

PERANCANGAN UI/UX APLIKASI MOBILE DONOR DARAH UNTUK PMI KABUPATEN BANDUNG

Amril Wardiyanto¹, Bijaksana Prabawa, S.Ds., MM.² Siti Hajar

Komariah, S.Pd., MM³

¹Prodi S1 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom

¹awardianto@gmail.com, ²bijaksanaprabawa@gmail.com, ³sitihajarkomariah@yahoo.com

Data dari WHO (World Health Organization) jumlah kebutuhan darah yang saat ini diperlukan Indonesia mencapai 5,1 juta kantong darah atau 2 persen dari penduduk saat ini. Sedangkan kebutuhan darah yang baru terpenuhi baru sekitar 4,1 juta kantong darah dari 3,4 juta donasi. Dalam menjalankan aktivitasnya PMI sebagai unit donor darah di Indonesia mengalami beberapa permasalahan yaitu penggunaan teknologi yang digunakan belum sepenuhnya dapat merangkul generasi muda, penggunaan kartu donor darah yang konvensional bagi setiap orang yang akan mendonorkan darahnya sangat mempengaruhi anggaran yang digunakan, dan PMI terkendala akan penyebaran informasi mengenai lokasi donor darah *mobile unit* yang disebar belum sepenuhnya dapat mengatasi masalah tersebut. Dengan perkembangan teknologi dan perangkat telepon genggam masyarakat sudah terbiasa menggunakan aplikasi khususnya generasi muda. Penulis menggunakan ini sebagai landasan pemilihan *platform* aplikasi *mobile* untuk mengatasi masalah yang dihadapi oleh PMI Kabupaten Bandung. Dengan adanya aplikasi yang dibuat untuk PMI Kabupaten Bandung penulis berharap dapat memudahkan dan mempercepat penyebaran informasi dan menarik perhatian generasi muda untuk mendonorkan darah.

Kata Kunci: Prototype, UI/UX, Aplikasi, Mobile, Kabupaten Bandung

Abstract

Data from the WHO (World Health Organization), the number of blood needs currently needed by Indonesia reaches 5.1 million bags of blood or 2 percent of the current population. While the newly fulfilled blood needs are only around 4.1 million blood bags out of 3.4 million donations. In carrying out its activities PMI as a blood donor unit in Indonesia has experienced several problems, namely the use of technology that has not fully embraced the younger generation, the use of conventional blood donor cards for everyone who will donate blood greatly affects the budget used, and PMI is constrained information about the location of the mobile blood donors of the distributed units has not been fully able to resolve the problem. With the development of technology and mobile phone devices, people are used to using applications, especially the younger generation. The author uses this as a basis for choosing a mobile application platform to overcome the problems faced by PMI Bandung Regency. With the application made for PMI Bandung Regency the authors hope to facilitate and accelerate the dissemination of information and attract the attention of the younger generation to donate blood.

Keywords: Prototype, UI/UX, Application, Mobile, Bandung district

Pendahuluan

Palang Merah Indonesia atau disingkat PMI merupakan salah satu organisasi kemanusiaan yang ada di Indonesia. Menurut situs pmi.or.id, PMI berdiri pada tanggal 21 Oktober 1873 dengan nama Nederlands Rode Kruis Afeling Indie (Nerkai). Aktivitas PMI sudah dilakukan jauh sebelum perang dunia ke II saat masih dalam pendudukan Kolonial Belanda. Sempat dibubarkan saat pendudukan Jepang di Indonesia lalu bangkit kembali pada tahun 1932 dipelopori oleh Dr RCL Senduk dan Dr Bahder Djohan.

Dikutip dari situs pmi.or.id selain memberikan pertolongan pertama pada korban terluka PMI juga menjadi organisasi yang bergerak dalam bidang pelayanan darah, hal tersebut terdapat dalam Peraturan Pemerintah NO. 7/2011 tentang pelayanan darah menyebutkan penyelenggaraan donor darah dan pengelolaan darah dilakukan oleh Unit Donor Darah (UDD) yang diselenggarakan oleh organisasi sosial dengan tugas pokok dan fungsinya di bidang kepalangmerahan atau dalam hal ini Palang Merah Indonesia.

