldwide/>, diakses : 2 November 2024)