



## *User Interface Design Aplikasi Mobile Hola-Hola*

**Muhammad Divo Yursal**

Program Studi Desain Komunikasi Visual  
Departemen Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang

**Dwi Mutia Sari**

Program Studi Desain Komunikasi Visual  
Departemen Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang

Alamat: Jalan Prof. Dr. Hamka, Air Tawar Padang, Sumatera Barat, Indonesia

Korespondensi penulis: [muhammaddivo@gmail.com](mailto:muhammaddivo@gmail.com)

**Abstract.** *The background for the design of the user interface for the Hola-Hola mobile application is the problems that exist in the Hola-Hola premium gadget accessories business. Namely the limited space for product sales in businesses, which only provide offline services, so marketing is not effective and results in product sales being relatively low. This design uses the "Design Thinking" method with a user-focused approach, as well as "S.W.O.T" as a data analysis method, and uses the elements and principles that exist in U.I. Design and visual communication design in general. This application functions as a forum for conveying information about products and services, and user transactions, as well as a feature called "custom case", which is designing case designs directly through the application. The output of this design is an application prototype, aiming to see the user flow in the application later, as well as supporting media that have their respective functions. From the feasibility tests that have been carried out on several targets, a positive response has been received in terms of interface appearance as well as existing functions and features. Fresh appearance, the message conveyed and the flow is clear. The custom case feature is the main attraction for users, and the placement of sales features needed by Hola-Hola is in one application, so this application is expected as a business strategy for businesses, in increasing and expanding marketing.*

**Keywords:** *application, design, gadget, UI, UMKM*

**Abstrak.** Perancangan antarmuka pengguna aplikasi *mobile* Hola-Hola ini, dilatarbelakangi oleh permasalahan yang ada pada usaha aksesoris *gadget* premium Hola-Hola. Yaitu terbatasnya ruang penjualan produk pada usaha, yang dimana baru menyediakan pelayanan secara *offline*, sehingga pemasaran belum efektif dan mengakibatkan penjualan produk masih terbilang sepi. Dalam rancangan ini, menggunakan metode "*Design Thinking*" dengan pendekatannya berfokus kepada pengguna, serta "*S.W.O.T*" sebagai metode analisis data dan menggunakan unsur dan prinsip yang ada pada *U.I. Design* dan desain komunikasi visual pada umumnya. Aplikasi ini berfungsi sebagai wadah untuk menyampaikan informasi seputar produk dan jasa, pengguna bertransaksi, serta sebuah fitur bernama "*custome case*", yaitu merancang desain *case* langsung melalui aplikasi. *Output* dari rancangan ini berupa *prototype* aplikasi, bertujuan untuk melihat *userflow* pada aplikasi nantinya, serta media pendukung yang memiliki fungsinya masing-masing. Dari uji kelayakan yang telah dilakukan kepada beberapa target, mendapatkan respon yang positif berupa dari segi penampilan antarmuka serta fungsi dan fitur yang ada. Penampilan yang segar, dan pesan yang tersampaikan serta alurnya yang jelas. Fitur *custome case* menjadi daya tarik tersendiri bagi pengguna, penempatan fitur penjualan yang dibutuhkan Hola-Hola ada di satu aplikasi, sehingga aplikasi ini diharapkan sebagai strategi bisnis untuk usaha, dalam meningkatkan serta memperluas pemasaran.

**Kata kunci:** *aplikasi, design, gadget, UI, UMKM*

## LATAR BELAKANG

Dewasa ini, kebutuhan masyarakat akan teknologi yang menunjang mereka dalam beraktivitas semakin bertambah. Fenomena tersebut tak heran terjadi, karena melihat aktivitas mereka yang juga semakin beragam. Terlebih teknologi yang bisa dibilang wajib untuk dimiliki, yaitu *gadget* seperti *smartphone*, memudahkan masyarakat khususnya dalam mendapatkan informasi dan komunikasi. Pastinya dengan berkembangnya zaman, diikuti dengan keperluan meningkat, diperlukan juga produk yang menunjang *gadget* tersebut. Baik untuk kebutuhan, sekedar memperindah serta mengikuti gaya hidup sekarang. Oleh karena itu terbitlah berbagai macam aksesoris *gadget* dan toko-toko yang menyediakannya.

