

## PENGEMBANGAN *E-PORTFOLIO FASHION DESIGN* SEBAGAI MEDIA *PERSONAL BRANDING*

**Nabila Prima Shita**

Mahasiswa Program Studi S1 Pendidikan Tata Busana, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya,  
[shitanabila@gmail.com](mailto:shitanabila@gmail.com)

**Yulistiana**

Dosen Program Studi S1 Tata Busana, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya,  
[yulistiana@unesa.ac.id](mailto:yulistiana@unesa.ac.id)

### Abstrak

Mahasiswa dituntut untuk mampu mengikuti perkembangan teknologi informasi yang berkembang pesat. *E-Portfolio fashion design* merupakan salah satu media yang dapat digunakan sebagai media *personal branding*. Penelitian ini memanfaatkan *website* sebagai media *personal branding*, dengan tujuan untuk mengetahui respon mahasiswa, faktor-faktor yang berpengaruh, kelebihan dan kekurangan *e-portfolio* dan tampilan dari *e-portfolio fashion design*. Jenis penelitian ini adalah penelitian pengembangan metode ADDIE (*analyze, design, development, implementation, evaluation*). Adapun batasan penelitian ini adalah tentang *e-portfolio fashion design*, menggunakan *Google-Form*, dan dilakukan terhadap mahasiswa fashion di Surabaya. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi oleh 34 observer. Sedangkan analisis data yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan mengetahui prosentase kelayakan media. Hasil analisis data respon mahasiswa *fashion* di Surabaya terhadap *e-portfolio* [www.shitanabila.com](http://www.shitanabila.com) didapatkan nilai presentase kelayakan *e-portfolio fashion design* pada aspek respon sebesar 83,06% dan dinyatakan sangat layak sebagai media *personal branding*. Pada aspek *portfolio fashion design* didapat nilai presentase kelayakan *portfolio fashion design* sebesar 77,47% dan dinyatakan layak ditampilkan dalam *e-portfolio* media *personal branding*. Kemudian pada aspek media *website* didapatkan nilai presentase kelayakan media *website* sebesar 78,94% dan dinyatakan layak sebagai media *e-portfolio fashion design*. Pada aspek *personal branding* didapat nilai presentase kelayakan *e-portfolio fashion design* sebesar 79,29% dan dinyatakan layak digunakan sebagai media *personal branding fashion designer*. Kelebihan dan kekurangan dari *e-portfolio* dapat dilihat pada kolom kritik dan saran yang didapat melalui angket respon. Kelebihan dari *e-portfolio* telah ditunjukkan oleh respon positif mahasiswa yang telah dijabarkan pada analisis data. Sedangkan kekurangan dari *e-portfolio* secara garis besar adalah Kurangnya konten yang ditampilkan, Tampilan *website* yang terlalu sederhana, dan tampilan *website* kurang menunjukkan karakter *fashion designer*.

Kata kunci: *website, e-portfolio Fashion design, personal branding.*

### Abstract

University students are required to be able to follow the rapid development of information technology. *Fashion design e-portfolio* is a media that can be used as *personal branding media*. This research utilized a *website* as *personal branding media*, with the intention to know university student responses, influencing factors, advantages and disadvantages of *fashion design e-portfolio* and *fashion design e-portfolio* appearance. The research type using research of development called ADDIE method (*analyze, design, development, implementation, evaluation*). The limitations of this research are about *e-portfolio fashion design*, using *Google-Form*, and implemented to fashion students in Surabaya. The data collection method using observation by done by 34 observer. While the data analysis using descriptive quantitative by knowing the properness percentage of the media. The data analysis results of fashion student's response in Surabaya towards [www.shitanabila.com](http://www.shitanabila.com) *e-portfolio* obtained the percentage value of the *e-portfolio fashion design* feasibility on the response aspect is 83.06% and stated as very feasible as a *personal branding media*. In the aspect of *fashion design portfolio*, the percentage of the *fashion design portfolio* feasibility is 77.47% and stated as feasible to be displayed in the *e-portfolio* media of *personal branding*. On the aspect of the *website* media obtained the percentage value of media *website* is 78.94% and stated as feasible for *e-portfolio fashion design* media. On the aspect of the *personal branding*, feasibility percentage value in *fashion design e-portfolio* is 79.29% and stated as feasible to use as *personal branding* of a *fashion designer*. The advantages and disadvantages of *e-portfolio* can be seen in the criticisms and suggestions column through the response questionnaire. The advantages of *e-portfolio* have been shown by the students' positive responses that have been elaborated on data analysis. While the lack of *e-portfolio* is the lack of content that has been displayed, the *website* interface is too simple, and the *website* interface doesn't display enough the character of a *fashion designer*.

