

## Implementasi Design Thinking pada Desain UI/UX Aplikasi Donasi Berbasis Konser Amal untuk Meningkatkan Partisipasi Publik

Refi Junitasari<sup>\*1</sup>, Iqsyahiro Kresna A<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Informatika, Telkom University, Indonesia  
Email: <sup>1</sup>[21102020@ittelkom-pwt.ac.id](mailto:21102020@ittelkom-pwt.ac.id), <sup>2</sup>[hiroka@telkomuniversity.ac.id](mailto:hiroka@telkomuniversity.ac.id)

### Abstrak

Konser amal adalah salah satu bentuk penggalangan dana yang sering kali menghadapi tantangan dalam menjangkau audiens yang luas dan memastikan partisipasi, dengan aksesibilitas dan transparansi donasi yang terbatas menjadi masalah utama. Di era digital, aplikasi donasi meningkatkan aksesibilitas, transparansi, dan keterlibatan publik dalam kegiatan amal. Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan mengembangkan *TicketoGive*, sebuah aplikasi donasi yang menyalurkan sebagian hasil penjualan tiket konser amal untuk mendukung tujuan sosial. Dirancang dengan menggunakan pendekatan Design Thinking. Pendekatan ini memungkinkan identifikasi kebutuhan pengguna melalui empati, serta pengembangan solusi inovatif secara iteratif dan kolaboratif. Hasil evaluasi prototype menunjukkan efektivitas 94,23%, efisiensi 0,470 detik, dan tingkat kepuasan pengguna mencapai 89,67%, dengan tingkat kemudahan belajar, efisiensi, dan daya ingat yang kuat. Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam pengembangan aplikasi yang dirancang untuk meningkatkan transparansi, keterlibatan, serta pengalaman pengguna dalam aktivitas sosial berbasis digital.

**Kata kunci:** *design thinking, konser amal, mobile, UI/UX*

### *Implementation of Design Thinking on UI/UX Design of Charity Concert-Based Donation Application to Increase Public Participation*

#### *Abstract*

*Charity concerts are a form of fundraising that often faces challenges in reaching a wide audience and ensuring participation, with limited accessibility and transparency of donations being a major issue. In the digital age, donation apps are improving accessibility, transparency and public engagement in charity activities. This research aims to design and develop TicketoGive, a donation app that channels a portion of the proceeds from charity concert ticket sales to support social causes. It was designed using the Design Thinking approach. This approach enables the identification of user needs through empathy, as well as the development of innovative solutions iteratively and collaboratively. The prototype evaluation results showed 94.23% effectiveness, 0.470 seconds efficiency, and 89.67% user satisfaction, with strong learning ease, efficiency, and memorability. This research makes an important contribution to the development of applications designed to improve transparency, engagement, and user experience in digital-based social activities.*

**Keywords:** *charity concert, design thinking, mobile, UI/UX*

## 1. PENDAHULUAN

Konser amal adalah salah satu metode penggalangan dana yang sering kali menghadapi tantangan dalam menjangkau audiens yang lebih luas dan mendorong partisipasi masyarakat dari berbagai lapisan. Tantangan utama yang muncul meliputi aksesibilitas donasi yang kurang praktis serta informasi yang kurang jelas mengenai tujuan dan penggunaan dana yang terkumpul. Padahal, dalam situasi bencana, dibutuhkan respons cepat dari masyarakat. Tanpa dukungan teknologi yang memadai, proses penggalangan dana dan distribusi bantuan dapat menjadi lambat dan kompleks. Sebaliknya, pemanfaatan teknologi dalam pengelolaan donasi dapat mempercepat dan mempermudah proses pengumpulan serta penyaluran bantuan kepada korban bencana [1].

Aplikasi donasi kini menjadi alat penting untuk meningkatkan aksesibilitas, transparansi, dan motivasi masyarakat dalam berpartisipasi dalam kegiatan amal [2]. Jika sebelumnya donasi dilakukan secara langsung atau *offline*, kini teknologi internet memungkinkan donasi dilakukan secara *online*, yang menjadi salah satu cara efektif untuk meningkatkan partisipasi masyarakat. Dengan perkembangan teknologi, donasi kini dapat diakses

tidak hanya melalui situs web, tetapi juga melalui aplikasi mobile, yang menawarkan kenyamanan lebih bagi pengguna [3].

Namun, salah satu tantangan terbesar dalam meningkatkan partisipasi publik adalah menciptakan pengalaman pengguna yang menarik dan mudah diakses. Kenyamanan yang ditawarkan oleh penggunaan aplikasi atau website kepada pengguna memiliki peran yang sangat penting dalam dunia bisnis [4]. Penelitian sebelumnya yang berjudul *Aplikasi Penggalangan Dana Donasi Bencana Alam Berbasis Web (Modul Relawan)* menyatakan bahwa donasi secara online mendapat respons positif. Donasi yang terkumpul disalurkan langsung kepada penerima, yakni korban bencana alam yang membutuhkan bantuan, dengan penekanan pada transparansi penuh. Penelitian tersebut menegaskan bahwa seluruh dana sumbangan disalurkan tanpa adanya penutupan informasi atau manipulasi untuk kepentingan pribadi.[5]. Oleh karena itu, diperlukan sebuah aplikasi yang dirancang dengan fokus pada antarmuka dan pengalaman pengguna yang efisien serta nyaman, sehingga dapat menjadi solusi yang efektif dalam mendukung berbagai program sosial [6]. Aplikasi donasi berbasis konser amal memiliki potensi besar untuk meningkatkan partisipasi publik, tetapi keberhasilannya sangat bergantung pada desain UI/UX yang intuitif dan menarik.

TicketoGive hadir sebagai aplikasi donasi berbasis acara yang memungkinkan pengguna untuk berkontribusi pada tujuan sosial sambil menikmati konser amal. Aplikasi ini mengintegrasikan donasi dalam setiap pembelian tiket, sehingga sebagian dari hasil penjualan tiket otomatis disalurkan kepada organisasi amal. TicketoGive bertujuan untuk membuat pengalaman berbagi menjadi lebih mudah dan menyenangkan bagi pengguna.

