

Perancangan aplikasi kegiatan pariwisata relawan sebagai media penghubung dalam membantu meningkatkan mentalitas dan kapabilitas diri

Dian Puspasari

Mahasiswa Desain Komunikasi Visual
Program Pascasarjana Institut Seni Indonesia, Yogyakarta
...@...

Abstract. *The consolidation of voluntary tourism trend along with research on young people's travel motivations nowadays indicate new demands in the tourism industry. The existence of volunteer tourists demand new ways contributing, with more diverse activities, shorter duration, and low-budget concept as part of efforts to improve mentality and capability.*

"Vacation" designed as a link between tourism volunteers, activity partner, and host potential partners. Providing a more efficient mobile application, including offering activities, registering, searching for accommodation, and trip enhancement, and self-capability. The process of collecting data used a quantitative approach in online surveys and qualitative in ethnographic observations, interviews, literature, and group discussions. The collected data is organized into four design stages consisting of Discovering, Determining, Developing, and Delivering. As a result, the design received a good response for answering the user needs through the usability testing and will be refined for launch purposes.

Keywords: *mobile app, UX, valuable, travel, volunteerism, self-healing, capability, pillars of meaningful life*

Relevance to Visual Communication Design Practice: *As a reference and alternative design solution for designers and researchers, for academic and practical needs.*

PENDAHULUAN

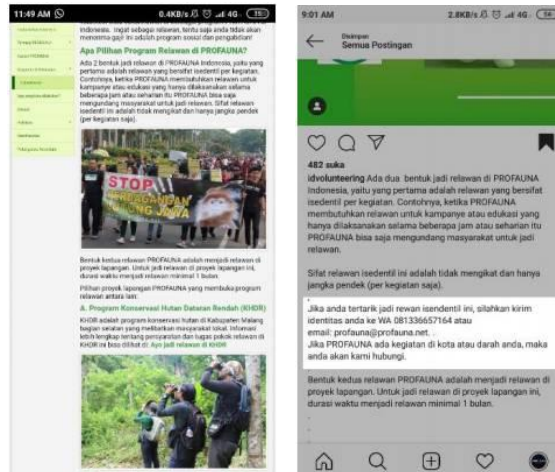
Tren baru perjalanan telah muncul dan berkonsolidasi di dekade ini sebagai konsekuensi dari kemajuan zaman. Dalam industri pariwisata, kegiatan menyelamatkan orangutan di Kalimantan atau mengajar anak-anak di Thailand menjadi salah satu tren perjalanan yang tengah berkembang saat ini. Orang-orang mulai mencari lebih banyak peluang perjalanan karena didorong oleh keinginan untuk lebih memahami dan mengalami tempat yang dikunjungi (Bakker & Lamourex, 2008). Namun, pertumbuhan tingkat ketertarikan ini ternyata belum

berjalan signifikan dengan media yang menghubungkan orang-orang dengan jenis kegiatan tersebut.

Istilah yang sering digunakan untuk jenis kegiatan ini ialah perjalanan relawan, kemudian berkembang menjadi pariwisata relawan atas pertimbangan tuntutan baru yang muncul seiring kemajuan teknologi. Konsep bepergian sebagai seorang relawan bukanlah barang baru di industri pariwisata, yang membedakan tren ini dari pendahulunya seperti mengambil tahun jeda atau menjadi sukarelawan jangka panjang di luar negeri adalah kerangka waktu dan kombinasi kegiatan. Turis relawan saat ini

lebih bervariasi, mereka pergi mengunjungi suatu tempat, mengikuti kegiatan kontribusi tertentu seperti penyelamatan penyu laut atau berkebun selama beberapa hari, lalu bersafari, dan mengendarai sepeda gunung di hari berikutnya. Tipe relawan seperti ini memunculkan jenis kegiatan baru yang lebih pendek yang menggabungkan kegiatan sukarela sosial, lingkungan, dan rekreasi di dalam satu perjalanan (Bakker & Lamourex, 2008).

Atas kemunculan tren ini, berbagai kegiatan kontribusi jangka pendek semakin beragam dan banyak bermunculan. Media sosial menjadi salah satu ruang yang paling banyak dipilih untuk menginformasikan jenis kegiatan-kegiatan tersebut. Sebagai contoh, Profauna, organisasi sosial yang bergerak dibidang perlindungan hutan dan satwa liar di Indonesia, menyediakan program relawan jangka panjang dan pendek bagi partisipan yang ingin bergabung. Program ini diinformasikan melalui media sosial dan situs web resmi mereka, namun apakah cara tersebut telah berjalan secara efisien? Media sosial memiliki peran terbatas sebagai penyampai informasi, sehingga tiap audiens yang berminat akan dilempar ke berbagai alamat secara online agar berhasil mendaftarkan diri.