*Hola-Hola* merupakan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang juga menyediakan produk aksesoris pendukung *gadget*. Usaha ini berlokasi di kota Padang, khususnya di *Basko Grand Mall*, yang hadir dengan menawarkan berbagai macam jenis aksesoris dengan *brand-brand* premium. *Hola-Hola* memiliki target pasar yaitu masyarakat dengan usia produktif serta yang mengutamakan kualitas dari sebuah produk. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan bersama buk Dina selaku pemilik usaha, *Hola-Hola* hadir untuk memenuhi kebutuhan masyarakat kota Padang akan *brand* aksesoris *gadget* yang premium. Melihat kebutuhan masyarakat modern akan tambahan untuk *gadget* mereka semakin meningkat, dan menjadi sebuah gaya hidup.

Dari latar belakang *Hola-Hola* seperti yang telah disebutkan, sayangnya menjadi tantangan tersendiri bagi pemilik usaha. *Hola-Hola* belum terlalu menjual serta dapat dikatakan belum mencapai target. Salah satunya dikarenakan terbatasnya ruang dalam menjual. Belum lagi dengan *behavior* dari target yang beraneka ragam, salah satunya ialah mobilitas yang tinggi. Sehingga, munculah berbagai pertanyaan bagaimana mengatasi permasalahan tersebut.

Berangkat dari ciri-ciri sebuah *start-up*, yaitu menawarkan sebuah inovasi, bagaimana sebuah *start-up* dapat bertahan, salah satunya ialah membuat sebuah inovasi. Menurut Putera, A. Kadek, dkk (2020), memanfaatkan aplikasi, dengan melihat bagaimana aplikasi itu berfungsi, bisa menjadi solusi usaha pada era digital ini. Fungsi yang bisa diandalkan yaitu menunjang penjualan produk secara luas dan *online*, transaksi kapan saja dimana saja serta benefit lainnya yang bisa digunakan. Oleh karena itu diharapkan dapat membantu dalam meningkatkan pemasaran dari usaha nantinya, (Pardede & Simajuntak 2022). Sehingga memperpanjang masa dari usaha itu sendiri.

Dalam pembuatan aplikasi *mobile* diperlukannya merancang antarmuka pengguna (*User Interface Design*), atau disingkat dengan *UI Design*. *UI design* adalah proses yang digunakan desainer untuk membangun antarmuka dalam perangkat lunak seperti aplikasi, yang berfokus pada penampilan (Oktriwina, 2021:11). Disini peran dari mahasiswa desain komunikasi visual. Seorang *UI designer* bertugas membuat tampilan antarmuka yang mudah digunakan dan menarik pengguna. Jadi, pengguna dapat menikmati aplikasi melalui tampilan yang menarik, informatif serta menyenangkan.

Dengan menjadikan aplikasi sebagai sebuah solusi bisnis nantinya, diharapkan dapat menjawab tantangan yang sedang dihadapi oleh Hola-Hola. Terdapat karya relevan yang mendukung argumentasi diatas yang dilakukan oleh Rianingtyas & Waradani (2018) dari Universitas Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya dengan judul “Perancangan *User Interface* Aplikasi *Mobile* Sebagai Media Promosi Digital UMKM *Tour* dan *Travel*”. Dengan adanya aplikasi ini, membantu usaha dalam memasarkan produk secara luas, menjembatani antara usaha dengan pengguna dalam mengakses produk, salah satunya dengan cara memberikan tampilan *UI design* yang baik, sehingga mendapatkan citra usaha yang berkualitas (Rianingtyas & Warardani, 2018). Dari ciri-ciri sebuah *start up*, permasalahan yang dihadapi serta ketertarikan pemilik usaha akan *UI design*, sehingga diputuskan untuk mengangkat perancangan ini.

