

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Proyek

Perkembangan teknologi informasi telah mengalami pertumbuhan yang sangat pesat di era globalisasi saat ini. Teknologi informasi komunikasi yang semakin berkembang memberi banyak manfaat dalam kemajuan diberbagai aspek sosial, salah satunya penerapan *social marketing*. *Social marketing* adalah penggunaan prinsip-prinsip dan teknik-teknik pemasaran untuk memengaruhi target khalayak agar secara sukarela menerima, menolak, memodifikasi atau mengabaikan perilaku demi keuntungan individu, kelompok atau masyarakat secara keseluruhan. Pada dasarnya *social marketing* adalah strategi mengubah perilaku sosial yang lebih efektif dalam menambah pengetahuan dan kesadaran masyarakat serta paling banyak digunakan untuk mengatasi masalah kesehatan masyarakat [1].

Kesehatan adalah keadaan sehat, baik secara fisik, mental spiritual maupun sosial yang memungkinkan setiap orang untuk hidup produktif secara sosial dan ekonomis [2]. Kesehatan merupakan hal yang sangat penting tanpa kesehatan yang baik maka setiap manusia sulit dalam melaksanakan aktivitas sehari-hari. Untuk mendapatkan kesehatan yang baik maka perlu melakukan pola hidup sehat. Hidup sehat merupakan keinginan atau dambaan bagi semua orang namun terkadang aktivitas sehari-hari yang begitu padat dan pola hidup yang tidak teratur dapat berakibat buruk pada kesehatan. Untuk itu, pola hidup sehat didapatkan dari pola makan yang teratur, olahraga dan istirahat yang cukup

Salah satu contoh dampak positif dari pola hidup sehat adalah memiliki berat badan yang ideal. Seseorang yang ingin mendapatkan berat badan ideal biasanya dengan menurunkan atau menaikkan berat badan. Dalam menurunkan atau menaikkan berat badan diperlukan makanan dan minuman yang baik untuk mencukupi asupan gizi yang diperlukan oleh tubuh. Banyaknya produk makanan dan minuman cepat saji saat ini menyulitkan seseorang untuk mengetahui makanan seperti apa yang baik untuk menurunkan atau menaikkan berat badan. Misalnya untuk menurunkan berat badan harus mengetahui seberapa besar kalori dari makanan, minuman dan apa saja kegiatan yang dilakukan, begitu juga dengan menaikkan berat badan. Selain itu waktu makan yang tidak tepat dan tidak teratur memiliki pengaruh yang signifikan terhadap naik turunnya berat badan. Melihat kondisi dalam membangun pola hidup yang sehat membutuhkan banyak komponen (indikator) seperti menciptakan dan menjaga berat badan yang ideal, menurunkan berat badan yang efektif Lewat pola makan yang baik dan sehat serta olahraga yang teratur. Untuk itu diperlukan

sebuah rancangan aplikasi berbasis *mobile* agar dapat memberikan kemudahan bagi setiap orang dalam bentuk informasi maupun tindakan yang harus dilakukan untuk membangun pola hidup yang sehat.

Rancangan aplikasi berbasis *mobile* sudah banyak ditemukan seiring perkembangan teknologi digital dengan berbagai macam tujuan, bentuk dan jenis. Salah satunya rancangan berbasis *mobile* tentang kesehatan yang akan membantu penggunaannya untuk mendapatkan informasi dan sekaligus langkah-langkah yang baik dalam penerapannya. Misalnya seperti *Foodsmart by Zipongo*, *Intent: Meal Planner*, *Lifesum: Diet & Macro Tracker*, dan *Zero: Fasting & Health Tracker*. Aplikasi tersebut memiliki kesamaan dan perbedaan tersendiri dari fitur-fitur yang diciptakan, beberapa diantaranya seperti *Foodsmart by Zipongo* memiliki fitur dimana pengguna disediakan rekomendasi makanan dari tempat-tempat di sekitar pengguna berada, *Intent: Meal Planner* menyediakan fitur perencanaan sekeluarga dalam hal diet dan yang lainnya, *Lifesum: Diet & Macro Tracker* yang memberikan fitur *barcode scanner* untuk memudahkan pengguna mengetahui kalori dari sebuah makanan yang ada, dan *Zero: Fasting & Health Tracker* salah satunya menyediakan fitur *timer* dimana lebih terfokus pada waktu kapan pengguna untuk makan.