Dalam hal donor darah PMI menyediakan beberapa metode yaitu dapat mendatangi UDD (Unit Donor Darah) di Kabupaten atau Kabupaten, mendatangi gerai donor darah yang diadakan oleh PMI biasanya dilakukan di pusat-pusat keramaian seperti tengah Kabupaten, mal, kampus dan lain sebagainya. Selain melalui metode tersebut PMI juga telah memobilisasi 100 unit mobil donor darah. Untuk penyebaran informasi PMI Kabupaten Bandung telah memiliki media informasi berupa website, sosial media (instagram, twitter, Facebook) namun hal ini belum secara maksimal digunakan.

Walaupun PMI telah melakukan beberapa metode namun belum secara maksimal mengatasi kekurangan pasokan darah. Data dari WHO (World Health Organization) jumlah kebutuhan darah yang saat ini diperlukan Indonesia mencapai 5,1 juta kantong darah atau 2 persen dari penduduk saat ini. Sedangkan kebutuhan darah yang baru terpenuhi baru sekitar 4,1 juta kantong darah dari 3,4 juta donasi.

Penggunaan kartu pendonor yang konvensional bagi setiap orang yang mendonorkan darahnya, sangat mempengaruhi anggaran yang dikeluarkan untuk

menyediakan kartu tersebut. Selain itu bentuk kartu yang konvensional hanya menampung informasi yang sangat terbatas. Ketika kartu tersebut hilang maka pendonor akan kesulitan untuk mengingat kapan terakhir mendonorkan darah dan kapan harus mendonorkan darah lagi. Perlu adanya pengingat untuk mengingatkan jadwal kapan pendonor harus mendonorkan darahnya.

Meski sudah berdiri sejak lama akan tetapi PMI juga memiliki permasalahan terkait dengan citra PMI yang belum bisa merangkul generasi muda untuk melakukan donor darah. Hal ini dibuktikan pada infodatin Kemenkes RI (2014) tentang situasi donor darah di Indonesia, usia pendonor muda yaitu pada usia 17-30 tahun masih menempati posisi ke dua terakhir yang paling sedikit mendonorkan darahnya.

Berdasarkan permasalahan di atas, maka Penulis tertarik untuk mengkajinya dalam perancangan Tugas Akhir. Diharapkan dengan penelitian ini dapat meningkatkan *brand awareness* masyarakat melalui perancangan media promosi dan bertujuan dapat meningkatkan jumlah pengunjung wisata De Tjolomadoe.

Generasi muda yang sangat dengan teknologi mengharuskan PMI menyesuaikan kampanye sosial yang digunakan. PMI Kabupaten Bandung harus memiliki teknologi yang mampu mengatur dan menyebarkan informasi donor darah yang sesuai dengan generasi saat ini. Agar aktivitas donor darah dapat dilakukan secara maksimal dan dapat merangkul setiap generasi.

Maka dari itu penulis tertarik untuk merancang sebuah Aplikasi untuk PMI Kabupaten Bandung untuk mengatasi beberapa permasalahan tersebut. Karena kedekatan generasi muda dengan teknologi yaitu aplikasi. Aplikasi menurut Kamus lengkap dunia komputer (2002:12) merupakan suatu program komputer yang dibuat untuk mengerjakan atau menyelesaikan masalah masalah khusus. selain sebagai media informasi aplikasi ini dapat mengedukasi dan menjadi database pendonor agar PMI Kabupaten Bandung tidak perlu mengeluarkan anggaran yang cukup besar untuk mencetak kartu pendonor. Dengan adanya aplikasi ini pendonor tidak perlu khawatir lupa akan waktu donor dan kehilangan data.

Dengan adanya aplikasi yang dibuat untuk PMI Kabupaten Bandung penulis berharap dapat memudahkan dan mempercepat penyebaran informasi dan menarik perhatian generasi muda untuk mendonorkan darah.

Permasalahan

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, masalah dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Kurangnya informasi yang diberikan PMI Kab Bandung dalam donor darah
2. Penggunaan kartu donor darah yang konvensional membutuhkan anggaran yang cukup besar dan hanya dapat menyimpan sedikit informasi
3. Pendonor kesulitan mengingat kapan waktu jadwal mendonor

4. Citra PMI yang belum bisa merangkul generasi muda
5. Belum adanya penyesuaian teknologi yang digunakan PMI untuk generasi saat ini

Rumusan Masalah

Bagaimana merancang sebuah aplikasi yang dapat merangkul generasi muda dan memudahkan cara kerja PMI untuk menyimpan data atau informasi pendonor sekaligus dapat mengingatkan pendonor kapan jadwal donor.