Gambar 1 Penginformasian kegiatan relawan
Sumber: IDVolunteering & Profauna

Di sisi lain, terdapat pula kasus seperti tidak tersedianya akomodasi bagi peminat dari luar kota atau negeri yang menghalangi terwujudnya kegiatan kontribusi yang lebih optimal. Akibatnya kegiatan hanya diikuti oleh partisipan yang berada dekat dari lokasi, sementara kegiatan ini beriklan dengan jangkauan audiens yang sangat luas.

Dari sudut pandang partisipan sendiri, kegiatan kontribusi selama melakukan perjalanan serin gkali dianggap sebagai peluang untuk meningkatkan kualitas hidup. Riset terbaru yang dilakukan penulis terhadap kelompok kaum muda umur 18 - 35 tahun yang tersebar di 13 negara menunjukkan motivasi yang dominan pada pengembangan karakter dan mentalitas, seperti 51,6% dari responden menganggap perjalanan sebagai ruang pemulihan, artinya perjalanan memungkinkan bagi para kaum muda untuk menurunkan tingkat stress, kecemasan, atau bahkan rasa ketidakamanan sebagai bentuk dari proses transisi remaja ke dewasa awal, tekanan pendidikan, ekonomi, dan adanya keterputusan antara harapan dan kenyataan

yang rentan dampaknya pada kesehatan mental (Johnson, 2017).

Sementara 58,05% kebutuhan perjalanan lainnya berasal dari motivasi kaum muda untuk mengembangkan kemampuan diri melalui eksplorasi, belajar hal baru, menemukan pengalaman yang berbeda, hingga mengekspresikan diri sebagai kaum muda modern yang saling terhubung dan mencari keaslian.

Dari sini dapat dipahami bahwa adanya relevansi diantara motivasi partisipan dan laju tingkat perkembangan pariwisata relawan bahwa berkontribusi atau menjadi sukarelawan selama melakukan perjalanan dapat berdampak baik bagi kesehatan mental, meningkatkan kualitas dan kepuasan hidup, serta kesehatan fisik melalui kegiatan-kegiatan kontribusi yang dilakukan. Maka kemudian, menjadi penting untuk mewedahi kegiatan-kegiatan kontribusi tersebut dengan lebih praktis dan mencakup semua kebutuhan sebagai jalan bagi para partisipan untuk menjaga kestabilan mentalitas dan meningkatkan kapabilitas diri.

Salah satu cara yang dapat dilakukan terkait peningkatan mentalitas dan kapabilitas diri disampaikan secara eksplisit oleh Smith (2017), dalam pilar-pilar pencarian makna hidup. Makna hidup diartikan sebagai kekuatan yang mendorong seseorang melayani sesuatu melebihi dirinya sendiri, mengembangkan hal terbaik dari apa yang dimiliki, dan memberikan sesuatu untuk dipertahankan. Dalam praktiknya, empat pilar makna hidup milik Smith: rasa bernaung, tujuan memberi, proses transenden, dan kegiatan bercerita dapat dikombinasikan dengan kegiatan pariwisata relawan untuk menjawab

kebutuhan akan pemulihan dan pengembangan diri.

Kegiatan yang berhubungan dengan pilar-pilar makna hidup berperan dalam pelepasan emosi negatif melalui pelayanan melebihi dirinya sendiri dan mengembangkan hal terbaik dari apa yang dimiliki. Proses ini apabila diterapkan kepada kaum muda akan dapat membantu meningkatkan mentalitas dan sekaligus berhubungan dengan eksplorasi pengalaman, pengetahuan, dan pengembangan serangkaian atribut keterampilan sebagai bagian dari proses peningkatan kemampuan individu.

Sementara berdasarkan karakteristik kaum muda dan tuntutan baru perjalanan yang termediasi teknologi (Verissimo & Costa, 2018), pemilihan jenis media penghubung yang paling tepat menurut partisipan dapat memperoleh informasi kegiatan pariwisata relawan, mendaftar, dan mencari akomodasi secara tepat dan efisien dengan pengalaman menyelami informasi yang jauh lebih baik. Pemilihan jenis media ini juga berdasarkan dari hasil survey para responden yang mengatakan sebanyak hampir 90% seluruh kegiatan perjalanan dibantu oleh perangkat smartphone mereka.

RUMUSAN MASALAH

Dari permasalahan yang ada, maka dirumuskan “bagaimana merancang aplikasi pariwisata relawan berdasarkan pilar-pilar makna hidup secara praktis dan *valuable* sebagai media penghubung dalam membantu kaum muda meningkatkan mentalitas dan kapabilitas diri?”

TUJUAN

Perancangan ini bertujuan untuk menghubungkan turis relawan dengan kegiatan dan potensi akomodasi secara lebih efisien di dalam satu platform aplikasi, sehingga para partisipan merasa dipermudah untuk berpartisipasi dalam proses meningkatkan mentalitas dan kapabilitas diri secara individu.

MANFAAT

Teoretis

Berkontribusi melalui gagasan pada pemahaman aspek perubahan tuntutan, pencarian peluang, strategi kreatif penyampaian pesan, dan metode perancangan berbasis aplikasi *smartphone*.

