

## BAB IV

### STRATEGI KREATIF

#### 4.1 Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi dalam perancangan antarmuka pengguna (UI) aplikasi "Titik Temu" menekankan pada fitur Anxiety Tracker. Generasi Z, yang cenderung menaruh minat pada visual menarik dan pesan yang mudah dipahami, merupakan kelompok yang sangat terhubung dengan teknologi. Mereka jarang terpapar hal-hal non-teknologi. Namun, tren terbaru menunjukkan minat mereka dalam aktivitas tradisional seperti melukis, memasak, dan berkebun. Konsep perancangan UI ini dianggap sesuai dengan perubahan minat tersebut, karena Generasi Z mulai mencari kegiatan di luar rutinitas digital mereka. Fitur *Anxiety Tracker* dalam aplikasi ini diharapkan dapat membantu Generasi Z dalam memantau tingkat kecemasan mereka.

Fitur ini berfungsi sebagai media komunikasi, di mana pengguna bertanggung jawab merawat satu tanaman virtual. Konsep perancangan menggabungkan tema taman dengan teknologi, mempresentasikan tanaman virtual dalam bentuk robot tanaman. Pengguna dapat merawatnya dengan memberikan air dan pupuk untuk pertumbuhan. Metode ini bertujuan mencegah kecemasan dan telah terbukti efektif, terutama selama pandemi, dikenal sebagai terapi tanaman atau *Plant Therapy*.

Berdasarkan data yang dikutip dari jurnal "Plant Therapy sebagai Upaya Menjaga Kesehatan Mental di Masa Pandemi" mengatakan bahwa terapi berkebun merupakan jenis terapi aktif yang telah diakui sebagai metode penting dalam meningkatkan kesehatan fisik, mental, dan emosional serta kualitas hidup individu. Terapi ini melibatkan interaksi antara individu dengan tumbuhan hidup, yang dikenal sebagai *Horticultural Therapy*. Melalui kegiatan menanam dan berkebun, serta keterlibatan dengan alam, program ini digunakan sebagai sarana dalam proses terapi dan rehabilitasi. Berkebun memberikan kesempatan bagi peserta untuk

merasa rileks dan menyelamatkan diri dari tekanan sosial sehari-hari (Efendi & Purbasari, 2021).

Di samping itu, pengguna dapat memperoleh tanaman baru setelah tanaman sebelumnya mencapai titik puncaknya. Namun, untuk membeli tanaman tambahan, pengguna harus menggunakan mata uang virtual yang diperoleh melalui penyelesaian tugas harian (*to do list*) dan pemantauan kecemasan melalui *Anxiety Tracker*. Semakin aktif pengguna menyelesaikan tugas dan memanfaatkan *Anxiety Tracker*, semakin banyak mata uang virtual yang mereka kumpulkan. Selain itu, mata uang virtual juga dapat diperoleh dengan menonton video edukatif tentang kecemasan. Semakin banyak video yang ditonton, semakin banyak pula mata uang virtual yang diperoleh oleh pengguna.

Salah satu metode yang efektif dalam meningkatkan produktivitas dan mengurangi kecemasan pengguna adalah dengan mengajak mereka berpartisipasi dalam aktivitas yang bermanfaat, seperti berkebun. Keterlibatan dalam merawat tanaman tidak hanya meningkatkan rasa tanggung jawab terhadap kehidupan tanaman, tetapi juga berkontribusi pada pelestarian lingkungan. Misalnya, menjaga vegetasi seperti pohon dapat membantu memperbaiki kualitas udara yang semakin menurun. Hal ini dapat menjadi strategi yang relevan dalam mengelola stres sekaligus mendukung keberlanjutan lingkungan lewat perancangan aplikasi.

#### **4.2 Analisa Segmentasi, Targeting, dan Positioning**

- a. Segmentasi: Pada kerangka proyek tugas akhir ini, segmentasi dilakukan melalui pemecahan aspek-aspek tertentu, termasuk demografis, psikografis, dan status sosial. Dari segi demografis, pengguna yang ditargetkan oleh perancangan antarmuka pengguna (UI) aplikasi "Titik Temu" adalah remaja berusia 18-25 tahun dengan keterwakilan baik dari gender laki-laki maupun perempuan. Para remaja ini baru saja menyelesaikan pendidikan formal mereka dan menghadapi kekhawatiran terkait masa depan dan stabilitas finansial. Kelompok ini cenderung mengalami kehidupan sederhana atau berada dalam kelas menengah ke bawah, memerlukan dukungan dan motivasi

untuk mengatasi tantangan yang dihadapi. Target pengguna dari segi status sosial adalah remaja dengan status sosial menengah ke bawah, mencerminkan ketidakstabilan ekonomi yang mendorong mereka untuk lebih berupaya dalam berpikir dan bekerja guna menjaga stabilitas ekonomi keluarga serta meraih masa depan yang lebih cerah.

- b. *Targeting*: Berdasarkan sasarannya, desain antarmuka pengguna (UI) aplikasi "Titik Temu" ditujukan untuk kalangan remaja atau Generasi Z dalam rentang usia produktif (15-25 tahun), terutama bagi mereka yang mengalami kecemasan berlebih, baik itu berasal dari interaksi dalam lingkungan sosial maupun aspek-aspek yang terkait dengan aktivitas sehari-hari.
- c. *Positioning*: Perancangan antarmuka pengguna (UI) aplikasi "Titik Temu" bertindak sebagai upaya pertama dalam menyediakan pendekatan psikoedukatif bagi remaja di Indonesia yang kerap mengalami kecemasan terkait dengan aspek kehidupan sehari-hari.

#### 4.3 Analisa Model 5W+1H

- a. *What* (Apa)  
Penentuan fitur inti dalam perancangan antarmuka pengguna (UI) aplikasi "Titik Temu," seperti Threads, Community, dan Anxiety Tracker, bertujuan untuk mencegah munculnya kecemasan berlebih pada kelompok remaja berusia 18-25 tahun.
- b. *Who* (Siapa)  
Penelitian ini mencakup identifikasi target utama perancangan antarmuka pengguna (UI) aplikasi "Titik Temu", yaitu pada kelompok remaja atau Generasi Z dengan rentang usia 18-25 tahun, baik laki-laki ataupun perempuan.
- c. *When* (Kapan)  
langkah-langkah atau alur pengerjaan proyek penelitian tugas akhir ini melibatkan serangkaian kegiatan, mulai dari pengumpulan data melalui

wawancara dan observasi, penyusunan proposal, hingga penyelesaian *prototype*.

d. *Why* (Kenapa)

Memberikan dukungan kepada remaja atau Generasi Z dengan rentang usia 18-25 tahun untuk mengatasi kecemasan berlebih. Usia ini menandai periode di mana remaja menghadapi berbagai perubahan signifikan dalam kehidupan mereka, menjadi masa yang penuh tantangan dengan tekanan dari berbagai aspek seperti perkuliahan, pekerjaan, dan interaksi dalam lingkungan sosial mereka.

e. *Where* (Dimana)

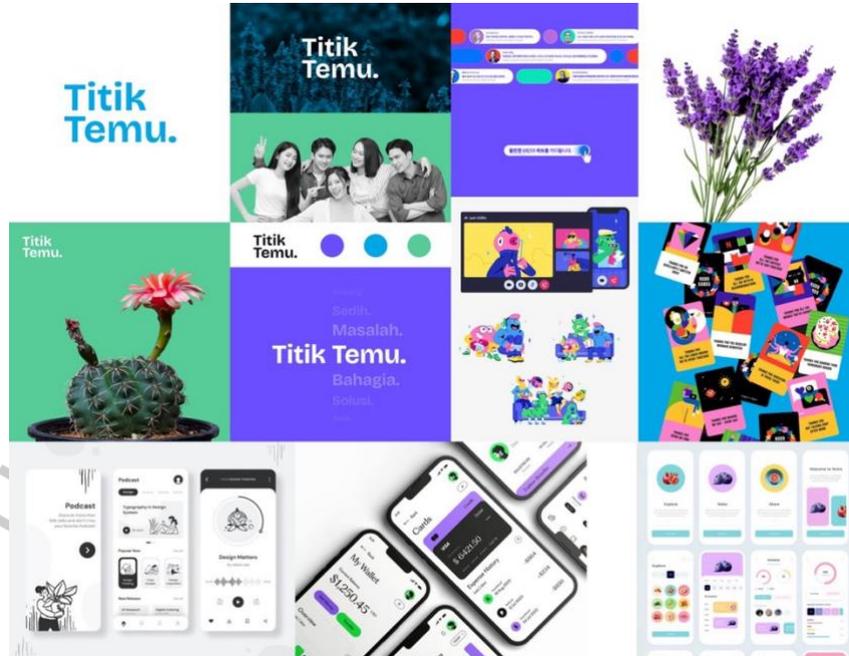
Penentuan lokasi yang optimal untuk distribusi aplikasi akan disesuaikan dengan target yang telah ditetapkan, misalnya, dapat melibatkan area Jabodetabek atau wilayah di luar Jabodetabek.

f. *How* (Bagaimana)

Faktor pemicu dan strategi pencegahan yang sesuai untuk membantu remaja mengatasi kecemasan berlebih atau *anxiety*, sejalan dengan permasalahan yang telah diidentifikasi.