Pengumpulan Data

a) Primer

1. Wawancara

Wawancara adalah instrumen penelitian, kekuatan wawancara adalah menggali pemikiran, konsep dan pengalaman pribadi pendirian atau pandangan dari individu yang diwawancara. Mencoba mendapatkan keterangan atau pendirian lisan dari narasumber dengan bercakap-cakap atau bertatap muka (Koentjaningrat, 1980:165 dalam buku Soewardikoen 2013:20), Wawancara dilakukan kepada PMI Kabupaten Bandung.

2. Kuisisioner

Untuk penentuan jumlah responden pada kuisisioner karena ukuran populasi yang ada tidak dapat diketahui dengan pasti, sehingga menggunakan metode Bernoulli (Sedarmayanti, 2002:149), Kuisisioner disebar melalui platform google docs dengan target generasi muda usia 17-30 tahun.

3. Observasi

Penulis akan mencari data aspek imaji yaitu mengunduh karya-karya sejenis yang telah dibuat selanjutnya menjadi komponen-komponen untuk diteliti dan diinterpretasikan (Soewardikun, 2013: 19), observasi dilakukan di kantor PMI serta kegiatan donor PMI.

4. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang telah berlalu berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen dalam bentuk gambar misalnya foto, sketsa, gambar hidup, dan lain-lain (Sugiyono, 2013:240)

b) Sekunder

1. Studi Pustaka Cetak

Adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada dengan objek penelitian yang sedang diteliti. Studi pustaka dilakukan untuk mendukung penelitian yang dilakukan secara teori. Dilakukan bersamaan dengan proses penulisan. Dimana pengguna studi pustaka dimulai pada saat mengidentifikasi masalah

2. Studi Pustaka Digital

Adalah teknik pengumpulan data dengan melakukan penelaahan terhadap sumber-sumber digital seperti *website*, jurnal *online*, dan juga *e-book*.

Kajian Teori

Dalam perancangan UI/UX aplikasi mobile untuk

PMI Kabupaten Bandung diperlukan beberapa teori yang digunakan sebagai acuan dalam pengerjaannya. Adapun teori yang digunakan yaitu teori komunikasi, teori Desain Komunikasi Visual, teori promosi, teori periklanan, teori media promosi, teori *Mobile device*, teori *user interface*, dan teori *user experience*. Teori-teori yang digunakan dalam perancangan Tugas Akhir menjelaskan bagaimana peran perancangan UI/UX berjalan dengan baik.

Data Lembaga Terkait



Gambar 1. Logo PMI
(Sumber: www.pmi.or.id)

Nama Organisasi : Palang Merah
Indonesia Kabupaten Bandung
Jenis Organisasi : Organisasi
Kemanusiaan
Alamat : Jl. Terusan Al-Fathu
Km. 17 Soreang, Kab. Bandung
Jam Operasional : 24 Jam Senin-
Minggu
Telepon : (022) 589 1313
Email :
admin@pmikabbandung.or.id
Website :
www.pmikabbandung.or.id

Wisata De Tjolomadoe merupakan objek wisata sejarah yang berlokasi di Jalan Adi Sucipto No. 1, Paulan Wetan, Malangjiwan, Colomadu, Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah 57177. De Tjolomadoe merupakan bekas Pabrik Gula (PG) Colomadu yang didirikan oleh Mangkunageran IV pada tanggal 8 Desember 1861 yaitu didirikan oleh kebangsaan Jerman bernama R. Kampf. Pada tanggal 1 Mei 1998 Pabrik Gula (PG) Colomadu ditutup oleh PT. Perkebunan Nusantara IX (PTPN). Setelah ditutup ±20 tahun Pabrik Gula (PG) Colomadu direvitalisasi pada April 2017 dan diresmikan pada 24 Maret 2018 oleh sejumlah Badan Usaha Milik Negara (BUMN). De Tjolomadoe memiliki fasilitas yang beragam, yaitu museum, *merchandise shop*, kafe, dan *convention*.

Adapun Visi dan Misi Palang Merah Indonesia sebagai organisasi yang bergerak dalam bidang kemanusiaan, terutama tugas kepalang merah adalah sebagai berikut :

VISI

Menjadi Perhimpunan Nasional yang berkarakter, Profesional, Mandiri dan dicintai masyarakat.

