

Peran *Design Thinking* dalam Meningkatkan Kepribadian Kreatif dan Etis melalui *Soft Skill* serta Branding Digital

Diana Zumrotus Sa'adah^{1*}, Egi Sri Lestari², Anindya Cahya putri³, Elvina Triya Rahmahnu⁴, Muhammad Yusuf Mahmudi⁵, Sulthan Muhammad Alfaris⁶

¹⁻⁵Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu, Indonesia

*Penulis Korespondensi: dianazumrotus@mail.uinfasbengkulu.ac.id¹

Abstract. *The development of digital technology has transformed the way humans think, interact, and solve problems in various aspects of life. In this context, design thinking emerges as a creative, empathetic, and innovative mindset centered on human needs to address complex challenges in the digital era. This study aims to analyze the role of design thinking in fostering creative and ethical personalities through the strengthening of soft skills and social media branding and analyze the role of design thinking in developing creative and ethical personalities through strengthening soft skills and social media branding in the digital era. Using a descriptive qualitative approach, this research will explore how the application of design thinking can encourage individuals to think innovatively and responsibly, as well as how social media branding can strengthen self-image and digital ethical values. The research employs a qualitative descriptive approach using literature review methods based on relevant national and international sources. The study's findings indicate that design thinking plays a crucial role in fostering innovative mindsets, empathy, and moral responsibility, which form the foundation for developing a creative personality. Meanwhile, social media branding serves as a means to strengthen self-image, digital ethical values, and personal integrity online.*

Keywords: *Creative Personality; Design Thinking; Digital Ethics; Social Media Branding; Soft Skills*

Abstrak. Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara manusia berpikir, berinteraksi, dan menyelesaikan permasalahan dalam berbagai aspek kehidupan. Dalam konteks tersebut, design thinking muncul sebagai pendekatan berpikir kreatif, empatik, dan inovatif yang berpusat pada manusia untuk menjawab tantangan kompleks di era digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran design thinking dalam membangun kepribadian kreatif dan etis melalui penguatan soft skill dan social media branding serta menganalisis peran design thinking dalam membangun kepribadian kreatif dan etis melalui penguatan soft skills dan social media branding di era digital. Dengan pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana penerapan design thinking dapat mendorong individu untuk berpikir inovatif dan bertanggung jawab, serta bagaimana social media branding dapat memperkuat citra diri dan nilai etika digital. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi literatur terhadap berbagai sumber nasional dan internasional yang relevan. Hasil kajian menunjukkan bahwa design thinking berperan penting dalam menumbuhkan pola pikir inovatif, kemampuan empati, serta tanggung jawab moral yang menjadi dasar pembentukan kepribadian kreatif. Sementara itu, social media branding berfungsi sebagai sarana untuk memperkuat citra diri, nilai etika digital, dan integritas personal di dunia maya.

Kata kunci: *Design Thinking; Etika Digital; Kepribadian Kreatif; Social Media Branding; Soft Skill*

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan mendasar terhadap cara manusia berinteraksi, berkomunikasi, dan menyelesaikan permasalahan dalam berbagai bidang kehidupan. Transformasi digital ini tidak hanya mengubah pola produksi dan konsumsi informasi, tetapi juga memengaruhi cara berpikir, berkreasi, dan berperilaku dalam masyarakat modern (World Economic Forum, 2023). Dalam konteks tersebut, kemampuan untuk berpikir kreatif, adaptif, dan etis menjadi semakin penting di tengah kompleksitas masalah sosial, ekonomi, dan budaya yang terus berkembang.

Menurut World Economic Forum, 2020 keterampilan seperti creativity, originality, initiative, dan design thinking termasuk dalam daftar tujuh keterampilan paling dibutuhkan

menuju tahun 2030. Keterampilan ini mencerminkan pentingnya kemampuan berpikir inovatif yang berorientasi pada solusi dan berpusat pada manusia (human-centered problem solving). Design thinking bukan hanya metode dalam bidang desain, tetapi juga suatu kerangka berpikir (mindset) yang menekankan empati, kolaborasi, dan eksplorasi ide dalam menghadapi permasalahan kompleks (Brown, 2012).