## 4.4 Proses Tahapan Perancangan Media Interaktif /UI/UX Web & App

### 4.4.1 Moodboard



Gambar 4 Moodboard Perancangan Ui Aplikasi Titik Temu

Moodboard yang digunakan dalam perancangan UI aplikasi "Titik Temu" mengungkap konsep clean dan minimalist. Sentuhan warna aksen serta ilustrasi ditambahkan untuk mendukung perancangan ini agar terlihat lebih menarik dan estetik.

### 4.4.2 Konsep Perancangan

Konsep merupakan elemen krusial dalam perancangan produk, mencakup tujuan, target pengguna, fitur, fungsionalitas, dan tampilan antarmuka pengguna (*user interface/UI*). Pentingnya konsep terletak pada kemampuannya memastikan kebutuhan pengguna terpenuhi dan memberikan pengalaman yang memuaskan. Dalam merancang UI Aplikasi "Titik Temu" untuk membantu Generasi Z mengatasi kecemasan, digunakan metode psikoedukasi. Konsep besar aplikasi ini menggabungkan tema tanaman dan teknologi sebagai simbol penyembuhan individu dan kemajuan zaman. Penggabungan ini mengandung makna mendalam, di mana tanaman melambangkan kesembuhan dan teknologi mencerminkan

perkembangan zaman. Dukungan konsep ini memungkinkan penambahan fitur menarik yang membedakan "Titik Temu" dari aplikasi kesehatan mental lainnya.

a. Pra Perancangan

Sebelum memulai perancangan, peneliti melakukan beberapa riset dan juga sebuah wawancara. Peneliti mencari referensi dan juga artikel terkait topik kecemasan berlebih serta teori perancangan *User Interface* yang dapat membantu proses penyelesaian perancangan UI aplikasi ini. Peneliti menggunakan beberapa referensi dari aplikasi yang dengan beberapa kategori untuk dipelajari mulai dari fitur, layouting, pengalaman pengguna, serta beberapa teori pendukung lainnya. Hal tersebut dipelajari untuk membuat sebuah perancangan UI aplikasi yang maksimal. Selain mengumpulkan referensi dan teori, peneliti juga melakukan sebuah wawancara dengan salah satu dosen psikologi dari Universitas Pembangunan Jaya, Ibu Nadya, untuk membantu riset terkait kecemasan berlebih pada Gen Z. wawancara ini dilakukan untuk menemukan metode yang sesuai untuk dapat implementasikan ke dalam perancangan UI aplikasi nanti. Setelah melakukan wawancara, peneliti mendapatkan jawaban terkait metode, yaitu dengan menggunakan metode psikoedukasi dalam perancangan. Singkatnya, metode psikoedukasi adalah metode yang bekerja dengan cara memberikan informasi kepada para pengguna terkait kecemasan yang mereka selama ini tidak ketahui. Hal tersebut adalah metode terbaik yang dapat digunakan dalam perancangan UI aplikasi ini. Selain itu peneliti menggunakan salah satu terapi pendukung yang bernama "*Plant Therapy*". *Plant Therapy* memungkinkan para pengidap kecemasan berlebih untuk menenangkan pikiran dengan cara merawat tanaman dari di dalam rumah. Terapi ini nantinya akan berbentuk sebuah fitur tanaman virtual bagi para pengguna. Setelah mengumpulkan artikel, teori, data, dan juga referensi, peneliti memasuki tahap perancangan.

b. Perancangan

Pemilihan tema tanaman dalam perancangan UI aplikasi ini bertujuan untuk mencerminkan atmosfer ketenangan dan kedamaian. Hal ini didasarkan pada penelitian yang menunjukkan bahwa tanaman dan pohon memiliki pengaruh positif yang signifikan dalam lingkungan sekitar, seperti yang dilaporkan dalam artikel di situs web kompas.com. Keberadaan tanaman dipandang sebagai media untuk menghubungkan manusia dengan alam dan memberikan manfaat tambahan, termasuk dalam konteks filosofi Fengshui. Ada juga asosiasi antara tanaman dengan konsep-konsep seperti penyegar pikiran, simbol ekspansi, dan pentingnya hubungan sosial (Tashandra & Wadrianto, 2019).

Dalam konteks perancangan UI aplikasi "Titik Temu" yang memfokuskan pada topik kecemasan berlebih, penggabungan tanaman dengan teknologi dipandang sebagai konsep yang relevan. Tujuannya adalah untuk memberikan dukungan kepada pengguna agar merasa lebih rileks, tenang, dan damai. Melalui integrasi tersebut, diharapkan pengguna dapat lebih mudah memahami makna dari konsep atau tema utama yang disajikan dalam aplikasi tersebut.

c. Pasca Perancangan

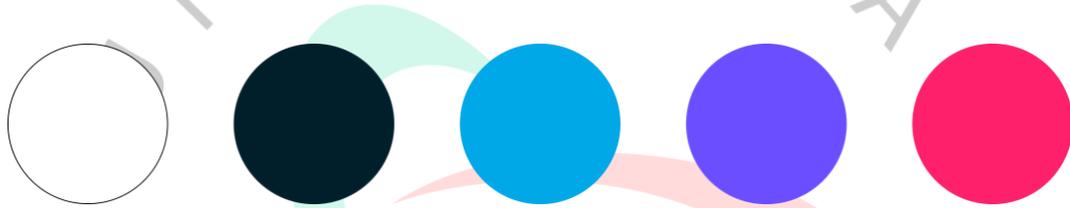
Setelah melewati proses perancangan, peneliti memasuki tahap pasca perancangan. Pada tahap ini peneliti merancang berbagai macam media pendukung untuk mempromosikan baik secara '*soft selling*' ataupun '*hardselling*', perancangan UI aplikasi yang telah dibuat. Hal ini bertujuan untuk memperkenalkan perancangan *user interface* aplikasi ini kepada masyarakat, serta menjadi bentuk kepedulian kita terhadap kecemasan berlebih baik itu pada Gen Z ataupun generasi lainnya.

Pada pasca perancangan, peneliti mempersiapkan media pendukung yang nantinya akan dipamerkan pada pameran yang akan berlangsung di Gedung A, Universitas Pembangunan Jaya. Pada pameran ini peneliti akan mengenalkan kepada para pengunjung tentang aplikasi "Titik Temu". Beberapa media pendukung dirancang sebagai representasi Gen Z ataupun benda-benda yang berhubungan dengan

Gen Z. adapun beberapa media pendukung yang peneliti rancang adalah Lanyard, Instagram feeds, Photobox frame, stiker, baju, totebag, dan masih banyak yang lainnya.

Peneliti juga melakukan kerja sama secara virtual dengan *podcast* rintik sedu untuk mengkampanyekan *anxiety* dikalangan Gen Z, dan untuk memberikan *support* kepada para Gen Z diluar sana yang merasa kesulitan mengatasi kecemasan berlebih pada diri mereka.

#### 4.4.3 Color Pallette



Gambar 5 Color Pallette yang digunakan sebagai branding dari Perancangan UI aplikasi Titik Temu

Pada perancangan UI aplikasi “Titik Temu”, peneliti menggunakan color pallette sederhana dan minimalist. Penggunaan warna putih sebagai latar belakang untuk menampilkan kesan clean dan minimalist, serta agar terlihat lebih nyaman dipandang mata akan mempermudah para pengguna dalam menggunakan perancangan UI aplikasi “Titik Temu”. Selain warna putih sebagai latar, terdapat beberapa warna aksen seperti biru, hijau, ungu, dan juga merah. Penggunaan warna aksen digunakan untuk memperkuat branding dan juga sebagai pendukung perancangan agar lebih menarik dan mudah dipahami.

- Biru: Warna biru melambangkan kepercayaan, stabilitas, dan ketenangan. Warna ini sering digunakan untuk mewakili perusahaan atau organisasi yang profesional dan terpercaya.
- Hijau: Warna hijau melambangkan pertumbuhan, keseimbangan, dan kesuburan. Warna ini sering digunakan untuk mewakili alam dan kesehatan.