Praktis

Menambah pengalaman kompetensi bagi penulis dengan menggunakan pendekatan digital pada perancangan karya dan berguna sebagai referensi bagi desainer pada umumnya dalam menganalisis aspek-aspek perubahan untuk melahirkan inovasi-inovasi baru di bidang ilmu desain komunikasi visual.

LANDASAN TEORI

Aktifitas pembentuk kesejahteraan

Pada tahun 2012, sebuah studi mengklaim peran perjalanan dapat membantu meningkatkan kualitas hidup seseorang (Dolnicar, 2012). Empat tahun setelahnya, Ali (2016) memaparkan bagaimana kegiatan sukarela dapat memberi nilai-nilai baru bagi individu yang berdampak pada meningkatnya kepuasan hidup, mengurangi keputusasaan, dan

hubungan yang baik dengan kesehatan fisik melalui kegiatan sukarela yang dilakukan.

Empat pilar makna hidup milik Smith (2017) merupakan konsep baru untuk mewujudkan kehidupan yang lebih bermakna. Studi ini menunjukkan orang dengan makna hidup memiliki performa lebih baik di lingkungan masyarakat, sekolah, ataupun tempat kerja. Dengan kata lain, menemukan makna hidup berpotensi meningkatkan kualitas hidup seseorang.

Smith merangkum empat pilar yang menjadi fondasi dalam penemuan makna hidup yang dapat diterapkan pada perancangan aplikasi pariwisata relawan: pertama rasa bernaung, tumbuh dari hubungan dimana seseorang dihargai apa adanya tanpa embel-embel apapun. Kedua tujuan, tentang apa yang mampu orang berikan kepada orang lain. Ketiga transenden, momen langkah ketika seseorang terangkat ke atas dan merasa terhubung ke alam, dan keempat bercerita, menyusun narasi hidup untuk memberikan kerjenihan.

Empati pada konteks mobile

Untuk mengembangkan perancangan dalam konteks *mobile*, Hinman (2012) berpendapat proses empati merupakan bagian yang akan membawa perancangan terhindar dari kemiripan dengan solusi-solusi sebelumnya. Untuk itu, berikut terdapat 3 komponen utama empati milik Hinman (2012) dan Leech (2013) yang dapat diterapkan pada perancangan:

Pertama, fokus pada menciptakan pengalaman baru yang unik secara mobile. Komponen ini secara konseptual mengarahkan desainer untuk menemukan pemahaman mendalam akan kebutuhan

pengguna (*insight*) sehingga dapat menghindari pengulangan pengalaman yang sama. Kedua, mendesain untuk kepentingan perhatian dan gangguan sesaat. Empati dilakukan untuk memahami pengguna yang cenderung melakukan berbagai aktifitas diwaktu yang bersamaan dan membuat kesalahan ketika berada pada kondisi lelah.

Ketiga, mengurangi beban kognitif dan biaya peluang. Manusia memiliki kecenderungan untuk tidak ingin berpikir berat. Itu lah sebabnya pada bagian ini, perancang juga dituntut untuk dapat menghadirkan aplikasi yang tidak membuat pengguna merasa terbebani secara kognitif dengan mempertimbangkan opsi menu intuitif, tata letak layar dengan kepadatan informasi rendah, dan hanya berfokus pada fungsi-fungsi penting.

Elemen penyusun pengalaman pengguna

Dalam perancangan produk apapun, pengalaman pengguna berperan sebagai komponen utama yang membentuk bagaimana perasaan seseorang ketika mereka menggunakan sesuatu (Garrett, 2010). Pengalaman pengguna tidak dapat berdiri sendiri, untuk mencapai perancangan terbaik, desainer harus melibatkan kebutuhan pengguna yang dikorelasikan dengan tujuan perancangan, sehingga dapat melahirkan pengalaman pengguna yang bernilai dan inovatif. Disini Garrett menjelaskan 5 elemen yang dapat membantu desainer membentuk pengalaman pengguna yang *valuable*.

Pertama, Strategi. Elemen strategi berguna dalam mengumpulkan data *insight* tentang kebutuhan-kebutuhan target

audiens dan menentukan objektifitas perancangan yang ingin dicapai melalui peta jalan (*road map*) yang jelas. Kedua, Ruang lingkup. Berperan untuk mengatasi masalah-masalah yang berpotensi sebelum waktu diinvestasikan ke dalam perancangan. Pada elemen ini, spesifikasi-spesifikasi fungsional dan kebutuhan konten mulai dipertimbangkan, disusun menjadi skenario, dan didiskusikan di dalam tim untuk mendapatkan hasil yang terbaik.

