

PERANCANGAN PURWARUPA *MOBILE APPS* UNTUK MENYAMPAIKAN PESAN *SELF-LOVE*

Santi Asia Wijayanto¹⁾, Dicky Hidayat²⁾

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom

*Alamat correspondence: dickyhidayat@telkomuniversity.ac.id

Abstrak: Kesehatan mental menjadi masalah yang dihadapi oleh banyak orang selama masa pandemi Covid-19 ini. Di Indonesia saat ini, kasus depresi atau kecemasan berlebihan meningkat sejak masa pandemi Covid-19. Oleh karena itu, *self-love* dapat menjadi faktor penting sebagai langkah dasar menjaga kesehatan mental. Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan purwarupa *mobile apps* yang dapat menyampaikan pesan mengenai *self love* secara efektif dan menarik perhatian target audiens. Penelitian diawali dengan penelitian kualitatif deskriptif sebagai dasar dari proses perancangan yang dilakukan dengan menggunakan pendekatan *design thinking*. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, studi pustaka, dan wawancara dengan pihak perusahaan serta praktisi *User Interface* dan *User Experience*. Data yang diperoleh kemudian dianalisis sehingga muncul beberapa pokok bahasan pada penelitian ini, yaitu Multimedia, *Mobile Apps*, *Gamificaton*, *User Experience*, *User Interface*, Desain Komunikasi Visual, dan *Business Model Canvas*. Pokok-pokok bahasan tersebut sangat penting dan berguna untuk merancang purwarupa *mobile apps* yang sesuai dengan tujuan yang ditentukan dan dapat menjadi solusi untuk permasalahan yang dihadapi.

Kata Kunci: *Self-love, Mental Health, Mobile Apps, User Interface, User Experience.*

Abstract: *Mental health is a problem that afflicts many people during this Covid-19 pandemic. In Indonesia today, cases of depression or excessive anxiety have increased since the Covid-19 pandemic. Therefore, self love can be an important factor as a basic step in maintaining mental health. This study aims to produce a mobile application prototype that can convey messages about self-love effectively and attract the attention of the target audience. The research begins with descriptive qualitative research as the basis of the design process which is carried out using a design thinking approach. Data was collected by means of observation, literature study, and interviews with the company and practitioners of the User Interface and User Experience. The data obtained were then analyzed so that several topics emerged in this study, namely Multimedia, Mobile Apps, Gamificaton, User Experience, User Interface, Visual Communication Design, and Business Model Canvas. These discussion points are very important and useful for designing prototype mobile apps that are in accordance with the predetermined goals and can be a solution to the problems encountered.*

Keywords: *Self-love, Mental Health, Mobile Application, User Interface, User Experience.*

Pendahuluan

Mental Health merupakan suatu hal yang sudah sering kita dengar saat ini. Terlebih selama pandemi Covid-19 ini, *mental health* menjadi masalah yang harus lebih diperhatikan. Menurut Ketua Umum Perhimpunan Dokter Spesialis Kedokteran Jiwa (PDSKJI) yang dilansir dari suara.com, sekitar 60% masyarakat Indonesia mengalami depresi selama Covid-19 dan sekitar 60% khususnya pada kelompok usia di bawah 30 tahun memiliki gejala cemas. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa situasi Covid-19 telah menyebabkan kecemasan dan *stress* yang berlebihan yang pada akhirnya mengganggu *mental health* orang tersebut (Fudrika & Fikri, 2020).

Menurut salah satu artikel yang dimuat pada situs MedicalNewsToday.com, *Self love* merupakan salah satu cara untuk menolong *mental health*. *Self love* juga merupakan kata-kata yang tidak asing dan biasanya dikaitkan dengan kata *mental health*. Pada dasarnya *self love* merupakan sebuah tindakan yang dilakukan untuk mencintai diri sendiri dengan berbagai cara dan dimulai dengan menghargai dan menerima diri sendiri (Sandoiu, 2018).

Menurut dr. Jeffrey Borenstein, CEO dari *Brain & Behavior Research Foundation* dan dilansir dari bbrfoundation.org, menyatakan bahwa salah satu cara menerapkan *self-love* ke diri sendiri adalah dengan melakukan *self-care*. *Self-care* dilakukan dengan cara menjaga dengan baik kebutuhan dasar diri sendiri. Selanjutnya dr. Jeffrey Borenstein menulis bahwa orang-orang yang menjaga kebutuhan dasar mereka dengan baik adalah orang yang memiliki *self-love* yang tinggi (Borenstein, 2020).