- Ungu: Warna ungu melambangkan sisi spiritual, elegan, dan juga memiliki perasaan yang positif. Warna ini juga sering mewakili kesan keanggunan dan kebijaksanaan

Merah: Warna merah melambangkan keberanian dan kekuatan. Sebagai media yang mendukung perubahan ke arah yang lebih baik untuk para remaja khususnya Gen Z, aksesoris warna merah cocok digunakan untuk melambangkan proses untuk berubah menjadi lebih baik.

#### 4.4.4 Font



*Gambar 6 Font yang digunakan pada perancangan UI aplikasi Titik Temu*

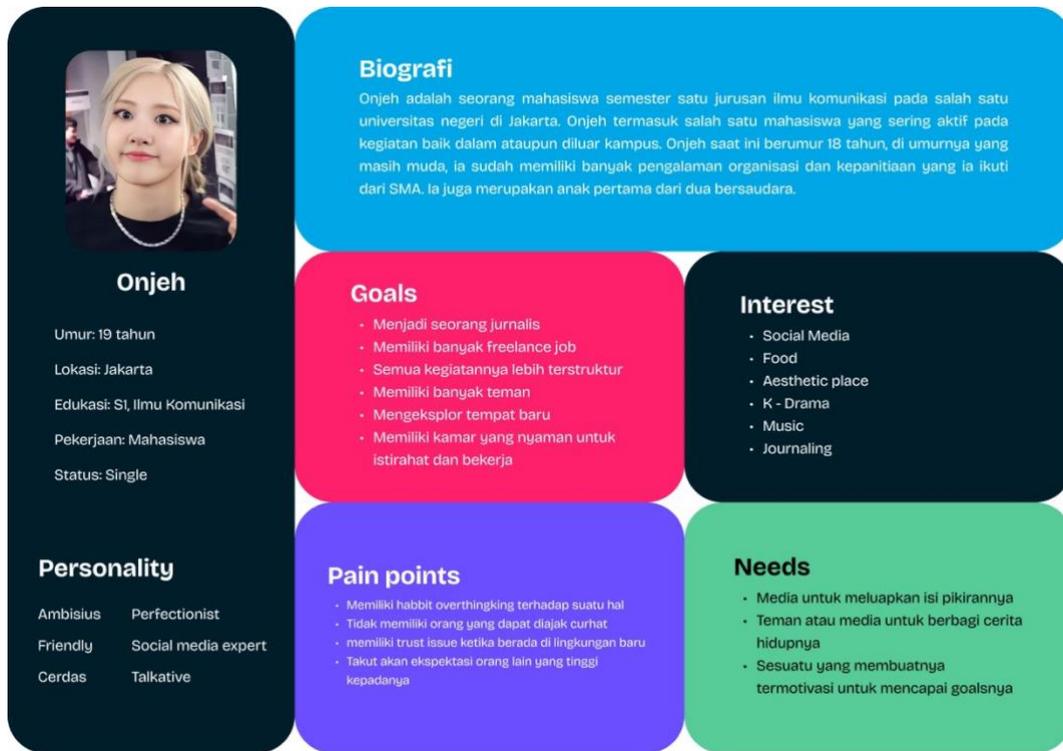
Font yang digunakan dalam perancangan UI aplikasi “Titik Temu” ada 2 tipe font. Yang pertama menggunakan Bricolage Grotesque sebagai font utama dan headline, serta “Plus Jakarta Sans” sebagai body copy. Penggunaan kedua font ini memiliki kegunaannya masing-masing.

Bricolage Grotesque digunakan sebagai font utama dalam perancangan ini sekaligus menjadi font yang digunakan dalam logo utama “Titik Temu”. Font ini memiliki bentuk dinamis dan tidak terlalu kaku, serta masih menunjukkan kesan flora dengan bentuk lengkungan pada bentuk setiap font yang bisa menjadi lambang dari penyembuhan yang sesuai dengan tema “Titik Temu”.

Plus Jakarta Sans berperan sebagai font pendukung dalam perancangan UI aplikasi “Titik Temu”. Pemilihan font “Plus Jakarta Sans” adalah karena font ini memiliki tingkat readability yang tinggi, tegas, tetapi tidak terlalu mainstream digunakan, serta cocok untuk perancangan UI baik itu aplikasi ataupun website. Desain dari “Plus Jakarta Sans” yang tegas dan minimalis ini cocok untuk

mendukung perancangan ini terlihat lebih clean, dan memiliki tingkat keterbacaan cocok dengan para pengguna yaitu Gen Z sebagai target utama.

#### 4.4.5 Persona



Gambar 7 Onje si Overthinker sebagai persona

Persona yang akan digunakan pada perancangan UI aplikasi “Titik Temu” adalah Onje si *Overthinker*. Onje adalah seorang mahasiswa semester satu jurusan ilmu komunikasi pada salah satu universitas negeri di Jakarta. Onje termasuk salah satu mahasiswa yang sering aktif pada kegiatan baik dalam ataupun diluar kampus. Onje saat ini berumur 18 tahun, di umurnya yang masih muda, ia sudah memiliki banyak pengalaman organisasi dan kepanitiaan yang ia ikuti dari SMA. Ia juga merupakan anak pertama dari dua bersaudara.

Dibalik prestasi dan pengalaman yang sudah ia dapatkan, tanpa disadari, onje sering merasa overthinking dan merasakan kecemasan. Kecemasan yang ia alami pun seperti ketakutan akan masa depannya, dan takut tidak diterima di lingkungan sosial, itulah mengapa dia berusaha selalu aktif pada kegiatan untuk membentuk brandingnya sebagai pribadi yang bisa disukai banyak orang, ia takut

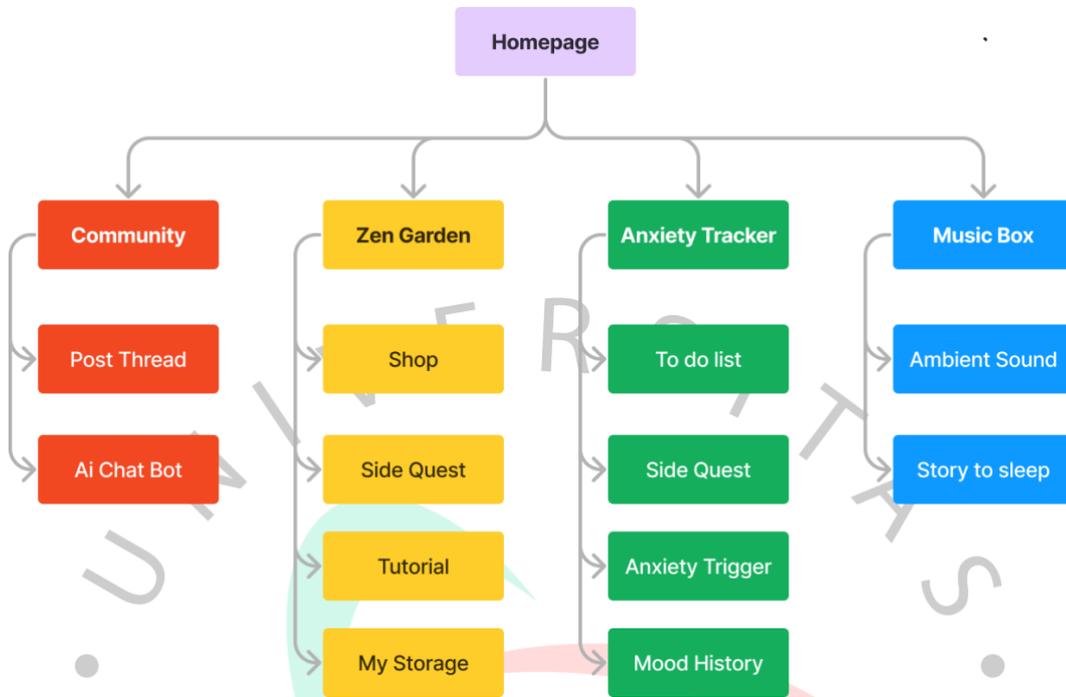
orang tidak bisa menerima dia karena cemas akan kesalahan yang mungkin tidak ia sadari ia lakukan kepada orang lain.

Ongeh juga termasuk aktif di sosial media, salah satunya Instagram dan twitter, dan bisa tergolong memiliki pengikut yang banyak. Ia sering memberikan update tentang apa yang ia kerjakan dan kegiatan yang sedang ia jalani. Ongeh juga sesekali mengunggah tentang masalah yang ia hadapi ke akun media sosialnya untuk meluapkan pikirannya, namun di satu sisi ia khawatir jika terlalu banyak berkeluh kesah malah akan membuatnya terlihat sebagai pribadi yang lemah.