Dalam merancang UI/UX aplikasi ini, metode *Design Thinking* diterapkan untuk memahami kebutuhan pengguna secara mendalam dan menciptakan pengalaman berbagi yang lebih bermakna dan sederhana. *Design Thinking* adalah metode yang menekankan pada kolaborasi antara pengguna dan desainer aplikasi, dengan fokus pada pengembangan ide yang didasarkan pada perasaan, pemikiran, dan perilaku pengguna [7]. Pendekatan *Design Thinking* memungkinkan desain aplikasi yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga memudahkan pengguna dalam donasi atau pembelian tiket konser amal dengan cepat dan nyaman. Studi sebelumnya yang berjudul *Perancangan User Experience Aplikasi Mobile Charity Menggunakan Metode Design Thinking* menunjukkan bahwa aplikasi donasi yang mengutamakan kebutuhan pengguna melalui pendekatan UI/UX dapat meningkatkan kenyamanan berdonasi, memperjelas tujuan amal, dan mempercepat proses kontribusi [3].

Penerapan metode *Design Thinking* pada aplikasi donasi berbasis konser amal diharapkan dapat mengatasi berbagai hambatan pengguna, meningkatkan partisipasi dalam donasi, dan menjadikan proses berbagi lebih menarik serta bermakna. Penelitian ini bertujuan untuk merancang aplikasi TicketoGive yang berfokus pada peningkatan keterlibatan publik melalui aksesibilitas, transparansi, dan pengalaman pengguna yang optimal.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode *Design Thinking* untuk merancang aplikasi donasi berbasis UI/UX. Metode *Design Thinking* dipilih karena kemampuannya dalam memahami kebutuhan pengguna melalui pendekatan yang berfokus pada empati, kreativitas, dan proses iteratif [8]. Tujuan utama dari penerapan *Design Thinking* adalah merancang solusi inovatif secara kolaboratif untuk pengembangan aplikasi mobile *TicketoGive*. Responden utama dalam penelitian ini adalah generasi milenial berusia 24–37 tahun, yang dipilih karena perannya yang dominan sebagai pengguna digital aktif dalam memanfaatkan aplikasi berbasis internet. Selain itu, generasi ini memiliki tingkat keterlibatan sosial yang tinggi dan kebiasaan bertransaksi daring secara rutin, menjadikannya target audiens yang ideal untuk aplikasi donasi. Pendekatan ini terdiri dari beberapa tahap, yaitu *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test* [9].



Gambar 1. *Design Thinking Process*

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan *Design Thinking* untuk merancang solusi yang berpusat pada pengguna melalui beberapa tahap, yaitu:

**2.1. Empathize**

Tahap ini, penelitian diawali dengan user research untuk menggali informasi mendalam tentang kebutuhan dan keinginan pengguna aplikasi *TicketoGive*. Proses ini melibatkan survei melalui Google Formulir dengan jumlah responden lebih dari 10 orang yang berasal dari generasi milenial. Responden ini dipilih karena mereka aktif secara digital, memiliki minat menghadiri konser, dan menunjukkan kepedulian terhadap kegiatan amal. Hasil dari survei tersebut digunakan untuk menyusun *empathy map* yang menggambarkan kebutuhan pengguna.

**2.2. Define**

Tahap ini dilakukan penyortiran dan analisis terhadap data yang diperoleh dari tahap empathize untuk merumuskan inti permasalahan. Hasil analisis ini kemudian digunakan untuk merumuskan problem statement yang jelas, sehingga dapat menjadi acuan utama dalam penyusunan *user persona*, *user journey map*, dan *how might we question* [10].

**2.3. Ideate**

Tahap ini yaitu melakukan brainstorming dan mengeksplorasi berbagai ide yang potensial untuk menjawab problem statement yang telah dirumuskan. Berbagai inspirasi dikembangkan dan disaring menjadi konsep produk yang paling sesuai. Proses ini berfokus pada pengembangan ide-ide kreatif yang dapat menawarkan solusi yang inovatif dan efektif terhadap masalah yang diidentifikasi pada tahap sebelumnya.

**2.4. Prototype**

Tahap ini membuat model awal atau eksperimen sederhana dari produk yang diusulkan. Tujuannya adalah untuk mengimplementasikan ide yang telah dikembangkan menjadi bentuk *prototype* yang dapat diuji dan divisualisasikan.

**2.5. Testing**

Tahap Testing dilakukan dengan mengujicobakan *prototype* kepada pengguna. Pengujian ini bertujuan untuk mendapatkan umpan balik dari pengguna terkait *prototype* yang telah dibuat. Pengujian dalam penelitian ini menggunakan model *Guerilla Usability Testing*, sebuah pendekatan berbiaya rendah yang dirancang untuk mengamati perilaku pengguna dan mendapatkan umpan balik yang berguna terkait perbaikan antarmuka pengguna [11]. Metode ini dipilih karena efisiensinya, memungkinkan pengujian dilakukan dengan cepat dan hasilnya dapat segera diolah. Selain itu, metode ini relevan dengan tujuan penelitian, yaitu mengevaluasi kemudahan penggunaan *prototype* secara langsung oleh target audiens guna memastikan desain yang intuitif dan sesuai dengan kebutuhan pengguna. Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan mampu menghasilkan solusi desain yang relevan dan berbasis pada kebutuhan nyata generasi milenial sebagai pengguna utama.

**3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bagian ini menjelaskan hasil implementasi dari pendekatan *Design Thinking* dalam merancang antarmuka dan pengalaman pengguna (UI/UX) untuk aplikasi mobile *TicketoGive*. Pendekatan ini terdiri dari lima langkah, yaitu:

**3.1. Empathize**

Pada tahap ini, dilakukan pengumpulan data dengan metode survei, untuk mendapatkan wawasan tentang pengalaman serta tantangan yang dihadapi pengguna dalam konteks penggunaan aplikasi *TicketoGive*.