Di Indonesia, konsep design thinking mulai diadopsi secara luas dalam bidang pendidikan, bisnis, dan sosial sebagai pendekatan inovatif untuk membangun karakter dan kemampuan berpikir kreatif. Selain itu, design thinking adalah proses berpikir komprehensif yang berfokus pada penciptaan Solusi (Alfirahmi et al., 2023). Pendekatan ini adalah proses yang berulang (iteratif) yang terdiri dari beberapa tahapan untuk mengidentifikasi dan memahami manusia sebagai pengguna dalam rangka menyelesaikan masalah (Nasution & Nusa, 2021). Design thinking digunakan untuk menemukan penyelesaian/solusi yang paling efektif dan efisien untuk masalah yang kompleks (Sari et al., 2020). Pendekatan ini membantu mengembangkan kepekaan terhadap kebutuhan pengguna dan juga menciptakan solusi yang sesuai dengan yang mereka inginkan. Hal ini sejalan dengan penelitian Wahyuni, 2019 yang menyatakan bahwa Proses berpikir dengan design thinking memungkinkan untuk menghasilkan solusi yang inovatif, bersifat out of the box, humanistik, dan berorientasi jangka panjang.

Selain itu, dalam konteks era digital, penguatan soft skills dan social media branding juga menjadi bagian integral dalam pembentukan kepribadian kreatif dan etis. Soft skills seperti komunikasi, empati, dan kolaborasi merupakan pondasi penting dalam penerapan design thinking. Sedangkan social media branding berperan sebagai sarana untuk mengekspresikan nilai, etika, dan identitas individu dalam ruang digital. Keduanya memperkuat kapasitas individu untuk beradaptasi dengan perubahan, membangun jejaring sosial yang produktif, serta memanfaatkan teknologi secara bijak dan bertanggung jawab.

Dengan demikian, penerapan design thinking dalam konteks pengembangan kepribadian bukan hanya berfokus pada penciptaan produk atau layanan, tetapi lebih jauh berfungsi sebagai strategi pengembangan diri yang mendorong kreativitas, empati, dan integritas moral. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis bagaimana design thinking ini berperan dalam membangun kepribadian yang kreatif dan juga etis melalui penguatan soft skill dan social media branding di tengah dinamika perkembangan desain digital.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini berfokus pada analisis peran design thinking dalam membangun kepribadian kreatif dan etis melalui penguatan soft skills dan

social media branding. Penguatan soft skills seperti komunikasi, empati, dan kolaborasi merupakan fondasi penting dalam penerapan design thinking, karena mendorong individu untuk berpikir terbuka, adaptif, dan menghargai perspektif orang lain. Di sisi lain, social media branding berfungsi sebagai sarana untuk mengekspresikan nilai, identitas, dan integritas moral dalam ruang digital. Hal ini menjadi semakin relevan di era yang mana media sosial itu tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai ruang untuk representasi diri dan penguatan reputasi profesional.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa design thinking tidak hanya menghasilkan inovasi, tetapi juga membentuk pola pikir etis dan empatik. (Wahyuni, 2019) menjelaskan bahwa proses berpikir berbasis design thinking dapat menghasilkan solusi yang humanistik dan berorientasi jangka panjang. (Ishaq et al., n.d.) juga menemukan bahwa penerapan design thinking dalam desain antarmuka pengguna (user interface design) mampu memperkuat soft skills seperti kolaborasi dan komunikasi efektif. Selain itu, penelitian (Aidin et al., 2025) serta (Cahyadi & Iswanto, 2022) mengonfirmasi bahwa social media branding memainkan peran penting dalam pembentukan kepribadian kreatif dan etis, karena menuntut keseimbangan antara kemampuan berinovasi dengan tanggung jawab moral dalam interaksi digital. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa integrasi antara design thinking, penguatan soft skills, dan pengelolaan social media branding berkontribusi signifikan dalam membangun kepribadian yang kreatif, etis, dan adaptif terhadap perkembangan desain digital yang dinamis.

2. KAJIAN TEORITIS

Design Thinking

Menurut Tim Brown (IDEO), Design Thinking adalah pendekatan berpikir kreatif yang memanfaatkan sensitivitas dan metode desain untuk mencocokkan kebutuhan manusia dengan teknologi yang layak serta strategi bisnis yang berkelanjutan. Metode ini juga dapat diartikan sebagai proses pemecahan masalah dengan langkah berpikir analitis dan kreatif secara berulang-ulang (*iteratif*), mulai dari memahami kebutuhan pengguna hingga menciptakan solusi inovatif. (Gunawan et al., 2023)