Ongeh seringkali bergelut dengan pikirannya entah pada saat melamun ataupun pada saat malam hari. Ia merasa cemas terhadap kehidupannya tidak akan menjadi orang yang berhasil dan mengecewakan banyak orang. Ongeh sering merasa cemas, dan ia sadar akan hal itu, namun ongeh tidak ingin bercerita pada orang-orang terdekatnya apalagi mendatangi psikolog untuk bercerita tentang kecemasannya, karena ia merasa selama ini masih bisa menangani hal itu sendiri.

Ongeh merasa ia perlu menemukan sebuah solusi untuk dirinya sendiri agar dapat meluapkan seluruh kecemasan yang mengisi pikirannya agar dapat lebih tenang dalam menjalani hari. Namun ia bingung harus mencari solusinya dimana dan apakah ia bisa mempercayai seseorang untuk menjadi tempat bercerita.

#### 4.4.6 Sitemap



Gambar 8 Sitemap Perancangan UI aplikasi Titik Temu

#### 4.4.7 App Name

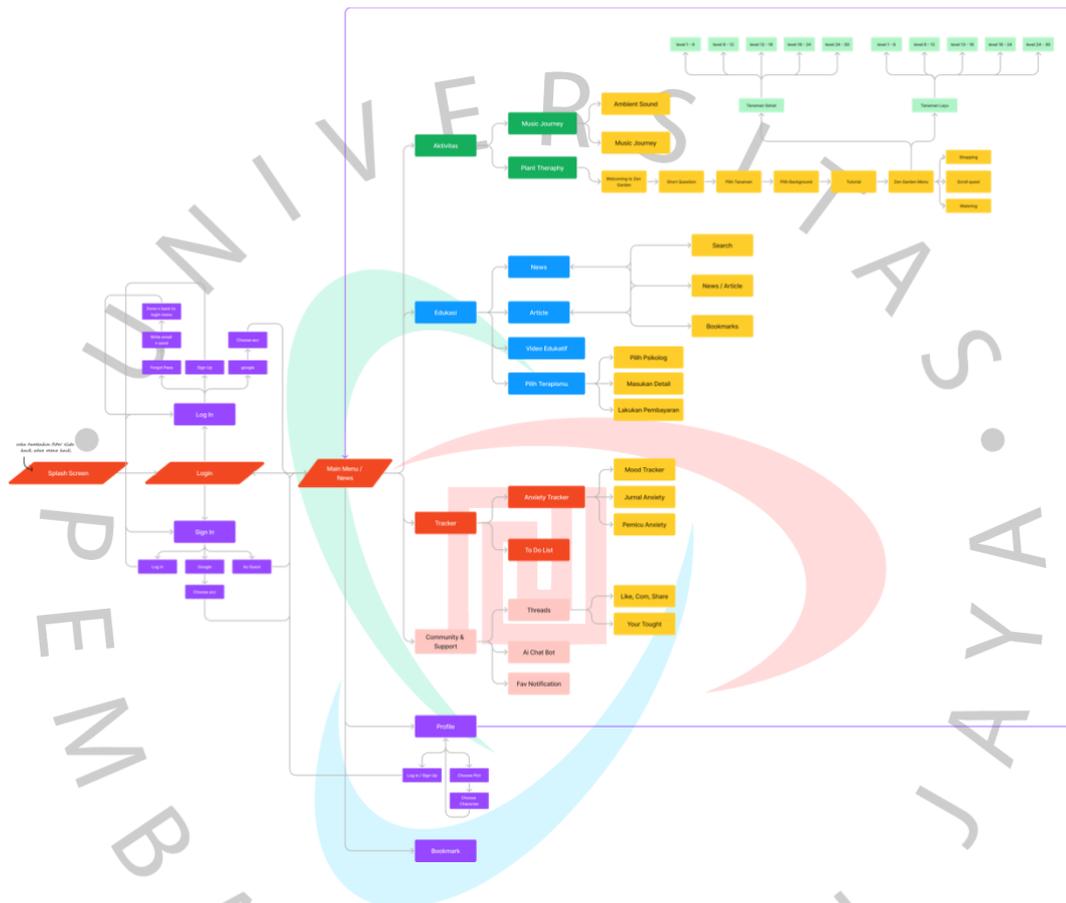


Gambar 9 logo Titik Temu

Nama brand "Titik Temu" memiliki makna yang mendalam yang menggambarkan pertemuan antara masalah dan solusi. Kata "titik" merujuk pada suatu tempat atau momen pertemuan. Dalam konteks ini, "titik temu" dimaknai sebagai tempat bertemunya berbagai elemen, seperti kebutuhan pengguna, solusi yang ditawarkan, dan nilai-nilai dari "Titik Temu" itu sendiri.

Secara keseluruhan, nama "Titik Temu" mencerminkan branding dari brand “Titik Temu” untuk menjadi media yang bermanfaat bagi semua orang, dengan menyediakan solusi yang tepat dan membangun komunitas yang Edukatif dan kolaboratif.

#### 4.4.8 Flowchart



Gambar 10 Flowchart Perancangan UI aplikasi Titik Temu

Flowchart pada perancangan UI aplikasi “Titik Temu” dimulai dari splash screen sebagai pengenalan singkat mengenai isi dari perancangan UI aplikasi “Titik Temu” kepada para pengguna.

#### 4.4.9 Grid App

### Base Unit

A base unit is an 4x4 pixel square. To create margins and padding, we add some rule that every numbers can be divided by 4



Gambar 11 penggunaan grid dan jarak margin

Penggunaan grid pada perancangan UI aplikasi “Titik Temu” mengadaptasi grid tengah yang berjarak satu kotak berukuran 18px dan jarak antar tiap elemen menggunakan kelipatan 4 dan 8 sehingga menampilkan susunan yang lebih konsisten dan terlihat lebih rapih dan minimalis.

#### 4.4.10 Low Fidelity



Gambar 12 low fidelity perancangan UI aplikasi "Titik Temu"

Low Fidelity Prototype adalah sebuah rancangan yang menggambarkan sistem dengan karakteristik mempunyai fungsi atau interaksi yang terbatas. Low Fidelity Prototype membantu peneliti untuk membuat perancangan UI aplikasi

“Titik Temu” dalam menunjukkan alur atau flow dalam menggunakan aplikasi dan juga menampilkan tampilannya.

#### 4.4.11 Wireframes

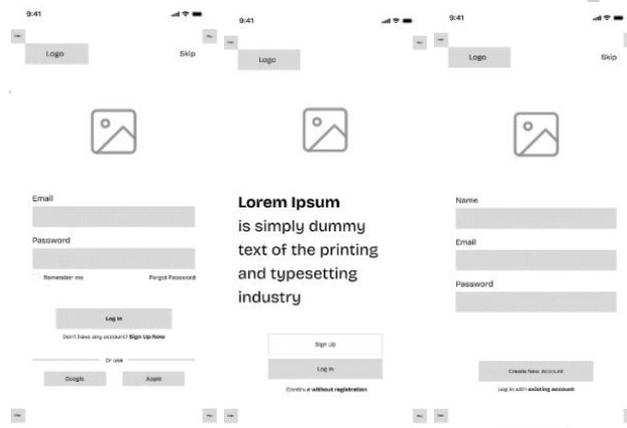
##### - *Splash Screen*



Gambar IV.13 Sketsa Wireframe bagian Splash Screen

Ketika mulai membuka perancangan aplikasi, pertama para pengguna akan memasuki menu *splash screen*. *Splash screen* ini akan berisi gambaran singkat terkait perancangan aplikasi ”Titik Temu”.

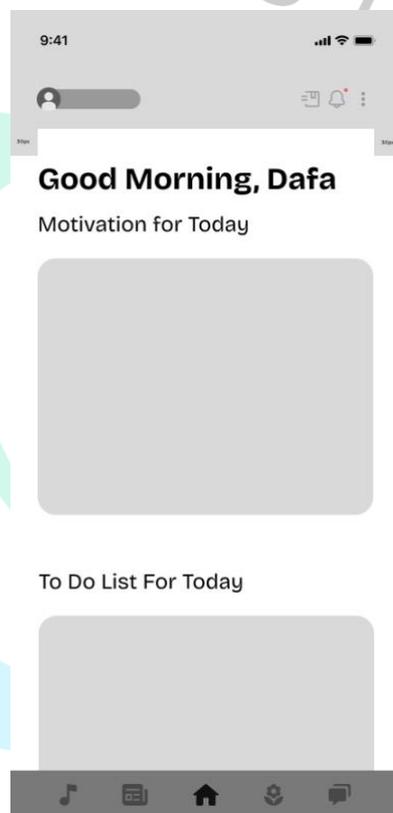
##### - *Login*



Gambar IV.14 Sketsa Wireframe menu Login

Setelah melalui *splash screen*, para pengguna akan segera diarahkan pada menu *login*. Pada menu *login* ini, para pengguna akan diberikan beberapa pilihan yaitu, login menggunakan email yang telah terdaftar, mendaftarkan email pengguna baru, dan juga dapat melanjutkan masuk kedalam perancangan UI aplikasi tanpa menggunakan email.