Salah satu cara yang telah digunakan untuk memberi *awareness* tentang *self love* kepada masyarakat adalah melalui *mobile Apps* atau aplikasi pada perangkat *smartphone*. Pada aplikasi “Self Love and How to Love Yourself” terdapat berbagai cara untuk melakukan *self love* beserta apa itu *self love* yang disampaikan melalui *text*. Aplikasi “Self Love and How to Love Yourself” yang sudah diunduh sekitar 5 ribu kali namun tidak mempunyai *rating* di Playstore. Aplikasi mengenai *self love* tidak banyak, namun ada contoh aplikasi mengenai *self care*. Salah satunya adalah aplikasi “Remente”. Pada aplikasi ini terdapat berbagai cara untuk melakukan *self-care* seperti melalui *journaling*, melakukan berbagai *goals* untuk diri sendiri, dan juga berbagai macam *resources* yang disediakan berupa audio mengenai beberapa cara untuk melakukan *self-care* maupun untuk menjaga *mental health* pengguna.

Karena pentingnya *mental health* tersebut, terdapat beberapa perusahaan yang bergerak dalam bidang *mental wellness* yang bertujuan untuk menjaga *mental health* melalui berbagai cara *self-care*. Salah satu perusahaan tersebut adalah Natural Way of Living yang mempunyai visi untuk membantu meningkatkan kesejahteraan fisik, mental, emosional, dan *spiritual development*. Melalui wawancara yang dilakukan dengan pihak Natural Way of Living, didapatkan informasi bahwa saat ini belum banyak upaya promosi yang dilakukan untuk memperluas *target market*, khususnya untuk *young adults*. Hal ini dikarenakan peserta yang mengikuti program-program tersebut kebanyakan yang berusia 30 tahun ke atas.

Perancangan ini akan diawali dengan metode penelitian kualitatif deskriptif, yaitu metode penelitian yang melukiskan, menggambarkan, atau memaparkan keadaan objek yang diteliti sebagai apa adanya, sesuai dengan situasi dan kondisi ketika penelitian tersebut dilakukan Sugiyono (2018). Penelitian awal ini akan menjadi landasan bagi perancangan purwarupa *mobile apps* untuk menyampaikan pesan *self love*. Perancangan dilakukan dengan menggunakan pendekatan metode *desain thinking* (Ford, 2010; Hendriyana, 2019), yaitu melalui tahapan *emphatize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Diharapkan dengan perancangan *mobile apps* ini pesan mengenai *self love* ini dapat disampaikan dengan cara yang lebih efektif dan dapat

menarik perhatian target audiens, khususnya pada dewasa muda, sehingga pesan *self love* tersebut dapat dipahami dan diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari.

Metode Perancangan

Konsep Media

Seiring dengan berkembangnya teknologi komunikasi dan informasi, saat ini *smartphone* telah menjadi perangkat multimedia yang digunakan oleh setiap orang. *Smartphone* dapat memudahkan pengguna dalam berkomunikasi, menjadi sarana edukasi maupun informasi, dan juga dapat memudahkan aktifitas keseharian pengguna melalui berbagai aplikasi yang terdapat di dalamnya (Hidayat, 2019). Menurut Perusahaan riset DataReportal, jumlah perangkat seluler di Indonesia meningkat 3,6 persen dari tahun 2021 sehingga mencapai 370,1 juta pada Januari 2022. Penulis laporan DataReportal, Simon Kemp yang dilansir dari datareportal.com menjelaskan bahwa ada kemungkinan satu orang menggunakan dua perangkat (Kemp, 2022). Sementara berdasarkan survei 2017 yang dilakukan oleh Kominfo dan dilansir dari indonesiabaik.id pengguna *smartphone* terbanyak berusia 20-29 tahun dan mencapai sekitar 76% namun total dari setiap kelompok usia mencapai lebih dari 50% (Syaifullah, 2019). Sehingga dapat disimpulkan bahwa jumlah pengguna *smartphone* di Indonesia sangat banyak dan akan terus meningkat.

Dengan banyaknya pengguna *smartphone* tersebut, maka *mobile apps* merupakan salah satu media yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan mengenai *self love*. Saat ini telah tersedia beberapa *mobile apps* yang dibuat untuk menyampaikan pesan *self love* tersebut. Namun aplikasi-aplikasi yang ada belum sepenuhnya dapat menarik perhatian pengguna. Salah satunya ditunjukkan oleh aplikasi “Self Love and How to Love Yourself” yang hanya diunduh oleh 5 ribu pengguna. Sangat sedikit jika dibandingkan dengan jumlah penduduk Indonesia yang mengalami depresi saat ini. Kondisi ini ditambah lagi dengan kurangnya *review* yang ada mengenai aplikasi tersebut.