Design Thinking berfokus pada pemahaman mendalam tentang pengguna (*user-centered*), bekerja secara kolaboratif, dan melakukan prototyping serta pengujian untuk menemukan solusi yang tepat. Proses ini mencakup lima tahap: empati, definisi masalah (*define*), ideasi, prototyping, dan pengujian (*test*). Metode ini tidak hanya digunakan dalam

dunia desain tetapi juga dalam pendidikan, bisnis, dan teknologi untuk menciptakan inovasi yang relevan dan berkelanjutan.(Pratama et al., 2024)

Kepribadian Kreatif dan Etis

Pengertian kepribadian menurut psikologi bisa diambil dari rumusan beberapa teoris kepribadian terkemuka. Gordon Allport, merumuskan kepribadian adalah organisasi dinamis sistem psikofisik dalam diri individu yang menentukan karakteristik perilaku dan pikirannya. Istilah "psikofisik" menekankan pentingnya aspek psikologis dan fisik dari kepribadian. Kata "menentukan" dalam definisi kepribadian menunjukkan bahwa kepribadian "merupakan sesuatu dan melakukan sesuatu". Kepribadian bukanlah topeng yang secara tetap dikenakan seseorang; dan juga bukan perilaku sederhana. Kepribadian menunjuk orang di balik perilakunya atau organisme di balik tindakannya(Wahib, 2015)

Kepribadian kreatif adalah kemampuan seseorang untuk berpikir secara unik, imajinatif, dan inovatif dalam menemukan ide atau solusi baru terhadap suatu permasalahan. Individu dengan kepribadian kreatif biasanya memiliki rasa ingin tahu tinggi, terbuka terhadap pengalaman baru, dan berani mengambil risiko intelektual.

Kepribadian etis adalah sifat atau perilaku individu yang mencerminkan nilai moral, kejujuran, tanggung jawab, dan kepedulian terhadap orang lain dalam berpikir maupun bertindak.

Soft Skills

Definisi soft skill adalah sikap dan perilaku yang bersifat abstrak seperti berpikir konseptual, berpikir kreatif, berfikir kritis, berkomunikasi, bernegosiasi, berkemimpinan, disiplin dan sebagainya.(Mahmudah, 2023)

Soft skill merupakan kunci utama untuk meraih kesuksesan, termasuk di dalamnya kepemimpinan, pengambilan keputusan, penyelesaian konflik, komunikasi, kreativitas, kemampuan presentasi, kerendahan hati, kepercayaan diri, kecerdasan emosional, integritas, komitmen, dan kerjasama. Berikut adalah beberapa soft skill yang penting dimiliki seseorang:

- a. Komunikasi: Memainkan peran penting dalam menyampaikan informasi, menyalin dan memperkajar relasi sosial.
- b. Kerjasama tim atau anggota: Memainkan peran kunci dalam menciptakan suasana kerja yang efektif dan kolaborasi.
- c. Berpikir kritis: Memainkan peran dalam menganalisis situasi dan membuat keputusan yang bijak.
- d. Kepemimpinan: Memainkan peran penting dalam mengarahkan dan mengendalikan anggota.

- e. Manajemen Waktu: Memainkan peran dalam mengendalikan waktu dan mengelola keterampilan. (Rosi, 2023)

Branding Digital

Menurut Andrew Davies, ia menyatakan bahwa digital branding adalah proses menciptakan, membuat, mengelola, dan mempromosikan merek tertentu melalui platform digital. Sedangkan, pakar lain, Erika Napoletano, menyebutkan jika digital branding adalah proses penyatuan identitas merek diseluruh platform digital yang ada untuk menciptakan sinergi dan konsistensi. (Collins et al., 2021)

Manfaat digital branding bagi organisasi yaitu menempatkan merek sebagai yang terdepan. Memahami bagaimana teknologi saat ini bersatu untuk mengembangkan pengalaman luar biasa bagi pelanggan, klien, prospek, pasien, dan konsumen Anda adalah langkah pertama untuk membangun merek digital yang kuat. (Collins et al., 2021)

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi literatur, yang bertujuan untuk melihat bagaimana pemikiran desain berperan dalam membangun kepribadian kreatif dan juga moral melalui penguatan soft skill dan branding sosial media di era digital. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti menggali konsep dan hasil penelitian terdahulu secara mendalam guna memperoleh pemahaman teoretis yang komprehensif. Data penelitian diperoleh dari berbagai sumber literatur nasional dan internasional, seperti jurnal ilmiah, buku, dan laporan resmi yang relevan dengan topik. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti menggali konsep, teori, dan hasil penelitian terdahulu secara mendalam guna memperoleh pemahaman teoretis yang komprehensif.