**Keywords:** *website, e-portfolio Fashion design, personal branding.*

## PENDAHULUAN

Teknologi informasi dan komunikasi di era globalisasi saat ini telah berkembang cepat. Teknologi kini menjadi salah satu aspek penting dalam kehidupan masyarakat *modern*. Teknologi juga sangat membantu berbagai aktivitas manusia seperti perkantoran, rumah tangga, *entertainment*, pendidikan, bahkan kehidupan pribadi. Fakta tersebut merupakan bukti bahwa teknologi dapat meringankan aktivitas di berbagai aspek kebutuhan manusia. (Rahman, 2017) Teknologi yang terus berkembang menghasilkan berbagai inovasi dan kreativitas disegala bidang, salah satunya adalah perkembangan teknologi informasi dan teknologi dibidang *fashion*.

Mahasiswa *fashion design* telah menghasilkan banyak karya. Karya tersebut disusun menjadi *portfolio fashion design* yang berisi desain sketsa, desain ilustrasi, kumpulan *moodboard*, *dokumentasi* dan lain sebagainya. *Portfolio* yang telah dibuat dibuat dalam format digital untuk dijadikan *e-portfolio* diharapkan dapat dikembangkan dengan media berbasis internet (Arifin, 2014) *Website* dipilih sebagai media untuk membuat *e-portfolio fashion design*.

*Portfolio* adalah wadah untuk mengiklankan karya seseorang guna menarik perhatian klien berpotensi utamanya untuk bidang kreatif. Dengan *portfolio* seseorang dapat lebih bebas mengekspresikan dirinya tanpa perlu memperhatikan citra perusahaan maupun standar tertentu, sehingga dapat menjadi daya tarik tersendiri. (Wiedemann, 2005)

Sebuah *portfolio* merupakan penjabaran suatu konsep secara berurutan. Biasanya berupa beberapa lembar gambaran konsep dengan berbagai ukuran. Sebuah *portfolio fashion design* haruslah disusun sedemikian rupa sehingga memberikan kesan yang kuat ketika ditampilkan pada perusahaan atau klien potensial. *Portfolio* yang baik adalah *portfolio* yang mampu mempengaruhi dan memberikan kesan kepada pembacanya dalam 30 detik. (Jennings, 2011) Berdasarkan pendapat para ahli, maka dapat disimpulkan bahwa *portfolio* adalah suatu dokumen yang berisi kumpulan karya yang digunakan untuk mempresentasikan keahlian seseorang guna menarik perhatian klien potensial

*E-portfolio* dapat digunakan untuk mempromosikan keahlian diri. Sehingga akan memudahkan seseorang untuk menjual keahlian tersebut. *E-portfolio* juga dapat digunakan untuk mencari pekerjaan karena dapat digunakan sebagai CV sebagai bahan pertimbangan tersendiri bagi perusahaan. (Rahman, 2012)

Bagi mereka yang memiliki jiwa wirausaha dan ingin memperkenalkan diri mengenai dunia yang digeluti, *e-portfolio* merupakan alternatif yang cocok. Meski banyak situs jejaring sosial yang menawarkan *portfolio online* seperti LinkedIn dan AboutMe misalnya, memiliki situs dengan domain nama anda sendiri akan lebih dipertimbangkan orang untuk bekerjasama dengan anda. (Zaenal, 2012) *E-Portfolio* merupakan bukti nyata kualitas seseorang mudah untuk dipromosikan karena dapat diakses kapan saja dan dimana saja melalui internet

hanya dengan membuka *link e-portfolio* tersebut. Berikut adalah isi dari *e-portfolio*, yakni : (Kelvin Grove Campus Queensland University Of Technology, 2010)

1. *Qualifications* : berisi detail dari prestasi akademik-non akademik.
2. *Assesment Results, Assignments*: berisi pengalaman belajar semacam kursus, *workshop* dan jurnal.
3. *Work Samples, Work in Progress* : berisi contoh hasil peningkatan kualitas kerja magang, kerja tim, dan keanggotaan komunitas sosial.
4. *Personal Details / CV* : berisi detail personal yang digunakan untuk CV atau surat rekomendasi.
5. *Reference* : berisi detail hasil kerja atau karya profesional.

