

Pengembangan Aplikasi Bergerak (*Mobile Apps*) Dakwah Mahasiswa UII

Rofi Nugraha Putra
Program Studi Informatika – Program Sarjana
Universitas Islam Indonesia
Yogyakarta, Indonesia
17523025@students.uui.ac.id

Beni Suranto
Jurusan Informatika
Universitas Islam Indonesia
Yogyakarta, Indonesia
beni.suranto@uui.ac.id

Abstract— Generasi muda zaman sekarang atau milenial saat ini menyita perhatian hampir semua kalangan masyarakat. Generasi ini sering menjadi bahan perbincangan dalam berbagai aspek, baik aspek moral, pendidikan, sosial, mental serta ketergantungan mereka terhadap teknologi informasi. Mereka dipandang membawa nilai-nilai negatif karena menyerap budaya dan ideologi asing yang datang dari luar melalui internet yang dianggap tidak baik dalam pandangan norma-norma Islam. Dakwah Islam adalah salah satu cara untuk menjaga generasi milenial dari pengaruh budaya dan ideologi asing yang buruk. Dakwah adalah bagian integral untuk setiap Muslim dalam upaya menyeru kepada yang makruf dan mencegah dari yang mungkar, meningkatkan nilai-nilai spiritual, mendorong kerangka berfikir, logika dan ideologi yang benar serta membentuk karakter yang kuat dan moral yang mulia. Mahasiswa merupakan salah satu target utama dalam gerakan dakwah online di Indonesia, sebab Mahasiswa memiliki semangat dan energi yang besar, mereka juga idealis, pemikiran semakin logis dan memiliki cita-cita dan ambisi yang tinggi. Tujuan dari penelitian ini adalah menyediakan rancangan solusi media dakwah Islam kepada Keluarga Mahasiswa Universitas Islam Indonesia melalui rancangan prototipe aplikasi bergerak yang dapat digunakan untuk berdakwah, menambah wawasan dan berdiskusi terkait isu dan topik agama Islam. Metode yang peneliti gunakan untuk merancang aplikasi adalah *design thinking approach* dengan lima tahapan, yaitu *empathize, define, ideate, prototype* dan *testing*. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa Mahasiswa UII memiliki keyakinan, pemikiran dan afiliasi yang beragam, mereka menginginkan media dakwah ini adil untuk semua golongan serta berekspektasi tinggi.

Kata kunci— *Design Thinking, Mobile Application, Smartphone, Dakwah, Aplikasi Bergerak, UI/UX, Mahasiswa*

I. PENDAHULUAN

Aktivitas dakwah *online* saat ini sangat direspon baik oleh masyarakat, khususnya generasi milenial. Pada era globalisasi, menyampaikan pesan dakwah tidak hanya dapat dilakukan dengan tatap muka, namun dapat juga dilakukan melalui media-media elektronik, baik media suara, video maupun gambar. Kemunculan para pendakwah seperti Adi Hidayat, Gus Baha, Abdul Somad, Cak Nun dan yang lainnya, mampu mengambil peran penting dalam membentuk karakter masyarakat menjadi beradab serta mencerdaskan umat sehingga dapat membangun peradaban yang Islami [1]. Dakwah adalah keharusan dan bagian integral untuk setiap muslim, dalam upaya menyeru kepada yang makruf dan mencegah dari yang mungkar. Berdakwah adalah salah satu fenomena yang tidak dapat dipisahkan dari kultur masyarakat Muslim dan agama Islam. Dakwah bisa menggerakkan berbagai naluri kita dan menempati tempat yang sentral dalam kehidupan kita, apalagi di dalam era yang

penuh dengan krisis moral dan akidah seperti yang terjadi pada generasi milenial. Fenomena dakwah *online* diberbagai *platform* yang dilakukan oleh para dosen, pelajar agama Islam dan penceramah nasional dipandang sebagai kegiatan yang positif dalam meningkatkan spirit dan ideologi Islam serta mendorong religiusitas [1].

Generasi milenial saat ini lebih senang belajar agama melalui teknologi informasi seperti internet. Dengan adanya akses internet, mereka dengan mudah mengakses situs-situs web, sosial media, *podcast* dan video yang berkaitan dengan agama Islam [2]. Namun dalam penggunaannya tetap memungkinkan mereka mendapatkan hal-hal yang negatif. Semakin banyak waktu yang dihabiskan di internet, semakin sedikit waktu yang seharusnya dihabiskan dalam kegiatan spiritual atau keagamaan [3]. Sebagian besar generasi milenial saat ini sangat rentan terpapar ekstrimisme atau radikalisme, ideologi-ideologi asing seperti feminisme radikal dan LGBTQ+ serta degradasi moral yang dipengaruhi oleh apa yang mereka lihat di internet [4].

Mahasiswa dan Mahasiswi merupakan salah satu target sasaran dalam gerakan dakwah Islam di Indonesia, sebab Mahasiswa dan Mahasiswi memiliki semangat dan energi yang besar, mereka idealis, pemikirannya semakin logis dan kritis, dan memiliki cita-cita serta ambisi yang tinggi [5]. Dengan demikian menjadi jelas bahwa diperlukan upaya-upaya serius dari pihak Universitas dalam mengurangi dan mencegah dampak buruk yang disebabkan oleh tidak ada kontrol media dari, salah satunya, penetrasi pemikiran-pemikiran dan ideologi-ideologi yang kontradiktif dengan nilai-nilai ajaran Islam.

Direktorat Pendidikan dan Pembinaan Agama Islam (DPPAI) Universitas Islam Indonesia yang memiliki visi dan misi yang baik di bidang dakwah Islam untuk Mahasiswa UII, menurut pandangan peneliti, tidak begitu menonjol gerakannya oleh Mahasiswa UII di dunia internet.

Mengingat pentingnya dakwah Islam untuk kalangan Mahasiswa dan Mahasiswi, peneliti berniat menyediakan solusi media dakwah Islam untuk keluarga besar Mahasiswa UII berupa rancangan prototipe aplikasi bergerak (*mobile apps*). Prototipe pada aplikasi ini akan dikembangkan berdasarkan demografi, wawasan umum tentang aplikasi dakwah Islam, permasalahan dan kebutuhan serta ekspektasi Mahasiswa UII terhadap aplikasi dakwah Islam.

Penelitian ini akan membahas proses rancangan prototipe aplikasi sesuai dengan kebutuhan subyek penelitian. Rancangan prototipe Aplikasi Dakwah Mahasiswa UII ini bertujuan (1) untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi Mahasiswa UII terkait aplikasi Dakwah Islam, (2) memberikan manfaat kemudahan kepada Mahasiswa untuk mengakses konten-konten Islami dimana dan kapan saja, (3)

menjadi pendorong perkembangan diri, spiritual, semangat dan motivasi, (4) membuat konten-konten terkait agama Islam, (5) berdiskusi terkait topik-topik dan bertanya tentang isu-isu terkait agama Islam, (6) mencegah budaya dan ideologi asing yang buruk kepada Mahasiswa, dan (7) dapat menjadi solusi media dakwah Islam di Indonesia.