Tabel 1. Pertanyaan Survei

Area Kriteria	Pertanyaan Survei
Pengguna	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apa jenis acara yang biasanya Anda hadiri?</li> <li>• Apakah Anda lebih sering berpartisipasi dalam acara musik atau kegiatan sosial lainnya?</li> </ul>
Demografi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Berapa usia Anda?</li> </ul>

---

Psychografi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Di kota mana Anda tinggal?</li> <li>• Apakah Anda bekerja penuh waktu, paruh waktu, atau mahasiswa?</li> <li>• Apa yang paling Anda hargai dalam hidup?</li> <li>• Apa yang menginspirasi Anda sehari-hari?</li> <li>• Seberapa penting terlibat dalam kegiatan berdampak positif?</li> </ul>
Users Behavior and Feelings	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apakah Anda sering mengikuti isu sosial dan bencana alam?</li> <li>• Seberapa sering Anda berdonasi untuk kegiatan amal?</li> <li>• Apa yang membuat Anda puas saat ikut acara amal atau membeli tiketnya?</li> <li>• Bagaimana perasaan Anda saat berpartisipasi dalam acara musik dengan tujuan sosial?</li> </ul>
User Needs	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apakah Anda lebih suka membeli tiket acara melalui aplikasi atau metode lain?</li> <li>• Fitur apa yang paling Anda butuhkan dari aplikasi untuk acara amal?</li> <li>• Bagaimana Anda ingin proses donasi di aplikasi dilakukan?</li> <li>• Informasi apa yang ingin Anda lihat tentang acara amal yang Anda hadiri?</li> </ul>
User Challenges	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seberapa penting transparansi penggunaan donasi bagi Anda?</li> <li>• Apa kendala utama saat Anda berpartisipasi atau membeli tiket acara amal?</li> <li>• Apakah ada hal yang membuat Anda ragu berdonasi di aplikasi? Apa pertimbangannya?</li> <li>• Pernahkah Anda kesulitan menemukan acara amal sesuai minat atau tujuan sosial Anda?</li> <li>• Apa yang bisa membuat proses donasi atau pembelian tiket lebih mudah dan efisien?</li> </ul>

---

Hasil dari pertanyaan survei selanjutnya dianalisis dan diolah dalam bentuk *empathy map* untuk menggambarkan secara rinci perspektif, perasaan, serta kebutuhan pengguna.



Gambar 2. *Empathy Maps TicketoGive*

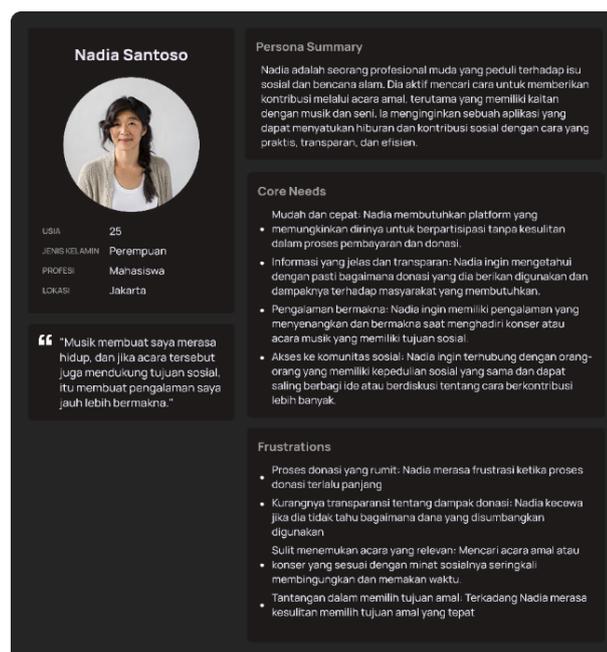
### 3.2. Define

Pada tahap *Define*, data yang dikumpulkan dari fase *Empathize* dianalisis untuk merumuskan *problem statement*. Permasalahan utama yang diidentifikasi adalah bahwa pengguna membutuhkan platform yang memungkinkan mereka berdonasi secara mudah dan cepat, serta memberikan transparansi mengenai penggunaan donasi. Selain itu, pengguna menginginkan pengalaman yang bermakna saat berpartisipasi dalam acara amal, yang dapat diperoleh melalui fitur yang memperkuat keterlibatan mereka secara sosial. *Problem statement* ini menjadi titik fokus dalam merancang solusi pada tahap berikutnya.

Tabel 2. Hasil Survei

Area Kriteria	Hasil Survei
<b>Pengguna</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Menghadiri konser musik, festival seni, dan acara amal yang berhubungan dengan tujuan sosial.</li> </ul>
<b>Demografi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Saya lebih sering berpartisipasi dalam acara musik, namun saya juga sangat tertarik untuk berpartisipasi dalam acara sosial.</li> <li>Usia 21-35 tahun</li> <li>Jakarta, Indonesia</li> </ul>
<b>Psychografi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mahasiswa, bekerja paruh waktu</li> <li>Menghargai hubungan sosial dan kontribusi untuk kegiatan sosial yang bermanfaat.</li> </ul>
<b>Users Behavior and Feelings</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Terinspirasi melihat orang yang bersemangat membantu dan berkontribusi positif.</li> <li>Sangat penting; percaya setiap orang bertanggung jawab memberi dampak positif.</li> <li>Sering mengikuti isu sosial dan bencana alam</li> <li>Sering berdonasi, terutama untuk amal yang berdampak langsung.</li> </ul>
<b>User Needs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Puas jika kontribusi saya memberi perubahan nyata dan acara punya tujuan positif.</li> <li>Bangga dan termotivasi; acara dengan tujuan sosial memberi makna lebih.</li> <li>Suka aplikasi untuk beli tiket karena praktis dan efisien..</li> <li>Fitur pembelian tiket yang mudah, pilihan tujuan amal, dan informasi acara serta dampak donasi yang jelas.</li> <li>Proses donasi cepat dan transparansi alokasi dana yang jelas.</li> <li>Informasi lengkap tentang tanggal, lokasi, tujuan amal, dan penggunaan dana.</li> <li>Penting untuk mengetahui secara jelas bagaimana donasi digunakan membantu yang membutuhkan.</li> </ul>
<b>User Challenges</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sering kesulitan menemukan acara amal yang relevan dan transparan.</li> <li>Ragu jika aplikasi tidak jelas mengenai penggunaan donasi.</li> <li>Sulit menemukan acara yang benar-benar sesuai dengan nilai dan tujuan sosial saya.</li> <li>Mebutuhkan aplikasi dengan proses donasi dan pembelian tiket yang mudah serta fitur untuk memilih tujuan amal langsung di platform.</li> </ul>

Berdasarkan hasil pertanyaan survei, dibentuklah user persona yang menggambarkan karakteristik utama pengguna.