Berdasarkan informasi yang didapatkan bahwa fitur-fitur yang disediakan aplikasi-aplikasi diatas belum sepenuhnya memenuhi kebutuhan yang diperlukan oleh seorang pengguna untuk membangun pola hidup yang sehat, seperti bagi mereka yang menginginkan berat badan ideal (diet), mempertahankan berat badan yang ideal, menambah berat badan dari segi makanan yang dikonsumsi. Pengguna aplikasi nantinya membutuhkan fitur makanan yang lengkap dengan kalkulasi jumlah kalori dari suatu makanan untuk memudahkan pengguna dalam mengetahui makanan apa dan seberapa banyak makanan yang harus dikonsumsi. Untuk itu diperlukan adanya aplikasi yang baru dengan inovasi fitur-fitur yang mampu memenuhi kebutuhan yang diperlukan dari setiap penggunanya.

Dalam sebuah rancangan *user interface* dibutuhkan sebuah panduan atau metodologi supaya hasil rancangan *user interface* dapat memenuhi kebutuhan pengguna. Metodologi yang dapat digunakan adalah metode *design thinking*. *Design thinking* adalah proses berulang dimana kita mencoba memahami pengguna, menantang asumsi, dan mendefinisikan kembali masalah untuk menemukan strategi dan solusi alternatif yang mungkin tidak segera terlihat pada tingkat pemahaman awal. Pada saat yang sama, *design thinking* memberikan pendekatan berbasis solusi untuk memecahkan masalah. Ini adalah cara berpikir dan bekerja serangkaian metode yang sederhana dan jelas. *Design thinking* memiliki beberapa tahapan yaitu *emphatize, define, ideate, prototype, test* [3].

Untuk mengetahui *usability* dari setiap rancangan *user interface* yang dihasilkan perlu dilakukan pengujian atau evaluasi. Ada beberapa metode yang dapat digunakan untuk melakukan pengujian terhadap *usability*, salah satunya metode *usability testing* dengan *tools Maze design*. *Maze Design* adalah aplikasi *browser* yang digunakan untuk pengujian suatu desain antar muka [4]. *Maze Design* menyediakan layanan gratis untuk satu *project* setiap akun.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik melakukan penulisan tugas akhir dengan judul “**Perancangan User Interface Aplikasi Social Marketing Menggunakan Pendekatan Metode Design Thinking dan Usability Testing (Maze Design)**”.

1.2 Tujuan Proyek

Adapun tujuan penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Merancang *user interface* aplikasi *social marketing* berbasis *mobile* menggunakan metode *design thinking*.
2. Mengukur dan mengevaluasi *usability* dari rancangan *user interface* dengan menggunakan metode *usability testing (maze design)*.

1.3 Ruang Lingkup Proyek

Dalam penelitian ini, beberapa prioritas masalah akan dibahas supaya tidak menyimpang dari tujuan proyek penelitian untuk merancang *user interface* aplikasi *social marketing*.

1. Perancangan *user interface* aplikasi *social marketing* menggunakan pendekatan metode *design thinking*.
2. *Tools* yang digunakan dalam perancangan ini adalah Adobe XD.
3. Pengujian terhadap *usability* menggunakan (*maze design*).
4. Fitur Perencanaan, untuk menetapkan tujuan atau rencana pengguna.
5. Fitur *Barcode Scanner*, untuk membantu pengguna mengetahui jumlah kalori makanan dalam kemasan.
6. Fitur makanan, untuk memberitahukan makanan yang baik untuk dikonsumsi dalam menurunkan berat badan, menaikkan berat badan maupun mempertahankan berat badan.
7. Fitur jadwal makan, untuk memberitahukan pengguna waktu makan yang baik saat sarapan, makan siang dan makan malam.
8. Fitur kalkulasi kalori, untuk memberitahukan perkiraan kalori dari makanan yang akan dikonsumsi dengan yang dibutuhkan.