Alat penelitian yang digunakan berupa lembar telaah literatur (literature review matrix) yang berfungsi untuk mengidentifikasi, mencatat, dan mengelompokkan temuan penelitian sebelumnya berdasarkan variabel utama yang dikaji, yaitu design thinking, kepribadian kreatif, etika digital, soft skills, dan social media branding.

Desain kegiatan penelitian terdiri atas beberapa tahap, yaitu:

- a. Identifikasi masalah dan tujuan penelitian, dilakukan dengan meninjau tren desain digital dan pendidikan kreatif.
- b. Pengumpulan data sekunder, dengan melakukan pencarian literatur yang relevan dari berbagai basis data ilmiah seperti Google Scholar, ScienceDirect, dan SpringerLink.

- c. Analisis isi (content analysis) terhadap literatur yang ditemukan, untuk menemukan pola, konsep utama, dan hubungan antar komponen penelitian.
- d. Sintesis temuan penelitian, yaitu menggabungkan hasil penelitian menjadi kerangka konseptual yang menggambarkan hubungan antara design thinking, soft skills, dan social media branding.

Lingkup penelitian ini mencakup kajian teoritis dan empiris mengenai penerapan design thinking di bidang desain digital, penguatan karakter kreatif dan etis, serta praktik personal branding di media sosial. Objek kajian meliputi berbagai konteks implementasi design thinking, baik di ranah pendidikan, organisasi, maupun industri kreatif.

Definisi operasional variabel dalam penelitian ini mencakup:

- a. Design Thinking, sebagai pendekatan berpikir kreatif dan inovatif yang berfokus pada empati, ideasi, dan pengujian solusi.
- b. Kepribadian Kreatif dan Etis, sebagai karakter individu yang mampu berpikir orisinal, bertanggung jawab, dan menjunjung nilai moral dalam proses berpikir serta berkarya.
- c. Soft Skills, sebagai kemampuan interpersonal seperti komunikasi, empati, dan kolaborasi yang mendukung implementasi design thinking.
- d. Social Media Branding, sebagai proses pengelolaan identitas dan citra diri individu di media sosial yang mencerminkan nilai profesional dan etika digital.

Teknik analisis data dilakukan melalui analisis deskriptif kualitatif, yang membandingkan temuan berbagai literatur, mengidentifikasi kesamaan dan perbedaan, serta menarik kesimpulan konseptual berdasarkan bukti empiris yang relevan. Proses ini dilakukan secara sistematis agar menghasilkan pemahaman yang menyeluruh dan valid mengenai kontribusi design thinking terhadap pembentukan kepribadian kreatif dan etis di era digital.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penerapan Design Thinking dalam Pembentukan Pola Pikir Kreatif dan Inovatif

Hasil kajian menunjukkan bahwa design thinking berperan penting dalam membentuk pola pikir kreatif individu di era digital. Penerapan design thinking dalam layanan digital marketing mampu mendorong mahasiswa dan pelaku industri untuk berpikir secara inovatif dalam menyelesaikan masalah pelanggan melalui tahapan empati, ideasi dan prototype. (Setyono & Mahardhika, 2022) menekankan bahwa metode ini membantu content creator menemukan ide bisnis baru yang relevan dengan kebutuhan pengguna, sehingga meningkatkan kemampuan berpikir kritis dan eksploratif dalam dunia digital kreatif. Hasil ini sejalan dengan (Munandar, 2025) yang menerapkan design thinking pada perancangan user

interface dan user experience untuk e-commerce, di mana tahapan empati dan ideasi terbukti meningkatkan kemampuan inovasi dan estetika digital peserta.

Design Thinking sebagai Strategi Penguatan Soft Skills

Kajian (Ishaq et al., n.d.) menunjukkan bahwa penerapan design thinking dalam desain user interface komunitas “Edumovement” berperan dalam pengembangan soft skills seperti kolaborasi, komunikasi, dan empati. Proses iteratif mendorong peserta untuk mendengarkan pengguna dan beradaptasi terhadap kebutuhan tim. (Gede Siwardika, Agus Tatang Sopandi, 2024) memperluas pandangan ini dengan menunjukkan bahwa design thinking juga membantu pengelolaan sumber daya manusia berbasis digital dan mengintegrasikan kemampuan berpikir kritis, kepemimpinan, dan literasi digital dalam praktik organisasi. Sedangkan (Azzahra, 2025) dalam penelitiannya menemukan bahwa soft skills (komunikasi, kerja sama, dan empati) memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku inovatif karyawan startup, memperkuat pandangan bahwa design thinking dapat menjadi wadah penguatan kompetensi interpersonal di era digital.

