

# PERANCANGAN DESAIN APLIKASI TRENDY BERBASIS ANDROID MENGGUNAKAN FIGMA

Wakhid Bagus Pramono

Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknik, Universitas Muria Kudus  
Jl. Lingkar Utara, Kayuapu Kulon, Gondangmanis, Kecamatan Bae, Kabupaten Kudus  
E-mail: wakhidbaguspramono@gmail.com

**Abstrak** - Dalam era digital ini, permintaan akan aplikasi *mobile* yang memudahkan pengguna dalam menjelajahi berbagai tempat wisata semakin meningkat. Perkembangan teknologi dan pergeseran perilaku konsumen mengarah pada kebutuhan akan aplikasi yang tidak hanya fungsional, tetapi juga menarik secara visual dan mudah digunakan. Penelitian ini bertujuan untuk merancang sebuah aplikasi *mobile* yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan tersebut, dengan fokus pada pengalaman pengguna yang nyaman dan desain yang menarik. Aplikasi TRENDY (*Traveling Nengndy?*) dirancang untuk menyediakan informasi tentang berbagai destinasi wisata di Indonesia, serta menyediakan fitur-fitur unggulan seperti *open trip*, *private trip*, dan *custom trip*. Dengan menggunakan pendekatan desain berbasis pengguna dan alat desain figma, aplikasi ini dirancang dengan melibatkan pembuatan *user persona*, pembuatan logo, logo aplikasi, pemilihan warna, penentuan *target user*, penggunaan *typography*, dan perencanaan tampilan aplikasi. Diharapkan dapat memperkuat daya tariknya di pasar dan memberikan pengalaman yang memuaskan bagi pengguna. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan bagi pengembang untuk merancang aplikasi *mobile* yang sesuai dengan kebutuhan pengguna dan tren pasar saat ini.

**Kata Kunci:** Desain Aplikasi, Pengalaman Pengguna, *Traveling*.

## I. PENDAHULUAN

*Travelling* adalah tindakan berpindah dari satu tempat ke tempat lain, baik dalam jarak yang dekat maupun jauh, untuk tujuan rekreasi, bisnis, pendidikan, atau alasan lainnya, sambil menginginkan momen dimana mereka dapat merasakan *detachment* dari pekerjaan, sehingga dapat beristirahat dari tuntutan pekerjaan (Saputra & Pidada, 2021). Namun, tidak sedikit orang merasa kebingungan dalam menentukan tempat atau teman untuk melakukan kegiatan tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk merancang aplikasi *mobile* inovatif bernama TRENDY (*Traveling Nengndy?*), atau dalam bahasa Indonesia, *Traveling Kemana?* Aplikasi ini dirancang untuk memberikan pengalaman pengguna yang nyaman dengan desain yang menarik dan intuitif. TRENDY hadir sebagai solusi bagi para traveler yang ingin menjelajahi destinasi wisata di Indonesia dengan mudah dan efisien. Aplikasi ini menawarkan tiga jenis trip yang dapat dipilih oleh pengguna: a. *Open Trip*, dimana pengguna dapat bergabung dengan trip yang telah disediakan aplikasi dengan tujuan wisata yang sudah ditetapkan, berkelompok dengan orang-orang yang berbeda; b. *Private Trip*, yang dirancang untuk sekelompok orang yang ingin berwisata ke destinasi yang telah ditentukan oleh aplikasi secara eksklusif; c. *Custom Trip*, yang memungkinkan pengguna untuk memilih destinasi dan waktu sesuai keinginan mereka, cocok untuk acara sekolah, kampus, atau perusahaan. Dengan fitur-fitur ini, TRENDY diharapkan dapat menjadi pendamping

setia para pelancong dalam merencanakan perjalanan yang tak terlupakan.

Pendekatan desain berbasis pengguna digunakan dalam proses perancangan, melibatkan pembuatan *user persona*, logo, pemilihan warna, dan perencanaan tampilan aplikasi secara menyeluruh dengan alat desain Figma. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkuat daya tarik TRENDY di pasar dan memberikan panduan berharga bagi pengembang aplikasi *mobile* lainnya.

Android adalah sebuah sistem operasi perangkat *mobile* berbasis linux yang mencakup sistem operasi, *middleware* dan aplikasi. Android menyediakan *platform* terbuka bagi para pengembang untuk menciptakan aplikasi mereka (Jingjing et al., 2020). Pada mulanya, android adalah salah satu produk dari Android Inc., namun Google Inc. mengakuisisi Android Inc., dan semua kekayaan intelektual milik Android Inc. diperoleh Google Inc. yang kemudian mengembangkan kembali system android (Pratama, 2020). Android dipenuhi dengan beragam aplikasi berbasis *web* yang tidak membutuhkan ruang simpan besar. Layanan-layanan berbasis internet seperti email, facebook, twitter, dan layanan jejaring sosial lainnya sangat mudah di akses. Karakteristik ini membuat Android lebih kompetitif dibandingkan iOS dan sistem operasi lainnya, sehingga banyak produsen smartphone memilih Android sebagai sistem operasi utama mereka. (Asyari & Zagladi, 2020).