MISI

1. Menjadi organisasi kemanusiaan terdepan yang memberikan layanan berkualitas melalui kerja sama dengan masyarakat dan mitra sesuai dengan prinsip-prinsip dasar Gerakan Palang Merah dan Bulan Sabit Merah
2. Meningkatkan kemandirian organisasi PMI melalui kemitraan strategis yang berkesinambungan dengan pemerintah, swasta, mitra gerakan dan pemangku kepentingan lainnya di semua tingkatan.
3. Meningkatkan reputasi organisasi PMI di tingkat Nasional dan Internasional.

Data Khalayak Sasaran

a) Geografis

1. Kabupaten : Bandung

b) Demografis

1. Usia : 17- 25 tahun
2. Pekerjaan : Pelajar, Mahasiswa, Karyawan
3. Jenis Kelamin : Laki-laki, Perempuan

c) Psikografis

1. Generasi muda pengguna smartphone
2. Tertarik dengan visual yang ada pada media informasi
3. Familiar dengan aplikasi smartphone

Data Hasil Kuesioner

Berikut adalah analisis hasil data kuisisioner yang sudah disebarakan secara *online*. Responden di dominasi oleh perempuan yang berusia 18-24 tahun dengan perbandingan 52,6% untuk responden perempuan dan 47,4% laki-laki. Mayoritas responden berprofesi sebagai mahasiswa dengan presentase 91%. Mayoritas responden mengetahui tentang Palang Merah Indonesia dan mengetahuinya melalui *event*, *event* dimaksud disini adalah *mobile* unit yang bertugas melakukan pengambilan donasi di instansi atau *event* yang diundang. Menurut 55.1% responden saat ini PMI belum mampu merangkul generasi muda dan masih banyak responden belum mengetahui aktivitas dari PMI selain donor darah. Hal ini dikarenakan penyebaran informasi dari PMI belum baik menurut 79,5% responden. 51.3 % responden pernah melakukan donor darah dan sisanya belum rata-rata yang sudah melakukan donor darah jarang melakukannya atau tidak sering dan secara berkala. Mayoritas responden mengetahui informasi seputar donor darah dengan mendatangi *mobile* unit secara langsung, sebagian juga ada yang mendapatkan info dari sosial media. Mayoritas responden mengetahui manfaat dari donor darah dan setelah mengetahui manfaat dari donor darah mereka tertarik melakukan donor darah. Responden adalah

pengguna *smartphone* dan mampu menggunakan aplikasi dalam *smartphone* dengan presentase penggunaan 43,6% menggunakan *smartphone* sekitar 8-11 jam, 30,8% 4-7 jam, 14,1% diatas 12 jam dan sisanya menggunakan *smartphone* 1-3 jam. Responden rata-rata menggunakan *smartphone* untuk sosial media dan mereka menggunakan aplikasi untuk memudahkan kegiatan sehari-hari. Semua responden menganggap bahwa dengan adanya aplikasi dari PMI akan sangat membantu.

Data Hasil Wawancara

a) Wawancara humas PMI Kabupaten Bandung

Pmi Kabupaten Bandung berdiri sekitar tahun 1980-an bertepatan dengan pemekaran wilayah Bandung. Aktivitas PMI bukan hanya pada donor darah melainkan juga berkaitan dengan aktivitas kemanusiaan lainnya seperti penanggulangan bencana, pembentukan relawan pada tingkat kabupaten hingga ke desa, pelayanan kesehatan berupa poliklinik. Semenjak berdirinya PMI Kabupaten Bandung hingga saat ini, PMI Kabupaten Bandung belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi yang sudah berkembang saat ini. Contohnya pada penggunaan sosial media belum sepenuhnya terkelola secara maksimal. Dalam segi promosi PMI Kabupaten Bandung mampu melakukannya penyampaian informasi baik mengenai donor darah atau hal lainnya dari PMI Kabupaten Bandung masih sangat kurang. Misalnya dalam segi penggunaan kartu donor darah PMI Kabupaten Bandung masih menggunakan cara lama yaitu cetak secara konvensional, yang mana hal ini mengakibatkan perlunya anggaran yang cukup besar. Pengelolaan database pendonor pun masih dilakukan secara konvensional.