## **KAJIAN TEORITIS**

Kajian yang digunakan dalam perancangan ini ialah yang dibutuhkan dalam proses perancangan nantinya. Diantaranya mengenai *user interface* yang terdiri dari unsur, prinsip serta tahapannya, yaitu *wireframe*, *mockup* serta *prototype*. Kemudian dasar desain komunikasi visual yaitu *layout*, warna, tipografi, dilengkapi dengan *usability* yaitu ilmu yang mempelajari apakah desain *ui* itu efektif atau belum. Perancangan yang serupa memiliki tahapan yang sama, dimana hal itu sudah menjadi standar pembuatan desain *ui*. Yang dimana diharapkan dapat hasil *ui* yang baik memenuhi tujuan perancangan ini.

## **METODE PERANCANGAN**

Metode yang digunakan dalam perancangan ini ialah “*Design Thinking*”, dikarenakan mempunyai pendekatan “*user oriented*”. Metode ini cocok untuk permasalahan yang diangkat, serta cocok untuk perancangan sebuah *user interface*. *Design Thinking*

sederhananya metode untuk memahami pengguna, menantang asumsi, mendefinisikan ulang permasalahan, serta menciptakan solusi, yang dibagi atas 5 tahapan. Diantaranya:

### 1. *Empathize* (Berempati)

Berempati adalah tahapan yang dimana mampu mengerti dan memahami permasalahan serta keinginan dari pengguna dari sudut pandang mereka. Contoh kasus yang diangkat yaitu sebuah aplikasi yang akan dibuat dan mereka gunakan. Berawal dari mereka bercerita apa yang harus dilakukan untuk mendapatkan banyak pelanggan, agar pasar tidak terlalu sepi, dan keluhan lainnya. Pada tahapan ini merupakan pengumpulan informasi sebanyak-banyaknya melalui berbagai macam metode pengumpulan data, seperti: Observasi, wawancara isi kuisisioner dan lain sebagainya.

### 2. *Define* (Pendefinisian)

Pendefinisian adalah tahapan setelah mendapatkan data-data yang diperlukan dari tahapan *empathize*. Yaitu menyusun dan menafsirkan data-data tersebut, yang dimana tetap fokus kepada sisi pengguna ketika mendefinisikan masalah. Hasilnya berupa kesimpulan permasalahan utama, hambatan dan harapan yang akan diselesaikan. Dalam kasus ini, didapatkan yaitu sebuah aplikasi yang menggambarkan usaha serta memberikan fasilitas yang memudahkan baik untuk pengguna maupun pemilik. Hal itu disebabkan, mereka baru melakukan penjualan secara offline, belum menemukan media yang efektif untuk memenuhi kebutuhan mereka.

### 3. *Ideate* (Ideasi)

Ideasi adalah tahapan untuk menghasilkan ide, solusi serta alternatif sebanyak-banyaknya. Ide tersebut berangkat dari permasalahan yang telah didefinisikan sebelumnya. *Ideate* dapat dilakukan dengan metode *brainstorming* secara tim atau membuat *mind-map*, guna membantu menemukan solusi yang sesuai dalam menghadapi permasalahan tersebut. Tetap dalam fokus sebagai perancang *U.I*, berupa memberikan solusi tampilan aplikasi. Ide yang ditemukan berupa bagaimana diadakan aplikasi, dengan konsep *e-commerce*, keuntungan apa saja jika memasang aplikasi tersebut untuk memancing pengguna. Fitur *custome case* pada aplikasi, aplikasi yang dimana tanpa pihak ketiga, menyediakan informasi seputar produk, transaksi dan fitur lainnya yang menunjang usaha serta kenyamanan pengguna. Dikemas dengan desain *U.I* yang cocok untuk memenuhi itu semua, dengan memberikan tampilan sesuai dengan citra usaha.