Etika dan Tanggung Jawab dalam Praktik Design Thinking

Menurut (Kiptyah & Hariyadi, 2025), design thinking dapat dipandang sebagai pendekatan etis yang selaras dengan nilai-nilai spiritual dan sosial, karena menuntut pemahaman terhadap manusia sebagai pusat dari solusi yang dikembangkan. Dalam konteks pelatihan CPNS, pendekatan ini membantu peserta menginternalisasi nilai empati, tanggung jawab, dan pelayanan publik. Sementara (Aidin et al., 2025) melalui program Digital Public Speaking menegaskan pentingnya etika komunikasi dan personal branding yang positif di media sosial sebagai refleksi tanggung jawab profesional dan moral.

Social Media Branding sebagai Cerminan Kepribadian Kreatif

Social media branding merupakan proses membangun dan mengelola citra diri (personal brand) melalui platform digital seperti Instagram, TikTok, atau LinkedIn dengan tujuan menampilkan keunikan, nilai, dan kompetensi seseorang secara konsisten. Dalam konteks generasi kreatif, media sosial bukan sekadar ruang berbagi konten, tetapi juga arena untuk mengekspresikan identitas, gagasan, dan nilai personal melalui visual, narasi, serta interaksi digital. Menurut (Aidin et al., 2025), pembentukan personal branding di media sosial menuntut kemampuan berkomunikasi secara efektif dan bertanggung jawab dalam ruang digital. Praktik ini tidak hanya memperkuat citra profesional, tetapi juga menjadi refleksi nilai moral dan karakter individu yang terbentuk melalui pengalaman belajar dan interaksi sosial. Social media branding mencerminkan integrasi antara kreativitas, etika komunikasi, dan kesadaran diri digital. Sementara itu, kajian (Cahyadi & Iswanto, 2022)

menunjukkan bahwa social media branding dapat menjadi sarana ekspresi kepribadian kreatif. Implementasi kampanye visual dan branding video mendorong individu untuk menampilkan nilai-nilai personal (authenticity, empathy, trust) dalam dunia digital.

Integrasi Design Thinking, Soft Skills, dan Personal Branding dalam Era Digital

Hasil sintesis menunjukkan adanya keterkaitan kuat antara design thinking, soft skills, dan social media branding. Ketiganya membentuk sinergi untuk membangun kepribadian kreatif dan etis. Menurut (Ishaq et al., n.d.) dan (Setyono & Mahardhika, 2022), penguasaan design thinking meningkatkan kemampuan berpikir strategis dan kolaboratif, yang secara langsung memperkuat kompetensi personal branding di platform digital. Sementara (Azzahra, 2025) menegaskan bahwa kombinasi soft skill dan hard skill berpengaruh pada perilaku inovatif, memperkuat pentingnya keseimbangan antara kepribadian kreatif dan tanggung jawab etis dalam praktik desain digital.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan temuan tinjauan pustaka, dapat dikatakan bahwa design thinking sangat penting untuk membina individu yang bermoral dan kreatif dengan meningkatkan pencitraan merek media sosial dan keterampilan lunak. Dengan mendorong orang untuk berpikir kreatif, simpatik, dan bertanggung jawab, design thinking membantu orang mengembangkan kemampuan kerja sama tim dan kesadaran etis mereka saat menghadapi permasalahan di era digital. Selain itu, social media branding meningkatkan reputasi daring dan rasa tanggung jawab sosial seseorang dengan menyediakan platform untuk aktualisasi diri dan pengungkapan prinsip-prinsip moral. Mengingat pesatnya kemajuan teknologi digital, kombinasi ketiga elemen ini memberikan dasar yang krusial bagi pengembangan karakter kreatif, bermoral, dan adaptif generasi muda.

Karena bersifat kualitatif, deskriptif, dan berbasis literatur, penelitian ini memiliki keterbatasan dan tidak mencerminkan kondisi empiris secara akurat. Oleh karena itu, penelitian lebih lanjut disarankan untuk mengkaji dampak penerapan design thinking terhadap social media branding dan pengembangan keterampilan soft skill.