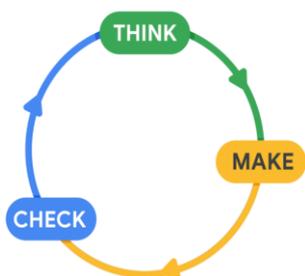
II. KAJIAN PUSTAKA

Terdapat beberapa pendekatan dalam merancang prototipe *User Interface* dan *User Experience* sebuah aplikasi bergerak. Peneliti akan membandingkan tiga metode dalam dunia rancangan UI/UX, yaitu *Lean UX*, *Prototyping*, dan *Design Thinking*.

A. Lean UX

Menurut A. Fard, 2019 [6], *Lean UX* adalah teknik yang sejalan dengan *agile development methods*. Diciptakan sebagai bagian dari model manufaktur Toyota untuk mempercepat manufaktur, *lean UX* bertujuan untuk menghilangkan pemborosan dan memaksimalkan *value*. Dalam prosesnya, *lean UX* sepenuhnya mengabaikan *deliverables*, alih-alih berfokus pada umpan balik langsung untuk membuat perubahan kecil dan berkelanjutan pada produk. Menurut J. Gothelf dan J. Seiden, 2016 [7], *Lean UX* adalah praktik yang membawa sifat alami dari sebuah produk menjadi lebih cepat, dengan cara kolaboratif, dan lintas fungsi yang mengurangi penekanan pada dokumentasi menyeluruh sambil meningkatkan fokus untuk membangun pemahaman bersama tentang pengalaman yang sebenarnya dari produk yang sedang dirancang.

Pada dasarnya, *lean UX* berfokus pada pembuatan produk yang benar-benar dibutuhkan dan digunakan pengguna. Ini semua tentang mendapatkan produk yang dapat digunakan sesegera mungkin dan menyempurnakan detail yang mengganggu dari waktu ke waktu melalui siklus yang iteratif. *Lean UX* memiliki beberapa kelebihan yang ditawarkan, yaitu *time-effective*, *cost-efficient*, *user-centered*, *data-driven*, dan *iterative* dibandingkan dengan metode tradisional.



Gambar 1. Tahapan Proses Pendekatan Metode *Lean UX*
Sumber: coursera.org

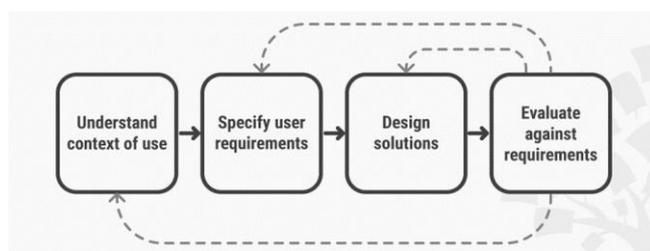
Pada Gambar 1 menunjukkan proses *Lean UX* dipecah menjadi tiga fase [6]:

1. *Think*: Membuat asumsi tentang produk yang akan dirancang, dan menelusuri masalah yang dialami pengguna serta mempertimbangkan bagaimana suatu rancangan dapat menyelesaikan masalah. Fase ini adalah tentang mengumpulkan penelitian, sehingga perancang dapat membentuk gagasan yang jelas untuk siapa suatu produk dirancang dan bagaimana produk itu akan membantu mereka.

2. *Make*: Mulai membuat *Minimum Viable Product* (MVP). MVP adalah produk awal yang memiliki jumlah fitur yang tepat dengan membuat gambaran produk dengan prototipe sederhana yang dapat diujikan dengan target pengguna, kemudian mengumpulkan umpan balik untuk pengembangan lebih lanjut.
3. *Check*: Mencari tahu bagaimana pengguna merespon MVP. Di sini, perancang dan target pengguna memeriksa MVP, kemudian melakukan penyesuaian dan perbaikan terhadap hasil pemeriksaan.

B. User Centered Design

Metode *User Centered Design* (UCD) adalah suatu pendekatan rancangan yang berpusat pada pengguna. UCD adalah proses rancangan berulang (*iterative*), yang berarti bahwa perancang dapat kembali ke fase tertentu, lagi dan lagi, untuk menyempurnakan rancangan dan menciptakan produk terbaik untuk target pengguna. Dalam UCD, tim perancang melibatkan pengguna selama prosesnya melalui berbagai penelitian dan teknik rancangan, untuk menciptakan produk [8]. Ada beberapa prinsip yang mendasari UCD. Rancangan didasarkan pada pemahaman eksplisit tentang pengguna, tugas, dan lingkungan; didorong dan disempurnakan oleh evaluasi yang berpusat pada pengguna; dan membahas seluruh pengalaman pengguna. Proses ini melibatkan pengguna selama proses merancang dan pengembangan serta bersifat iteratif [9]. Tujuan dari proses ini adalah untuk menangkap dan mengatasi seluruh *User Experience*.



Gambar 2. Tahapan Proses Pendekatan Metode *User Centered Design* Sumber: interaction-design.org

Pada Gambar 2 menunjukkan tahapan umum dari proses UCD [8]:

1. *Understand context of use*: Pahami bagaimana pengalaman pengguna terhadap produk yang sama atau serupa. Perancang akan mengetahui bagaimana pengguna akan terlibat dengan rancangan produk, serta lingkungan atau konteks di mana pengguna akan merasakan atau menggunakan produk tersebut.
2. *Specify user requirements*: Berdasarkan penelitian tahap satu, kemudian mencari tahu masalah pengguna mana yang paling penting untuk dipecahkan.
3. *Design solutions*: Munculkan banyak ide untuk rancangan yang dapat mengatasi masalah pengguna yang telah diidentifikasi. Kemudian, mulai merancang ide-ide tersebut.
4. *Evaluate against requirements*: Evaluasi rancangan, apakah rancangan yang dibuat memecahkan masalah pengguna. Pada tahap ini dilakukan

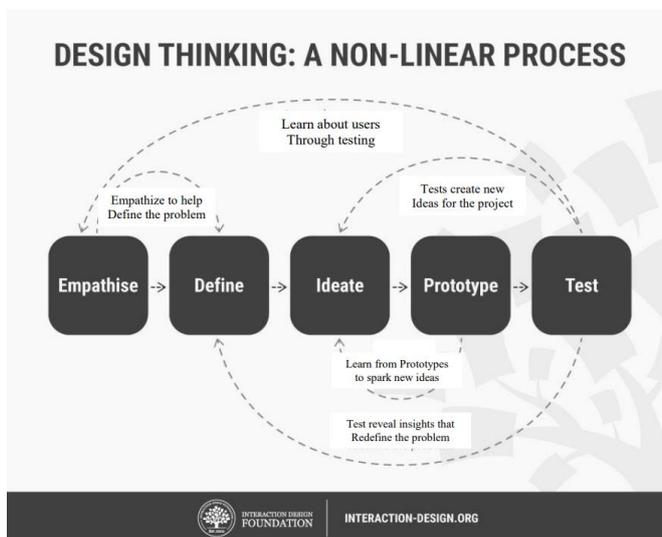
pengujian rancangan produk dengan target pengguna dan mengumpulkan umpan balik.