*Fashion design* adalah proses pengembangan konsep atau pun tema yang telah ditentukan menjadi suatu tampilan busana. Seorang *fashion designer* biasanya memiliki fokus tersendiri dalam membuat desain, seperti *womens wear*, *mens wear*, *kids wear*, *knit wear*, *sportswear*, *bridal* dan aksesoris. (State Council Of Educational Research and Training, 2016 :151)

Pembuatan *fashion design* dijabarkan sebagai berikut: (Dieffebacher, 2012)

1. *Idea* : merupakan proses mencari ide, riset, dan *mind mapping*. Proses ini biasanya dimulai dari mengumpulkan *inspiration picture* dan mencari maknanya.
2. *Concept* : merupakan proses penyaringan ide menjadi bentuk sketsa dan *manipulation fabric*.
3. *Design* : merupakan proses dimana desain bisa dibuat berdasarkan konsep yang telah disiapkan. Desain dibuat dengan mempertimbangkan *pattern making*. Desain ilustrasi yang dibuat menggambarkan tampilan bahan pada busana.

Sebagai *fashion designer* merupakan suatu keharusan untuk memiliki *portfolio* profesional yang digunakan untuk menampilkan karya. Kemampuan mempresentasikan karya dalam *portfolio* merupakan hal yang harus dikuasai seorang desainer. Perusahaan menginginkan kecakapan dalam bidang *fashion* dan presentasi. Dengan *portfolio* desainer mampu menampilkan keterampilan dan kemampuan yang dimilikinya. (Jenning, 2011)

Dunia ini adalah dunia *online*, bagi perusahaan maupun perseorangan yang ingin kehadirannya diapresiasi, *website* adalah media terbaik. Berikut adalah keuntungan memiliki *website* menurut (Rahman, 2017) :

1. Sebagai media promosi. *Website* dapat mempromosikan perusahaan, individu, maupun produk kepada masyarakat mengingat internet memiliki jangkauan yang lebih global.
2. Sumber informasi *non-stop*. *Website* dapat di akses dimana pun dan kapan pun, selama ada jaringan internet.
3. Media komunikasi. Sebuah *website* dapat diberi fitur-fitur interaktif, mulai dari *form email* maupun *live chat* tergantung kebutuhan.

Sebelum membuat sebuah *website* terlebih dahulu harus diputuskan apakah *website* tersebut akan dibuat sendiri oleh pemilik *portfolio*, atau membayar web desainer atau developer. (Strange, 2009)

Desain *website* memerlukan perencanaan yang tepat agar menciptakan kesan tertentu. Tidak hanya mengenai estetika, tetapi juga tentang fungsi dan keterandalan fitur yang ada pada *website* sehingga memiliki daya tarik pasar. Berikut adalah beberapa elemen yang perlu dipertimbangkan dari pembuatan *website* : (Strange, 2009)

1. Nama merek atau brand yang mudah dikenali.
2. Desain halaman *website* yang konsisten. Menggunakan rancangan desain dan warna yang sama di setiap halaman *website*
3. Konten berada pada tempat yang benar, sehingga mudah diterima pengunjung *website*.
4. Keseimbangan peletakan teks pada halaman web.
5. Pastikan fitur pada *website* mudah digunakan

Nama seorang desainer adalah bagian penting dari strategi penjualan, pemberian harga, promosi dan komunikasi. Fashion design adalah sama dengan wajah suatu brand.. Brand pada dasarnya adalah janji penjual terhadap konsumen berupa konsistensi dari rangkaian kegunaan, keuntungan, dan pelayanan (Kotler & Keller, 2007).