DAFTAR REFERENSI

- Aidin, N., Hayat, S., Mercu, U., Kampus, B., & Bhakti, M. (2025). Pelatihan digital public speaking untuk pembentukan personal branding di media sosial bagi siswa SMK Muhammadiyah 1 Tangerang melalui metode workshop interaktif. 3(1), 47–54. <https://doi.org/10.54082/ijpm.519>
- Alfirahmi, D. M., Kania, D. S., & Yusup, D. (2023). Rancang bangun aplikasi pengelolaan sampah plastik menggunakan pendekatan design thinking. *Journal of Social Science Research*, 3(3), 219–233.
- Azzahra, D. N. (2025). Pengaruh soft skill dan hard skill terhadap perilaku inovatif karyawan startup di Malang melalui knowledge management. *Universitas Muhammadiyah Malang*.
- Brown, T. (2012). Design thinking. *Harvard Business Review*, 19, 1–20.
- Cahyadi, C., & Iswanto, R. (2022). Perancangan video campaign Clenore Pictura untuk menampilkan personal branding dan brand value. *Jurnal VICIDI*, 12(2), 175–194. <https://doi.org/10.37715/vicidi.v12i2.3386>
- Collins, S. P., Storrow, A., Liu, D., Jenkins, C. A., Miller, K. F., Kampe, C., & Butler, J. (2021). Branding strategy di era digital.
- Forum, W. E. (2020). The future of jobs report 2020. *World Economic Forum*.
- Forum, W. E. (2023). Future of jobs report 2023. *World Economic Forum*.
- Gede Siwardika, A. T. S., & P. O. I. (2024). Model flipped classroom design thinking terdiferensiasi berbantuan artificial intelligence (AI): Untuk mengembangkan literasi digital, keterampilan berpikir kreatif, dan efikasi diri. *PT Nilacakra Publishing House*.
- Gunawan, A. A., Putri, M. K., & S. Putri, I. N. (2023). Implementation of design thinking concepts in eco-fashion product design. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 23(3), 322–331. <https://doi.org/10.25124/jmi.v23i3.5486>
- Ishaq, F. F., Ds, M., Muhaemin, M., Pd, S., & Pd, M. (n.d.). Perancangan user interface on website komunitas pengembangan soft skills edumovement.
- Kiptyah, N. M., & Hariyadi, M. (2025). Design thinking of character formation in basic training for prospective civil servants from the perspective of the Qur'an. *12 Waiheru*, 11(1), 90–103. <https://doi.org/10.70872/12waiheru.v11i1.333>
- Mahmudah, M. (2023). Peningkatan soft skill dalam implementasi kurikulum merdeka. *Mila Mahmudah Sekolah Tinggi Agama Islam Taruna Surabaya*, 01(01), 32–45. <https://doi.org/10.54298/tarunaedu.v1i1.122>

- Munandar, R. A. (2025). Design thinking pada perancangan user interface dan user experience untuk e-commerce, di mana tahapan empati dan ideasi terbukti meningkatkan kemampuan inovasi dan estetika digital peserta. *Universitas Dinamika*.
- Nasution, W. S. L., & Nusa, P. (2021). UI/UX design web-based learning application using design thinking method. *ARRUS Journal of Engineering and Technology*, 1(1), 18–27. <https://doi.org/10.35877/jetech532>
- Pratama, I. P. A. A., Paramitha, A. A. I. I., & Satwika, I. P. (2024). Penerapan metode design thinking dalam implementasi user interface berbasis website studi kasus JRO Sandat Property. *JTKSI (Jurnal Teknologi Komputer Dan Sistem Informasi)*, 7(1), 73–86.
- Rosi, Y. A. (2023). Pentingnya pengembangan keterampilan soft skill dalam administrasi perkantoran. *Jurnal Teknologi Pendidikan Dan Pembelajaran(JTPP)*, 01(01), 148–155.
- Sari, I. P., Kartina, A. H., Pratiwi, A. M., Oktariana, F., Nasrulloh, M. F., & Zain, S. A. (2020). Implementasi metode pendekatan design thinking dalam pembuatan aplikasi HapSari. *Edsence: Jurnal Pendidikan Multimedia*, 2(1), 45–55. <https://doi.org/10.17509/edsence.v2i1.25131>
- Setyono, R. F., & Mahardhika, G. P. (2022). Optimalisasi ide bisnis digital content creator dengan metode design thinking. *Jurnal Universitas Islam Indonesia*.
- Wahib, A. (2015). Konsep orang tua dalam membangun kepribadian anak. *Jurnal Paradigma*, 2(1), 2406–9787.
- Wahyuni, A. E. (2019). Esensi dan peranan design thinking sebagai prosedur efektif menuai inovasi berkelanjutan. *17(170222607542)*, 302.