Spesifikasi media utama pada perancangan ini adalah sebagai berikut:

1. Bentuk Media : Mobile Application
2. Sistem operasi : Android
3. Screen density : HDPI
4. Ukuran Layar : 16:9

Di samping media utama tersebut di atas, dilakukan juga perancangan pada media sekunder, yaitu media promosi yang akan dibuat untuk meningkatkan *awareness* dari calon pengguna aplikasi tersebut.

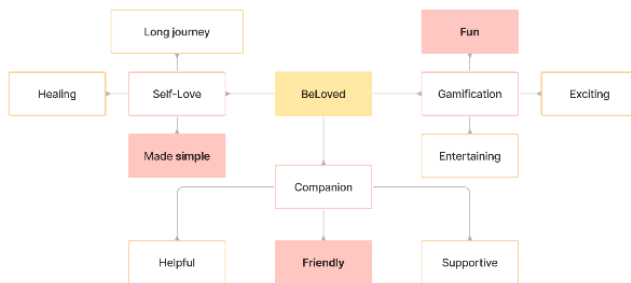
Konsep Kreatif

Mobile apps akan dinamakan “BeLoved”. Nama tersebut dibuat berdasarkan tujuan yang ingin dicapai, yaitu agar orang yang menggunakan dapat mencintai diri mereka sendiri atau “*be loved by you*”. Selain itu kata *beloved* merupakan kata yang digunakan untuk menjelaskan orang yang dicintai atau “*my beloved person*”.

Mobile apps dibuat dengan menggunakan metode *gamification* untuk memotivasi dan membuat *users* memahami, mengaplikasikan serta memulai kebiasaan *self-love* dengan cara yang lebih menarik. Pada *mobile apps* tersebut akan dimasukkan sistem *rewards* di mana *users* dapat menggantikan poin yang didapatkan melalui berbagai *missions* yang diberikan. Selain itu pada *mobile apps* tersebut *users* akan diperkenalkan dengan karakter yang akan menjadi *buddy*

atau *companion users*. Melalui karakter tersebut *users* akan membiasakan diri untuk melakukan kebiasaan *self-love* melalui *missions* yang diberikan dan melihat bagaimana hal tersebut dapat memberikan efek tertentu ke karakter.

Untuk tujuan tersebut diatas maka dibuat *mindmap* untuk memilih beberapa kata kunci yang akan digunakan pada konsep kreatif perancangan. Kata kunci yang dapat implementasikan kedalam *mobile apps* tersebut yang pertama adalah *fun*, diimplementasikan melalui metode yang digunakan untuk aplikasi tersebut yaitu *gamification*. Dengan adanya *rewards* dan berbagai *missions* akan lebih menyenangkan untuk digunakan *users*. Kedua, *friendly* ditunjukkan melalui *copywriting* yang informal. Selain itu *friendly* ditunjukkan melalui tipografi, logo, beserta gaya ilustrasi yang dibuat sehingga memberikan kesan *approachable* untuk *users*. Ketiga, *simple* dapat dilihat melalui navigasi dan layout yang mudah digunakan oleh *users*. *Simple* juga dapat dilihat melalui gaya ilustrasi yang digunakan pada aplikasi tersebut, yang lebih banyak menggunakan ilustrasi ataupun ikon untuk menyampaikan pesan sehingga lebih mudah dipahami oleh *users*. Gambar 1 menunjukkan *mindmap* yang dibuat untuk pemilihan kata kunci tersebut.

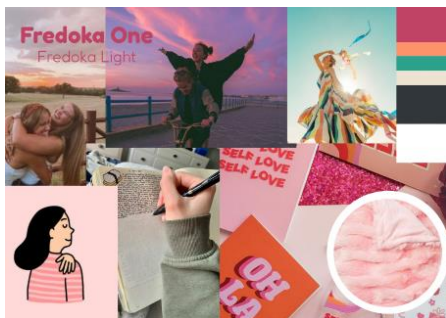


Gambar 1. *Mindmap* Pemilihan Kata Kunci Konsep Kreatif
(Sumber: Dokumentasi pribadi, 2022)

Konsep Visual

Moodboard

Bertujuan untuk menentukan *mood* dari aplikasi sehingga didapatkan gambaran visual dari aplikasi yang akan dibuat.