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### Perancangan

Perancangan adalah proses mendeskripsikan, merencanakan dan mensketsa atau menyusun beberapa elemen independen menjadi satu kesatuan fungsional yang lengkap (Fariyanto & Ulum, 2021). Proses perancangan dimulai dengan mengidentifikasi kebutuhan dan tujuan dari aplikasi yang akan dibuat. Identifikasi kebutuhan ini bertujuan untuk memastikan efektivitas dan efisiensi dari aplikasi yang akan dikembangkan.

### Pengembangan UI dan UX Desain

Dalam pengembangan aplikasi mobile, aspek desain pengalaman pengguna (*User Experience/UX*) dan antarmuka pengguna (*User Interface/UI*) sangatlah penting. Kemampuan untuk menyediakan pengalaman pengguna yang memuaskan melalui antarmuka pengguna yang intuitif dan menarik merupakan salah satu tujuan dari penggunaan UI dan UX yang tepat, desain UI/UX sebagai kunci untuk menciptakan produk digital yang sukses dan memuaskan pengguna (Ichsan et al., 2022).

### Studi Kasus Aplikasi *Traveling*

Studi kasus mengenai aplikasi wisata menunjukkan bahwa fitur-fitur seperti kustomisasi perjalanan dan integrasi informasi destinasi yang komprehensif sangat penting untuk menarik dan mempertahankan pengguna. Aplikasi yang menyediakan fleksibilitas dalam perencanaan perjalanan, seperti pilihan *open trip*, *private trip*, dan *custom trip*, dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengguna.

## III. METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian adalah ilmu mengenai jenjang-jenjang yang harus dilalui dalam suatu proses penelitian, atau ilmu yang membahas metode ilmiah dalam mencari, mengembangkan, dan menguji kebenaran suatu pengetahuan (Benuf et al., 2019). Berikut adalah beberapa metode yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini:

### 1. Studi Literatur

Studi literatur adalah kegiatan pengumpulan referensi data pustaka melalui penelusuran berbagai sumber seperti jurnal, buku, dan artikel untuk mengembangkan konsep teoritis baru dari suatu konstruk (Fajar & Aviani, 2022). Pengumpulan data untuk studi literatur dilakukan dengan alat pencarian database yang sebagai tahapan pencarian sumber literatur, Studi literatur bertujuan mendeskripsikan konten pokok berdasarkan informasi yang didapat (Syofian & Gazali, 2021). Penulis melakukan penggalian data untuk menentukan apa saja yang diperlukan untuk merancang

aplikasi yang akan dibuat melalui referensi media sosial, jurnal, buku dan media lainnya.

### 2. Analisis Studi Kasus

Melakukan analisis pada aplikasi yang serupa tidak kalah pentingnya guna mencari titik kelemahan dari aplikasi yang sudah ada. Dengan melakukan analisis tersebut penulis tahu kekurangan dari aplikasi lain dan membuat suatu inovasi yang nantinya dapat digunakan sebagai keunggulan dari aplikasi yang akan dibuat. Hal ini merupakan salah satu cara menarik konsumen dengan menawarkan sesuatu yang belum ada sebelumnya.

### 3. Wawancara

Wawancara adalah suatu percakapan dengan tujuan-tujuan tertentu (Setiawan, 2020). Metode wawancara digunakan untuk memperoleh informasi secara langsung dan *real*, dimana informasi yang diperoleh dapat digunakan oleh penulis dalam penentuan menu apa saja yang akan dibuat dalam aplikasi. Dengan melakukan wawancara dengan pelaku wisata (*traveler*) secara langsung penulis bisa memperoleh informasi, sehingga dapat mengetahui kendala-kendala apa saja yang dialami saat melakukan *traveling*.

## IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada pembuatan desain aplikasi TRENDY, sebuah aplikasi berbasis Android yang bergerak di bidang penyedia layanan wisata, penulis menggunakan aplikasi desktop Figma untuk mendesain aplikasi ini. Nama TRENDY merupakan singkatan dari "*Traveling Nengndy?*" dalam Bahasa Jawa jika diartikan ke dalam bahasa Indonesia berarti "*Traveling Kemana?*". Alasan penulis membuat aplikasi ini adalah untuk memberikan kemudahan kepada penggemar wisata dalam merencanakan dan melakukan perjalanan ke seluruh Indonesia. Sebelum merancang desain aplikasi TRENDY, penulis melakukan studi literatur dan analisis mendalam terhadap beberapa aplikasi penyedia jasa wisata ternama di Indonesia, seperti Traveloka, Tiket.com, PegiPegi, Airy, dan Trivago. Hal ini dilakukan untuk memahami tren terkini dan fitur-fitur yang diminati pengguna dalam aplikasi wisata.