C. Design Thinking

Beberapa perusahaan terkemuka di dunia, seperti Apple, Google, Samsung, dan GE, dengan cepat mengadopsi pendekatan *Design Thinking*, dan pendekatan ini diajarkan di Universitas terkemuka di seluruh dunia, termasuk d.school, Harvard, dan MIT [10].

Design Thinking adalah proses yang berpusat pada pengguna (*User Centered*) dan dapat dilakukan berulang-ulang (*iterative*). Pada prosesnya, perancang berusaha untuk memahami pengguna, menantang asumsi, dan mendefinisikan kembali masalah dalam upaya untuk mengidentifikasi strategi, ide, dan solusi alternatif. *Design Thinking* menawarkan pendekatan yang berbasis solusi efektif untuk suatu pemecahan masalah dengan mempertimbangkan kebutuhan pengguna dan menggabungkannya dengan kemampuan teknologi terkini yang sesuai [10].

Menurut penjelasan S. Gibbons, 2016, dari *Nielsen Norman Group* [11], *Design Thinking Ideology* menegaskan bahwa pendekatan langsung dan *user-centered* untuk pemecahan masalah dapat mengarah pada inovasi, dan inovasi dapat mengarah pada diferensiasi dan keunggulan kompetitif.



Gambar 2. Tahapan Proses Pendekatan Metode *Design Thinking* Sumber: interaction-design.org

Pada Gambar 2 menggambarkan bahwa terdapat lima fase dari proses *Design Thinking*. Mengutip dari R. Dam dan T. Siang, 2018, dari *Interaction Design Foundation* [10], berikut ini adalah lima tahapan-tahapan dari pendekatan metode *Design Thinking* yang diusulkan oleh Hasso-Plattner, *Institute of Design at Stanford*, yang dikenal sebagai d.school:

D. Empathize

Selama fase empati, tujuannya adalah untuk memahami kebutuhan pengguna dan bagaimana pengguna berpikir dan merasakan. Fase ini melibatkan banyak riset terhadap pengguna, seperti melakukan survei, wawancara, dan observasi, sehingga bisa mendapatkan gambaran yang jelas

tentang siapa target pengguna dan tantangan yang mereka hadapi.

E. Define

Pada fase penentuan, desainer akan membuat pernyataan masalah pengguna yang jelas, atau deskripsi kebutuhan pengguna yang akan ditangani oleh desain aplikasi.

F. Ideate

Setelah mendapatkan dan mengetahui masalah pengguna serta menetapkan mengapa masalah tersebut penting untuk dipecahkan, saatnya untuk fase ide atau *brainstorming* solusi. Tujuan dari fase ide ini adalah untuk menghasilkan solusi rancangan sebanyak mungkin, dengan berfokus pada kuantitas ide, bukan kualitas.

G. Prototype

Setelah memiliki gagasan tentang cara menyelesaikan masalah, kita siap memasuki fase prototipe. Prototipe adalah model awal atau replika dari suatu produk yang hanya focus menunjukkan fungsinya.

H. Test

Selama fase pengujian, pengguna akan memberikan umpan balik (*feedback*) terkait rancangan prototipe suatu produk. Umpan balik ini dapat digunakan untuk melakukan perubahan dan peningkatan pada rancangan suatu produk, sebanyak yang dibutuhkan.

Pada proses pembuatan rancangan UI/UX Aplikasi Dakwah Mahasiswa UII, metode pendekatan *Design Thinking* lebih sesuai untuk penelitian. Sebab pendekatan ini lebih fokus di sekitar upaya yang mendalam dan kompleks dalam mengembangkan pemahaman tentang target pengguna guna memutuskan untuk siapa produk atau layanan ini dibuat, menciptakan ide dan solusi, dan mengadopsi pendekatan langsung dalam pembuatan prototipe dan pengujian.

III. METODOLOGI PENELITIAN

A. Empathize

Pada fase ini peneliti melakukan survei kepada Mahasiswa dan Mahasiswi Universitas Islam Indonesia untuk mengetahui demografi, wawasan terhadap aplikasi dakwah Islam, masalah yang dihadapi, dan ekspektasi Mahasiswa UII terhadap aplikasi Dakwah Islam. Fase ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang berisi 38 pertanyaan kepada Mahasiswa dan Mahasiswi UII, seperti yang tertera dalam Tabel 1.

B. Define

Setelah mengumpulkan informasi dari fase *Empathize*, selanjutnya peneliti melakukan analisis dari informasi tersebut untuk mengidentifikasi masalah apa yang dihadapi Mahasiswa UII, lalu mendeskripsikan kebutuhan mereka.

C. Ideate

Pada fase ini peneliti melakukan pencarian ide-ide untuk menemukan solusi yang efektif dari masalah-masalah dan kebutuhan yang telah diidentifikasi pada fase sebelumnya. Peneliti juga melakukan pemodelan berupa *Userflow* dan *Sitemap* sebagai hasil dari proses di fase ini yang akan digunakan sebagai penunjang pada fase selanjutnya.