Gambar 2. *Moodboard*
(Sumber: Dokumentasi pribadi, 2022)

Logo

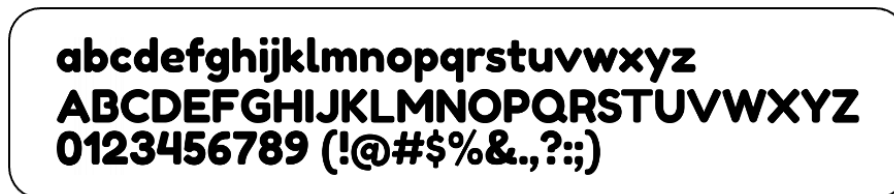
Logo yang akan dibuat berupa *brandmark* dan *logotype*, yang dapat mendeskripsikan aplikasi yang akan dirancang yaitu aplikasi tentang *self-love*. Logo akan dibuat dengan *flat design* sehingga kelihatan lebih menarik namun tetap *simple*.

Ilustrasi

Style ilustrasi yang akan digunakan untuk perancangan aplikasi ini adalah *flat design*. Digunakannya *flat design* pada aplikasi ini karena *simple* namun dapat menarik perhatian *target audience*.

Font

Jenis *font* yang akan digunakan untuk perancangan aplikasi ini adalah Fredoka One dan Fredoka Light. *Font sans serif* ini dipilih karena berbentuk *rounded* sehingga memberi kesan *friendly* namun tetap *simple*.



Gambar 3. Font Fredoka One
(Sumber: fontsquirrel.com, 2022)

Warna

Dipilihnya kombinasi warna pada gambar 4 berikut karena memberikan kesan yang *fun* dan *friendly*. Karena aplikasi yang akan dirancang menggunakan metode *gamification* sehingga aplikasi akan dibuat *colorful* untuk menarik perhatian *audience*.



Gambar 4. *Palette* Warna yang Akan Digunakan
(Sumber: Dokumentasi pribadi, 2022)

Layout

Pada *layout* akan digunakan lebih banyak *white space* sehingga dapat ditonjolkan beberapa *features*, ilustrasi, dan konten yang penting. Pada aplikasi akan lebih banyak digunakannya *cards* dan berbentuk *rounded*.

Ikon

Ikon yang akan digunakan pada aplikasi tersebut adalah *colored icons*, untuk memberikan kesan yang lebih *fun* kepada *target audience*.

Konsep Bisnis

Pada tabel 1 ditampilkan *Business model canvas* yang dipergunakan untuk melihat efektifitas aplikasi berdasarkan aspek bisnisnya.

Tabel 1. *Business Model Canvas*

Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationship	Customer Segments
<ul style="list-style-type: none"> - Natural Way of Living - Psikolog 	<ul style="list-style-type: none"> - Memberikan informasi arti <i>self-love</i>. - Cara melakukan <i>self-love</i>. - <i>Maintenance</i> dan <i>developing</i> aplikasi. 	<ul style="list-style-type: none"> - Memberi informasi dan cara mengaplikasikan <i>self-love</i> dengan cara yang <i>fun</i>. - Menolong orang yang tidak mengerti cara melakukan <i>self-love</i>. - Menolong orang untuk lebih mencintai diri mereka sendiri. 	<ul style="list-style-type: none"> - Memberikan <i>rewards</i> di aplikasi setelah menjalankan <i>missions</i>. - Adanya <i>reminder</i> pada aplikasi. - Konten media sosial. - <i>Report</i> jika ada masalah pada aplikasi. 	<ul style="list-style-type: none"> - Berusia 18-25 tahun. - Masyarakat Jobodetabek dan Bandung. - Dapat menggunakan <i>smartphone</i>. - Tertarik dengan <i>self-love</i> maupun <i>mental health</i>. - Ingin mengetahui lebih banyak mengenai <i>self-love</i> dan cara mengaplikasikannya atau melakukannya.
	Key Resources		Channels	
	<ul style="list-style-type: none"> - UI/UX desainer - <i>Software</i> - Komputer - SDM yang kompeten 		<ul style="list-style-type: none"> - <i>Mobile App</i> - Media Sosial (Instagram, Facebook) 	
Cost Structure		Revenue Streams		
<ul style="list-style-type: none"> - Biaya promosi dan pemasaran. - Biaya <i>developer</i> dan pemeliharaan aplikasi. - Gaji karyawan. 		<ul style="list-style-type: none"> - <i>Upgrade</i> aplikasi ke <i>pro</i>. 		

Hasil Perancangan

Logo

Setelah melalui berbagai tahap yang diperlukan dalam proses merancang sebuah logo. Maka ditetapkan logo yang akan dipergunakan pada *mobile apps* tersebut sebagaimana ditunjukkan pada gambar 5 di bawah ini.