Berdasarkan hasil analisis, penulis menemukan beberapa celah pasar dan kebutuhan pengguna yang belum terpenuhi oleh aplikasi-aplikasi tersebut. Oleh karena itu, penulis menambahkan beberapa fitur unggulan pada aplikasi TRENDY, yaitu:

1. *Open Trip*: Fitur ini memungkinkan pengguna untuk bergabung dengan trip wisata yang telah disediakan oleh aplikasi dengan tujuan wisata yang sudah ditetapkan. Pengguna dapat berkelompok dengan orang-orang baru dan mendapatkan pengalaman *traveling* yang berbeda.

2. *Private Trip*: Fitur ini dirancang untuk sekelompok orang yang ingin berwisata ke destinasi yang telah ditentukan oleh aplikasi secara eksklusif. Pengguna dapat memesan *Private Trip* untuk acara keluarga, reuni, atau *gathering* dengan teman-teman.
3. *Custom Trip*: Fitur ini memungkinkan pengguna untuk memilih destinasi dan waktu sesuai keinginan mereka. Pengguna dapat merencanakan perjalanan impian mereka dengan bebas dan fleksibel.

Penelitian ini menghasilkan rancangan desain aplikasi mobile TRENDY yang inovatif dan menarik, dengan fokus pada pengalaman pengguna yang nyaman dan mudah digunakan. Desain aplikasi TRENDY dibuat dengan mempertimbangkan prinsip-prinsip desain UI dan UX yang baik, serta menggunakan alat desain Figma. Berikut adalah beberapa hasil utama dari penelitian ini:

### 1. User Persona

Penelitian ini dimulai dengan pembuatan *user persona* untuk memahami kebutuhan dan karakteristik pengguna aplikasi TRENDY. Fungsi dari *user persona* adalah untuk mencakup informasi mengenai identitas dan informasi latar belakang responden, serta membahas masalah yang mereka hadapi, tujuan penggunaan, dan harapan mereka terhadap aplikasi (Milah et al., 2023).



Gambar 1. User Persona

### 2. Target User dan Target Market

*Target Market* adalah sekelompok konsumen yang menjadi sasaran utama bagi sebuah produk atau layanan. Trendy sendiri memiliki *target market* yaitu remaja (20 – 24 tahun), orang dewasa (25 – 35 tahun), Perusahaan dan sekolah. *Target User* adalah pengguna spesifik yang diidentifikasi sebagai pengguna utama dari produk atau layanan tersebut. Untuk *target user* dari Trendy adalah pria dan wanita.

### 3. Icon Aplikasi

*Icon* adalah tanda yang memiliki sifat atau kemiripan dengan objek/citra aslinya (Ananta Kusuma et al., 2023). *Icon* aplikasi memiliki peran yang sangat penting dalam berbagai aspek, baik dari

segi fungsionalitas maupun *branding*. *Icon* aplikasi Trendy yaitu sebuah koper dengan arti yaitu koper identik dengan orang yang suka bepergian sebagai tempat menaruh barang-barang yang dibawa.



Gambar 2. Icon Aplikasi Trendy

### 4. Logo

Logo merupakan elemen desain sangat penting dan menjadi identitas visual. Penerapan logo selalu ada dalam aplikasi identitas visual lainnya. Oleh karena itu penting untuk merencanakan logo yang dapat mencerminkan kepribadian dan jiwa sebuah *brand* (Wahmuda & Hidayat, 2020).



Gambar 3. Logo Trendy

Logo Trendy cukup simpel yaitu hanya tulisan TRENDY dengan penggunaan warna biru yang dikaitkan dengan perasaan damai, ketenangan, dan kepercayaan, menjadikannya pilihan yang tepat untuk aplikasi travel yang bertujuan memberikan pengalaman aman dan menyenangkan bagi penggunaannya. Penggunaan huruf-huruf tersebut dibentuk menggunakan font sans-serif yang tebal, yang memberikan kesan modern dan professional. Sebuah koper memiliki konotasi yang kuat dengan perjalanan, sering kali digunakan untuk menyimpan barang-barang yang dibawa oleh para *traveler*. Icon koper ini dipilih karena mewakili kebutuhan dan aktivitas pengguna yang gemar bepergian.