Tabel 1. Daftar Pertanyaan

Dimensi	Pertanyaan
Demografi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nama Lengkap 2. NIM 3. Jenis Kelamin 4. Apakah Anda memiliki HP atau <i>smartphone</i>? 5. Sistem operasi <i>smartphone</i> apa yang digunakan? 6. Mazhab atau aliran apa yang Anda anut saat ini? 7. Aliran pemikiran teologi atau kalam apa yang Anda anut saat ini? 8. Ideologi Islam apa yang Anda anut saat ini? 9. Apakah Anda berafiliasi dengan ORMAS Islam tertentu? 10. Jika iya, Anda berafiliasi dengan ORMAS Islam mana? 11. Apakah Anda pernah belajar di Pesantren? 12. Apakah Anda seorang pendakwah atau konten kreator aktif? 13. Apakah Anda sadar bahwa dalam dunia teknologi ini ideologi dan pemikiran asing yang negatif sangat masif disebar?
Wawasan terhadap aplikasi dakwah Islam	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah Anda mengetahui bahwa ada banyak aplikasi Dakwah Islam di dalam layanan penyedia aplikasi (PlayStore, AppStore, dll)? 2. Menurut Anda, apakah Aplikasi Dakwah Islam di <i>smartphone</i> itu penting? 3. Apa gambaran dipikiran Anda terkait dengan Aplikasi Dakwah Islam? 4. Aplikasi Dakwah Islam yang seperti apa yang sangat penting untuk ada dalam <i>smartphone</i> Anda? 5. Apakah Anda pernah atau sedang meng-<i>install</i> Aplikasi Dakwah Islam di <i>smartphone</i> Anda? 6. Apa motivasi Anda meng-<i>install</i> Aplikasi Dakwah Islam? 7. Apakah Anda meng-<i>install</i> satu atau lebih Aplikasi Dakwah Islam di <i>smartphone</i> Anda? 8. Apa nama aplikasi yang Anda gunakan sebagai media Dakwah Islam yang Anda <i>install</i>? 9. Sebutkan dari aplikasi di atas yang paling sering Anda gunakan untuk mengakses konten Islam? 10. Aktifitas Islami apa yang sering Anda lakukan di aplikasi tersebut? 11. Apa pertimbangan Anda menggunakan aplikasi tersebut sejak awal? 12. Apakah konten Islami pada aplikasi tersebut memenuhi ekspektasi dan harapan Anda? 13. Apakah ada kendala atau masalah spesifik yang Anda alami ketika menggunakan Aplikasi Dakwah Islam yang Anda <i>install</i>? 14. Menurut Anda, apakah ada cara atau fitur tertentu dimana Anda merasa masalah itu dapat diselesaikan?
Masalah, Kebutuhan dan Ekspektasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketika belajar Islam secara <i>online</i>, melalui medium atau konten apa yang membuat Anda merasa betah dan nyaman memperhatikan? 2. Jika suatu saat Anda berdakwah atau membuat konten Islam secara <i>online</i>, melalui medium atau konten apa yang membuat Anda merasa percaya diri dalam menyampaikan materi? 3. Apakah Anda punya keinginan membagikan wawasan agam Islam Anda kepada orang lain? 4. Apa yang membuat Anda takut atau enggan untuk membuat konten Islami atau menyampaikan apa yang Anda pikirkan? 5. Jika Aplikasi Dakwah Mahasiswa UII memiliki aturan "<i>Be Nice, Be Respectful</i>" yaitu beretika dan hormat dalam memberi tanggapan, apakah Anda bersedia membuat konten Islami? 6. Apa ekspektasi dan harapan Anda terhadap Aplikasi Dakwah Islam untuk Mahasiswa UII?

D. Prototype

Pada fase ini proses pembuatan prototipe dari Aplikasi Dakwah Mahasiswa UII dilakukan untuk memvisualisasikan ide dan solusi yang telah dipilih agar Mahasiswa UII dapat berinteraksi dan merasakan fungsi dari aplikasi. Dalam membuat prototipe, peneliti menggunakan *software* yang umum digunakan para desainer, yaitu *Figma* dan prototipe dibuat dengan kualitas *high fidelity*.

E. Test

Dalam fase ini pengujian prototipe dari Aplikasi Dakwah Mahasiswa UII dilakukan kepada Mahasiswa UII dengan cara menyebarkan tautan yang berisi rancangan prototipe aplikasi dari masing-masing *smartphone* Mahasiswa. Pada saat yang sama menyebarkan kuesioner kepada Mahasiswa UII untuk mendapatkan umpan balik

dari mereka. Jika umpan balik yang diberikan Mahasiswa UII kepada peneliti menunjukkan kesulitan, masalah, dan ketidakpuasan terhadap rancangan, maka umpan balik dari Mahasiswa akan dikumpulkan dan dianalisa kembali lalu dilakukan perbaikan pada prototipe sebagai bagian dari proses iteratif dari fase-fase *Design Thinking*.

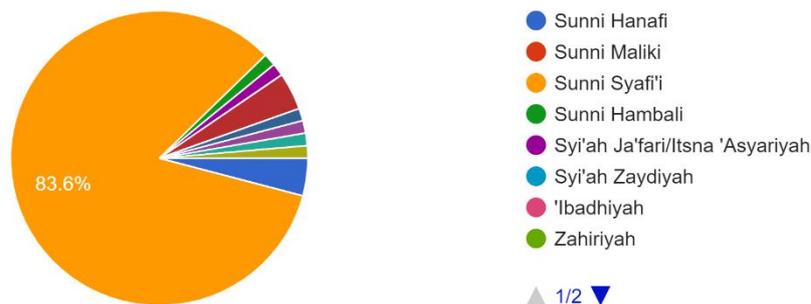
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Empathize

Dari hasil kuesioner yang disebarkan kepada mahasiswa dan mahasiswi UII, peneliti mendapatkan 73 responden yang terdiri dari 40 Mahasiswa dan 33 Mahasiswi. Dilihat dari demografinya, Mahasiswa UII memiliki pandangan, pemikiran, ideologi, afiliasi, dan keyakinan Islam yang beragam, seperti yang terlihat pada Gambar 3 dan Gambar 4.

Mazhab/sekte apa yang Anda anut saat ini?

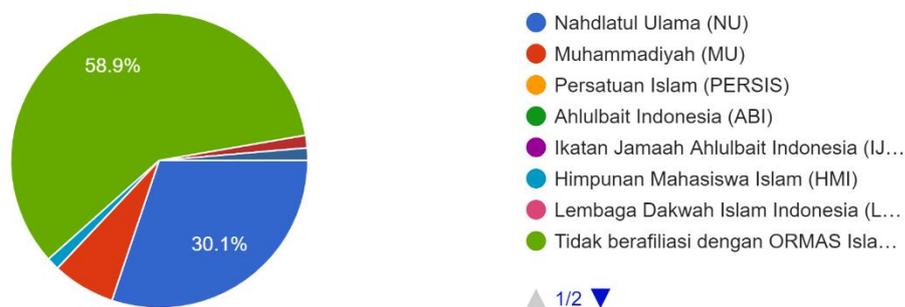
73 responses



Gambar 3. Data Afiliasi Mazhab Islam Yang Dianut Mahasiswa

Jika Ya, Anda berafiliasi dengan ORMAS Islam mana?