9. Fitur pengingat, untuk memberikan notifikasi kepada pengguna supaya makan dan minum dengan tepat waktu.
10. Fitur tips, untuk memberikan pengetahuan mengenai cara menurunkan berat badan dan menaikkan berat badan serta mempertahankan berat badan yang ideal.

1.4 Rencana Pelaksanaan Proyek

Perancangan yang dilakukan menggunakan metode *design thinking* memiliki beberapa tahapan yang harus dilakukan:

1. *Empathize*

Meneliti Kebutuhan Pengguna sistem, disini peneliti harus mendapatkan pemahaman empati tentang masalah yang ingin diselesaikan. Berikut kegiatan yang terdapat di dalam proses *emphatize*:

- a. Pengamatan, dilakukan dengan mengamati *website*, aplikasi dan literatur terkait objek penelitian.
- b. Wawancara, dilakukan kepada masyarakat di kota Medan terkait dengan pola makan masyarakat untuk menjaga berat badan yang ideal.
- c. *Empathy map*, dibuat untuk mengetahui kebutuhan pengguna berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan.
- d. Pembuatan *Persona*, memetakan permasalahan dan memudahkan peneliti dalam menerjemahkan keinginan dari pengguna. Dengan *persona*, peneliti juga akan mengetahui fitur apa saja yang dibutuhkan oleh pengguna untuk memecahkan masalah mereka.

2. *Define*

Pada tahap ini peneliti akan memahami dan menganalisis informasi permasalahan yang telah terkumpul pada tahap *empathize*. Pada tahap ini akan dilakukan pembuatan sebagai berikut:

- a. *User journey map* untuk menggambarkan langkah atau proses yang dilalui pengguna dalam berinteraksi dengan aplikasi yang dibuat.
- b. *Information architecture*, memetakan informasi yang akan dilakukan didalam aplikasi agar pengguna dapat menjalankan fungsionalitas dari aplikasi *social marketing* dengan mudah.

3. *Ideate*

Ideate akan dilakukan proses untuk menghasilkan ide-ide atau solusi sketsa sebagai landasan dalam pembuatan *prototype*. Pada tahap *ideate* akan dilakukan pembuatan sebagai berikut:

- a. *Wireframe (low-fidelity)*, menggunakan media kertas yang berfungsi sebagai sketsa tampilan dasar aplikasi.
- b. *Userflow*, digunakan untuk mengetahui alur atau proses di setiap fungsionalitas aplikasi yang dirancang.

4. *Prototype*

Prototype merupakan proses dimana peneliti merancang desain suatu produk yang akan dibuat dan siap untuk diujicoba kepada pengguna. Pada tahap ini, peneliti menggunakan *tools* Adobe XD dalam proses pembuatan *prototype*.

5. *Test*

Pada tahap terakhir yaitu *test* atau pengujian, yang dilakukan untuk memperoleh respon dan *feedback* yang sesuai dari hasil *prototype* yang telah dibuat untuk mengetahui apakah solusi yang dibuat telah mengatasi permasalahan yang ada dan menggali kebutuhan *user* lebih dalam kepada pihak *stakeholder*.

Berikut detail dari pelaksanaan proyek yang ditargetkan oleh peneliti:

Tabel 1. 1 Jadwal Pelaksanaan Proyek

No	Kegiatan	Tahun 2021-2022																							
		Agustus				September				Oktober				November				Desember				Januari			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	<i>Emphatize</i>																								
	a. Observasi																								
	b. Wawancara																								
	c. Pembuatan <i>Empathy Map</i>																								
	d. Pembuatan <i>Persona</i>																								
2	<i>Define</i>																								
	a. Pembuatan <i>User Journey Map</i>																								
	b. Pembuatan <i>Information Architecture</i>																								
3	<i>Ideate</i>																								
	a. Pembuatan <i>Wireframe</i>																								
	b. Pembuatan <i>User Flow</i>																								
4	<i>Prototype</i>																								