#### 4. *Prototype* (Purwa-Rupa)

*Prototype* yaitu pembuatan model sederhana, yang dimana berangkat dari ide atau solusi yang telah dirumuskan. Dilakukannya *prototype* ialah guna melihat gambaran kasar dari aplikasi dan menemukan solusi yang paling sesuai melalui model tersebut untuk menjawab masalah pengguna. Pada tahapan ini melalui proses perancangan *U.I Design*, diantaranya pembuatan *wireframe*, *mock-up* dan *prototyping*. Proses ini dilakukan secara manual dan digital dengan *output* berupa *prototype* aplikasi yang bisa dijalankan secara sederhana.

#### 5. *Test* (Uji Coba)

Tahapan terakhir yaitu menguji *prototype* yang telah dibuat sebelumnya. Pengujian dilakukan untuk mengetahui apakah sudah memenuhi atau belum kebutuhan pengguna. Selain itu agar mendapatkan umpan balik, sehingga jika belum memenuhi dapat disempurnakan kembali. Dalam menggali data untuk kebutuhan informasi pada metode *design thinking*, digunakannya hasil data *S.W.O.T* yang telah dilakukan sebelumnya, bersumberkan dari pengumpulan data yakni observasi, wawancara dan lainnya yang telah dijelaskan pada tahapan *emphatize*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Penentuan Konsep

Penentuan konsep pada rancangan ini, didasari oleh metode *design thinking* yang telah dijelaskan sebelumnya. Yaitu melakukan tahapan *emphatize* serta *define* untuk menemukan serta mengidentifikasi masalah berdasarkan sudut pandang pengguna, kemudian dilanjutkan tahapan pencarian solusi, yaitu *ideate*. Pada tahapan ini, yang dilakukan ialah sesi *brainstorming* serta *benchmarking* dengan aplikasi yang ada untuk melihat seperti apa *userflow* aplikasi pada umumnya. Menyesuaikan dengan kebutuhan pengguna melalui menyediakan fitur seperti: Informasi produk, transaksi, tambahan fitur berupa *custome case* dan lainnya.

### Konsep Visual

Konsep visual sendiri yang digunakan dalam perancangan *user interface* aplikasi *mobile* Hola-Hola ini, ialah memiliki tampilan yang ceria, modern serta nyaman. Seperti menerapkan *layout* dengan hirarki yang memudahkan pengguna dalam menerima informasi, sesuai

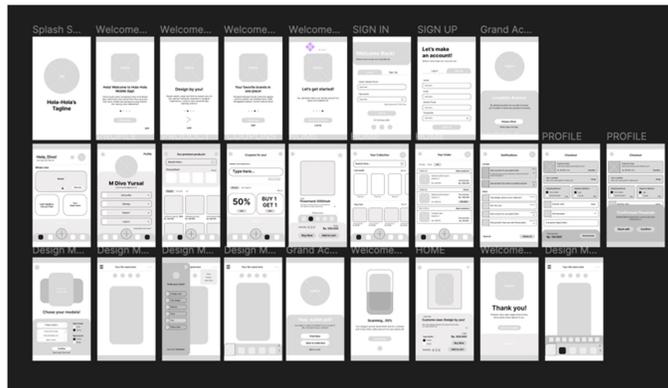
dengan fitur yang telah dirumuskan. Serta pemberian tampilan visual yang menarik seperti ilustrasi pada bagan-bagan tertentu. Tidak lepas dari identitas *brand* yang telah ada, namun dikembangkan agar lebih menjurus kepada karakteristik *brand*. Aplikasi yang digunakan penulis dalam menggarap rancangan kali ini ialah *Figma Adobe Photoshop* dan *CorelDraw*.

### Proses Perancangan

Perancangan produk dilakukan pada tahapan *prototyping*, yaitu mewujudkan ide-ide yang telah digagas sebelumnya. Pada perancangan model sebuah *user interface*, dilakukan 3 tahapan utama, yaitu *Wireframe*, *Mockup* dan *Prototype*. Pada tiap tahapan selalu memperhatikan unsur serta prinsip pembuatan sebuah *user interface*. Dalam prosesnya, hal yang penting untuk diperhatikan ialah *userflow* dari aplikasi yang akan dirancang.