Berikut adalah beberapa jenis *brand*, yakni : (Kotler & Keller, 2007)

1. Personal, non-
2. Personal, professional
3. Business or organizational presence

*Personal branding* adalah bagian dari semua yang dilakukan oleh individu secara profesional. *Personal branding* adalah melaksanakan semua hal dapat membuat suatu individu bisa dipasarkan. Setiap hal yang dilakukan mengkomunikasikan nilai dari suatu individu (Rampesard, 2008).

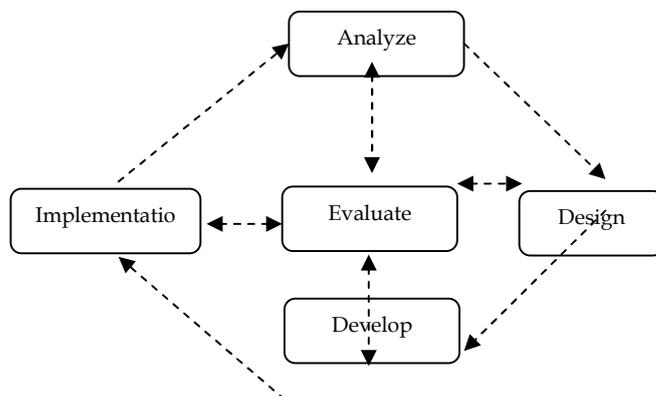
## METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini pembuatan *e-portfolio* menggunakan model penelitian ADDIE (*Analyze, Design, Development, Implementation, Evaluation*). Yakni model penelitian yang dilakukan untuk menghasilkan suatu produk yang teruji secara empiris. Alasan penggunaan model penelitian ADDIE adalah untuk menghasilkan pengembangan sebuah media yaitu *e-portfolio*. Metode penelitian yang digunakan dalam pengambilan data dalam penelitian ini adalah deskriptif atau survey. Alasannya adalah untuk mengetahui respon dari mahasiswa *fashion* di Surabaya terhadap *e-portfolio fashion design* meliputi faktor yang mempengaruhi, kelebihan dan kekurangan *e-portfolio* dan bagaimana tampilan *e-portfolio* yang sesuai untuk *fashion design*.

### Rancangan Penelitian

Penelitian berawal dari adanya suatu potensi atau masalah. Potensi adalah sesuatu yang bisa didayagunakan akan memiliki nilai tambah. (Sugiyono, 2010: 409). Potensi dalam penelitian ini didapat melalui pra-observasi dengan populasi mahasiswa *fashion* di Surabaya menggunakan sampel mahasiswa tata busana dari Universitas Negeri Surabaya.

Penelitian ADDIE memiliki 5 langkah. Tahapan-tahapan tersebut dimulai dari tahap analisis, desain, pengembangan, implementasi, dan evaluasi. Publikasi melalui media sosial dan iklan adalah tahap yang dilakukan setelah produk layak diluncurkan. ADDIE merupakan model penelitian yang setiap langkahnya saling berkesinambungan. Langkah-langkah tersebut saling berkaitan satu sama lain, sehingga apabila satu langkah mengalami perubahan, maka seluruh langkah juga akan berubah.



Gambar 1 Bagan langkah – langkah model metode penelitian ADDIE.  
(Sumber : McGriff, 2000:9)

Terdapat 5 langkah yang dipakai dalam penelitian ADDIE, yakni :

- 1) *Analyze*
- 2) *Design*
- 3) *Develop*
- 4) *Implementation*
- 5) *Evaluate*

### Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode observasi menggunakan angket survey. Angket yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari angket validasi ahli dan angket respon mahasiswa. Angket validasi ahli diisi oleh 3 orang ahli, yakni ahli media, ahli *portfolio fashion design* dan ahli *fashion* dengan membubuhkan tanda cek (√) pada pernyataan yang sesuai dengan aspek-aspek yang telah ditentukan. Responden terdiri dari 34 orang mahasiswa *fashion design* di Surabaya.

### Metode Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif. Teknik tersebut bertujuan untuk mengetahui kelayakan media *website*, data observasi dan respon dari mahasiswa *fashion* yang diperoleh dari hasil pengembangan *eportfolio fashion design* berbasis *website*. Data yang didapat dari hasil penilaian kelayakan akan di analisis secara deskriptif dengan menggunakan prosentase. Prosentase tersebut didapat dari penilaian hasil validasi ahli dan respon mahasiswa *fashion* berdasarkan kriteria skala penilaian.