- *Main Menu*

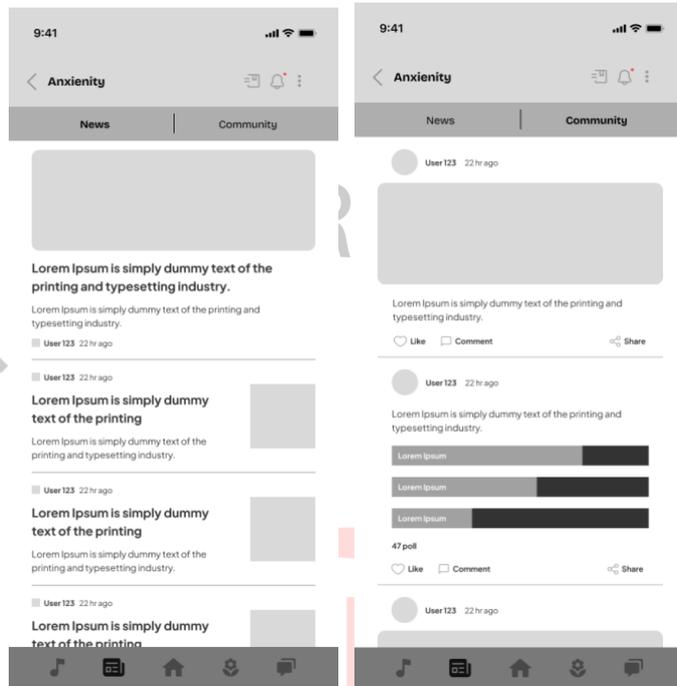


Gambar IV.15 Sketsa Wirefram Main Menu

Setelah melalui tahap *login*, para pengguna akan memasuki menu utama dari perancangan UI aplikasi ini. Pada menu utama ini, para pengguna akan melihat tampilan dan beberapa fitur yang akan dihighlight seperti postingan motivasi dan beberapa berita penting dari fitur *news and community*, lalu akan ada fitur *to do list* untuk me-remind para pengguna

untuk mengisi *to do list* dan menyelesaikan *to do list* mereka pada hari itu.

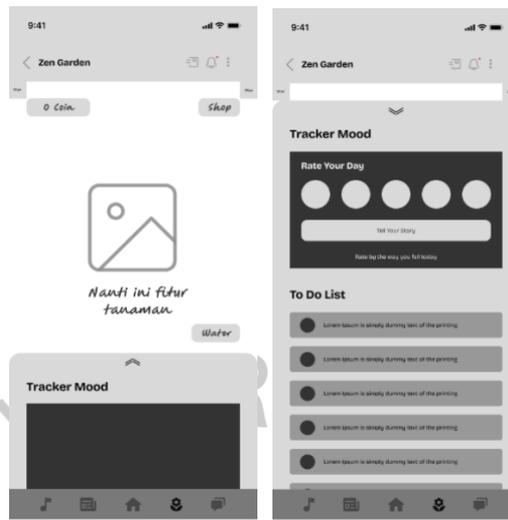
- *Anxienity (Community and News)*



Gambar IV.16 Sketsa Wireframe Menu Anxienity News dan Community

Menu *Anxienity* akan dibagi menjadi 2 *page*, pertama adalah *news* yang berisi berita dan artikel yang berkaitan dengan kecemasan berlebih atau *anxiety*. *Page* selanjutnya adalah *community*. *Community* pada perancangan UI aplikasi ini akan berisi postingan-postingan dari para pengguna lain terkait kecemasan berlebih. Para pengguna dapat mengutarakan pemikiran mereka dengan memposting *thread* atau membuat fitur poling. Selain itu mereka juga dapat *re-post* dan comment pada postingan pengguna lainnya sebagai bentuk interaksi antar pengguna.

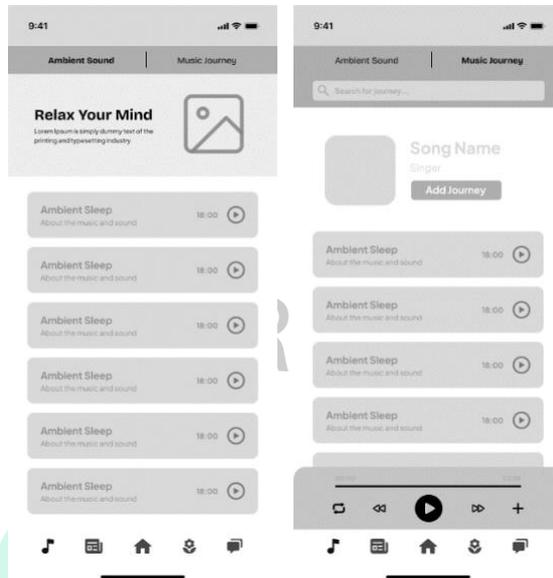
- *Zen Garden*



Gambar IV.17 Sketsa Wireframe Menu Zen Garden dan Anxiety Tracker serta To do list

*Zen Garde* akan memiliki tiga fitur utama. Pertama adalah *zen garden*, sebuah fitur interaktif yang memungkinkan pengguna untuk merawat tanaman dengan menyirami dan memberi pupuk. Tanaman akan tumbuh lebih cepat dan sehat jika pengguna menyelesaikan *to do list* harian dan melacak tingkat kecemasan mereka. Semakin banyak tugas yang diselesaikan, semakin cepat tanaman tumbuh. Pengguna juga dapat memperoleh pupuk melalui menonton video edukatif yang memberikan koin sebagai imbalan. Fitur kedua adalah *to do list*, yang membantu meningkatkan produktivitas dan mengurangi kecemasan. Fitur terakhir adalah *anxiety tracker*, di mana pengguna dapat mencatat dan mengatasi kecemasan harian mereka.

- *Music Box*



Gambar IV.18 Sketsa Wireframe Menu Music Bo, Ambient Sound dan Music Journey

Dalam *music box* ini, terdapat dua fitur utama, yakni *music journey* dan *ambient sound*. *Music journey* memungkinkan pengguna untuk melacak lagu favorit mereka pada suatu momen dengan menambahkan lagu-lagu tersebut ke dalam daftar dan menyertakan catatan terkait cerita di balik musik tersebut. Sementara itu, fitur *ambient sound* memungkinkan pengguna untuk mendengarkan suara-suara yang menenangkan seperti suara alam terbuka, kicauan burung, suara hujan, dan sebagainya. Ambient sound ini dapat digunakan untuk kegiatan meditasi atau *journaling*.

- *Ai Chat Bot*



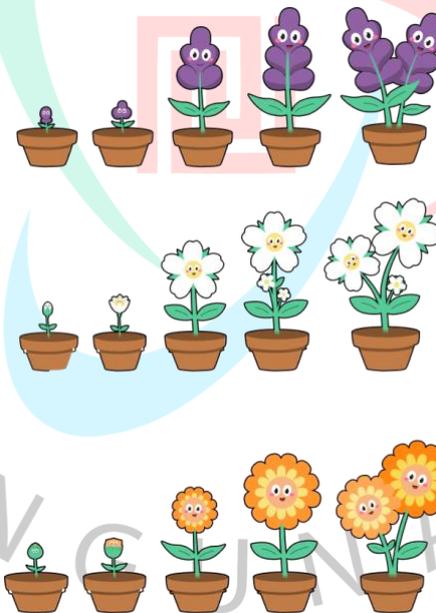
Gambar IV.19 Sketsa Wireframe Menu Ai Chat Bot

Fitur *Ai Chat Bot* diharapkan dapat meningkatkan pengalaman pengguna dalam bercerita dan berinteraksi dengan karakter anxiety, sehingga menciptakan kesan seolah-olah sedang bercerita dengan seorang teman atau ahli. Kehadiran *Ai Chat Bot* ini diharapkan dapat memberi rasa nyaman bagi pengguna yang memiliki kekhawatiran dalam berbagi cerita kepada individu lain, sehingga mereka merasa lebih bebas dan dapat bercerita tanpa rasa takut akan adanya penilaian dari lingkungan sekitar.