#### 1. Wireframe

*Wireframe* sendiri yaitu sebuah sketsa kasar dari tampilan aplikasi. Digunakan untuk menyusun tatak letak awal dalam rancangan tampilan, dengan memperhatikan kontrol input, sistem navigasi, sistem informasi dan *call to action* pada aplikasi.



Gambar 1. Wireframe Aplikasi Mobile Hola-Hola

Berikut *userflow* utama yang digunakan dalam aplikasi untuk produk:



### Gambar 2. *Userflow* pemesanan produk aplikasi

Berikut *userflow* yang digunakan dalam aplikasi untuk *custome case*:

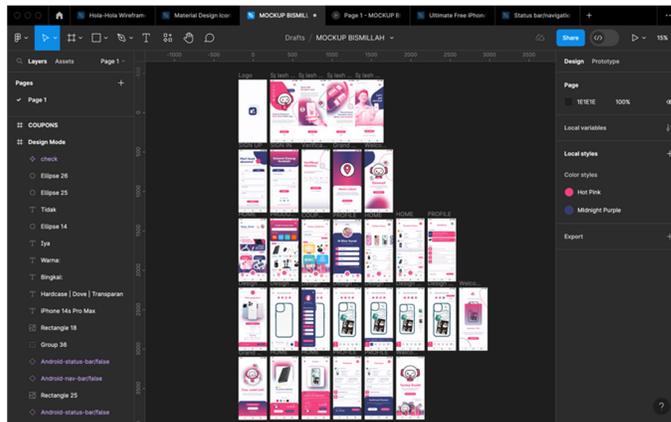


Gambar 3. *Userflow* fitur *custome case* aplikasi

*Userflow* diatas digunakan sebagai patokan dalam pembuatan *wireframe*, yang dimana disaat pengerjaan tidak menutup kemungkinan dalam penambahan fitur serta alur baru lainnya.

## 2. *Mockup*

Selanjutnya ialah tahapan *mockup*, yaitu pemberian gambaran yang lebih detail berupa bentuk desain yang lebih realistis. Pada tahapan ini dimulai untuk memberikan elemen visual yang mendetail seperti logo, warna, font dan *copywriting*-nya. Berdasarkan struktur *layout* yang telah dirancang melalui *wireframe*. Serta kebutuhan tampilan visual lainnya seperti ilustrasi dan elemen-elemen grafis lainnya.



Gambar 4. *Mockup* Aplikasi *Mobile Hola-Hola*

Logo yang digunakan pada aplikasi:



**Gambar 5. Logo Resmi Hola-Hola**

Logo yang digunakan pada aplikasi sama dengan logo usaha yang telah ada. Menyesuaikan dengan kebutuhan perancangan *UI* serta media pendukung.

Warna yang digunakan pada aplikasi:



**Gambar 6. Color Palette, Identitas Visual Hola-Hola**

Warna pada desain *UI* menyesuaikan dengan warna identitas Hola-Hola itu sendiri. Terdiri dari warna *hot pink*, *mystic purple* dan *white mist*. Sedangkan *silver gray* merupakan warna tambahan menyesuaikan kebutuhan desain *UI*.

*Typeface* yang digunakan pada aplikasi:

### **Nunito**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

### **Open Sans**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

**Gambar 7. Typeface, Identitas Visual Hola-Hola**

Untuk *typeface* sendiri, menggunakan “Nunito” sebagai *Headline*, dan “Open Sans” sebagai *bodycopy*. Untuk Open Sans, memiliki fungsi “*versatile*” sehingga dapat digunakan untuk apa saja kebutuhan *copywriting*. Kedua *typeface* tersebut dipilih karena memiliki *readability* serta *legitibility* yang baik, baik untuk aplikasi maupun media pendukung.