Ketiga, Struktur. Berfungsi untuk mengatur informasi dengan cara menyediakan akses intuitif ke konten. Untuk mendukung hal tersebut, pengembangan desain interaksi dan arsitektur informasi yang tepat menjadi keharusan untuk mendukung pengguna memahami dan berinteraksi secara intuitif dengan produk perancangan. Keempat, Kerangka. Elemen kerangka terdiri dari tiga tugas yang harus diselesaikan, yaitu desain antarmuka untuk memfasilitasi pengguna dengan kemampuan melakukan hal-hal. Desain navigasi memberikan pengguna kemampuan untuk pergi ke berbagai tempat di dalam ruang digital. Sementara desain informasi mengatur tataletak secara visual, menyatukan berbagai hal, mendukung tujuan pengguna dan pembuatnya. Kelima, Permukaan. Prototype akhir ditandai dengan penyempurnaan tampilan visual. Elemen permukaan dapat dianggap sebagai bahasa yang terlihat. Bahasa yang terlihat ini dibuat oleh teknik yang digunakan untuk menunjukkan konteks dan menyampaikan informasi, melalui tata letak, tipografi, warna, citra, pengurutan, dan identitas visual.

METODE PERANCANGAN

Dalam proses perancangan, penulis menerapkan metode hasil filtrasi gabungan langkah-langkah metode desain milik Tim Brown, Vijay Kumar, Jesse James Garrett dan Joe Natoli. Keseluruhan langkah tersebut meliputi proses Menemukan, Menentukan, Mengembangkan, dan Mengirim.



Gambar 2 Metode Perancangan
Sumber: Penulis

Metode ini digunakan untuk memahami arah pergerakan dan perubahan yang terjadi di tengah masyarakat, mencari kemungkinan-kemungkinan solusi, dan mewujudkannya.

Menemukan

Pada tahap Menemukan, penulis mengumpulkan informasi dari berbagai sumber, untuk mendapat pemahaman yang penuh dari dunia yang kompleks agar dapat disusun menjadi sebuah gagasan awal. Pada fenomena kali ini, gagasan yang terbentuk berupa tren kegiatan berwisata, hal ini dikarenakan frekuensi tayangnya di

berbagai media terutama media online sangat luar biasa.

Berangkat dari gagasan tersebut, penulis melakukan pengumpulan data secara lebih spesifik dengan pendekatan kuantitatif pada survey online dan kualitatif pada observasi etnografi, wawancara, literatur, dan diskusi kelompok. Pemilihan metode survey online bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang luas tentang perilaku dan persepsi kaum muda saat melakukan perjalanan. Data kualitatif membantu dalam mengkonfirmasi hasil survey online melalui observasi langsung terhadap 3 pelancong yang datang ke Jogjakarta, wawancara terhadap 5 partisipan yang menyukai perjalanan, jurnal-jurnal perjalanan, dan diskusi bersama tim desain.

Setelah gambaran awal gagasan terbentuk melalui data-data, penulis melanjutkan penelusuran dengan melakukan analisis terhadap kompetitor. Pemilihan kompetitor difiltrasi berdasarkan suara terbanyak pada survey online dan keputusan diskusi, yakni: Couchsurfing, Traveloka, Airbnb, dan Worldpacker. Hasil analisis ini dibantu dengan upaya prediksi peluang masa depan milik Kumar (2013), dalam menentukan peluang apa saja yang dapat diupayakan untuk perancangan selanjutnya.

Setelah hampir semua data dari setiap pendekatan terkumpul, proses akhir dari tahap Menemukan akan menghasilkan sederet kata kunci yang mewakili hasil empati dan konteks perancangan untuk dilanjutkan ke tahap berikutnya.

Menentukan

Tujuan dari tahap Menentukan ialah untuk merumuskan hasil data yang terkumpul agar diketahui letak permasalahan atau letak peluang yang dapat diupayakan. Tahap ini dilakukan dengan cara mempertemukan hasil data kuantitatif dan kualitatif dengan tujuan perancangan sehingga dapat menghasilkan irisan peluang yang saling bersinggungan.

Setiap data baru yang diperoleh dari hasil persinggungan akan dicocokkan dengan pertanyaan-pertanyaan seperti: apa yang ingin dicapai oleh produk desain, siapa target audiensnya, strategi apa yang harus digunakan untuk membedakan produk dari pesaing lain, apa yang membuat target audiens menyukai produk desain tersebut, dan apa kemungkinan alasan apabila mereka beralih ke produk kompetitor.

Jawaban dari pertanyaan-pertanyaan tersebut dapat diilustrasikan ke dalam metode peta pemikiran hingga melahirkan beberapa kata kunci baru. Kata kunci ini kemudian menginspirasi penulis dalam merumuskan permasalahan desain, yakni bagaimana merancang aplikasi pariwisata relawan berdasarkan pilar-pilar makna hidup secara praktis dan valuable sebagai media penghubung dalam membantu kaum muda meningkatkan dan kapabilitas mentalitas diri?