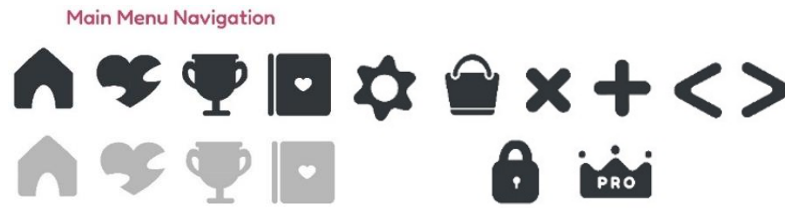


Gambar 5. Logo BeLoved
(Sumber: Dokumentasi pribadi, 2022)



Ikon

Gambar 6 di bawah ini merupakan ikon-ikon yang akan digunakan pada aplikasi “BeLoved”.



Gambar 6. Ikon yang Akan Digunakan
(Sumber: Dokumentasi pribadi, 2022)

Aset Ilustrasi

Gambar 7 menampilkan semua aset ilustrasi yang akan digunakan pada aplikasi “BeLoved”.

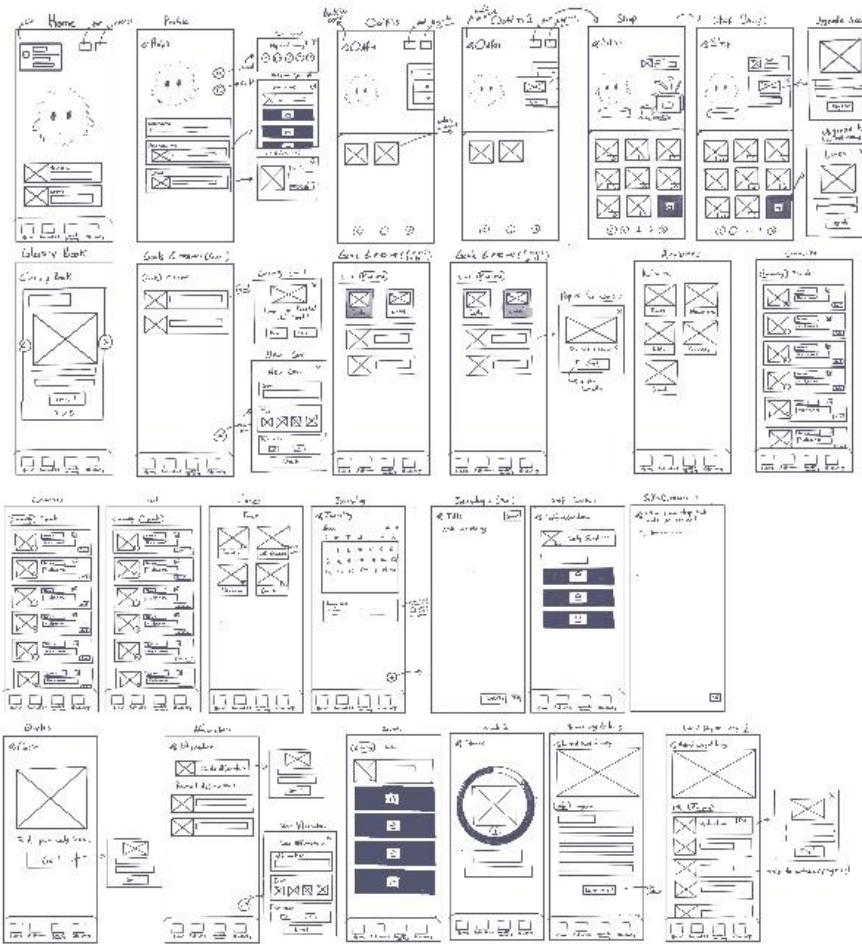


Gambar 7. Aset Ilustrasi Aplikasi
(Sumber: Dokumentasi pribadi, 2022)

User Interface

Low Fidelity

Gambar 8 menunjukkan *low fidelity wireframe* berupa sketsa dari tampilan visual aplikasi yang akan dibuat.