### 3. *Prototype*

Tahapan terakhir yaitu *Prototype*, yang dimana hasil dari *mockup* diwujudkan dalam sebuah purwarupa *gadget*. Tujuannya untuk melihat seperti apa wujud aplikasi itu nanti ketika diluncurkan.



**Gambar 8. *Prototype* Aplikasi *Mobile* Hola-Hola**

### **Media Utama**

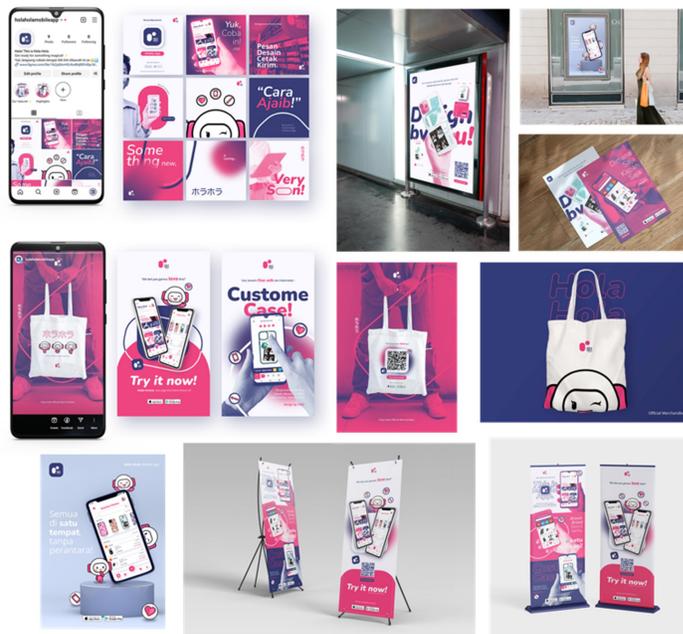
Media utama pada perancangan ini ialah *prototype* dari *UI design* yang telah dibuat. Dapat diakses melalui *smartphone* maupun *laptop* atau *device* lainnya dengan menggunakan link dari *figma*. Tujuannya untuk mencoba seperti apa aplikasi berjalan, dengan fitur-fitur yang ada, melihat rancangannya apakah sudah sesuai standar dan kemauan pengguna. Diharapkan dengan *prototype* ini, pengguna bisa merasakan seperti layaknya aplikasi yang sudah jadi, dan dapat memberikan solusi bagi pemilik dan kemudahan bagi pengguna.



**Gambar 9. Media Utama Aplikasi *Mobile* Hola-Hola**

## Media Pendukung

Media pendukung berfungsi untuk menunjang media utama berupa mempromosikan “aplikasi” yang nantinya mau di *launching*. Selain itu, membantu memudahkan pengguna dalam mengakses aplikasi melalui QR Code yang ada pada media pendukung tertentu. Sehingga tidak hanya sebagai media promosi melainkan ada fungsi lainnya yang berguna bagi pengguna maupun pemilik usaha. Media pendukung tersebut meliputi : Konten sosial media (*Instagram* dan *Whatsapp*), poster promosi, *vertical banner*, *totebag* dan *motion graphic*.



Gambar 10. Media Pendukung Aplikasi Mobile Hola-Hola

## Uji Kelayakan Produk

Pada tahapan terakhir yaitu uji coba pada *prototype*. Pada tahapan ini dilakukan uji coba kepada pemilik usaha Hola-Hola, penggiat UI design, mahasiswa design, serta masyarakat umum. Proses yang dilakukan dengan menyebarkan link serta system penilaian terhadap produk, untuk nantinya dimasukkan kedalam tabel uji kelayakan produk. Diharapkan dengan tahapan mendapatkan umpan balik untuk pengembangan hasil rancangan ini.

Penyebaran melalui social media dengan cara mengontak satu per satu target uji coba. Template *form* dan *link* disertakan untuk memudahkan dalam pemberian nilai.