### 5. Warna

Warna merupakan atribut yang sangat tajam untuk menyentuh kepekaan pengelihatannya, sehingga merangsang munculnya suatu perasaan atau kesan. Reaksi atau rangsangan tersebut diakibatkan oleh fungsi warna sebagai identitas atau pembeda, mengkomunikasikan informasi, dan membangkitkan emosi atau *mood*, sehingga memudahkan *audiens* mengenali objek. Warna menjadi faktor penentu keberhasilan desain UI ketika terjadi interaksi dengan *audiens* (Hartadi et al., n.d.).

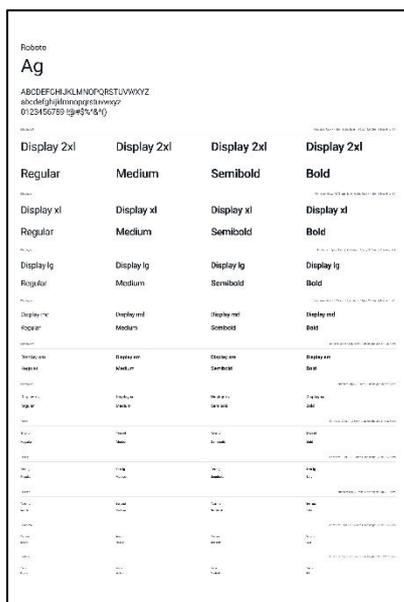


Gambar 4. Palet Warna Pada Aplikasi Trendy

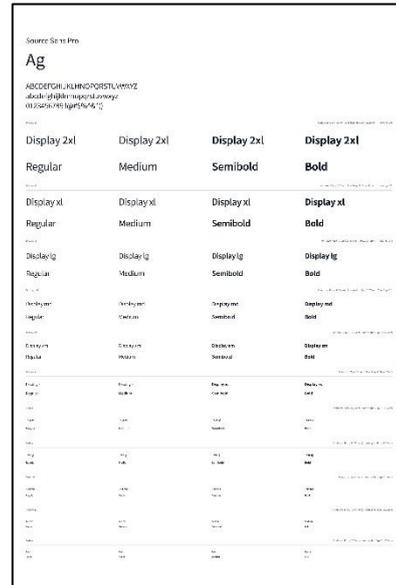
Perpaduan warna dalam aplikasi Trendy yaitu menggunakan warna hijau toska dan biru, alas an dibalik penggunaan kedua warna itu adalah hijau toska sering dikaitkan dengan kreativitas, inovasi, dan jiwa muda. Ini sesuai dengan target pengguna TRENDY, yaitu generasi milenial dan Gen Z, sedangkan biru adalah warna universal yang diasosiasikan dengan kepercayaan, keamanan, dan reliabilitas. Ini penting untuk aplikasi travel karena pengguna ingin merasa yakin informasi pribadi dan rencana perjalanan mereka aman.

6. *Typography*

*Typography* adalah teknik menyusun huruf dan teks dalam visual untuk memastikan keterbacaan dan daya tarik. Seni ini melibatkan pemilihan jenis huruf atau font yang menentukan estetika dalam desain grafis. Karena itu, diperlukan keterampilan khusus untuk menyusun *typography* yang menarik dan mudah diterima oleh pengguna (Umiga et al., 2022). Selain itu desain font, sebagai elemen kunci dalam tipografi, memainkan peran utama dalam menciptakan identitas merek dan mempengaruhi persepsi pengguna aplikasi ( Arif Rijal, Robi Andre Z, 2024).



Gambar 5. Penggunaan Font Roboto



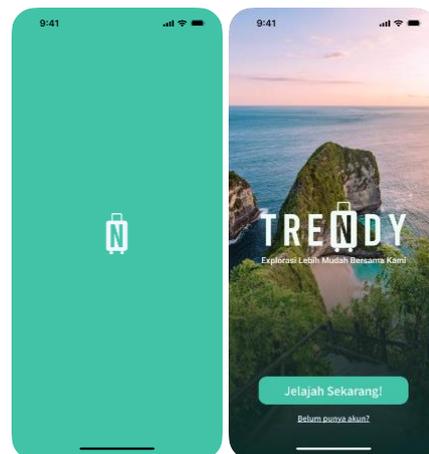
Gambar 6. Penggunaan Font Source Sans Pro

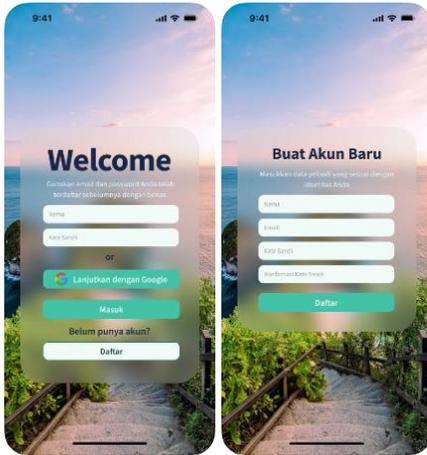
Penggunaan font Roboto dan Source Sans Pro pada aplikasi Trendy menawarkan kombinasi modernitas, kemudahan baca, profesionalitas, dan ketersediaan luas. Roboto yang mudah dibaca dan *open-source* cocok untuk berbagai aplikasi, sedangkan Source Sans Pro yang elegan memberikan kesan formal dan profesional. Kombinasi keduanya memungkinkan terciptanya hirarki visual dan berbagai gaya desain yang menarik dan mudah dinavigasi pengguna.