b) Wawancara dengan humas UTD PMI Kabupaten Bandung

Aktivitas donor darah adalah proses pengambilan darah seseorang secara sukarela untuk kemudian disimpan dalam bank darah sebagai stok darah. Sedangkan transfusi adalah pemberian darah secara sukarela oleh pendonor yang sudah melalui tes kesehatan. Donor darah sendiri banyak sekali manfaatnya bagi kesehatan dan juga psikologis. PMI Kabupaten Bandung belum mampu merangkul generasi muda sebagai target pendonor nya karena cara yang digunakan masih tergantung dengan cara lama. Untuk mendapatkan informasi tentang donor darah, pendonor harus mendatangi UTD ataupun *mobile unit* yang sedang bertugas di instansi atau acara yang mengundangnya. Hal ini mengakibatkan kurangnya akses informasi bagi para pendonor baru dan lama dalam mendapatkan informasi seputar donor darah.

Analisis

Terdapat beberapa analisis yang digunakan dalam perancangan Tugas Akhir ini, yaitu:

1. Analisis Media Promosi Terdahulu
Penggunaan media promosi belum maksimal, dimana belum memiliki kesatuan desain yang satu sistem dengan identitas logo yang digunakan. Sehingga, konsep media promosi yang digunakan masih sesuai dengan tujuan masing-masing dan tidak memiliki keseimbangan antara media yang satu dengan yang lain.
2. Analisis Matriks Perbandingan

Berdasarkan hasil analisis matriks pada data proyek terdahulu yaitu website didapatkan kesimpulan Semua perbandingan diatas dapat disimpulkan sebagai acuan diperlukan 7 elemen diatas. Mulai dari penentuan tema atau warna, tipografi yang sesuai, penyesuaian dimensi, dan penggunaan icon yang mudah dipahami.

Lalu analisis pada proyek terdahulu yaitu x-banner didapatkan kesimpulan dari karya X-banner tersebut menggunakan warna dominan merah sebagai warna identitas dari PMI, namun tulisan yang tidak terbaca karena penggunaan warna kuning diatas merah, layout tidak beraturan membuat sulit informasi yang mana yang harus dibaca terlebih dahulu, penggunaan jenis huruf yang terlalu banyak dan sangat kontras dengan informasi.

Berdasarkan hasil analisis matriks pada proyek sejenis dengan membandingkan menggunakan teori desain didapatkan kesimpulan Dapat disimpulkan penggunaan warna dominan merah pada ketiga aplikasi menjadi ciri khas dari identitas PMI dan juga aplikasi, tipografi yang digunakan adalah sans serif, *layout* ketiganya menggunakan *linear vertical*. Namun pada aplikasi PMI Sumbar Penggunaan huruf *bold* pada *body text* sangat tidak sesuai dan sulit untuk dibaca dan dibedakan dengan *headline*.

Sedangkan matriks perbandingan menggunakan teori UI didapatkan kesimpulan Semua perbandingan diatas ini dapat disimpulkan sebagai contoh atau acuan terhadap desain user interface ini harus memerlukan 7 elemen diatas. Mulai penentuan tema yang sesuai dengan produk yang akan dibuat dengan menyesuaikan warna, font, dan layout. Pemilihan matrik grip sangat berguna untuk menentukan agar si pengguna tidak mendapatkan kesalahan dalam tampilan aplikasi. Penyesuaian dimensi ukuran perangkat sangat disesuaikan agar desain tampilan terlihat menarik dan mengurangi kesalahan dalam penggunaan. Penggunaan iconography sangat menarik dalam aplikasi selain mencerminkan sesuatu yang baru dari aplikasi tersebut juga memberikan identitas serta memberikan *experience* terhadap pengguna

Konsep Komunikasi

Big Idea

Perancangan aplikasi ini bermula dari ide “ingin membuat sebuah aplikasi yang mempermudah pendonor untuk melakukan donor darah baik untuk mengetahui informasi lokasi maupun sebagai pengingat kapan harus mendonor, selain itu menjadi tempat untuk pmi berbagi informasi seputar kegiatan nya”

Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi yang digunakan dalam perancangan ini adalah mengajak pendonor di PMI Kabupaten Bandung baik pendonor aktif maupun pendonor pemula agar lebih mudah mendafatkan info tentang donor darah. Target yang dituju adalah anak muda maka aplikasi akan dibuat menarik dan menggunakan ilustrasi.