73 responses



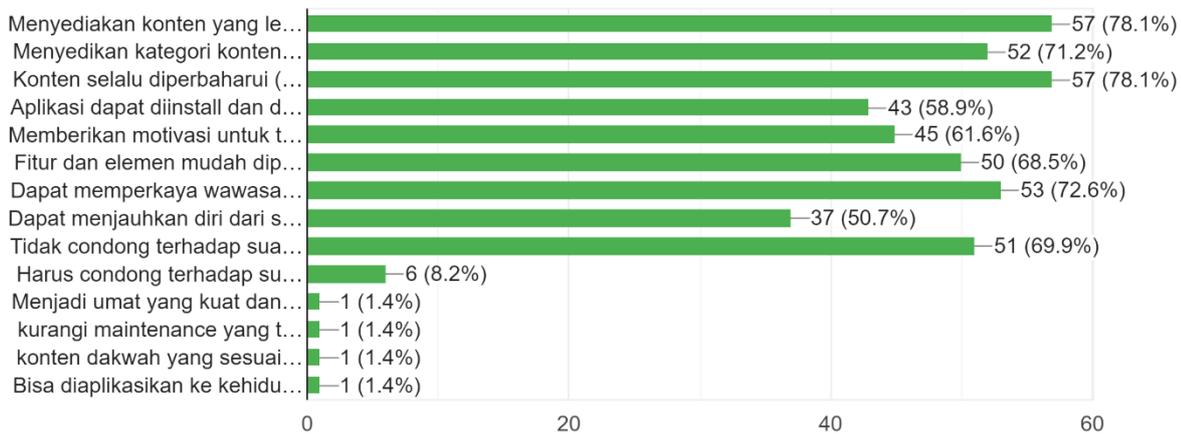
Gambar 4. Data Afiliasi ORMAS Islam Mahasiswa

Gambaran mereka terhadap aplikasi Dakwah Islam juga berbeda-beda, sebagian memiliki gambaran bahwa aplikasi Dakwah Islam hanya berisi konten Al-Qur'an, jadwal shalat, arah kiblat, dan kalender, sedangkan sebagiannya lagi memiliki gambaran aplikasi yang berisi konten artikel, video,

grafis maupun audio, dan sebagiannya lagi berisi keduanya. Aplikasi yang mereka *install* serta pengalaman mereka terhadapnya juga tidak sama, beberapa dari mereka menjadikan media sosial seperti Whatsapp, Instagram, dan Facebook sebagai media Dakwah Islam.

Apa ekspektasi dan harapan Anda terhadap Aplikasi Dakwah Islam?

73 responses



Gambar 5. Data Ekspektasi Mahasiswa Untuk Aplikasi Dakwah Islam

Hasil dari Gambar 5 menunjukkan bahwa mayoritas Mahasiswa UII, 51 dari 73 responden, berekspektasi bahwa aplikasi Dakwah Mahasiswa UII ini adil untuk semua golongan, dengan kata lain tidak ada diskriminasi pada aliran dan pemikiran tertentu.

B. Define

Dari hasil analisa berdasarkan informasi di dapat dari fase sebelumnya, peneliti mengidentifikasi masalah dan kebutuhan Mahasiswa UII. Pada fase sebelumnya, diketahui bahwa Mahasiswa UII datang dari latar belakang yang berbeda-beda. Dengan demikian, maka perbedaan pemikiran, budaya, ideologi dan pandangan niscaya terjadi. Peneliti membuat *User Persona* dan mendefinisikan aplikasi yang akan menjadi gambaran terhadap aplikasi dan pengguna serta menjadi penunjang ke fase berikutnya. Tabel 2 berisi definisi aplikasi, pengguna potensial dan sasaran dari aplikasi. Tabel 3 berisi definisi masalah dan kebutuhan Mahasiswa yang peneliti simpulkan dari proses fase sebelumnya.

Tabel 2. Mendefinisikan Aplikasi Mahasiswa UII

Deskripsi Aplikasi	Aplikasi Dakwah Mahasiswa UII adalah aplikasi yang dikhususkan untuk Keluarga Mahasiswa UII. Aplikasi mendorong Mahasiswa untuk melakukan aktifitas positif. Aplikasi berniat membantu Mahasiswa
Pengguna Potensial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mahasiswa yang ingin meningkatkan motivasi dan spiritual. 2. Mahasiswa yang ingin menambah wawasan pengetahuan Islam. 3. Mahasiswa yang ingin bertanya.

	4. Mahasiswa yang ingin berbagi wawasan.
Sasaran Aplikasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan semangat dan motivasi Mahasiswa untuk mempelajari Islam. 2. Mencegah Mahasiswa dari budaya, pemikiran dan ideologi asing. 3. Membangun komunitas dan tempat diskusi. 4. Menyediakan media Islam yang dapat diakses di mana dan kapan saja. 5. Sebagai media tempat bertanya dan menjawab.

Tabel 3. Identifikasi Masalah dan Kebutuhan Mahasiswa UII

Masalah	Kebutuhan
Pandangan, pemikiran, ideologi, afiliasi ORMAS Islam, dan keyakinan Islam Mahasiswa yang beragam.	Memilah pandangan, pemikiran, ideologi, dan afiliasi ORMAS Islam sesuai dengan preferensi atau pilihan.
Mahasiswa kurang motivasi atau dorongan untuk belajar Islam.	Kutipan dari tokoh-tokoh bijak dan hadits setiap hari.
Aplikasi Dakwah Islam yang di-install jarang digunakan	Pemberitahuan konten terbaru, dan menyediakan

karena konten tidak di perbaharui, dan tidak lengkap.	konten teks, video, gambar, dan audio.
Enggan membagikan atau membuat konten Islam karena takut menjadi korban ketidaksopanan pengguna	Meniadakan pengguna agar tidak terlihat, dan menyembunyikan identitas.

lain.	
Terbiasa dengan media sosial.	Antarmuka dan pengalaman mirip dengan sosial media.

Ahmad Fathoni

ABOUT THE USER

Ahmad Fathoni aktif berdakwah sebagai anggota Korps Dakwah Universitas Islam Indonesia dan aktif sebagai anggota ORMAS Nahdlatul Ulama. Hobi membaca buku dan menulis.

DEMOGRAPHIC INFORMATION

- Umur: 22
- Lokasi: Yogyakarta
- Pekerjaan: Pelajar

MOODS AND PERSONALITY

(Ramah, disiplin, serius)



PROBLEMS

- Takut berlainan pemikiran dan paham
- Kurangnya variasi konten untuk mengekspresikan materi lebih baik
- Mahasiswa kehilangan ketertarikan terhadap topik Islami

SOURCE OF INFO

- Organisasi
- Media Sosial
- Berita
- Buku

GOALS AND NEEDS

- Berdakwah tidak dibatasi ruang dan waktu
- Pesan dakwah berdampak besar
- Pesan menjangkau banyak Mahasiswa
- Menarik minat Mahasiswa terhadap topik-topik Islam