7. Desain Akhir

Pada desain akhir ini, penulis akan menampilkan hasil akhir dari desain aplikasi Trendy yang telah dibuat, mencakup seluruh elemen visual dan fungsional yang telah dirancang dengan teliti, serta berbagai fitur yang diintegrasikan untuk memastikan aplikasi ini memenuhi kebutuhan dan harapan pengguna.

1. *Landing Page dan Welcome*





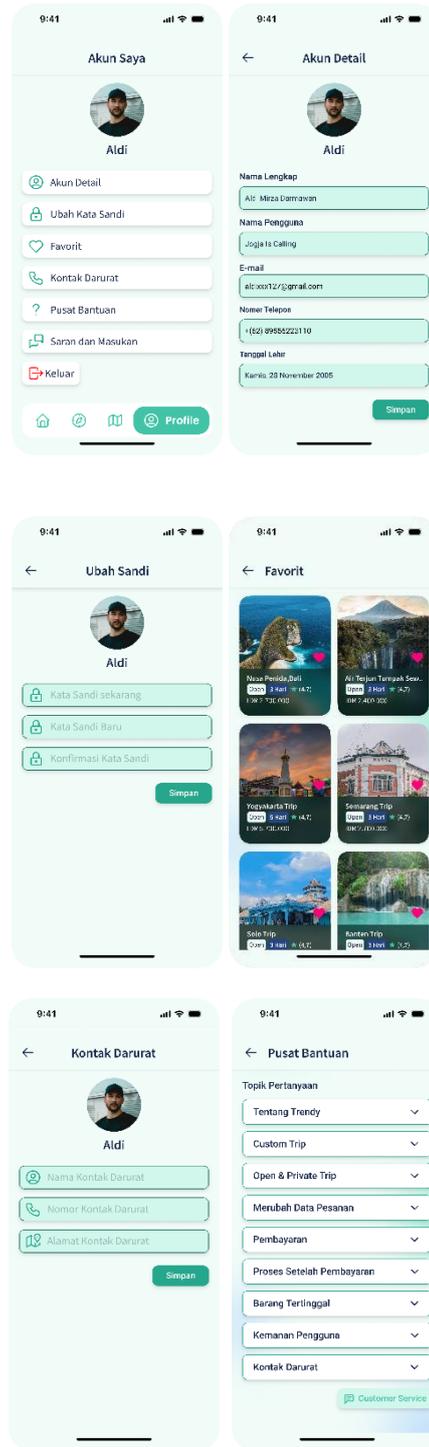
Gambar 7. Landing Page dan Welcome

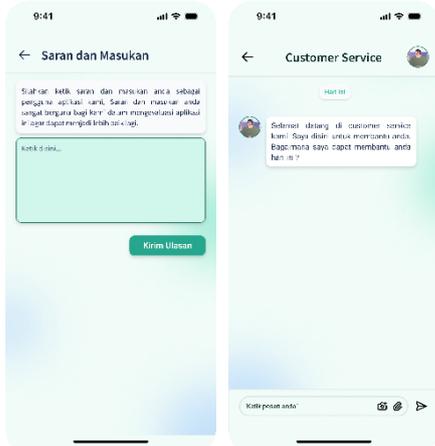
### 2. Tampilan Pada Menu Beranda



Gambar 8. Tampilan Pada Menu Beranda

### 3. Tampilan Pada Menu Profil





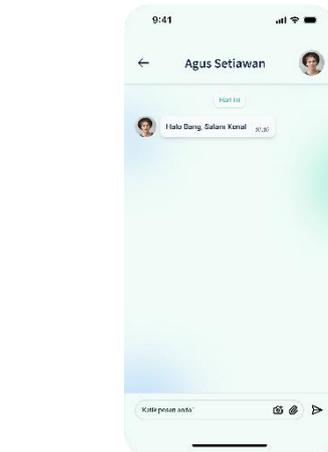
Gambar 9. Tampilan Pada Menu Profil

4. Menu *Explore*



Gambar 10. Tampilan Pada Menu *Explore*