Mengembangkan

Tahap pengembangan memberi alternatif solusi yang didapat melalui beberapa langkah terpilih. Langkah-langkah ini merupakan hasil adaptasi dari pemikiran Jesse James Garret terhadap cara kerja elemen-elemen pada pengalaman pengguna

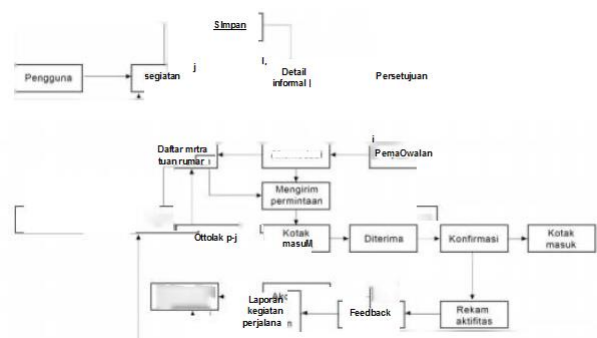
yang dikombinasikan dengan teori empati pada konteks mobile milik Hinman (2012), dan metode pembentukan UX milik Natoli (2015).

1. Empati pada konteks mobile

mobile kembali dimiliki penulis, yaitu merancang aplikasi yang bersifat praktis dan valuable. Kata kunci ini akan membentuk batasan perancangan bagi penulis agar tidak menimbulkan gangguan (noises) dengan fokus pada pengurangan beban kognitif, desain untuk distraksi, antisipasi pada keputusan yang buruk, penerapan hukum Hick, dan pertimbangan biaya peluang. Sementara kata valuable merujuk pada sifat perancangan yang dapat dioperasikan dengan dengan baik, berdaya guna tinggi, diminati, dapat diakses dengan baik, serta dapat dipercaya.

2. Ruang Lingkup

Tahapan Ruang Lingkup akan membantu penulis membentuk spesifikasi fungsional dan menentukan konten-konten pada perancangan.



Gambar 3 Skenario Perancangan
Sumber: Penulis

Tahap ini dihasilkan melalui deskripsi jelas tentang tujuan perancangan & pemahaman menyeluruh terhadap model mental dan perilaku pengguna dalam bentuk persona dan skenario untuk mengidentifikasi poin-poin yang dapat memberi nilai berkelanjutan secara objektif dan spesifik.

3. Struktur

Struktur menentukan tahapan setelah spesifikasi fungsional berdasarkan model mental dan skenario yang dibentuk. Disini struktur berperan menyusun informasi apa saja yang dibutuhkan berdasarkan model mental & memikirkan bagaimana informasi-informasi tersebut dapat berinteraksi dengan pengguna secara intuitif.

4. Kerangka

Kerangka fokus pada presentasi yang konkrit, bentuk tampilan seperti apa yang akan digunakan, bagaimana pengguna mengoperasikan, dan bagaimana konten ditampilkan dan dapat memanipulasi pengguna. Tahap ini dikerjakan dalam tiga tahap, yang pertama desain antarmuka, memberi keseimbangan antara bentuk visual dan fungsi. Desain navigasi, membantu menyediakan kemudahan untuk berpindah dari satu ruang ke ruang yang lain, dan desain informasi membantu menentukan posisi konten (*layout*) agar dapat diterima dengan baik oleh pengguna.

Mengirim

Pada tahap ini, pengembangan prototype akhir dilakukan melalui finalisasi permukaan (*look*) dan keterikatan emosi

(*feel*). Tampilan (*look*) ditandai dengan terpenuhinya prinsip-prinsip yang memudahkan pengguna berinteraksi, dan nuansa (*feel*) akan menentukan tingkat kenyamanan saat pengguna menggunakannya. Langkah ini merupakan penyempurnaan dari tahapan kerangka dengan mempertimbangkan prinsip-prinsip desain visual, penggunaan pola antarmuka (pola F/Z), pemilihan warna, tipografi, dan identitas perancangan.

Selanjutnya, langkah peluncuran internal menguji tingkat keberhasilan perancangan. Langkah ini dapat terjadi secara berulang-ulang untuk mencapai kesempurnaan fungsi produk. Apabila antara desainer dan pengguna telah menemukan kesepakatan, maka langkah terakhir yang perlu dilakukan hanyalah meluncurkan produk tersebut secara eksternal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Perancangan

Untuk menjawab rumusan masalah dan memenuhi tujuan perancangan, penulis merumuskan enam fokus strategi perancangan hasil kajian ilmu desain pada pengalaman pengguna, komunikasi, dan metode bisnis. Fokus tersebut meliputi audiensi, skema, komunikasi, differensiasi, media, dan visualisasi. Pembentukan strategi perancangan dilakukan pada tahap Menentukan setelah semua data terkumpul dan didiskusikan kepada tim.

Sebagai langkah awal, penulis menentukan target audiens yaitu kaum muda umur 18-35 tahun, gemar bepergian dengan motivasi untuk meningkatkan kemampuan diri, mengenal budaya baru,

peduli akan kesehatan mental, dan mencari keaslian serta pengalaman yang berbeda.