Gambar 3. User Persona

User persona ini kemudian menjadi dasar dalam menyusun user journey map, yang memetakan langkah-langkah pengguna dari awal hingga akhir interaksi dengan aplikasi serta mengidentifikasi titik-titik potensial untuk perbaikan.

Phase	Awareness	Consideration	Decision	Action	Post-Action	Engagement
User Actions	Melihat iklan acara musik yang memiliki tujuan amal di media sosial	Mengunjungi aplikasi TicketoGive dan mencari informasi acara	Mengunduh aplikasi dan membuat akun	Membeli tiket dan berdonasi	Menerima konfirmasi tiket dan donasi	Berinteraksi dengan komunitas di aplikasi
Emotions	Tertarik, penasaran	Bingung, ingin informasi lebih jelas	Antusias, sedikit ragu	Senang, puas	Bangga, terinspirasi	Terhubung, bahagia
Pain Points	Tidak mengetahui lebih lanjut tentang aplikasi atau acara	Kurangnya informasi transparansi penggunaan donasi	Proses pendaftaran yang rumit atau memakan waktu	Proses pembelian tiket yang rumit	Kurangnya interaksi sosial	Lebih percaya diri, tenang, dan puas dengan cara mereka mengelola waktu di media sosial. "Saya bisa menikmati media sosial tanpa tekanan."
Opportunities	Menyediakan info jelas tentang acara dan dampak sosialnya	Menyediakan informasi yang transparan dan mudah diakses	Mempermudah pendaftaran	Mempermudah pembelian tiket dan donasi dengan opsi cepat	Memberikan update tentang dampak sosial dan perkembangan acara	Membangun komunitas interaktif untuk lebih terlibat

Gambar 4. User Journey Maps

Dari pemetaan tersebut, tahap selanjutnya adalah tahap *How Might We* (HMW), yaitu mengubah tantangan yang ditemukan menjadi pertanyaan-pertanyaan terbuka yang memicu ide-ide kreatif dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi pengguna.

Tabel 3. How Might We

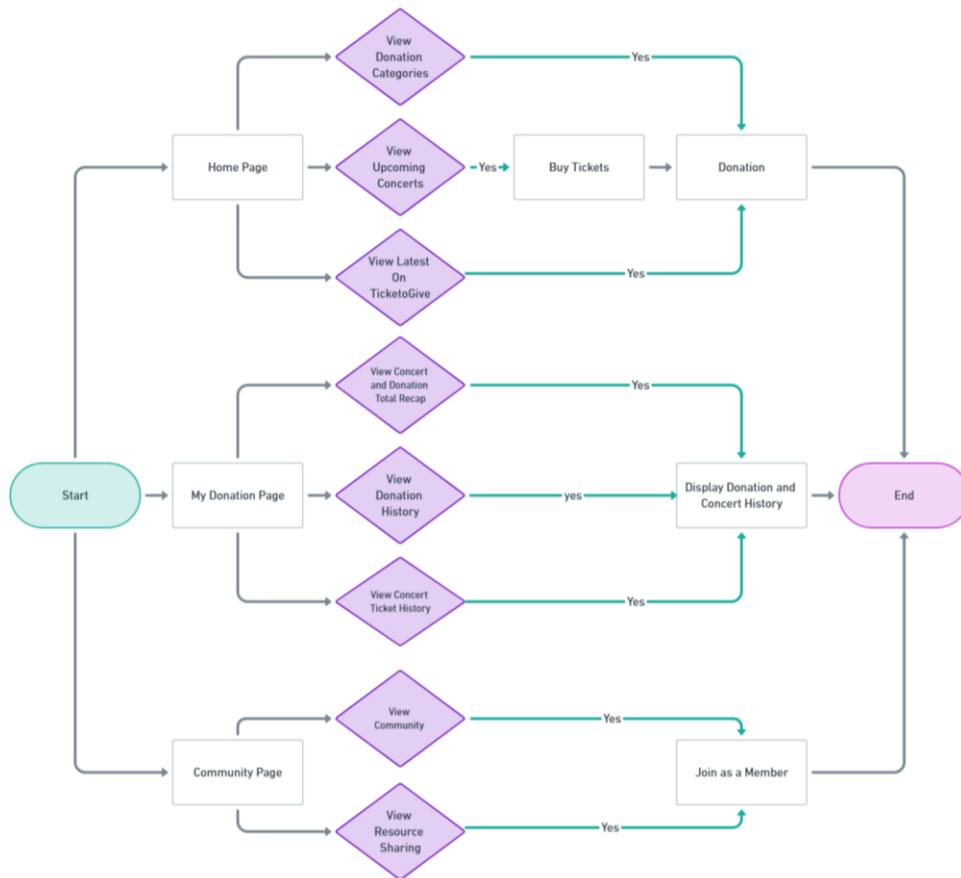
How	Might
<b>Bagaimana pengguna bisa mendapatkan informasi tentang donasi yang diberikan?</b>	Menyediakan halaman transparansi yang menjelaskan alokasi dana donasi dan dampaknya.
<b>Bagaimana pengguna bisa terhubung dengan orang-orang yang memiliki minat sosial yang sama?</b>	Menyediakan fitur komunitas untuk berinteraksi dan berbagi pengalaman dengan pengguna lain.
<b>Bagaimana pengguna bisa melihat rekam jejak donasi mereka sebelumnya?</b>	Menyediakan fitur riwayat donasi yang menunjukkan donasi yang telah dilakukan dan dampaknya.