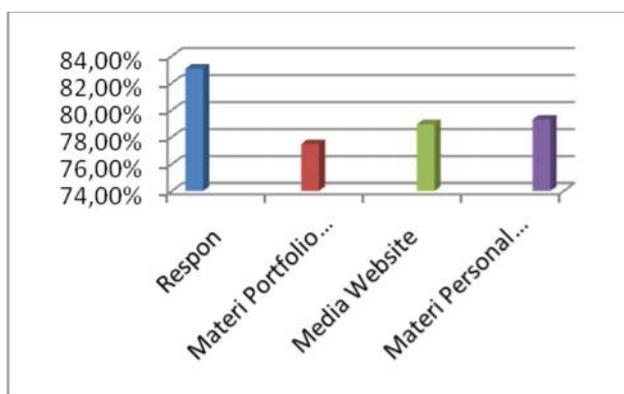
Tabel 1. Kriteria interpretasi skor kelayakan *e-portfolio fashion design*

Presentase	Kategori
0%-20%	Sangat kurang
21%-40%	Kurang
41-60%	Cukup
61%-80%	Baik/layak
81%-100%	Sangat baik/sangat layak

(sumber : Ridwan, 2012)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Data yang didapat dari hasil penelitian ini adalah data mengenai respon mahasiswa *fashion design* di Surabaya terhadap *e-portfolio fashion design* [www.shitanabila.com](http://www.shitanabila.com) dilihat dari beberapa aspek. Berikut adalah hasil data survey respon :



**Gambar 1** Diagram hasil angket respon mahasiswa terhadap *e-portfolio fashion design* sebagai media *personal branding*

1. Analisis persentase Respon mahasiswa mahasiswa *fashion* di Surabaya.  
Dari hasil analisis data survey respon , diperoleh persentase respon dari mahasiswa *fashion* di Surabaya adalah 83,06%. Sehingga dapat dikategorikan sangat baik berdasarkan kriteria persentase respon
2. Analisis persentase kelayakan *portfolio fashion design*..  
Dari hasil analisis data survey respon, diperoleh persentase kelayakan materi *portfolio fashion design* dalam *e-portfolio* adalah 77,47%. Sehingga dapat dikategorikan baik berdasarkan kriteria persentase respon.
3. Analisis persentase kelayakan media *website e-portfolio fashion design*  
Dari hasil analisis data survey respon, diperoleh persentase kelayakan media *website e-portfolio* adalah 78,94%. Sehingga dapat dikategorikan baik berdasarkan kriteria persentase respon.
4. Analisis persentase kelayakan *e-portfolio fashion design* sebagai media *personal branding*

Dari hasil analisis data survey respon, diperoleh persentase kelayakan media *e-portfolio* [www.shitanabila.com](http://www.shitanabila.com) sebagai media *personal branding* adalah 79,29%. Sehingga dapat dikategorikan baik berdasarkan kriteria persentase respon.

Hasil penilaian respon diatas kemudian didapat rerata presentase kelayakan adalah 78,94%, maka respon mahasiswa menyatakan bahwa *e-portfolio fashion design* [www.shitanabila.com](http://www.shitanabila.com) dikategorikan baik sebagai media *personal branding* berdasarkan kriteria persentase respon.

## Pembahasan

Hasil penilaian membuktikan bahwa *e-portfolio* dikategorikan baik sebagai media *personal branding*. Adapun pembahasan dari seluruh aspek dijelaskan sebagai berikut:

### 1. Respon mahasiswa *fashion design* di Surabaya terhadap *e-portfolio* [www.shitanabila.com](http://www.shitanabila.com) sebagai media *personal branding*.

#### a. Aspek Respon

Faktor pendukung respon terbagi menjadi dua, yakni faktor internal dan eksternal. (Poerdawarminta, 2005). Dalam penelitian ini responden sangat dipengaruhi faktor internal, yakni faktor rohani yang berupa mindset, pemikiran, dan selera.

Berdasarkan hasil analisis data angket respon mahasiswa, menunjukkan persentase kelayakan sebesar 83,06% yang artinya mahasiswa *fashion* di Surabaya merespon dengan sangat baik *e-portfolio* [www.shitanabila.com](http://www.shitanabila.com) sebagai media *personal branding*.