Selanjutnya Skema komunikasi membantu penulis menyusun alur penyampaian pesan yang dibagi menjadi lima alur meliputi: menyampaikan pesan, memastikan pesan diterima, memperhatikan kenyamanan & nuansa pesan, memastikan pesan dimengerti, dan memastikan target merespon pesan. Ketika upaya komunikasi telah direspon dan menimbulkan aksi, maka disinilah letak proses transfer nilai-nilai makna hidup terjadi.

Pada kasus perubahan tuntutan perjalanan kaum muda, fokus komunikasi yang dinilai paling efektif dapat dilakukan melalui pendekatan platform digital pada aplikasi mobile. Hal ini didasari oleh jangkauan praktis platform yang luas dan sifatnya yang lebih personal, serta predikat yang melekat di kalangan kaum muda sebagai penduduk asli digital. Platform dapat menunjang aktivitas transfer informasi dengan melibatkan kegiatan pariwisata relawan sebagai medium yang paling berpotensi untuk meletakkan pilar-pilar makna hidup.

Proses analisis kompetitor menunjuk aktifitas kegiatan pariwisata relawan sebagai fokus utama diferensiasi untuk menarik perhatian audiens diantara solusi aplikasi perjalanan sebelumnya. Penulis juga melakukan upaya untuk memotivasi kaum muda yang sedang melakukan perjalanan dengan cara menyediakan laporan hasil perjalanan sebagai alat ukur kepuasan atau kemajuan yang telah diperoleh. Menurut Sharot (2017), adanya pemantauan terhadap aktivitas yang dilakukan dapat

mendorong seseorang melakukan suatu hal dengan lebih baik lagi.

Untuk mewujudkan media komunikasi visual yang tepat, penulis merasa perlu untuk mempertimbangkan kehadiran perangkat keras smartphone sebagai fokus media utama yang menaungi kolam informasi kegiatan pariwisata relawan. Visualisasi diwujudkan berdasarkan tujuan dan rumusan masalah dengan dukungan beberapa teori pengalaman pengguna milik Garret (2002), Natoli (2015), Leech (2013), dan empati pada konteks mobile milik Hinman (2012).

Aplikasi Pariwisata Relawan

Dari hasil penyusunan strategi dan penerapan metode perancangan, maka desain komunikasi visual telah berupaya menjawab permasalahan dengan merancang aplikasi pariwisata relawan berjudul



Gambar 4 Judul Aplikasi
Sumber: Penulis

v a c a t i o n (do action in vacation) yang berarti melakukan aksi selama masa liburan. Pemilihan kata Aksi diartikan sebagai sebuah tindakan menolong, beraksi menolong lingkungan, makhluk hidup, dan diri sendiri. Sementara untuk kata Liburan sendiri merupakan bagian dari konsep pariwisata relawan.

Dalam proses pemilihan warna, pertimbangan warna biru pada antarmuka aplikasi digunakan untuk memberi kesan

kepercayaan, ketulusan, inspirasi, dan keseimbangan emosi kepada pengguna terkait kegiatan dan potensi penawaran akomodasi.

2597CD	CDE4F2
F8F8F8	FFFFFF

Gambar 5 Pemilihan Warna
Sumber: Penulis

Sementara pemilihan font Roboto bertujuan untuk dapat memberi kesan bersih, cerdas, penuh gaya, dan professional dengan tingkat keterbacaan font yang tinggi.

Primary

Roboto Thin
Roboto Bold
Roboto Reguler

Secondary

Helvetica

Gambar 6 Pemilihan Tipografi
Sumber: Penulis

Berikut hasil visualisasi perancangan yang disusun berdasarkan spesifikasi fungsional:

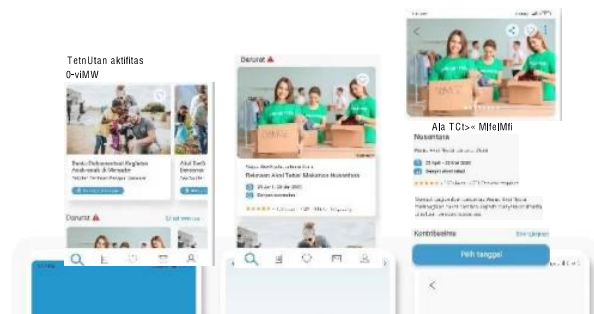
Masuk ke Aplikasi



Gambar 7 Antarmuka Masuk Aplikasi
Sumber: Penulis

Masuk atau daftar berfungsi sebagai pintu masuk untuk mengakses semua informasi yang ada di dalam aplikasi melalui proses identifikasi. Proses ini memerlukan alamat email dan kata sandi sebagai kunci untuk menjamin keamanan akun pribadi.