Gambar 6. User Persona

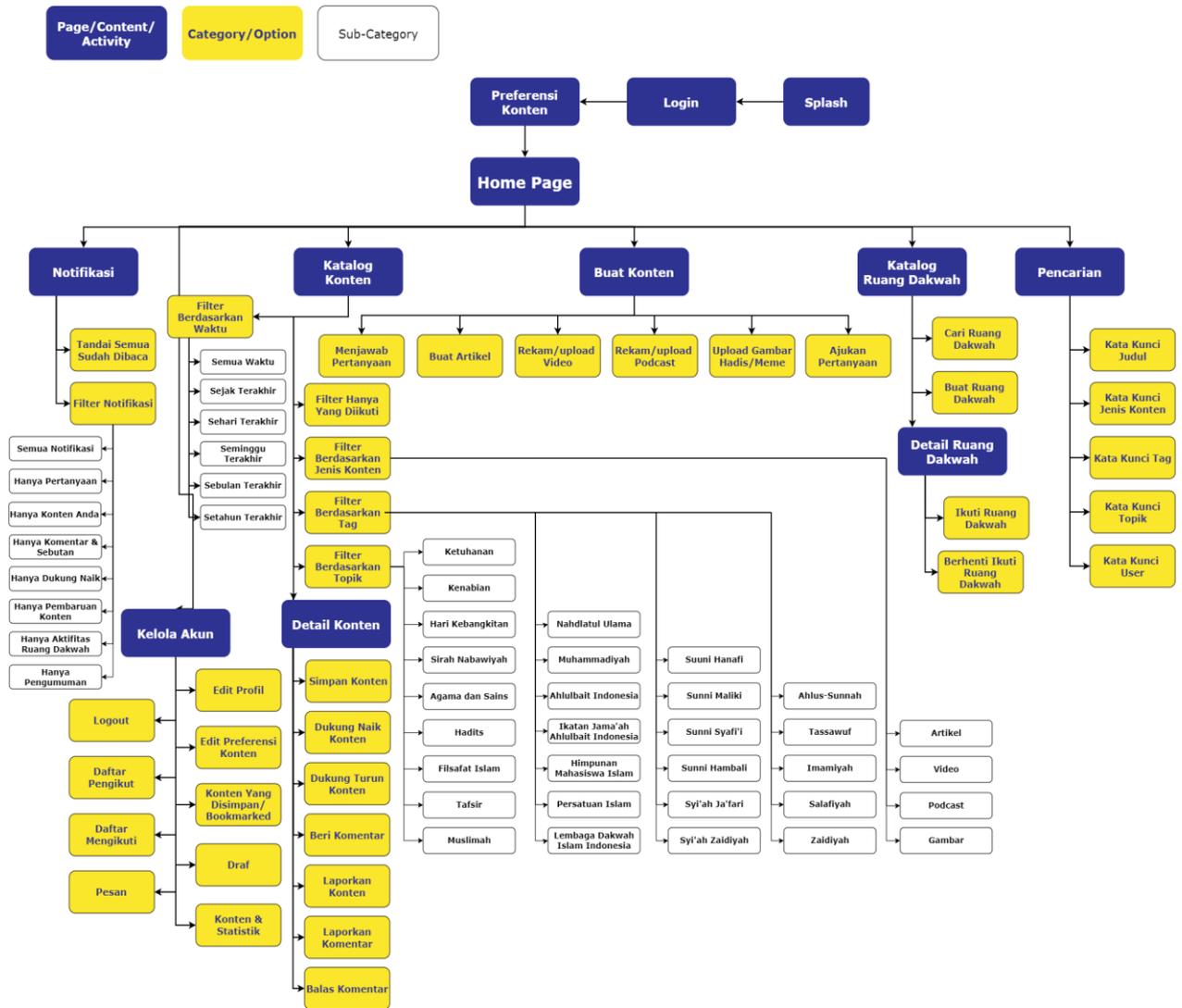
C. Ideate

Hasil dari proses pencarian ide dan solusi dari masalah masalah yang didapat dari fase sebelumnya adalah bahwa (1) aplikasi harus mampu untuk meniadakan konten-konten dari pemikiran atau afiliasi tertentu berdasarkan pilihan atau preferensi Mahasiswa, (2) aplikasi dapat memberikan kutipan yang dapat memberi asupan semangat, wawasan, motivasi dan spiritual dari tokoh-tokoh bijak maupun hadits berdasarkan preferensi Mahasiswa, (3) aplikasi menyediakan buletin untuk mengakses konten-konten terbaru, dan mampu membuat konten dari berbagai macam media, (4) aplikasi mampu meniadakan komentar negatif, dan (5) pengalaman antarmuka yang mirip dengan sosial media. Proses *ideate* ini peneliti gambarkan dalam *Sitemap*.

Tabel 3. Solusi

Masalah	Solusi
Pandangan, pemikiran, ideologi, afiliasi ORMAS Islam, dan keyakinan Islam Mahasiswa yang beragam.	Merancang aplikasi yang dapat meniadakan pemikiran atau aliran tertentu dari akun pengguna.
Mahasiswa kurang motivasi atau dorongan untuk belajar	Memberikan notifikasi rekomendasi konten-konten populer, dan kutipan dari

Islam.	tokoh-tokoh bijak dan hadits berdasarkan preferensi pengguna serta merancang tampilan agar nyaman dibaca.
Aplikasi Dakwah Islam yang di-install jarang digunakan karena konten tidak di perbaharui, dan tidak lengkap.	Menerapkan sistem buletin untuk pengguna dapat mengakses konten-konten terbaru dan terpopuler, dan mampu membuat konten dari berbagai macam jenis media.
Enggan membagikan atau membuat konten Islam karena takut menjadi korban ketidaksopanan pengguna lain.	Aplikasi mampu meniadakan komentar negatif
Terbiasa dengan media sosial.	Merancang pengalaman dan antarmuka yang mirip dengan sosial media.