#### b. Aspek Materi *Portfolio Fashion Design*

*Portfolio fashion design* merupakan bukti yang kuat dan diharapkan mampu menampilkan bahwa si *fashion designer* memiliki pengetahuan luas, etika kerja yang baik, disiplin, dan memiliki pengalaman yang saling berhubungan dan saling menguntungkan. (Jennings,2011).

Pada aspek materi yang disajikan pada *portfolio fashion design* hasil analisis data angket respon mahasiswa, menunjukkan persentase kelayakan sebesar 77,47% yang artinya mahasiswa *fashion* di Surabaya menyatakan materi *portfolio fashion design* dalam *e-portfolio* layak untuk ditampilkan.

#### c. Aspek Media *Website*

*Website* adalah bagian pemasarn yang paling penting untuk *brand* apapun di hampir semua sektor industri. Hal ini dikarenakan bisnis tanpa *website* dianggap kuno dan sulit dijangkau. (Wright, 2010)

Pada aspek media *website*, hasil analisis data angket respon mahasiswa, menunjukkan persentase kelayakan sebesar 78,94% yang artinya mahasiswa *fashion* di Surabaya menyatakan bahwa *website e-portfolio* layak untuk digunakan.

#### d. Aspek *Personal Branding*

*Personal branding* adalah bagian dari semua yang dilakukan oleh individu secara profesional.

*Personal branding* adalah melaksanakan semua hal dapat membuat suatu individu bisa dipasarkan. Setiap hal yang dilakukan mengkomunikasikan nilai dari suatu individu (Rampesard, 2008).

Pada aspek *personal branding*, hasil analisis data angket respon mahasiswa, menunjukkan persentase kelayakan sebesar 79,29% yang artinya mahasiswa *fashion* di Surabaya menyatakan bahwa *e-portfolio* layak untuk digunakan sebagai media *personal branding*.

## 2. Faktor-faktor yang mempengaruhi respon mahasiswa *fashion design* terhadap *e-portfolio* [www.shitanabila.com](http://www.shitanabila.com) sebagai media *personal branding*.

### a. Faktor Teknologi

Teknologi sangatlah berperan besar dalam pembuatan *e-portfolio*. Begitu pun teknologi dalam mempengaruhi respon mahasiswa. Mahasiswa *fashion* di Surabaya dapat dikatakan sebagai orang-orang yang melek teknologi. Hal ini dapat dibuktikan dari respon positif mengenai *e-portfolio* yang dituliskan pada kolom saran dan kritik pada angket respon. Selain itu penggunaan *GoogleForm* sebagai sarana pengambilan data, menunjukkan bahwa mahasiswa mampu mengisi angket respon dengan baik.

### b. Faktor Identitas

Identitas mahasiswa sangat mempengaruhi penilaian terhadap *e-portfolio*. Hal ini dapat dibuktikan dalam lampiran angket respon, yakni respon positif yang didapat didominasi oleh mahasiswa Universitas Negeri Surabaya. Sedangkan respon tidak setuju dan kritik didominasi oleh mahasiswa yang berasal dari luar Universitas Negeri Surabaya.

### c. Faktor *Personal Brand*

*Personal brand* merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi respon mahasiswa terhadap *e-portfolio*. Hal ini dapat dibuktikan dari responden yang didominasi mahasiswa Universitas Negeri Surabaya. Sebagai mahasiswa di lembaga pendidikan yang sama dengan peneliti, tentunya akan saling mengenal sehingga cenderung memberikan penilaian yang positif.

berdasarkan tabel kriteria interpretasi skor validasi *eportfolio fashion design* maka *portfolio fashion design* dinyatakan sangat layak ditampilkan dalam *e-portfolio* media *personal branding*.

### c. Aspek *Personal Branding*

Hasil analisis data menunjukkan presentase kelayakan *e-portfolio fashion design* sebesar 81,3%, berdasarkan tabel kriteria interpretasi skor validasi *eportfolio fashion design* maka *e-portfolio fashion design* dinyatakan sangat layak digunakan sebagai media *personal branding*.