### 3.3. Ideate

Tahap *Ideate* melibatkan eksplorasi ide dan pengembangan konsep untuk menjawab kebutuhan dan permasalahan yang diidentifikasi. Beberapa ide utama yang dihasilkan mencakup fitur pencarian dan filter acara amal sesuai minat, halaman khusus yang menampilkan transparansi donasi dan dampaknya. Selain itu, dirancang fitur komunitas untuk memungkinkan pengguna berinteraksi dan berbagi pengalaman. Ide-ide ini dikembangkan untuk memberikan pengalaman pengguna yang lebih terhubung, informatif, dan bermakna dalam aplikasi TicketoGive.

#### 3.3.1. User Flow

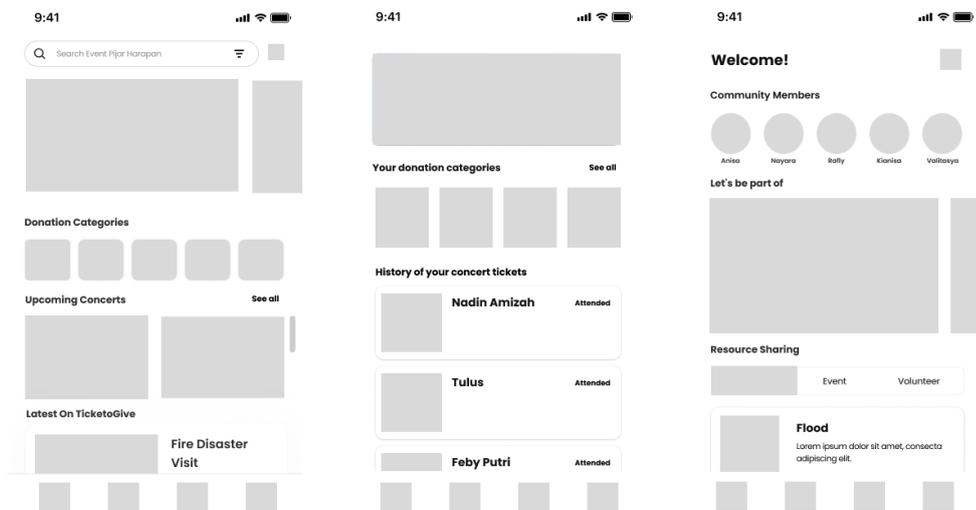
*User Flow* dirancang untuk memetakan alur interaksi pengguna dengan aplikasi. *User flow* ini memberikan gambaran menyeluruh mengenai bagaimana pengguna akan bergerak dari satu fitur ke fitur lainnya.



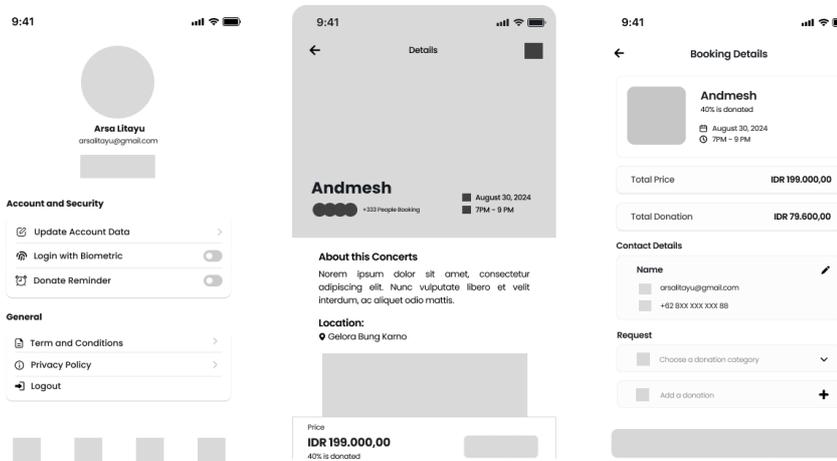
Gambar 4. User Flow TicketoGive.

### 3.3.2. Wireframe

Penggunaan wireframe bertujuan untuk mengeksplorasi berbagai opsi tata letak dan memastikan bahwa setiap fitur penting terlihat jelas dan mudah diakses pengguna.



Gambar 5. Wireframe Homepage, My Donation Page, dan Community Page



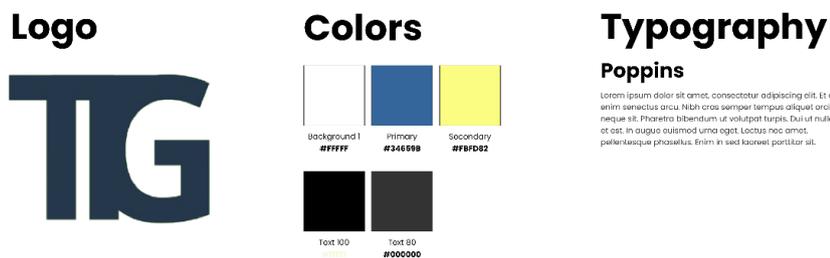
Gambar 6. Wireframe Profil dan Pembelian Tiket.

### 3.4. Prototype

Pada tahap *Prototype*, dibuat *prototype* awal dari aplikasi TicketoGive yang mengimplementasikan ide-ide utama dari tahap sebelumnya.

#### 3.4.1. Brand Guidelines

Sebelum pembuatan prototype, disusun terlebih dahulu *design system* yang mencakup pembuatan *brand guidelines* sebagai pedoman visual dan identitas merek, untuk memastikan konsistensi desain di seluruh aplikasi.