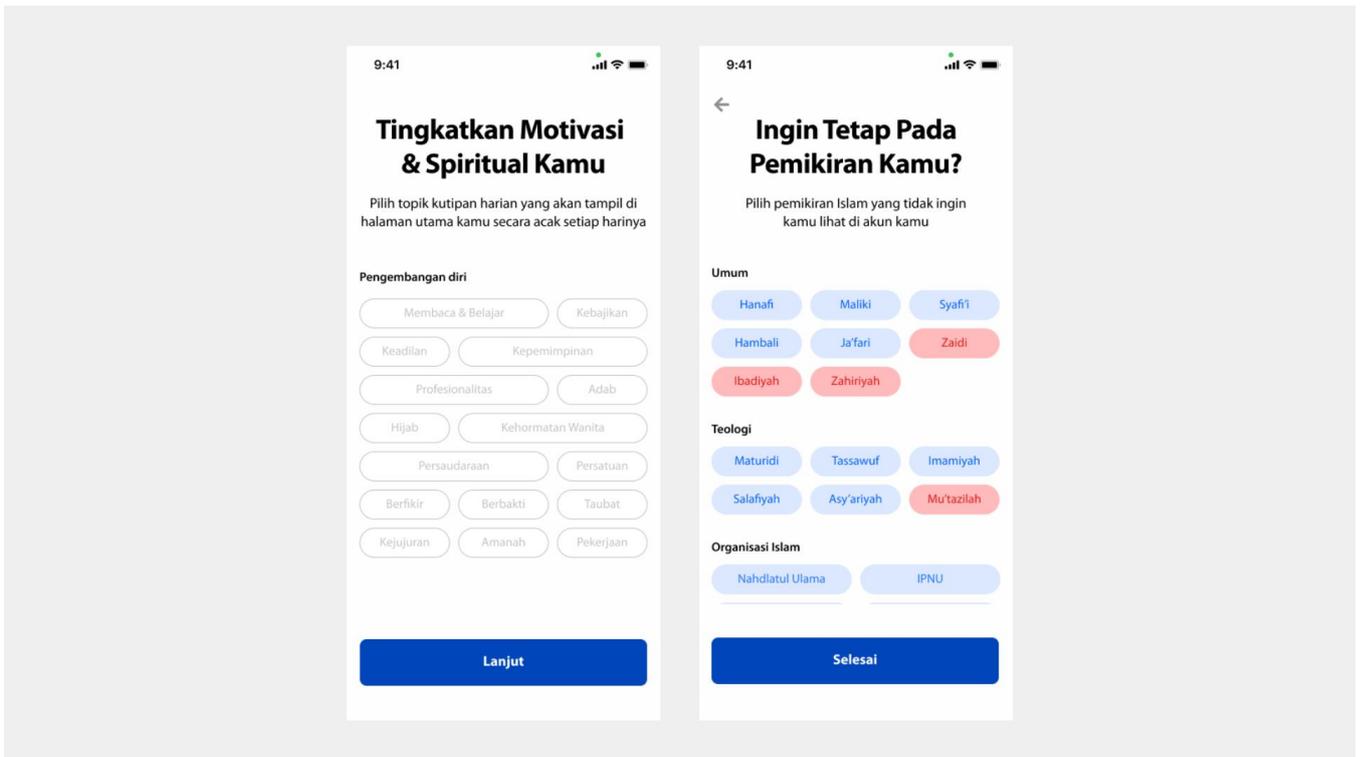
Gambar 7. Sitemap Aplikasi Dakwah Mahasiswa UII

D. Prototype

Rancangan prototipe aplikasi Dakwah Mahasiswa UII dibuat menggunakan branding palet warna dari Universitas Islam Indonesia, yaitu putih (#FFFFFF), biru (#003896), kuning (#F7D117). Prototipe ini adalah hasil visualisasi dari ide-ide dan solusi-solusi yang didapatkan dari proses fase ideate.

Pada Gambar 8 menampilkan preferensi konten yang ingin dan tidak ingin dilihat oleh Mahasiswa. Pada gambar sebelah kanan menunjukkan bahwa Mahasiswa dapat

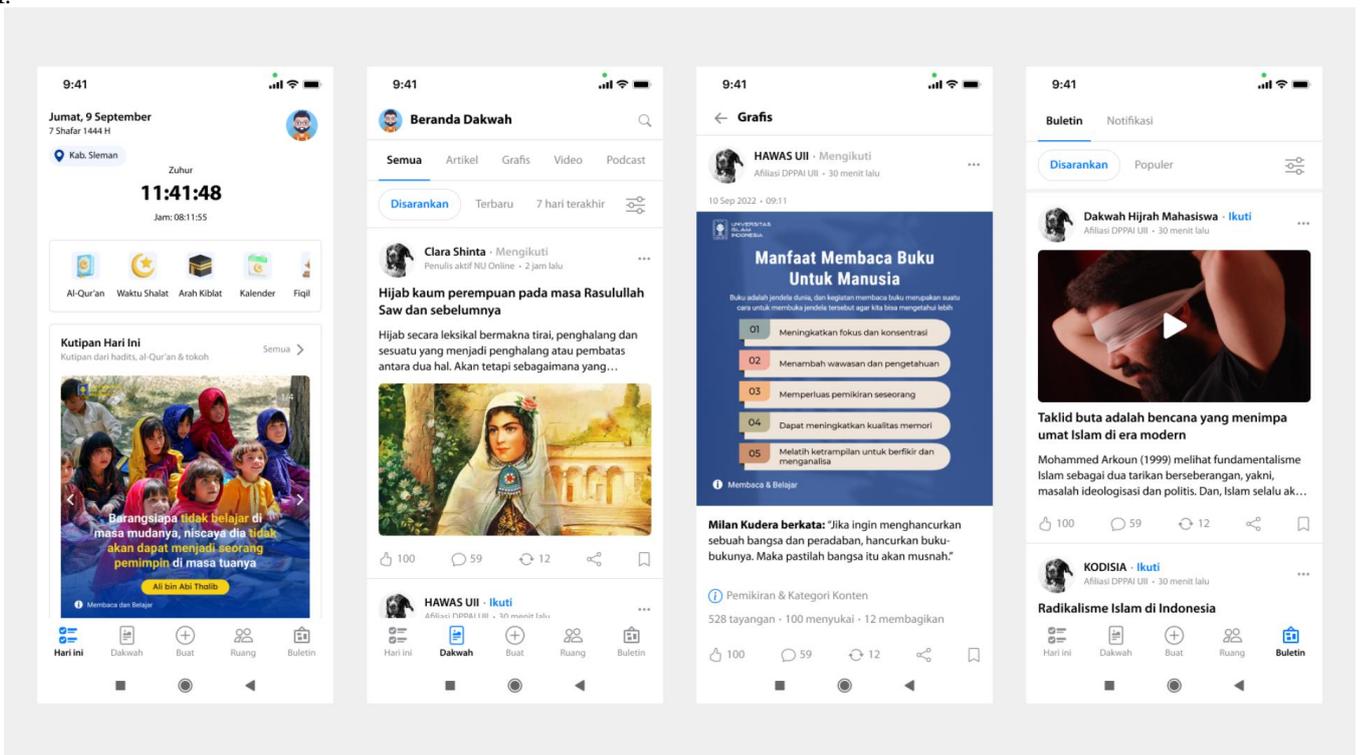
meniadakan konten yang tidak ingin mereka lihat dalam aplikasi dakwah, sementara itu pada gambar sebelah kiri pengguna diberikan kebebasan sesuai pilihan mereka untuk memilih tema atau kategori kutipan harian yang akan mereka liat pada halaman utama aplikasi yang akan ditampilkan secara random. Diharapkan rancangan solusi ini dapat menyelesaikan masalah Mahasiswa yang memiliki perbedaan yang beragam dan ingin tetap kepada apa yang mereka yakini serta dapat menyelesaikan masalah kurang motivasi atau dorongan untuk belajar Islam.