## 2. Hasil repon mahasiswa *fashion* di Surabaya terhadap *e-portfolio* [www.shitanabila.com](http://www.shitanabila.com) dijabarkan menurut aspek berikut :

### a. Aspek Respon

Hasil analisis data menunjukkan presentase kelayakan *e-portfolio fashion design* sebesar 83,06%, berdasarkan tabel kriteria interpretasi skor kelayakan *eportfolio fashion design* maka *e-portfolio fashion design* dinyatakan sangat layak sebagai media *personal branding*.

### b. Aspek *Portfolio Fashion Design*

Hasil analisis data menunjukkan presentase kelayakan *portfolio fashion design* sebesar 77,47%, berdasarkan tabel kriteria interpretasi skor kelayakan *eportfolio fashion design* maka *portfolio fashion design* dinyatakan layak ditampilkan dalam *e-portfolio* media *personal branding*

### c. Aspek Media *Website*

Hasil analisis data menunjukkan presentase kelayakan media *website* sebesar 78,94%, berdasarkan tabel kriteria interpretasi skor kelayakan *eportfolio fashion design* maka media *e-portfolio* dinyatakan layak sebagai media *e-portfolio fashion design*.

### d. Aspek *Personal Branding*

Hasil analisis data menunjukkan presentase kelayakan *e-portfolio fashion design* sebesar 79,29%, berdasarkan tabel kriteria interpretasi skor kelayakan *eportfolio fashion design* maka *e-portfolio fashion design* dinyatakan layak digunakan sebagai media *personal branding fashion designer*.

## 3. Kelebihan dan Kekurangan *e-portfolio* [www.shitanabila.com](http://www.shitanabila.com)

### a. Kelebihan

Kelebihan yang terdapat pada *e-portfolio* didapatkan melalui hasil validasi ahli dan angket respon mahasiswa yang mendapatkan kategori  $\geq 81\%$ . Dari hasil validasi ahli, menyatakan :

- 1) Tampilan *e-portfolio fashion design* sangat layak.
- 2) Susunan *e-portfolio fashion design* dalam media *website* sangat jelas.
- 3) Tampilan dari *e-portfolio fashion design* sangat mencerminkan pemilik *portfolio*.

Sedangkan dari hasil angket respon mahasiswa didapat kelebihan sebagai berikut :

## PENUTUP

### Simpulan

#### 1. Hasil validasi ahli terhadap *e-portfolio* [www.shitanabila.com](http://www.shitanabila.com) dijabarkan menurut aspek berikut :

##### a. Aspek Media *Website*

Hasil analisis data menunjukkan presentase kelayakan media *website* sebesar 80%, berdasarkan tabel kriteria interpretasi skor validasi *eportfolio fashion design* maka media *e-portfolio* dinyatakan layak sebagai media *e-portfolio fashion design*.

##### b. Aspek *Portfolio Fashion Design*

Hasil analisis data menunjukkan presentase kelayakan *portfolio fashion design* sebesar 84%,

- 1) *Website e-portfolio* dianggap efektif untuk publikasi karya.
  - 2) *Website e-portfolio* dianggap efisien sebagai media *personal branding*.
  - 3) *Website e-portfolio* dapat digunakan sebagai media *personal branding*.
  - 4) *Website e-portfolio* dapat mendukung kualitas *portfolio fashion design*.
  - 5) Materi yang disajikan dalam *e-portfolio* menarik.
  - 6) *Inspiration picture* yang ditampilkan sesuai dengan tema.
  - 7) *Website* terbukti dapat digunakan sebagai media pengembangan *portfolio fashion design*.
  - 8) Tampilan *website e-portfolio* dianggap menarik
  - 9) Fitur pada *website e-portfolio* jelas dan mudah digunakan.
- b. Kekurangan
- Kekurangan yang terdapat pada *e-portfolio* didapat melalui kritik dan saran dari validator ahli dan respon mahasiswa. Berikut adalah kekurangan dari *e-portfolio* :
- 1) Konten *fashion photography* yang ditampilkan kurang
  - 2) Istilah *fashion* terutama yang berbahasa Inggris masih perlu diperbaiki.
  - 3) Isi konten masih dianggap kurang.
  - 4) Tampilan *e-portfolio* dianggap terlalu sederhana.
  - 5) Konten *e-portfolio* diharapkan bisa lebih bervariasi.
  - 6) Ukuran gambar yang ditampilkan masih belum konsisten.
  - 7) Fitur kategori perlu ditambahkan dalam *website* agar lebih mudah untuk mengakses konten.