Temukan Aktifitas



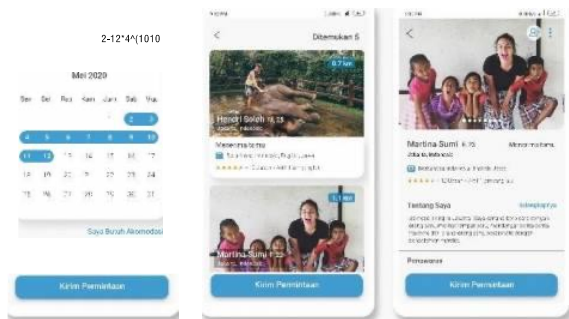
Gambar 8 Antarmuka Pencarian Aktifitas
Sumber: Penulis

Menu temukan aktifitas menjadi menu utama sebagai wajah dari aplikasi. Bagian ini berisi beragam jenis aktifitas relawan yang terbagi menjadi lima kategori: baru dilihat, darurat, alam, seni & kreatifitas, serta humanitarian. Pemilihansub-kegiatan berdasarkan pada konsep empat pilar

makna hidup dan model mental pada pengguna.

Pada menu ini juga terdapat fitur lain seperti pencarian untuk mempersingkat waktu pengguna dalam menemukan aktifitas yang diinginkan, dan filter sebagai penyaring dari banyaknya informasi kegiatan berdasarkan kategori aktifitas. Gambar pertama (kiri) menampilkan keseluruhan aktifitas dalam berbagai kategori, gambar selanjutnya merupakan tampilan dari fitur Lihat Semua untuk kategori yang terpilih, dan gambar terakhir merupakan tampilan dari aktifitas yang terpilih beserta seluruh detail informasi yang ada didalamnya. Setelah pengguna menentukan jenis aktifitas, fitur pilih tanggal akan memfasilitasi pengguna menentukan durasi berkontribusi.

Mencari Akomodasi



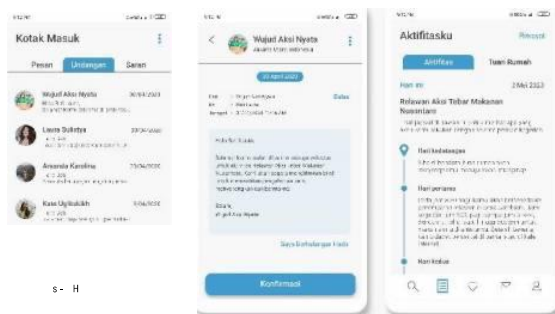
Gambar 9 Antarmuka Pencarian Akomodasi
Sumber: Penulis

Fitur pencarian akomodasi berusaha menjawab kebutuhan turisme pada konsep hemat biaya, dan pilar-pilar makna hidup yang mengedepankan kejujuran dan kepercayaan, dan semua pengguna aplikasi dapat berpartisipasi pada fitur ini.

Di sini fitur pencarian akomodasi hanya akan muncul apabila pengguna telah

menentukan jenis kegiatan. Sistem penyaringannya berdasarkan jarak tempuh akomodasi terdekat hingga terjauh dari lokasi kegiatan.

Konfirmasi dan Deskripsi Aktifitas



Gambar 10Antarmuka Menerima Konfirmasi
Sumber: Penulis

Sebelum menentukan pilihan, tentunya pengguna telah menerima lebih dulu seluruh detail informasi kegiatan seperti apa saja yang akan dilakukan dan timbal baliknya. Namun mengantisipasi adanya perubahan atau penambahan jadwal aktifitas sesuai durasi yang dipilih, maka fitur Aktifitas akan memperbaharui semua informasi tersebut dan menampilkannya dalam linimasa yang sederhana agar dapat dengan mudah dipahami pengguna.

Laporan Perjalanan



Gambar 11 Antarmuka Profil & Laporan
Sumber: Penulis

Profil dan laporan perjalanan berisi informasi mengenai identitas dan kemampuan pengguna yang berguna pada saat proses pengajuan permintaan. Sementara laporan disini berperan untuk memonitor segala bentuk kegiatan berdasarkan jumlah bintang (rating) yang didapat oleh pengguna baik dari kegiatan, penawaran akomodasi, atau menjadi tamu dari mitra tuan rumah.

KESIMPULAN

Permasalahan desain yang dimiliki telah menghasilkan perancangan desain yang fokus pada pengembangan media penghubung aplikasi pariwisata relawan "vacation" berdasarkan konsep pilar-pilar makna hidup. Tujuannya untuk membantu para pelancong memenuhi kebutuhan akan pemulihan dan pengembangan diri saat liburan melalui kegiatan-kegiatan relawan, dengan menghubungkan pengguna, penyelenggara kegiatan sukarelawan, dan mitra tuan rumah didalam satu aplikasi.

Demi memenuhi kebutuhan tersebut, maka perancangan aplikasi difokuskan pada efisiensi, untuk menciptakan platform digital yang praktis dan dapat mencakup semua hal yang dibutuhkan pelancong, seperti mencari lebih banyak aktifitas yang beragam dan terkategori, mengetahui informasi secara mendetail beserta benefit yang didapat, berkesempatan mendapatkan akomodasi dari pengguna lain, serta dapat memonitor sendiri hasil dari aktifitas yang dilakukan.