Penggunaan Bahasa Indonesia supaya pendonor atau target audience yang menggunakan aplikasi lebih mudah memahami isi serta informasi yang ditampilkan pada aplikasi.

Konsep Kreatif

Konsep kreatif dalam perancangan aplikasi ini adalah dengan menggunakan ilustrasi berupa maskot yang akan menjadikan identitas tersendiri atau pembeda dengan aplikasi PMI lainnya, adapun pendekatan visual yang akan dilakukan adalah sebagai berikut :

a) Ilustrasi

Ilustrasi yang akan digunakan adalah ilustrasi digital dengan peng gayaan *flat design*, dengan mayoritas menggunakan desain karakter yang telah disesuaikan dengan konsep.

b) Fitur

Fitur yang digunakan dalam aplikasi ini meliputi 3 bagian yang pertama branding, informasi dan juga kampanye.

c) Sosial media

Menggunakan sosial media sebagai penarik perhatian pengguna agar *mendownload* aplikasi ini

d) Barcode

Menggunakan fitur barcode pada setiap karya visual seperti poster, xbanner, sosial media dan lain-lain yang telah terintegrasi dengan aplikasi. Agar pengguna dengan mudah *mendownload* aplikasi.

e) Maskot

Penggunaan desain maskot bertujuan untuk menarik perhatian pengguna muda, selain itu dengan adanya maskot agar komunikasi yang disampaikan menarik untuk dilihat. Penggunaan maskot juga bertujuan untuk branding PMI agar terkesan lebih merangkul generasi muda.

f) Icon

Icon yang digunakan akan sangat sederhana agar pengguna tidak kebingungan dengan maksud dari icon tersebut

(Sumber : Dokumentasi Penulis)

Konsep Visual

Konsep visual pada perancangan Tugas Akhir ini terdiri dari beberapa elemen, yaitu:

1. Ilustrasi

Pada perancangan Tugas akhir ini menggunakan unsur ilustrasi berupa maskot yang komunikatif, maskot ini akan membuat perhatian agar informasi yang disampaikan lebih menarik untuk disajikan kepada pengguna. Selain itu penggunaan maskot juga akan terkesan lebih merangkul kepada generasi muda adapun referensi dari maskot atau ilustrasi yang akan dibuat adalah sebagai berikut :



Gambar 4.1 Referensi Maskot
(Sumber: : www.behance.com)

2. Tipografi

Menggunakan font sans serif keseluruhan baik headline maupun bodytext pada aplikasi. Penggunaan tipografi yang bernama montserrat akan mewakili konsep yang dirancang dalam aplikasi ini.



Gambar 4.1 Tipografi
(Sumber: : www.pinterest.id)

3. Warna

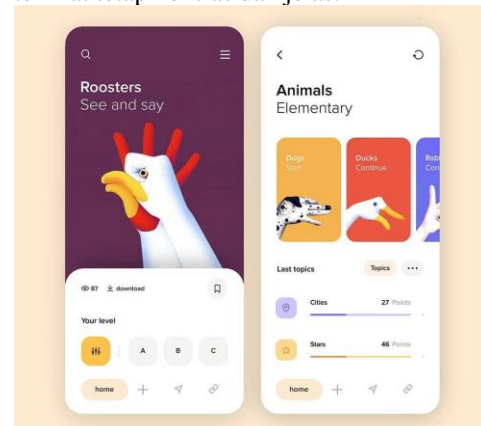
Pemilihan Warna sangat penting dalam merancang sebuah aplikasi, agar sesuai dengan identitas dari PMI, maka dari itu penggunaan warna yang digunakan pengembangan dari warna pada *graphic standart manual* PMI itu sendiri.



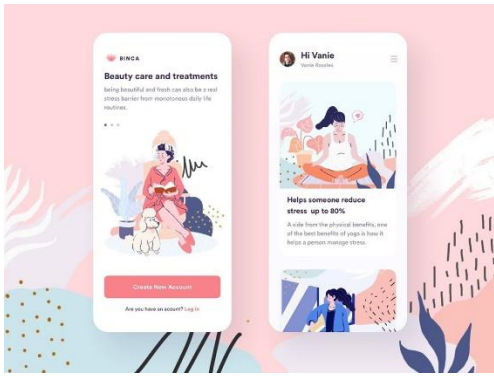
Gambar 4.2 Warna
(Sumber: : [dokumentasi pribadi](#))

4. Layout

Menggunakan konsep layout minimalis dan simpel agar memudahkan penggunaan aplikasi, layout yang digunakan adalah linear horizontal dan linear vertikal ke bawah yang akan digunakan di konten media promosi juga menggunakan warna-warna tersebut yang terlihat tetap kontras dan jelas.