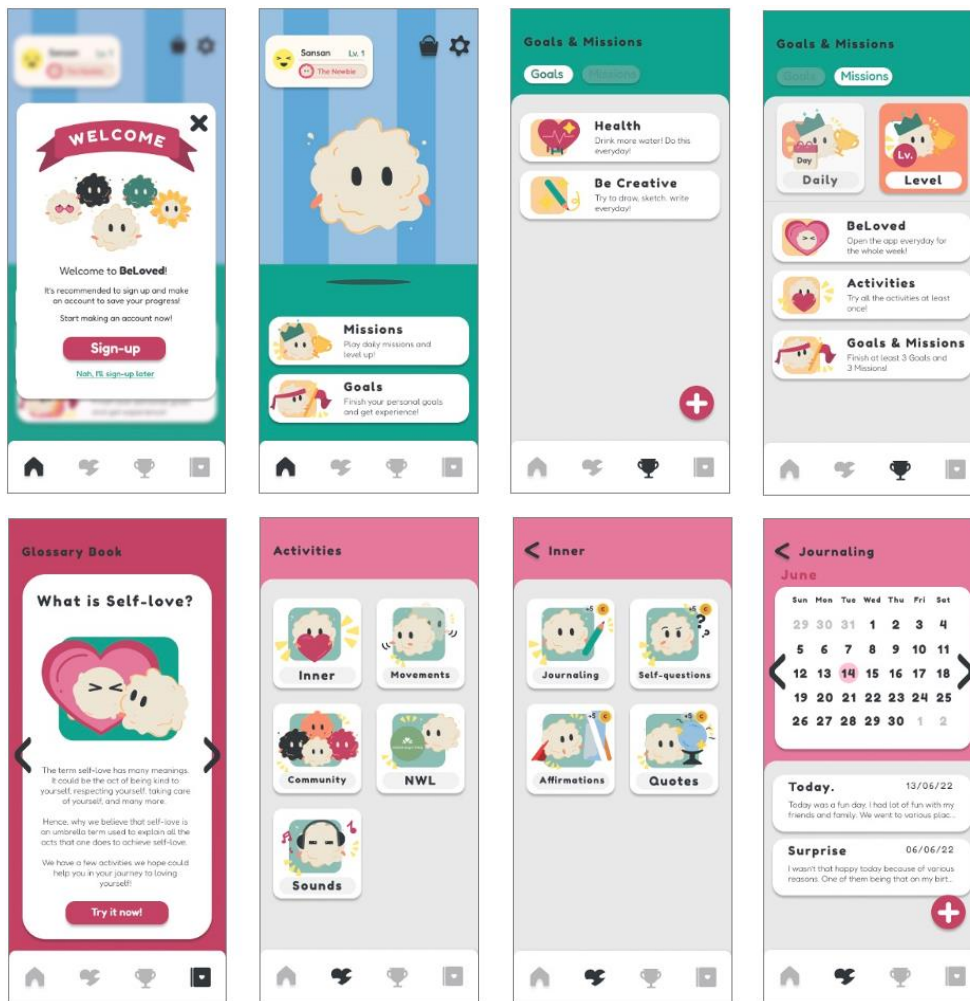


Gambar 8. *Low Fidelity Wireframe*
(Sumber: Dokumentasi pribadi, 2022)