Perancangan aplikasi telah mendapat respon yang baik pada proses uji kelayakan (*usability testing*) dan telah disempurnakan untuk proses peluncuran secara eksternal.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- [1] Hinman, R. 2012. *The Mobile Frontier: A Guide for Designing Mobile Experiences*. Rosenfeld Media. Brooklyn, New York.
- [2] Leech, Joe. 2013. *A Pocket Guide to Psychology for Designer*. Five Simple Steps Publishing Ltd. London, England.
- [3] Hamm, M. J. 2014. *Wireffaming Essentials: An Introduction to User Experience Design*. Packt Publishing Ltd. Birmingham, UK.
- [4] Smith, E. E. 2017. *The Power of Meaning: Finding Fulfillment in A World Obsessed with Happiness*. Penguin Canada.
- [5] Garrett, J. J. 2010. *The Elements of User Experience: User Centered Design for the Web and Beyond*. Pearson Education. UK.
- [6] Natoli, Joe. 2015. *Think First: My No-Nonsense Approach to Creating Succesful Products, Powerful User Experience and Very Happy Customers*. BookBaby. New Jersey.
- [7] Sharot, T. 2017. *The Influential Mind: What the Brain Reveals About Our Power to Changes Others*. Little, Brown. Great Britain.
- [8] Wheeler, A. 2013. *Designing Brand Identity: Fourth Edition*. John Wiley & Sons, Inc. Hoboken, New Jersey.
- [9] Fletcher, John., dkk. 2013. *Tourism Principles and Practice, Fifth Edition*. Pearson Education Limited. United Kingdom.
- [10] Bamlund, D.C. 2008. *A Transactional Model of Communication*. C. D. Mortensen (Eds.), Communication

Theory, Edisi ke 2, 47-57. Transaction Publisher. New Jersey.

- [11] Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta. 2019. Rencana Kerja Perangkat Daerah. Yogyakarta. BPS DIY., Bidang Neraca Wilayah & Analisis Statistik. 2019. Statistik Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta. BPS DIY. Yogyakarta.
- [12] Lewrick, M., dkk. 2018. *The Design Thinking Playbook*. John Wiley & Sons, Inc. Hoboken, New Jersey.
- [10] Lum, TY., dkk. 2005. The Effects of Volunteering on the Physical and Mental Health of Older People. *Research on Aging*. 27;31.
- [11] Nawijn, J. 2011. Happiness Through Vacationing: Just a Temporary Boost or Long-Term Benefits?. *Journal Happiness Study*. 12:651-665.
- [12] Wagner, Craig. 2017. Roadmap to Mental Health Recovery. *Onward Mental Health*.
- [13] Murray, D. 2010. Interaction Design. University of London International Programmes. United Kingdom.
- [14] S.E. Polzin, dkk. 2014. The Impact of Millennial's Travel Behavior on Future Personal Vehicle Travel, *Energy Strategy Reviews*: 1-7.
- [15] Sorensen, F. dkk. 2018. Tourism Place Experience Co-creation. In: Kozak M., Kozak N. \ (eds) *Tourist Behavior. Tourism, Hospitality & Event Management*. 1-18.

Jurnal

- [1] Sofronov, B. 2018. Millennials: A New Trend for the Tourism Industry. *Annals of Spiru Haret University. Economic Series*. 18(3): 109-122.
- [2] Willigen, MV. 2000. Differential Benefits of Volunteering Across the Life Course. *The Journals of Gerontology: Series B*. 55(5): S308-S318.
- [3] Bakker, Martine., dkk. 2008. Volunteer Tourism-International. *Travel & Tourism Analyst*. 08(16).
- [4] Costa, Carlos., dkk. 2018. Understanding the New Backpackers: A Literature Review. *Revista Turismo & Desenvolvimento*. 29: 7-19.
- [5] Johnson, Amy. 2017. Adulthood is Hard: Anxiety and Insecurity in the Millennial Generation's Coming of Age Process. *Honors Thesis Collection*. 444.
- [6] Dolnicar, S., dkk. 2012. The contribution of Travel to Quality of Life. *Annals of Tourism Research*. 39(1): 59-83.
- [7] Thielman, Samuel Barnett. 2017. Travel and Mental Health. *Travel and Tropical Medicine Manual*, Edited by Jong & Sanford. 243-49.
- [8] Coelho, MDF., dkk. 2018. Tourism Experiences: Core Process of Memorable Trips. *Journal of Hospitality and Tourism Management*. 37: 11-22.
- [9] Ali Barkat, S., dkk. 2016. Effect of Volunteerism on Mental Health and Happiness. *International Journal of Humanities and Social Sciences (IJHSS)*. 5(2): 123-130.