Gambar 4.3 Layout linear horizontal
(Sumber: : [instagram](#))



Gambar 4.4 Layout linear vertical



Tampak depan Tampak Samping Tampak 3/4 depan Tampak Belakang

Gambar 4.5 Maskot



Gambar 4.6 Menu aplikasi

Konsep Media

a) Media utama

Penulis menggunakan media *smartphone* karena dimiliki oleh semua target khalayak sasaran, dalam media ini spesifikasi yang digunakan adalah sebagai berikut ;

1. Sistem operasi : Android
2. Screen density : HDPI
3. Ukuran layar : Ratio 16:9
menyesuaikan perangkat

b) Media pendukung

1. X-banner

X-banner akan ditempatkan pada setiap acara donor darah yang diadakan oleh PMI, yang akan berisi promosi dan informasi dari aplikasi ini, serta akan diberikan *barcode* yang dapat di *scan* oleh pengunjung agar mudah melakukan *download*.

2. Poster Online (Sosial media)

Poster akan di *upload* pada sosial media dari PMI sebagai promosi dari aplikasi tersebut.

3. Merchandise

Merchandise ini digunakan sebagai penarik perhatian pengguna agar mengunduh aplikasi tersebut.



Gambar 4.7 Asset ilustrasi

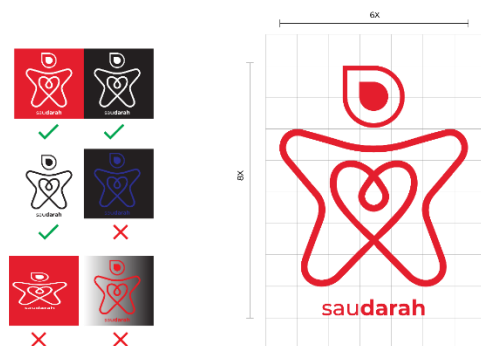
Konsep Bisnis

Tabel 4.1 Bisnis model kanvas

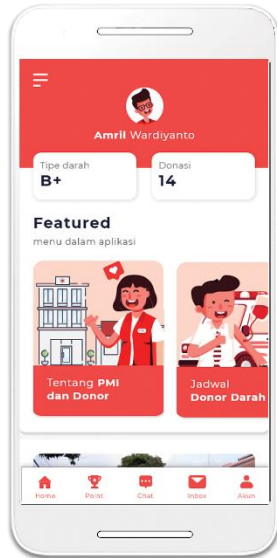
Key Partners	Key Activities	Value Proposition	Customer Relationship	Customer Segments
<ul style="list-style-type: none"> • Developer Aplikasi • Percontakan • Vendor 	<ul style="list-style-type: none"> • Maintenance aplikasi • Mengingatkan user untuk donor darah • Desain Interface • Desain User Experience 	<ul style="list-style-type: none"> • Kecepatan • Membantu para pencari darah dalam keadaan darurat menemukan pendonor • memudahkan para pendonor mengatur jadwal donor • Desain interface yang menarik untuk anak muda 	<ul style="list-style-type: none"> • Memberikan reward point kepada user agar dapat mendapatkan hadiah • mengingatkan waktu mendonor • memberikan <i>challenge</i> kepada pendonor 	<ul style="list-style-type: none"> • Para pendonor pemula • para pendonor aktif PMI Kabupaten Bandung • Usia 17-25 tahun • pekerjanya Pelajar, Mahasiswa, Karyawan • Pengguna <i>Smartphone</i>
	<p>Key Resources</p> <ul style="list-style-type: none"> • Komputer • Software UI/UX • UI/UX Designer 		<p>Channels</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aplikasi Mobile • Sosial Media <ul style="list-style-type: none"> - Instagram - Facebook - Twitter - Line 	
<p>Cost Structure</p> <ul style="list-style-type: none"> • Biaya Developer Aplikasi • Biaya Maintenance • Biaya Cetak Merchandise • Biaya iklan • Biaya Internet 		<p>Cost Streams</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pemasangan iklan kepada yang ingin beriklan 		

Sumber (dokumentasi pribadi)