Gambar 7. Brand Guidelines

#### 3.4.2. High-Fidelity

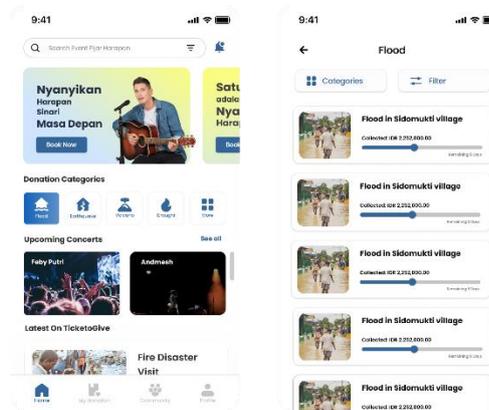
*High-Fidelity* (Hi-fi) ini mencakup elemen antarmuka seperti halaman utama acara amal, fitur donasi, halaman transparansi donasi, serta fitur komunitas. Desain *prototype* ini berfokus pada kemudahan navigasi dan aksesibilitas, sehingga pengguna dapat dengan mudah menemukan acara, berdonasi, dan melihat informasi terkait donasi mereka.



Gambar 8. Splash Screen  
292

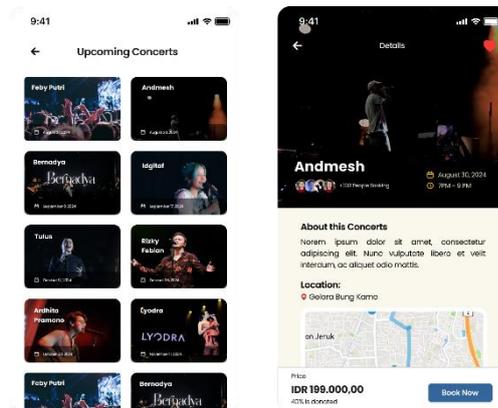
TicketoGive menampilkan slogan pada splash screen untuk memberikan kesan pertama yang kuat dan memperkenalkan visi aplikasi, yaitu memungkinkan pengguna berdonasi sambil menikmati konser musik.

Pada *Homepage*, pengguna disambut dengan ajakan untuk melakukan aksi melalui fitur pemesanan tiket, pilihan kategori donasi, dan informasi terkini mengenai konser amal yang akan datang.



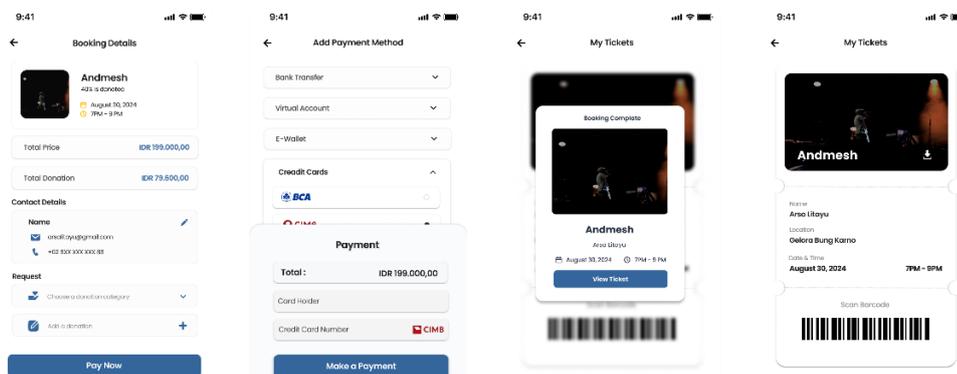
Gambar 9. *Homepage*

Saat pengguna memilih salah satu konser, aplikasi akan mengarahkan mereka ke halaman informasi detail konser. Halaman ini mencakup informasi lengkap tentang konser, seperti deskripsi acara, jumlah orang yang sudah memesan tiket, tanggal dan waktu pelaksanaan, lokasi konser yang disertai peta, harga tiket, dan persentase dari harga tiket yang akan disumbangkan.



Gambar 9. *Detail Concert*

Saat memilih "Book Now," pengguna akan diarahkan ke halaman pemesanan untuk melihat ringkasan konser, mengisi data diri, dan menambah donasi. Setelah itu, mereka dapat melanjutkan ke halaman pembayaran, dan setelah transaksi berhasil, tiket konser akan tersedia.



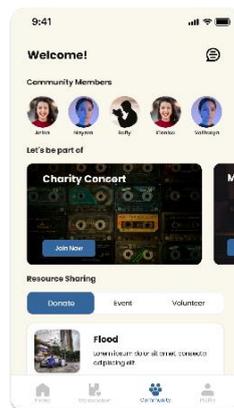
Gambar 10. *Booking dan Payment*

Aplikasi ini memiliki halaman "My Donation" untuk melacak riwayat donasi dan aktivitas konser pengguna. Halaman ini membantu pengguna melacak kontribusi mereka dari waktu ke waktu



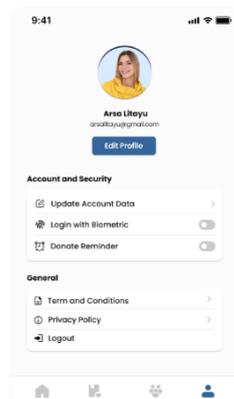
Gambar 11. *My Donation Page*

Selanjutnya, TicketoGive memiliki Community Page yang memungkinkan pengguna berinteraksi dengan orang yang memiliki minat sama dalam kegiatan sosial dan konser amal, serta bergabung untuk akses lebih banyak interaksi dan informasi.



Gambar 12. *Community Page*

Halaman profil pengguna mencakup berbagai pengaturan dan kebijakan aplikasi, serta menyediakan fitur pengingat (*reminder*) donasi yang membantu pengguna agar tidak lupa dalam melakukan donasi secara berkala.



Gambar 13. *Profile Page*

Dengan demikian, aplikasi TicketoGive bukan hanya menjadi platform untuk beramal, tetapi juga tempat untuk membangun komunitas yang saling mendukung dalam kegiatan sosial dan donasi.

### 3.5. Testing

Tahap Testing melibatkan 7 responden untuk menguji prototype aplikasi menggunakan metode Guerilla Usability Test dengan alat Maze. Tujuannya adalah untuk mengevaluasi efektivitas dan efisiensi antarmuka aplikasi TicketoGive dalam membantu pengguna menyelesaikan tugas utama.