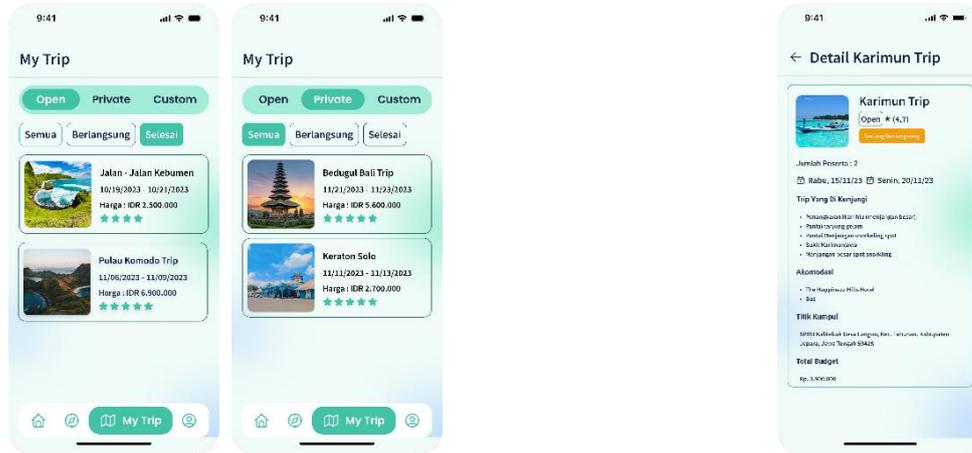
5. Tampilan Pada Menu Pesan



Gambar 11. Tampilan Pada Menu Pesan

6. Tampilan Pada Menu My Trip

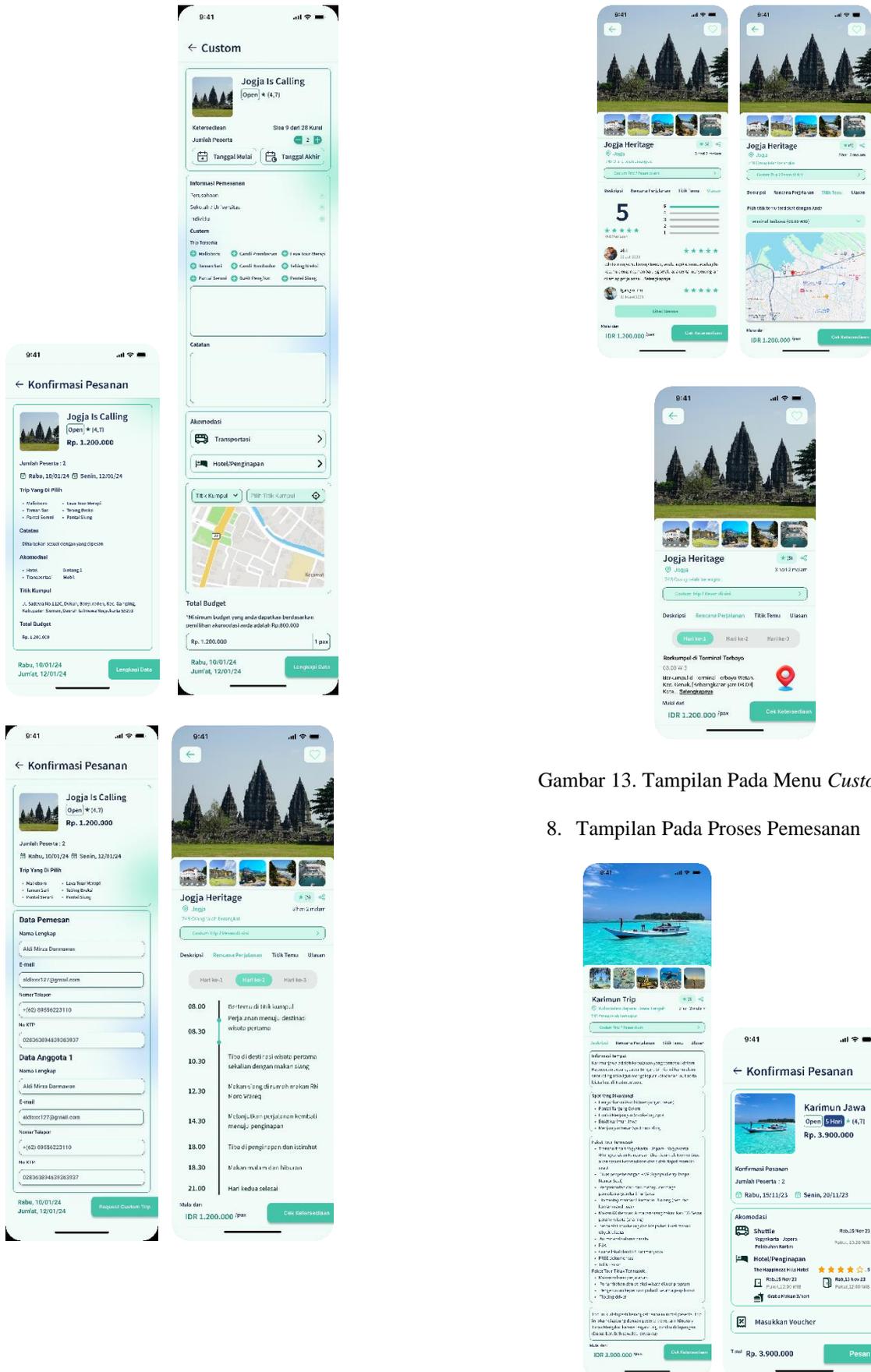




Gambar 12. Tampilan Pada Menu My Trip

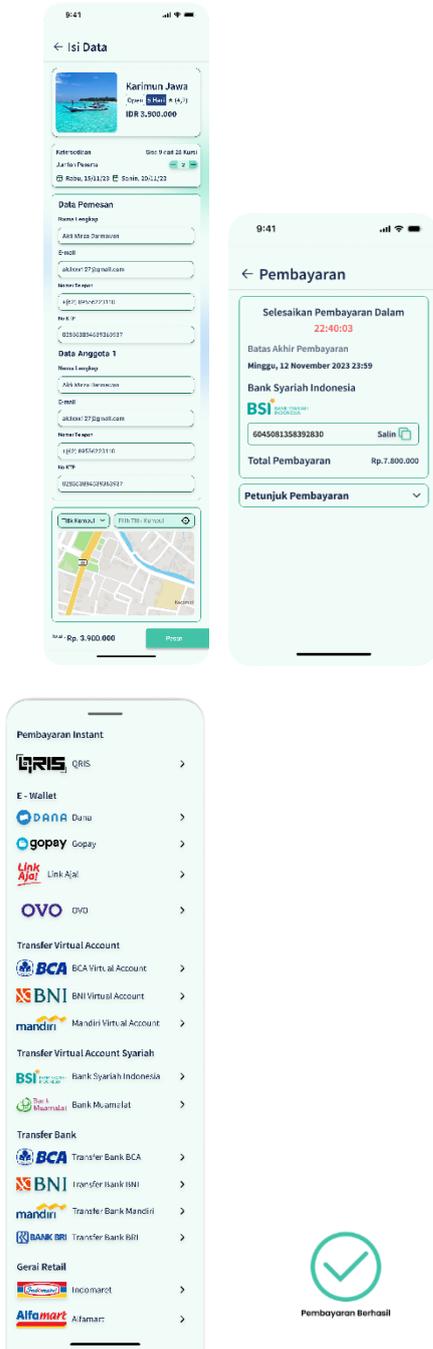
7. Tampilan Pada Menu Custom Trip





Gambar 13. Tampilan Pada Menu Custom Trip

### 8. Tampilan Pada Proses Pemesanan



Gambar 14. Tampilan Pada Menu Proses Pemesanan

9. Tampilan Pada Menu Notifikasi



Gambar 15. Tampilan Pada Notifikasi

V. KESIMPULAN DAN SARAN

**Kesimpulan**

Penelitian ini menghasilkan desain aplikasi mobile TRENDY yang inovatif dan menarik, dengan fokus pada pengalaman pengguna yang nyaman dan mudah digunakan. Desain aplikasi TRENDY dibuat dengan mempertimbangkan prinsip-prinsip desain UI dan UX yang baik, serta menggunakan alat desain Figma. Berikut adalah beberapa poin penting dari kesimpulan:

1. Aplikasi TRENDY menawarkan tiga jenis trip yang dapat dipilih oleh pengguna: Open Trip, Private Trip, dan Custom Trip.
2. Desain aplikasi TRENDY menggunakan warna hijau toska dan biru yang memberikan kesan modern, profesional, dan terpercaya.
3. Aplikasi TRENDY menggunakan font Roboto dan Source Sans Pro yang mudah dibaca dan memberikan kesan modern.
4. Desain aplikasi TRENDY dibuat dengan mempertimbangkan prinsip-prinsip desain

UI dan UX yang baik, sehingga mudah digunakan dan dinavigasi oleh pengguna.