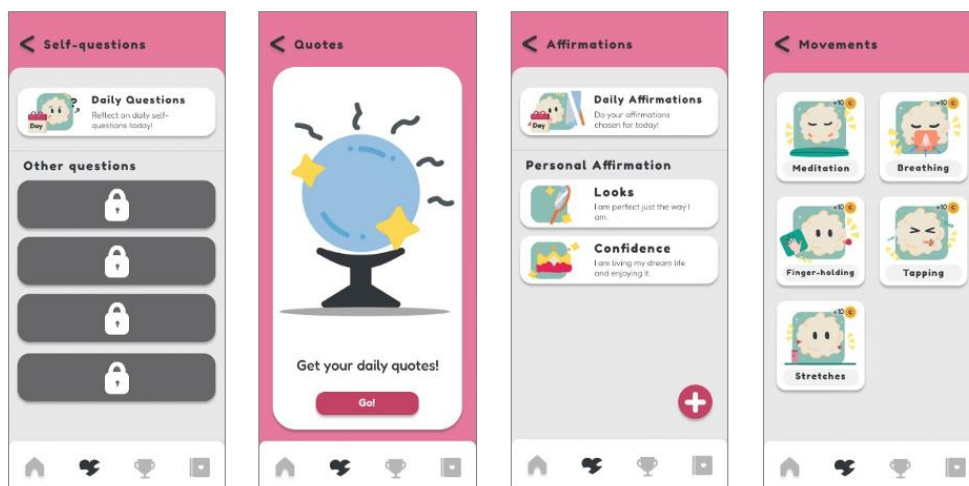
High Fidelity

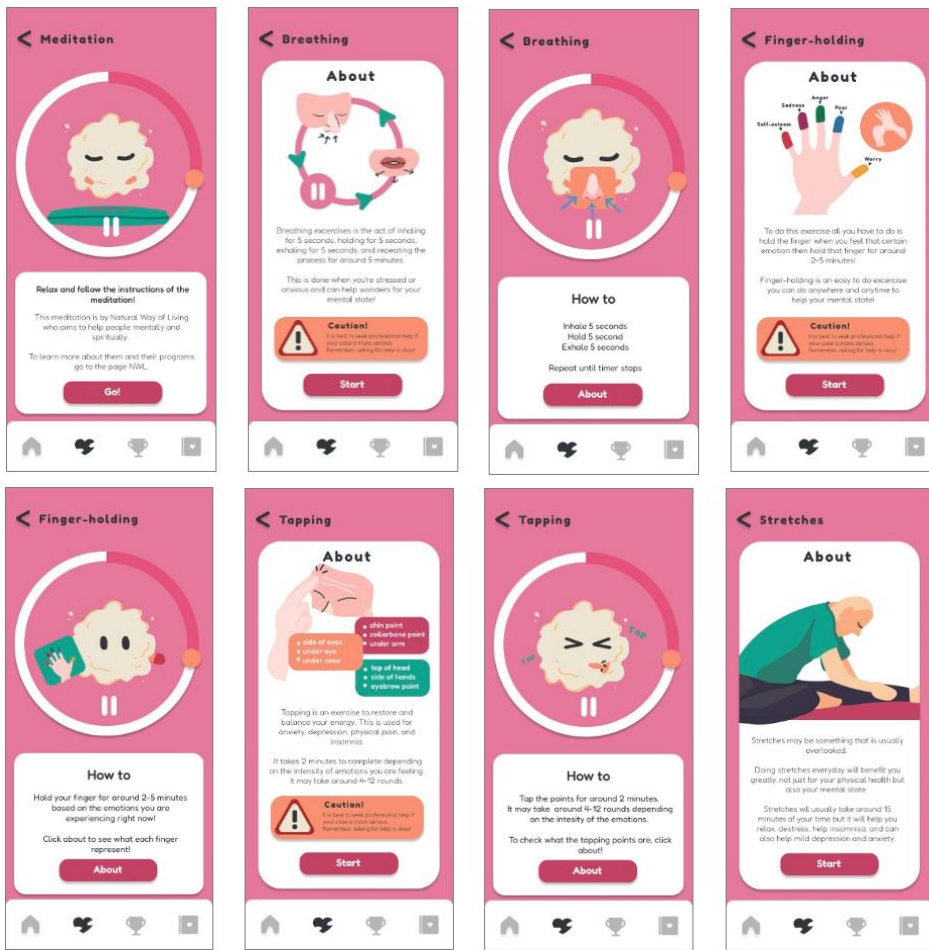
Berikut di bawah ini merupakan *high fidelity wireframe* dari aplikasi “BeLoved”.