#### 4.4.12 Illustration



Gambar 20 ilustrasi anak muda untuk merepresentasikan Gen Z

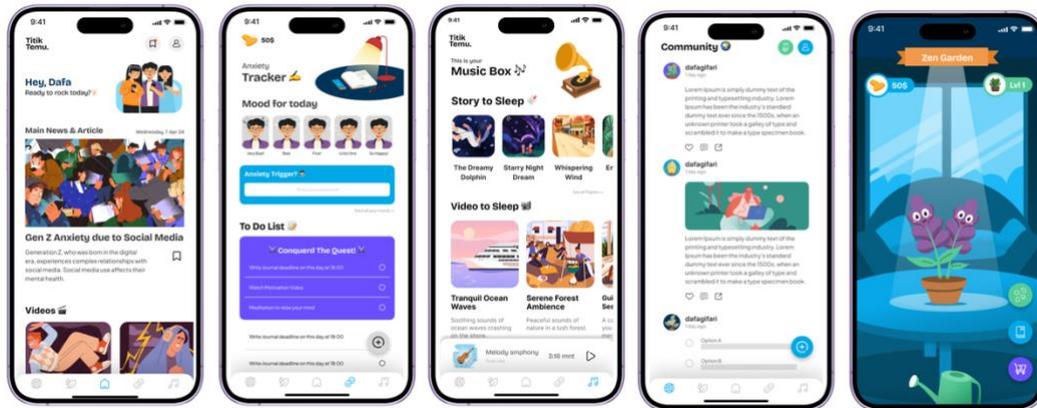


Gambar 21 ilustrasi tanaman untuk merepresentasikan metode plant therapy

Dalam perancangan UI aplikasi "Titik Temu", peneliti menerapkan berbagai ilustrasi pendukung untuk meningkatkan daya tarik visual dan mempermudah penyampaian pesan kepada pengguna. Ilustrasi tersebut terbagi menjadi dua jenis. Pertama, ilustrasi yang menggambarkan generasi Z, yang terdiri dari tiga individu:

satu laki-laki dan dua perempuan. Kedua, ilustrasi tanaman yang digunakan untuk merepresentasikan terapi tanaman (plant therapy) dengan memanfaatkan tanaman rumahan seperti jasmine, lavender, dan gerbera daisy.

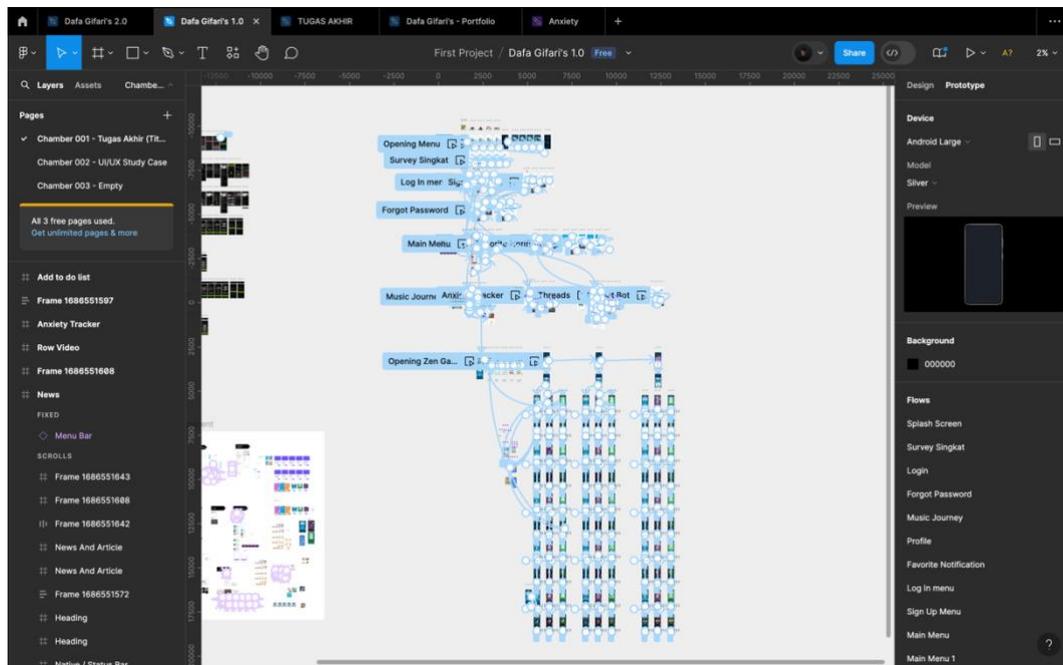
#### 4.4.13 High Fidelity



Gambar 22 Proses high fidelity pada perancangan UI aplikasi Titik Temu

Setelah melalui beberapa tahap, kita memasuki dua tahap terakhir, yaitu high fidelity. High fidelity adalah tahap di mana semua aset dan perancangan difinalisasi dari segi desain sebelum memasuki tahap prototipe. Peneliti telah melakukan beberapa quality check sebelum memasuki tahap akhir, termasuk memeriksa ketepatan desain, ukuran setiap font, ilustrasi, dan tata letak apakah sudah sesuai dengan perancangan awal. Setelah proses high fidelity atau finalisasi desain selesai, kita akan mulai memasuki tahap prototipe pada desain UI aplikasi.

## 4.5 Prototype Design



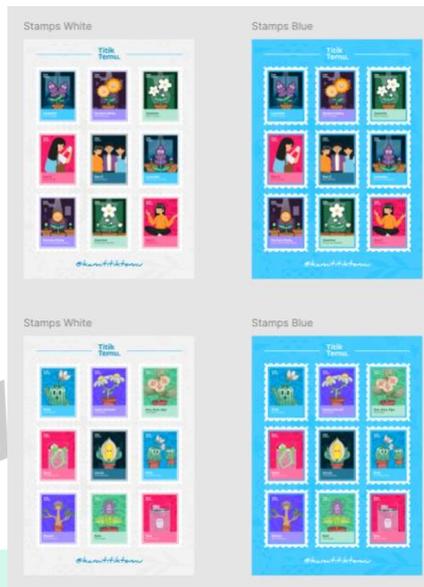
Gambar 23 proses prototyping desain aplikasi "Titik Temu"

Setelah melalui proses high fidelity, peneliti memasuki tahapan terakhir, yaitu prototyping design. Proses ini adalah dimana perancangan visual yang telah dirancang akan disusun dalam bentuk prototype agar setiap fungsi dari perancangan dapat digunakan dengan baik. Proses ini memakan waktu yang cukup lama dan ketelitian yang ekstra karena setiap detail sangat penting agar perancangan aplikasi "Titik Temu" ini dapat berjalan dengan baik dan sebagaimana mestinya.

## 4.6 Media Pendukung

Media pendukung yang digunakan oleh peneliti dalam proyek tugas akhir ini mencakup beberapa media cetak dan media digital, sebagai berikut:

- Perangko



Gambar 24 desain stiker perangko sebagai media pendukung

Perangko pada perancangan ini berbentuk stiker bertema perangko. Stiker ini efektif karena Gen Z menyukai stiker berwarna cerah yang juga memiliki unsur edukasi tentang kecemasan.

*T-shirt*



Gambar 25 Design kaos 1 sebagai media pendukung



*Gambar 26 desain kaos 2 sebagai media pendukung*



*Gambar 27 desain kaos 3 sebagai media pendukung*

digunakan sebagai media pendukung sekaligus media promosi produk "Titik Temu" saat pameran. Pengunjung yang memakai t-shirt ini akan meningkatkan kesadaran tentang "Titik Temu."

- Totebag



Gambar 28 desain totebag 1 sebagai media pendukung



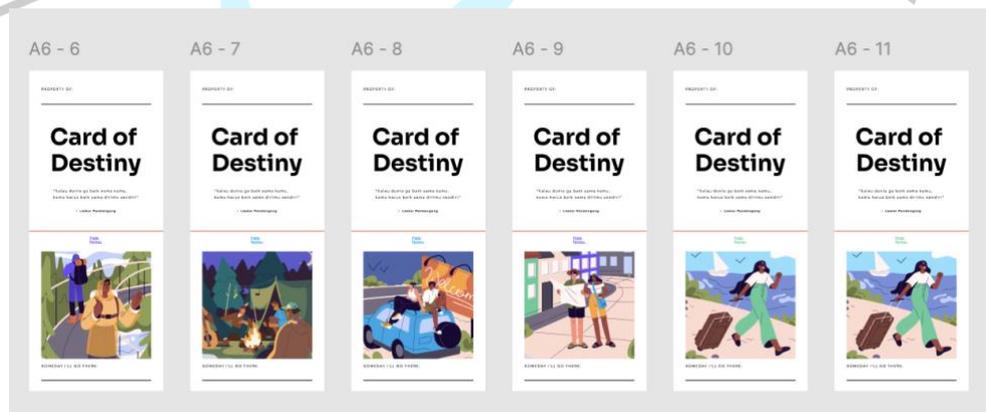
Gambar 29 desain totebag 2 sebagai media pendukung



Gambar 30 desain totebag 3 sebagai media pendukung

Totebag, yang sedang tren di kalangan Gen Z, berdesain sederhana dan menarik. Totebag ini menarik perhatian pengunjung dan mempromosikan produk "Titik Temu" kepada masyarakat yang melihatnya.