### Saran

Berikut adalah beberapa saran untuk pengembangan aplikasi TRENDY di masa depan:

1. Melakukan pengujian usability untuk memastikan bahwa aplikasi TRENDY mudah digunakan dan dinavigasi oleh pengguna.
2. Menambahkan fitur-fitur baru yang menarik dan bermanfaat bagi pengguna, seperti fitur rekomendasi destinasi wisata, fitur virtual tour, dan fitur berbagi pengalaman wisata.
3. Bekerja sama dengan influencer dan travel blogger untuk mempromosikan aplikasi TRENDY kepada target pengguna.
4. Melakukan analisis data pengguna untuk mengetahui kebutuhan dan preferensi pengguna, sehingga dapat terus meningkatkan kualitas aplikasi TRENDY.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk pengembangan aplikasi *mobile* di Indonesia, khususnya dalam bidang pariwisata.

### DAFTAR PUSTAKA

- Ananta Kusuma, L., Mahajaya Pramayasa, H., & Putra Adnyana, P. (2023). Penggunaan Semiotika Dalam Film Animasi “Singa Dan Tikus” Yang Ditujukan Untuk Anak-Anak. *Amarasi: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 4(01), 29–36. <https://doi.org/10.59997/amarasi.v4i01.1909>
- Asyari, A. H., & Zagladi, A. N. (2020). Analisis Segmen Pasar Produk Handphone Berbasis Android di Lingkungan Mahasiswa di Banjarmasin. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(1), 9–15. <https://doi.org/10.35130/jrimk.v4i1.73>
- Benuf, K., Mahmudah, S., & Priyono, E. A. (2019). Perlindungan Hukum Terhadap Keamanan Data Konsumen Financial Technology Di Indonesia. *Refleksi Hukum: Jurnal Ilmu Hukum*, 3(2), 145–160. <https://doi.org/10.24246/jrh.2019.v3.i2.p145-160>
- Fajar, P., & Aviani, Y. I. (2022). Hubungan Self-Efficacy dengan Penyesuaian Diri: Sebuah Studi Literatur. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(1), 2186–2194.
- Fariyanto, F., & Ulum, F. (2021). Perancangan Aplikasi Pemilihan Kepala Desa Dengan Metode Ux Design Thinking (Studi Kasus: Kampung Kuripan). *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi (JTISI)*, 2(2), 52–60. <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/JTISI>
- Hartadi, M. G., Swandi, I. W., & Mudra, I. W. (n.d.). *Warna Dan Prinsip Desain User Interface (Ui) Dalam Aplikasi Seluler “ Bukaloka .”* 105–119.
- Ichsan, M., Yanti, Y., & Sa, N. (2022). *Penerapan Teknik Terbaru dalam Desain UI / UX untuk Pengalaman Pengguna yang Optimal*. 2(4), 248–254.
- Jingjing, W., Lili, Z., & Fuhua, X. (2020). *Analisa dan Perancangan Aplikasi Pembelajaran Bahasa Inggris Dasar Berbasis Android (I*. 6(3), 251–255.
- Milah, S., Sunandar, M. A., & Andayani Komara, M. (2023). Perancangan User Interface Dan User Experience Aplikasi Penyewaan Peralatan Bayi Berbasis Mobile Menggunakan Metode Human Centered Design (Hcd) Di Babystuffrent Purwakarta. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 7(3), 1714–1721. <https://doi.org/10.36040/jati.v7i3.7066>
- Arif Rijal & Robi Andre Z. (2024). *Typography: Creating New Fonts As Visual Communication Design Media*. 2(9), 25–42.
- Pratama, D. W. (2020). Sistem Informasi Geografis Untuk Pemetaan Homestay di Lombok Timur Berbasis Android, 4(13–29), 791–792.
- Saputra, I. G. N. W. H., & Pidada, I. A. I. (2021). Travelling sebagai coping stress bagi generasi milenial Traveling as coping stress for millennials. *Kinerja: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 18(2), 260–266. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA>
- Setiawan, P. R. (2020). Aplikasi Absensi Online Berbasis Android. *IT Journal Research and Development*, 5(1), 63–71. [https://doi.org/10.25299/itjrd.2020.vol5\(1\).5120](https://doi.org/10.25299/itjrd.2020.vol5(1).5120)
- Syofian, M., & Gazali, N. (2021). Kajian literatur: Dampak covid-19 terhadap pendidikan jasmani. *Journal of Sport Education (JOPE)*, 3(2), 93. <https://doi.org/10.31258/jope.3.2.93-102>
- Umiga, M., Negeri, S. M. K., & Kabupaten, J. (2022). Perancangan User Interface (UI) dan User Experience (UX) Aplikasi e-Learning Studi Kasus SMK N Jenawi dengan Pendekatan User Centered Design. *Jurnal Cakrawala Informasi*. 2(2), 56–62.
- Wahmuda, F., & Hidayat, M. J. (2020). Redesain Logo Dan Media Promosi Sebagai Citra Produk Makanan Ringan Ukm Benok. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 6(02), 147–159. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v6i02.3307>