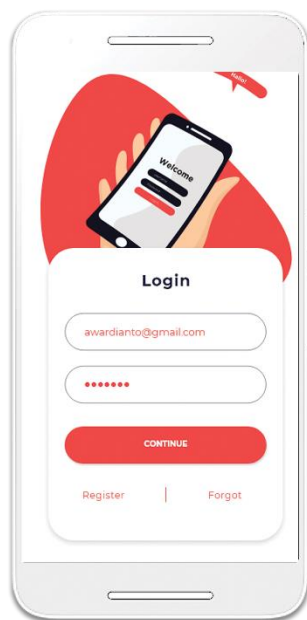
Hasil Perancangan



Gambar 4.8 Logo aplikasi



Gambar 4.9 Tampilan menu awal



Gambar 4.10 Tampilan menu Login

Kesimpulan

Kebutuhan darah yang terus meningkat setiap tahunnya mengharuskan PMI Kabupaten Bandung untuk lebih produktif dalam mengumpulkan kantong darah. Hal ini harus diimbangi dengan cara yang dilakukannya. Era kemajuan teknologi saat ini merupakan sebuah peluang untuk PMI Kabupaten Bandung untuk lebih mudah melakukan tugasnya dengan memanfaatkan kemajuan teknologi.

Saudarah merupakan sebuah layanan aplikasi yang dibuat untuk PMI Kabupaten Bandung untuk memudahkan cara kerjanya. Dengan memanfaatkan teknologi berupa aplikasi yang *online* maka semua database baik profil pendonor, database kesediaan kantong darah, semua terintegrasi dalam satu layanan aplikasi. Dengan memanfaatkan sistem poin diharapkan akan menarik perhatian para pendonor baru untuk melakukan donor darah.

Saat ini sudah banyak aplikasi yang dibuat oleh PMI daerah lain, namun aplikasi Saudarah hadir dalam bentuk tampilan yang menarik untuk digunakan oleh anak muda. Berdasarkan hasil kuisioner dengan adanya aplikasi tersebut para pendonor baru tertarik melakukan donor darah.

Dengan lengkapnya semua hasil rancangan prototype aplikasi ini penulis berharap dapat membantu PMI Kabupaten Bandung untuk melakukan aktivitasnya sehingga tidak ada lagi permasalahan kekurangan stok kantong darah di daerah Kabupaten Bandung.

Saran

Berdasarkan hasil perancangan dan laporan dari penulis untuk meyempurnakannya. Penulis memberi saran kepada penulis dan perancangan kedepannya yaitu:

1. Memperhatikan ukuran elemen-elemen visual dalam aplikasi terutama *icon* agar pengguna nyaman menggunakan aplikasi tersebut
2. Memperhatikan penggunaan warna yang sesuai dengan mengeksplere warna yang sesuai dalam perancangan UI/UX agar nyaman dilihat oleh pengguna
3. Mencari data selengkapnya dalam untuk dasar dalam perancangan.
4. Melakukan manajemen waktu yang baik jika diperlukan membuat unsur elemen visual dalam sebuah aplikasi agar semuanya terstruktur hingga akhir perancangan

Daftar Pustaka

Galitz, Wilbert O. (2007). *The Essential Guide to User Interface Design: An Introduction to GUI Design Principles and Techniques*. Indianapolis, IN: Wiley Publishing

Garrett, Jesse J. (2011). *The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond*. Berkeley, CA: New Rider.

Koentjaraningrat, (1980). *Pengantar Antropologi*, Jakarta:Aksara Baru.

Kusrianto, Adi. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Penerbit ANDI

Mobile Marketing Association. (2008). *Mobile Applications*. New York: Mobile Marketing Association.

Safanayong Yongky, (2006). *Desain komunikasi visual Terpadu*, Jakarta: ARTE INTERMEDIA

Shneiderman, Ben, (2005), *Designing the User Interface: Strategies for Effective Human-computer Interaction*, Pearson/Addison Wesley.

Soewardikoen, Didit Widiatmoko, (2013), *Metodologi Penelitian Visual*, Bandung: Dinamika Komunika.

Sriwitari dan Widnyana. (2014). *Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sugiyono, (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.

Suryanto, (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi (1)*. Bandung: CV Pustaka Setia.

Tullis dan Albert. (2013). Measuring the User Experience: Collecting, Analyzing, and Presenting Usability Metrics. Waltham, MA: Elsevier Inc