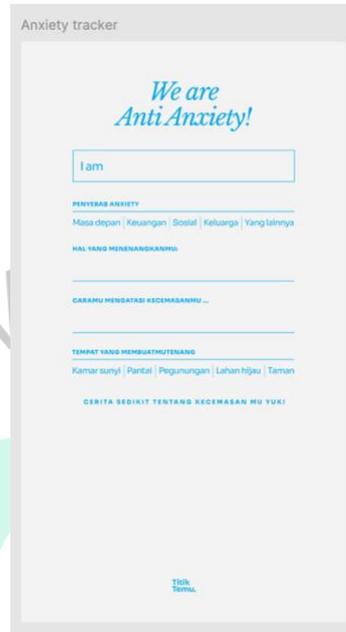
- Photocard



Gambar 31 desain photo card sebagai media pendukung

Photocard ini berfungsi meningkatkan emosi dan motivasi diri pengguna. Pengguna dapat menuliskan tujuan masa depan sebagai distraksi dari kecemasan, sehingga termotivasi untuk semangat.

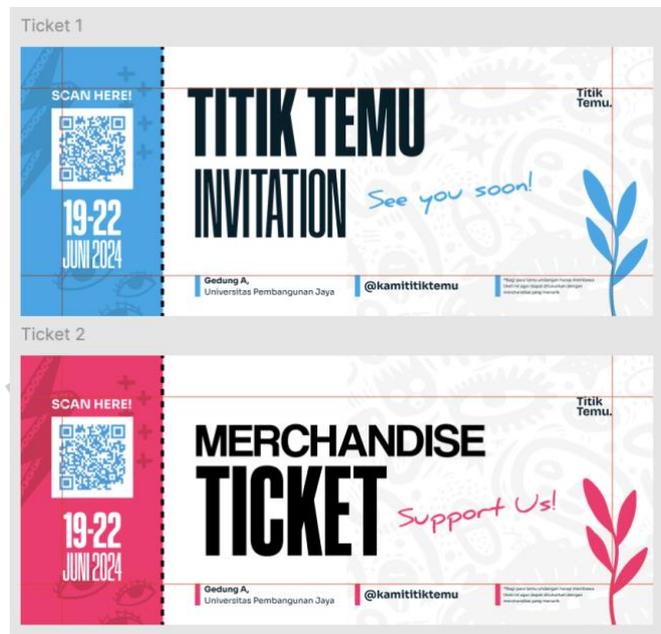
- *Anxiety tracker*



*Gambar 32 desain anxiety tracker sebagai media pendukung*

Anxiety tracker berguna sebagai media jurnaling sederhana. Pengguna dapat mencatat nama dan kecemasan yang dirasakan untuk memotivasi diri agar tidak berlarut-larut dalam kecemasan.

- Booth Ticket



Gambar 33 desain tiket sebagai undangan dan media pendukung serta promosi

Tiket digunakan sebagai media pendukung dan promosi untuk mengunjungi pameran "Titik Temu," yang mempromosikan produk penanganan kecemasan berlebih pada Gen Z. Tiket ini akan dibagikan kepada dosen dan perwakilan prodi lainnya.

- Mini sticker



Gambar 34 desain mini sticker sebagai media pendukung

Mini stiker berisi karakter, ilustrasi, dan kata-kata motivasi, yang bisa menjadi aksesoris untuk gadget atau barang-barang Gen Z.

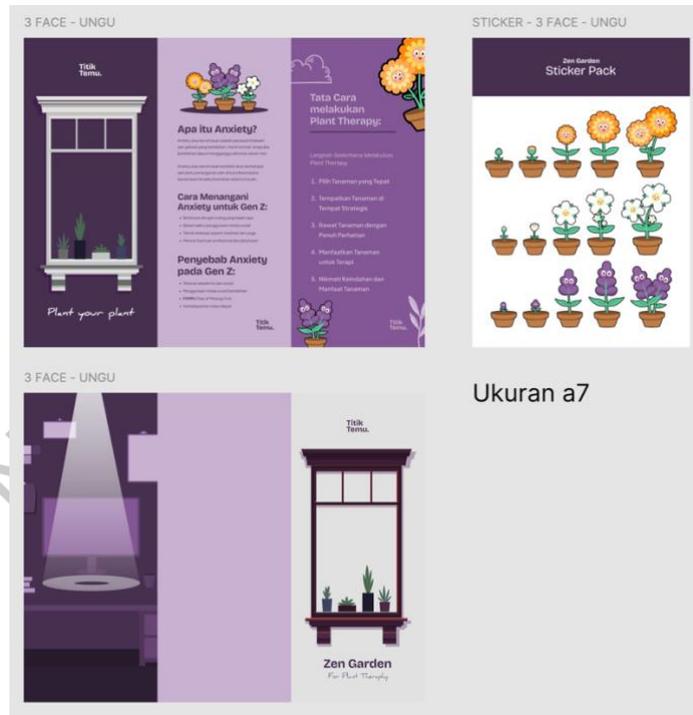
- "Time to check" card



*Gambar 35 desain time to check card sebagai media pendukung*

Kartu ini terdiri dari beberapa tema yang dapat diisi pengunjung, seperti role model favorit atau tempat yang ingin dikunjungi. Media ini berguna untuk meningkatkan motivasi mencapai tujuan masa depan, sehingga mengurangi kecemasan.

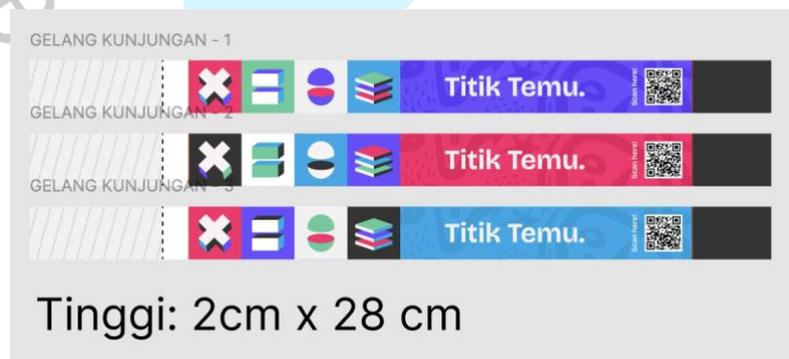
- Flyer Plant therapy (Zen garden)



Gambar 36 desain flyer zen garden sebagai media pendukung

Flyer ini berperan sebagai media pendukung dan promosi, memperkenalkan kecemasan dan metode plant therapy yang dapat dilakukan di rumah. Ini adalah fitur unggulan dalam perancangan UI aplikasi "Titik Temu."

- Gelang kunjungannya



Gambar 37 desain gelang kunjungannya sebagai media pendukung dan promosi

Gelang ini menjadi penanda bahwa seseorang telah mengunjungi booth pameran "Titik Temu."