#### Saran

1. Bagi Lembaga  
*E-portfolio* dapat diterapkan pada kegiatan perkuliahan, utamanya pada mata kuliah *fashion design* agar perkembangan *skill* mahasiswa dapat lebih terkontrol dan terdokumentasi dengan baik.
2. Bagi mahasiswa  
Penelitian ini dapat dilanjutkan terhadap aspek lain selain media *website, portfolio fashion design*, dan *personal branding* agar menjadi lebih baik.  
Pengembangan *e-portfolio fashion design* ini dapat dikembangkan tidak hanya sebagai media *personal branding* saja. Selain itu konten yang ditampilkan dapat lebih bervariasi seperti video, PDF, dan lain-lain. Pengembangan *e-portfolio* diharapkan tetap mempertimbangkan beberapa aspek yang telah dibahas dalam penelitian ini, utamanya media *website* dan kontennya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Enny Lestari. 2014. *Pengembangan Multimedia Electronic Portfolio Pada Tata Rias Pengantin Tradisional Suku Tolaki Sulawesi Tenggara*. Surabaya : Universitas Negeri Surabaya
- Jennings, Tracy. 2011. *Creativity In Fashion Design*. New York : Fairchild Book.
- Kotler, Phillip & Kevin Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Indeks.
- Montoya, Peter. 2009. *The Branding Called You*. New York : Mc Graw Hill.
- Poerdawarminta, W.J.S . 2005. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta : Perum Percetakan dan Percetakan Balai Pustaka.
- Rahman, Su. 2017. *Rahasia Membuat Website Dengan Modal 200 Ribu*. Jakarta : PT Gramedia.
- Rampesard, Hubert K. 2008. *Authentic Personal Branding*. Jakarta : PPM.
- Ridwan. 2012. *Skala Pengukuran Variabel-variable Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono 2010. *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif & R&D*. Bandung Alfabeta
- Strange, Carol Anne. 2009. *Start And Run an Internet Business*. Oxford : How to books Ltd.
- Zaenal, Ali. 2012. *Wordpress untuk Situs Web Toko Online, Portal Berita, Corporate, Portofolio & Fotografi*. Jakarta : PT. TransMedia.
- Barret, Helen C. 2001. *Electronic Portfolio Development*. University of Alaska Anchorage  
<http://electronicportfolios.org/portfolios/SUNRAYhandoutsbw.pdf>  
diakses pada 21 Juli 2018
- Barret, Helen C. 2016. *Balancing The Two Faces of ePortfolio Reflection of Assessments*. University of Alaska Anchorage  
<https://eportfoliohub.files.wordpress.com/2016/04/helen-barrett.pdf>  
diakses pada 21 Juli 2018
- Barnard, Malcolm J. 2003. Dalam Aini, Qury. 2013. "Memahami Penerimaan Pembaca Fashion Blog Hijabers (pengguna Hijab Modern) Terhadap Pergeseran Makna Penggunaan Hijab (Analisis Resepsi Terhadap Blog Dian Pelangi)". Semarang : Universitas Diponegoro.  
<http://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/3575/3486>  
Diakses pada tanggal 21 Agustus 2016
- Dieffenbacher, Fiona. 2012. *Fashion Design : Process*. New York : Parsons The New School For Design.  
[https://process.arts.ac.uk/sites/default/files/pechakucha\\_milan\\_dieffenbacherfinal.pdf](https://process.arts.ac.uk/sites/default/files/pechakucha_milan_dieffenbacherfinal.pdf)  
diakses pada tanggal 10 Mei 2018
- Wiedemann, Julius. 2005. *Web Design Portfolio*. Germany : Taschen Icons.  
<http://en.bookfi.net/book/555663>  
diakses pada tanggal 17 September 2016
- Wright, Colin. 2010. *Personal Branding*. Los Angeles  
<http://exilelifestyle.com/ebooks/personalbranding.pdf>  
diakses pada tanggal 25 November 2017.