Gambar 8. Rancangan Prototipe Preferensi Konten Aplikasi Dakwah Mahasiswa UII

Pada Gambar 9 menampilkan halaman utama dari aplikasi Dakwah Mahasiswa UII menampilkan aplikasi-aplikasi, seperti informasi tanggal masehi dan hijriah, jam, waktu shalat, dan kutipan harian. Halaman utama juga menampilkan *Ta'qib Shalat* harian, amalan harian hari ini, ceklis shalat harian, pengingat terakhir ayat Al-Qur'an yang dibaca, dan hari besar Islam. Rancangan ini diharapkan dapat memberikan dorongan motivasi spiritual kepada Mahasiswa UII.

Gambar 9 juga menampilkan halaman daftar konten artikel, video, grafis dan *podcast*. Tujuan dari rancangan ini adalah menyelesaikan masalah Mahasiswa yang enggan menggunakan aplikasi Dakwah Islam karena ketidaklengkapan konten, dapat mendorong Mahasiswa agar tertarik mengakses konten-konten Islam, serta bebas mengekspresikan dan memvisualisasikan topik Islam melalui jenis konten yang bervariasi.



Gambar 9. Rancangan Prototipe Halaman Utama dan Konten Dakwah Islam

E. Test

Pengujian prototipe akan dilakukan dengan cara menyebarkan tautan yang berisi *high fidelity prototype* dari Aplikasi Dakwah Mahasiswa UII kepada Mahasiswa kampus Universitas Islam Indonesia. Pada saat yang sama menyebarkan tautan yang berisi pertanyaan pengujian untuk mendapatkan umpan balik dari Mahasiswa. Namun, pengujian belum dapat dilakukan, sebab peneliti baru sampai tahap prototipe.

Tabel 4. Pertanyaan Pengujian

Pertanyaan	Nilai
Ketika pertama kali membuka aplikasi, apakah Anda merasa bingung atau tidak tahu harus berbuat apa?	a. Ya b. Tidak
Secara keseluruhan selama Anda menguji, apakah <i>prototype</i> aplikasi mudah dipahami?	a. Ya b. Tidak
Secara keseluruhan selama Anda menguji, apakah <i>prototype</i> aplikasi mudah digunakan?	a. Ya b. Tidak
Secara keseluruhan selama Anda menguji, apakah konten-konten pada <i>prototype</i> aplikasi sudah cukup lengkap?	a. Ya b. Tidak
Apakah <i>prototype</i> secara keseluruhan sudah sesuai dengan ekspektasi Anda?	a. Ya b. Tidak
Apa yang Anda tidak suka dari rancangan prototipe aplikasi?	Pengguna menjawab
Apa yang Anda suka dari rancangan prototipe aplikasi?	Pengguna menjawab

V. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti menemukan ide dan solusi untuk menyelesaikan beberapa masalah yang dihadapi Mahasiswa UII dengan metode pendekatan *Design Thinking*, seperti masalah pada keberagaman pemikiran dan keyakinan Mahasiswa dan kurangnya motivasi untuk belajar agama Islam.

Pendekatan metode *Design Thinking* terbukti cukup efektif dan efisien karena memberikan banyak *tools* untuk

memahami pengguna serta masalahnya dengan komprehensif. *Design Thinking* efektif dengan tiga prinsip.

1. Pendekatan yang berpusat pada manusia atau pengguna (*User/Human-Centered*), memahami manusia dengan dalam.
2. Menggunakan prototipe yang langsung diujikan kepada target pengguna untuk mengumpulkan umpan balik, kemudian memperbaiki kesalahan.
3. Tujuan *problem solving* adalah untuk menemukan solusi terbaik dari masalah-masalah yang diketahui dan menerapkannya dengan menggunakan teknologi terkini.

Hasil dari penelitian dihadapkan dapat membantu menyediakan solusi media Dakwah Islam yang dapat diakses dimana dan kapan saja serta dapat menginspirasi sekolah-sekolah Islam dan Universitas Islam lainnya dalam menyediakan media Dakwah Islam kepada Mahasiswa.

REFERENSI

- [1] M. R. Fajar. I, "Optimalisasi Dakwah Media Sosial di Kalangan Mahasiswa di Masa Pandemi Dalam Dimensi Globalisasi," *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, vol. 6, no. 1, p. 1, Jun. 2021, doi: 10.29240/jdk.v6i1.2954.
- [2] Mafiyah, "Urgensi Pendidikan Agama Dalam Pembentukan Akhlak Generasi Milenial," 2019. Accessed: Dec. 11, 2022. [Online]. Available: <https://core.ac.uk/download/pdf/337612165.pdf>
- [3] F. S. Nugroho. "Seperti Apakah Cara Pandang Generasi Milenial terhadap Agama di Masa Depan?" *Tribun Wow*. <https://wow.tribunnews.com/2018/01/22/seperti-apakah-cara-pandang-generasi-milenial-terhadap-agama-di-masa-depan> (accessed Dec. 11, 2022).
- [4] A. N. Yahya, "BIN: 85 Persen Generasi Milenial Rentan Terpapar Radikalisme," *KOMPAS.com*, Jun. 15, 2021. <https://nasional.kompas.com/read/2021/06/15/19134501/bin-85-persen-generasi-milenial-rentan-terpapar-radikalisme> (accessed Dec. 11, 2022).
- [5] A. Diananda, "PSIKOLOGI REMAJA DAN PERMASALAHANNYA," *Journal ISTIGHNA*, vol. 1, no. 1, pp. 116–133, Jan. 2019, doi: 10.33853/istighna.v1i1.20.
- [6] A. Fard, "How to improve your digital product with Lean UX methodology," *Medium*, Jun. 23, 2019. <https://uxdesign.cc/how-to-improve-your-digital-product-with-lean-ux-methodology-1b6ad6e57020> (accessed Dec. 11, 2022).
- [7] J. Gothelf and J. Seiden, *Lean UX: Designing Great Products with Agile Teams, 2nd ed.* Beijing: O'reilly, 2016.
- [8] "What is User Centered Design?," The Interaction Design Foundation. <https://www.interaction-design.org/literature/topics/user-centered-design> (accessed Dec. 11, 2022).
- [9] "User-Centered Design Basics | Usability.gov," Usability.gov. <https://www.usability.gov/what-and-why/user-centered-design.html> (accessed Dec. 11, 2022).
- [10] R. Dam and T. Siang, "What is Design Thinking and Why Is It So Popular?," *Interaction Design Foundation*, 2018. Accessed: Dec. 11, 2022. [Online]. Available: https://athena.ecs.csus.edu/~buckley/CSc170_F2018_files/What%20is%20Design%20Thinking%20and%20Why%20Is%20It%20So%20Popular.pdf
- [11] S. Gibbons, "Design Thinking 101," Nielsen Norman Group, Jul. 31, 2016. <https://www.nngroup.com/articles/design-thinking/> (accessed Dec. 11, 2022).