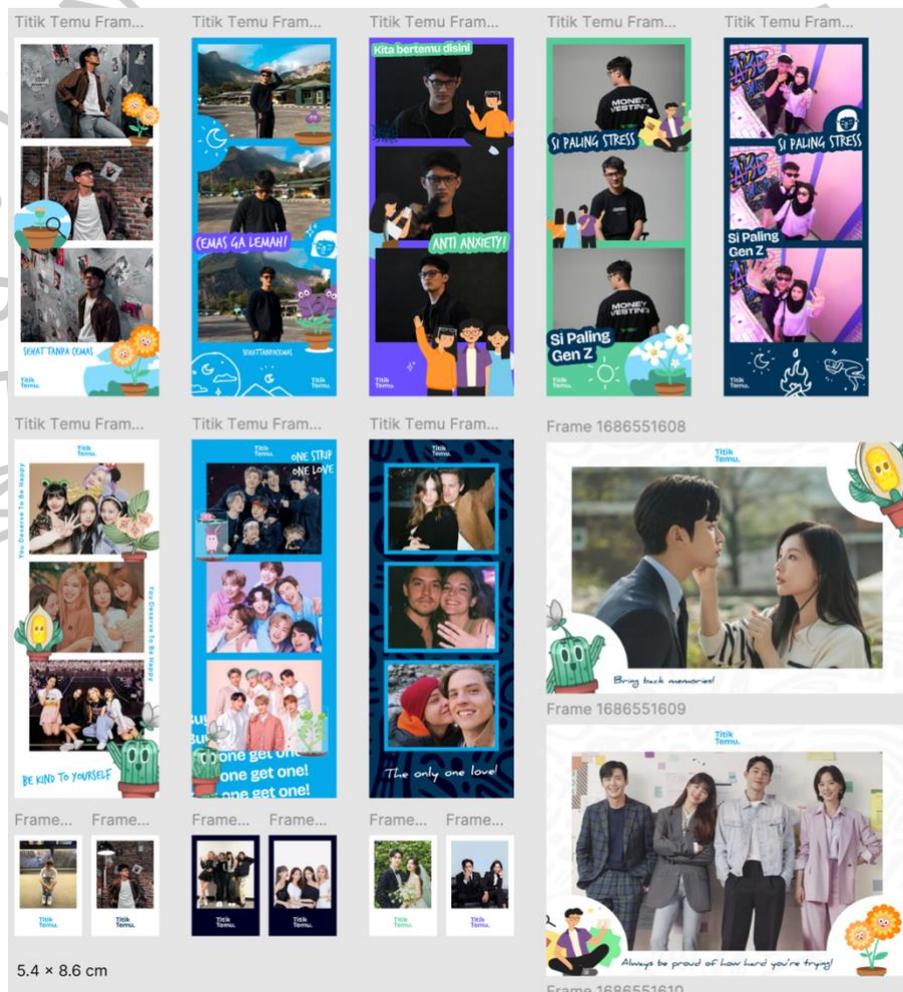
- Lanyard



Gambar 38 desain lanyard sebagai media promosi

Lanyard berguna sebagai media pendukung yang sering digunakan Gen Z untuk menggantung kartu nama, e-money, dan kartu lainnya.

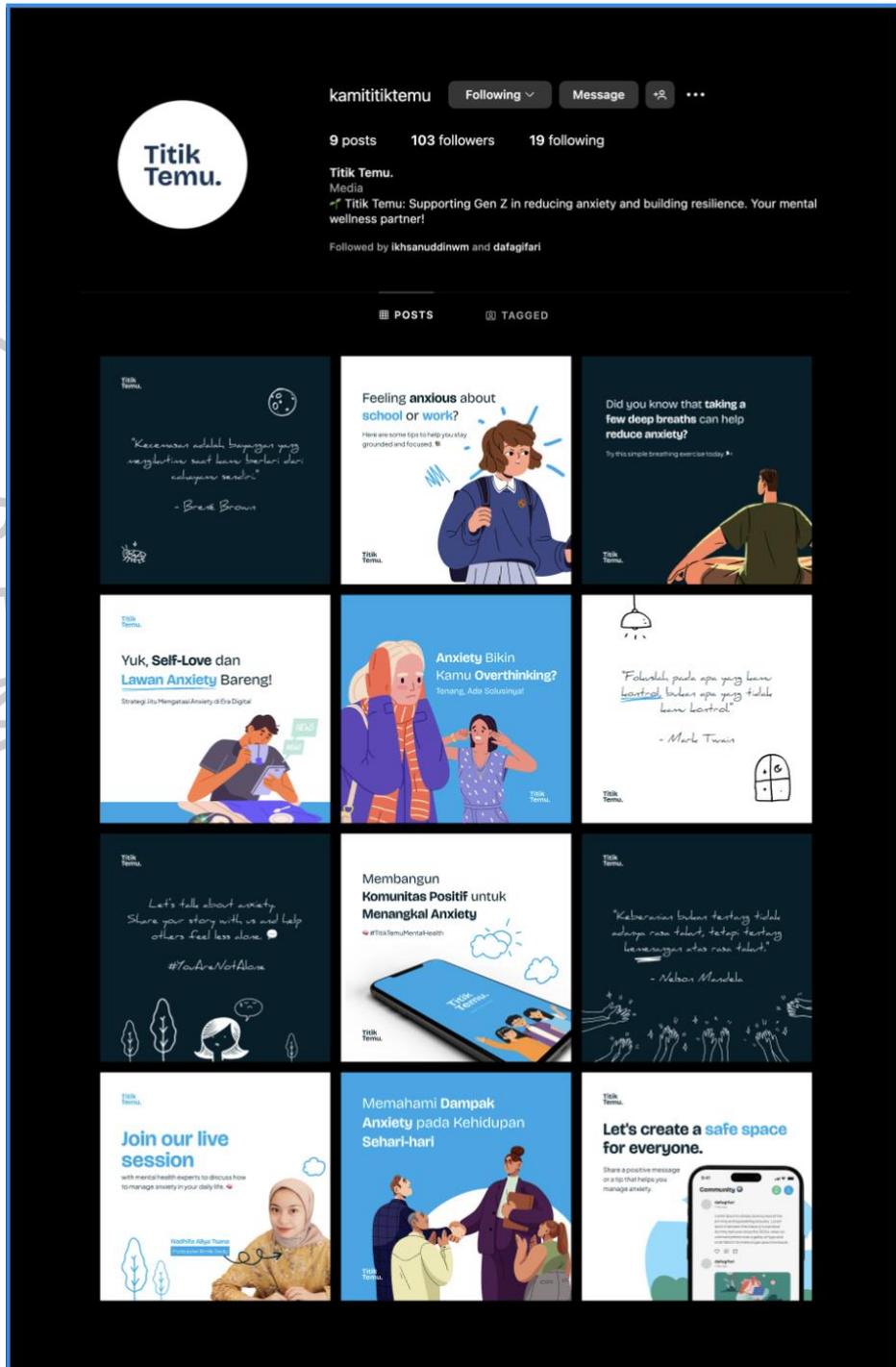
- Photobooth frame



Gambar 39 desain photobooth frame sebagai media pendukung dan promosi

Photobooth frame, yang populer di kalangan Gen Z, memiliki desain unik. Selain menjadi item tren, frame ini dapat mengenalkan kecemasan melalui produk "Titik Temu."

- Feeds Instagram

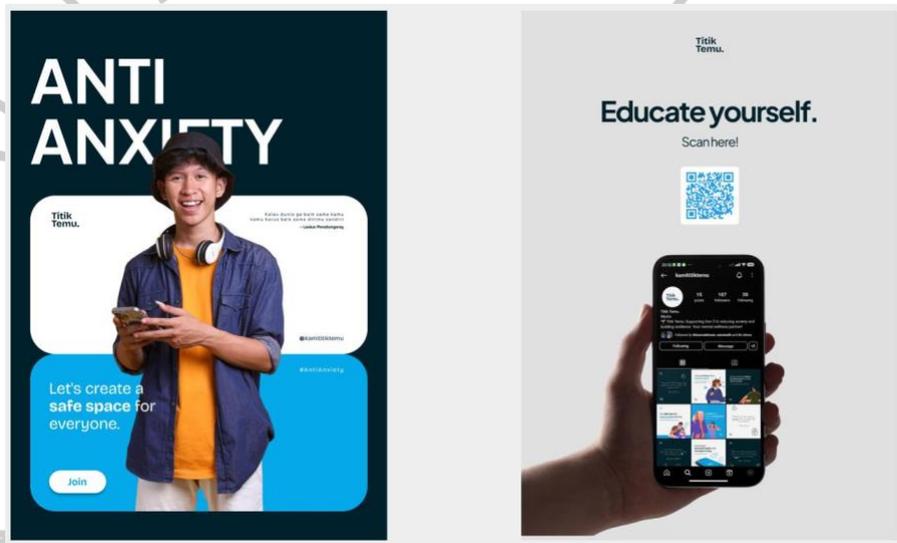


*Gambar 40 design mockup feeds instagram sebagai media pendukung dan promosi*

Feeds Instagram adalah elemen penting untuk promosi produk atau jasa. Feeds ini berisi informasi tentang kecemasan, motivasi, edukasi, dan promosi produk "Titik Temu."

Dengan memanfaatkan berbagai media pendukung ini, proyek tugas akhir ini diharapkan mampu memberikan solusi komprehensif dan efektif dalam mengatasi kecemasan berlebih pada remaja Gen Z.

- *Polyfoam Poster "Scan barcode"*



*Gambar 41 Poster Polyfoam sebagai media promosi dan pendukung perancangan aplikasi Titik Temu*

Poster dalam bentuk poster polyfoam ukuran A4 yang berisi barcode yang dapat mengarahkan pengunjung agar dapat mengunjungi Instagram resmi dari "Titik Temu" dan mendapatkan berbagai informasi seputar kecemasan, hingga produk dari Titik Temu.