Berikut tabel hasil uji kelayakan produk:

**Tabel 1. Uji Kelayakan Produk**

| No. | Penilaian          | Jumlah Audiens | Skala                |               |              |             |                    |
|-----|--------------------|----------------|----------------------|---------------|--------------|-------------|--------------------|
|     |                    |                | 1<br>(Sangat Kurang) | 2<br>(Kurang) | 3<br>(Cukup) | 4<br>(Baik) | 5<br>(Sangat baik) |
| 1.  | Pemilik            | 2              |                      |               |              | √           | √                  |
| 2.  | Penggiat UI Design | 3              |                      |               |              | √           | √√                 |
| 3.  | Mahasiswa Desain   | 4              |                      |               |              | √           | √√√                |
| 4.  | Masyarakat umum    | 3              |                      |               |              | √           | √√                 |
|     | Jumlah             | 12             |                      |               |              | 4           | 8                  |

Dari hasil uji kelayakan, didapatkan respon yang positif dari target audiens. Diharapkan dengan hasil tersebut dapat menjadi bahan pertimbangan untuk dieksekusi menjadi aplikasi sesungguhnya. Serta menjawab kebutuhan pengguna akan solusi dari permasalahan, salah satunya dengan tampilan *user interface* yang baik untuk aplikasi *mobile* Hola-Hola. Sehingga memberikan citra berkualitas akan usaha Hola-Hola nantinya.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Perancangan antarmuka pengguna atau *User Interface Design* untuk Aplikasi *Mobile* Hola-Hola ini, memiliki tujuan untuk memberikan gambaran secara detail bagaimana wujud aplikasi nantinya. Membantu pengguna untuk mengenali *userflow* yang ada melalui *prototype* dari *UI* tersebut, seperti tugas dan fungsi fitur yang ada. Desain *UI* yang berangkat dari proses *design thinking*, diharapkan mampu menjawab permasalahan yang ada, melihat dari fokus dari perancangan berorientasikan kepada pengguna. Tidak hanya itu, *UI* yang baik juga memiliki fungsi yaitu memberikan citra yang berkualitas akan sebuah *brand*.

Sesuai dengan cirikhas dari sebuah *start-up* yaitu inovasi, pada aplikasi ini diberikan fitur baru yang menjadikan daya tarik, yaitu fitur *custome case*. Dengan fitur ini, diharapkan menjadi daya tarik tersendiri, dengan *UI* yang juga menarik untuk memancing pengguna

memakai aplikasi ini nantinya. Konsep visual yang *clean, cheerful* serta dinamis dan modern, namun tetap mengikuti identitas visual yang ada pada *brand* seperti maskot dan warna, diharapkan memberikan sebuah keharmonisan desain visual. Pada rancangan ini, juga terdapat ruang untuk diangkat sebagai bahan penelitian lebih lanjut, semoga bermanfaat.

#### **DAFTAR REFERENSI**

- Pardede, E., & Simajuntak, M. (2022). Penguatan Pemasaran Digital UMKM Menggunakan Metode Design Thinking. *Institut Teknologi Del, Laguboti, Indonesia*
- Rianingtyas, K. A., & Wardani, K., K. (2018). Perancangan User Interface Aplikasi Mobile Sebagai Media Promosi Digital UMKM Tour dan Travel. *Institut Teknologi Sepuluh Nopember*
- Putra, K., A, dkk. (2020). Perancangan Aplikasi Media Interaktif Berbasis Mobile sebagai Pengenalan Artefak Museum. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia. Universitas Dian Nuswantoro. Semarang.*\_\_(Andharupa, Vol. 06 01/02.2020).
- Putra, Y., K. (2020). UI Design Aplikasi Mobile E-Ticket PT.NPM. Tugas Akhir. Desain Komunikasi Visual. *Universitas Negeri Padang*
- Bizterch Academy. (2023) *Merancang UI UX Aplikasi dengan Metode Design Thinking.* (Diakses pada tanggal : 01 Maret 2023).