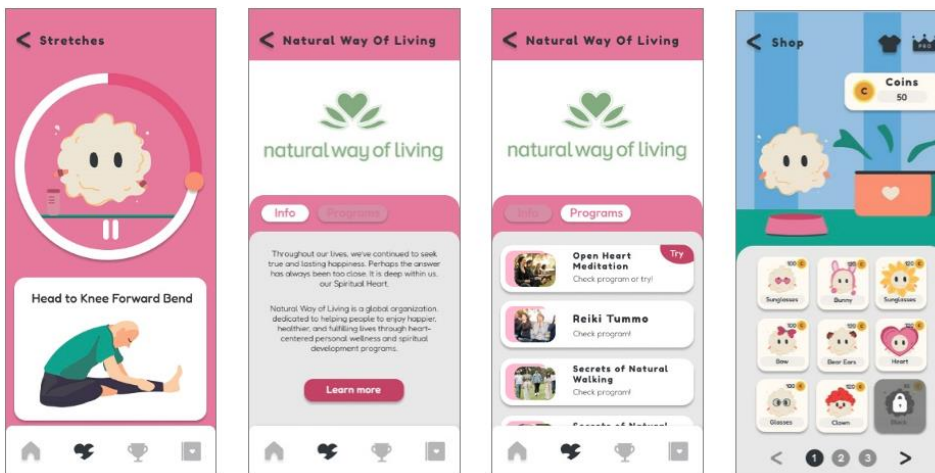


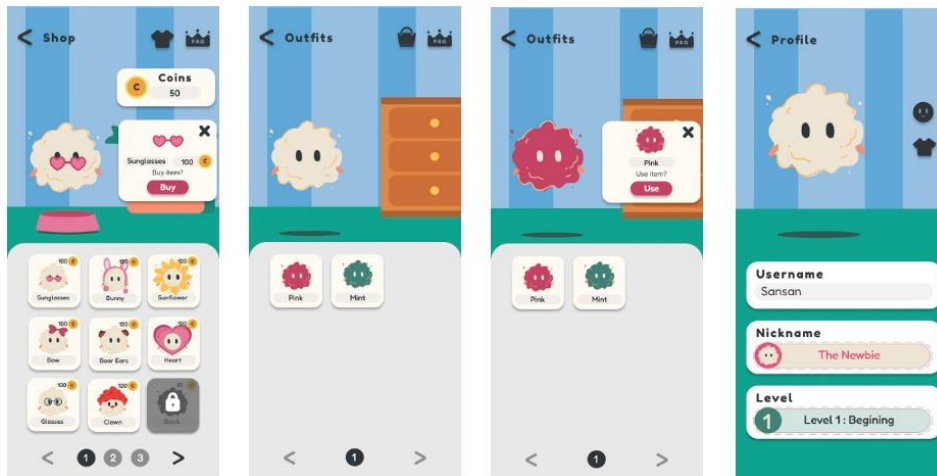
Gambar 9. High Fidelity Wireframe 1
(Sumber: Dokumentasi pribadi, 2022)





Gambar 10. *High Fidelity Wireframe 2*
(Sumber: Dokumentasi pribadi, 2022)





Gambar 11. High Fidelity Wireframe 3
(Sumber: Dokumentasi pribadi, 2022)

Simpulan

Berdasarkan data-data yang diperoleh dengan menggunakan metode observasi, wawancara, dan studi pustaka, didapatkan fakta bahwa selama pandemi Covid-19 banyak masyarakat Indonesia yang mengalami gangguan dalam *mental health*. *Self love* merupakan suatu cara yang dilakukan untuk menolong *mental health* menurut psikolog sehingga *self love* merupakan suatu yang sangat dibutuhkan. Walaupun *self love* merupakan suatu yang penting, namun pada berbagai *mobile apps* yang telah ada masih ditemukan kurangnya penyampaian *self love* yang efektif dan dapat menarik perhatian *target* audiens

Penelitian dilakukan untuk menghasilkan sebuah purwarupa *mobile apps* untuk menyampaikan *self love* kepada pengunanya. Dengan menggunakan berbagai teori yang sesuai untuk perancangan aplikasi tersebut, terbentuk sebuah konsep visual pada ilustrasi, *layout*, tipografi, ikon, warna, dan *user interface* yang dibuat lebih *fun* namun tetap *simple* untuk digunakan. Aplikasi dilengkapi dengan berbagai fitur untuk menyampaikan pesan *self love* dan cara melakukan *self love* dengan metode *gamification*. Aplikasi dirancang dengan membuat *user interface* yang lebih menonjolkan ilustrasi agar lebih menarik bagi *user*. Pada aplikasi juga terdapat *onboarding sequence* yang akan menolong *user* untuk lebih memahami cara penggunaan *mobile apps* beserta fitur-fitur yang terdapat pada aplikasi tersebut.

Daftar Pustaka

- Borenstein, Jeffrey. (2020). *Self-Love And What It Means*. Diakses pada <https://www.bbrfoundation.org/blog/self-love-and-what-it-means> (27 Maret 2022, 19:12).
- Ford, Corey. (2010). *An Introduction to Design Thinking-Process Guide*. Stanford, California: Institute of Design Stanford.
- Fundrika, Bimo Aria & Fikri, Luthfi Khairul. (2020). 32 Persen Masyarakat Indonesia Alami Masalah Gangguan Jiwa Selama Pandemi. Diakses pada

<https://www.suara.com/health/2020/10/14/171948/68-persen-masyarakat-indonesia-alami-masalah-gangguan-jiwa-selama-pandemi> (27 Maret 2022, 20:02).

Hendriyana, Husein. (2021). *Metode Penelitian Penciptaan Karya Practice-led Research and Practice Based Research Seni Rupa, Kriya dan Desain*. Yogyakarta: Andi

Hidayat, Dicky; Mat Desa, Mohd. Asyiek Bin. *Representasi Nilai-Nilai Pandangan Hidup Orang Sunda Dalam Mobile Apps Kisah Lutung Kasarung (Analisis Semiotika Roland Barthes)*. Demandia : Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain, dan Periklanan, [S.l.], v. 4, n. 01, p. 81 – 97.

Kemp, Simon. (2022). *Digital 2022: Indonesia*. Diakses pada <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia> (28 Maret 2022, 20:22).

Sandoiu, Anna. (2018). *Why Self-Love Is Important And How To Cultivate It*. Diakses pada <https://www.medicalnewstoday.com/articles/321309> (27 Maret 2022, 20:15).

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)* Bandung: Alfabeta.

Syaifullah, Ananda. (2019). *66,3% Masyarakat Indonesia Memiliki Smartphone #8*. Diakses pada <https://indonesiabaik.id/infografis/663-masyarakat-indonesia-memiliki-smartphone-8> (28 Maret 2022, 21:20).