Tabel 4. Scenario

Task	Scenario
Mencari dan Membeli Tiket	Anda adalah seseorang yang antusias dengan konser amal dan ingin mendukung kegiatan donasi melalui hiburan musik. Bagaimana cara Anda mencari, memilih, dan menyelesaikan pembelian tiket di aplikasi TicketoGive?
Riwayat Donasi	Sebagai pengguna rutin, bagaimana Anda dapat melihat kontribusi donasi yang telah Anda lakukan sebelumnya?
Komunitas	Bagaimana cara Anda bergabung dan mengeksplorasi halaman komunitas untuk berinteraksi dengan orang-orang yang memiliki minat serupa di aplikasi ini?

Efektivitas dihitung dengan menggunakan persamaan (1), yang mengukur persentase tugas yang diselesaikan dengan berhasil.

$$Effectiveness = \frac{Number\ of\ tasks\ completed\ successfully}{Total\ number\ of\ tasks\ undertaken} \times 100\% \quad (1)$$

Hasil nilai akan diubah menjadi standar ukuran efektivitas untuk menilai sejauh mana tingkat keberhasilan tercapai dengan cara [12]:

Tabel 5. Tingkat Keberhasilan

Rasio Efektivitas	Tingkat Capaian
Di bawah 40%	Sangat Tidak Efektif
40% - 59,9%	Tidak Efektif
60% - 79,9%	Cukup Efektif
Lebih dari 79,9%	Sangat Efektif

Efisiensi diukur menggunakan *Time Based Efficiency* dengan rumus (2), yang mengacu pada rata-rata waktu yang dibutuhkan pengguna untuk menyelesaikan tugas.

$$Time\ Based\ Efficiency = \frac{\sum_{j=1}^R \sum_{i=1}^R \frac{n_{ij}}{t_{ij}}}{NR} \quad (2)$$

Dalam perhitungan ini, N merujuk pada jumlah tugas, sementara R adalah jumlah pengguna yang terlibat. Hasil tugas i yang diselesaikan oleh pengguna j diwakili oleh  $n_{ij}$ , sedangkan  $t_{ij}$  menunjukkan waktu yang dihabiskan oleh pengguna j untuk menyelesaikan tugas i.

Tabel 6. Table area of exploration

Task	Direct Success	Time-based Efficiency	Missclick Rate	Avg Duration
Mencari dan Membeli Tiket	100%	0.961	61.3%	141.4s
Riwayat Donasi	85.7%	0.363	42.3%	53.3s
Komunitas	100%	0.087	0%	12.9s
<b>Rata-Rata</b>	<b>94.23%</b>	<b>0.470</b>	<b>34.57%</b>	<b>6.07%</b>

Tabel 7. Table area of exploration

Effectiveness	Efficiency
94.23%	0.470

Hasil pengujian yang tercantum pada Tabel 4 mengungkapkan bahwa efektivitas aplikasi mencapai 94.23% yang dikategorikan sangat cepat [13]. Sementara itu, nilai efisiensi sebesar 0,470 menunjukkan bahwa waktu penyelesaian sangat cepat, sesuai dengan indikator *Time Behavior*.

Selanjutnya, dilakukan analisis data dengan tujuan untuk memahami sejauh mana efisiensi, *learnability*, dan *memorability*. Kami telah menyusun beberapa pertanyaan yang akan diajukan kepada responden untuk mengumpulkan informasi yang relevan dan mendalam terkait topik penelitian ini.

Tabel 7. Nilai *Learnability* Pengguna

No	Question Learnability	Yes	No	Yes (%)	No (%)
1	Apakah desain <i>prototype</i> kami mudah dioperasikan saat mencari informasi konser atau donasi?	7	0	100%	0%
2	Apakah teks pada desain <i>prototype</i> pemesanan tiket kami mudah dipahami dan jelas bagi Anda?	7	0	100%	0%
3	Apakah tampilan warna pada <i>prototype</i> kami enak dilihat dan mudah dipahami saat melihat tiket atau kategori donasi?	7	0	100%	0%
4	Apakah menu yang ada cukup mudah dipahami untuk menemukan acara atau opsi donasi?	5	2	71.4%	28.6%
Rata-Rata Nilai Learnability				92.85%	7,15%

Tabel 8. Nilai *Efficiency* Pengguna

No	Question Efficiency	Yes	No	Yes (%)	No (%)
1	Apakah konser atau acara yang Anda cari mudah ditemukan dalam <i>prototype</i> ini?	6	1	85.7%	14.3%
2	Apakah tombol atau fitur yang Anda klik dapat menampilkan informasi dengan cepat?	5	2	71.4%	28.6%
3	Apakah proses pembayaran dan donasi sangat mudah dilakukan?	7	0	100%	0%
Rata-Rata Nilai Learnability				85.7%	14.3%

Tabel 9. Nilai *Memorability* Pengguna

No	Question Memorability	Yes	No	Yes (%)	No (%)
1	Apakah ikon pada desain <i>prototype</i> kami mudah dipahami untuk mengarahkan Anda ke fitur penting?	6	1	85.7%	14.3%
2	Apakah Anda bisa mengingat kembali halaman atau menu yang pernah Anda kunjungi dengan mudah, misalnya untuk membeli tiket lagi?	6	1	85.7%	14.3%
3	Apakah menu atau fitur utama pada desain <i>prototype</i> kami mudah diingat, seperti lokasi pembayaran atau kategori donasi?	5	0	100%	0%
Rata-Rata Nilai Learnability				90.47%	9.53%
<b>Total Keseluruhan</b>				<b>89.67%</b>	<b>9.99%</b>

Hasil kuesioner menunjukkan 89,67% responden puas dengan aplikasi, sementara 9,99% tidak puas. Angka ini mencerminkan tingkat kepuasan yang tinggi terhadap aplikasi yang diuji coba, sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil tingkat pencapaian sangat efektif [13]. Hal ini mencerminkan efektivitas aplikasi dan potensi penerimaan pasar, meskipun adanya beberapa masukan untuk perbaikan pada aspek tertentu agar lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna.

Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya berjudul *Desain Interaksi Aplikasi Crowdfunding Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Mobile Menggunakan Metode Human Centered Design (HCD)*, yang menyimpulkan bahwa aplikasi *crowdfunding* berbasis mobile merupakan solusi efektif untuk mendukung pendanaan UMKM melalui bantuan donatur [14]. Penelitian tersebut relevan dengan hasil penelitian ini, di mana nilai tinggi pada aspek efisiensi, *learnability*, dan *memorability* menunjukkan keberhasilan desain aplikasi TicketoGive sebagai platform donasi yang inovatif, responsif terhadap kebutuhan pengguna, dan efektif dalam meningkatkan partisipasi publik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa TicketoGive memperoleh skor tinggi pada aspek efisiensi, kemudahan belajar, dan daya ingat, yang mencerminkan desain aplikasi yang responsif dan mudah digunakan. Tingginya nilai efisiensi menunjukkan bahwa pengguna dapat berinteraksi dengan aplikasi dengan cepat dan tanpa hambatan, sementara skor tinggi pada kemudahan belajar dan daya ingat mengindikasikan bahwa pengguna dapat dengan mudah memahami cara menggunakan aplikasi serta mengingat fitur-fitur penting yang disediakan.

Kinerja yang baik pada aspek-aspek ini berkontribusi langsung pada peningkatan partisipasi publik dalam kegiatan donasi. Kemudahan akses dan penggunaan aplikasi meningkatkan kenyamanan pengguna dalam berdonasi, yang mendorong mereka untuk lebih aktif terlibat dalam kegiatan amal. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa aplikasi dengan desain intuitif dan responsif dapat meningkatkan keterlibatan pengguna dan mempermudah partisipasi dalam kegiatan sosial.

Dampak sosial dari TicketoGive sangat signifikan, karena aplikasi ini tidak hanya menyediakan platform untuk donasi, tetapi juga berpotensi mengubah pola donasi masyarakat. Dengan menawarkan transparansi dan kemudahan partisipasi, TicketoGive dapat memperluas jangkauan partisipasi sosial, terutama di kalangan generasi milenial yang lebih akrab dengan teknologi digital. Potensi aplikasi ini untuk meningkatkan kesadaran sosial dan mendorong pola donasi yang lebih inklusif membuka peluang besar untuk menggalang dana dalam jumlah lebih besar dan lebih cepat, serta memfasilitasi donasi yang lebih terstruktur dan terarah. Dengan demikian, TicketoGive diharapkan dapat berkontribusi pada perubahan positif dalam pola partisipasi sosial dan mendukung tujuan amal.

#### 4. KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan metode Design Thinking dalam desain UI/UX aplikasi TicketoGive terbukti efektif dan layak untuk dikembangkan menjadi aplikasi konser amal berbasis mobile [15]. Tingkat efektivitas desain *prototype* yang mencapai 94,23%, menunjukkan bahwa *prototype* ini sangat efektif. Selain itu, efisiensi waktu yang tercatat adalah 0,470 detik, menunjukkan kecepatan yang sangat baik. Hasil kuesioner juga mengindikasikan tingkat kepuasan pengguna sebesar 89,67%, yang menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi dari para pengguna. Aspek *Learnability*, *Efficiency* dan *Memorability* dinilai memadai, meskipun ada beberapa masukan untuk perbaikan berdasarkan pengalaman pengguna.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aplikasi **TicketoGive** memiliki potensi signifikan untuk meningkatkan aksesibilitas dan partisipasi publik dalam konser amal pada skala yang lebih luas. Aplikasi ini tidak hanya menyediakan platform untuk donasi, tetapi juga berpotensi merubah pola donasi masyarakat. Pengembangan ke depan dapat mencakup integrasi kecerdasan buatan (AI) untuk rekomendasi acara dan personalisasi pengalaman pengguna, teknologi *Augmented Reality* (AR) untuk menghadirkan pengalaman konser interaktif, serta fitur *Live Streaming* dengan interaksi langsung melalui komentar atau polling. Pengujian lebih mendalam pada berbagai kelompok demografis juga diperlukan untuk memastikan aplikasi ini memenuhi kebutuhan beragam pengguna. Dengan pendekatan ini, TicketoGive diharapkan menjadi platform inovatif, inklusif, dan berdampak signifikan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] T. Ashari and G. Swalaganata, "Perancangan UI/UX Aplikasi Donasi Bencana BPBD Kota Batu Dengan Metode Design Thinking," *Semin. Nas. Sist. Inf.*, vol. 7, no. September, pp. 3826–3838, 2023, [Online]. Available: <https://jurnalfti.unmer.ac.id/index.php/senasif/article/view/472%0Ahttps://jurnalfti.unmer.ac.id/index.php/senasif/article/download/472/420>
- [2] A. N. Habibah, R. Waluyo, J. Prayitno, and B. Saputra, "Aplikasi Donasi Berbasis Mobile Menggunakan Metode Scrum," *Nusant. Hasana J.*, vol. 2, no. 10, p. Page, 2023.
- [3] N. Aulia, S. Andryana, and A. Gunaryati, "Perancangan User Experience Aplikasi Mobile Charity Menggunakan Metode Design Thinking," *Sisfotenika*, vol. 11, no. 1, p. 26, 2020, doi: 10.30700/jst.v11i1.1066.
- [4] Dhian Sweetania and Achmad Hafidz, "Perancangan UI/UX Pada Aplikasi Berbasis Mobile E-Ticket Museum Di Jakarta dengan Menggunakan Metode Design Thinking," *J. Tek. dan Sci.*, vol. 2, no. 3, pp. 57–70, 2023, doi: 10.56127/jts.v2i3.1124.
- [5] R. .AS Apriliani, P. Aji, and S. Dewi Budiwati, "Aplikasi Penggalangan Dana Donasi Bencana Alam Berbasis Web (Modul Donatur)," *e-Proceeding Appl. Sci.*, vol. 8, no. 5, pp. 624–630, 2022.
- [6] D. A. Mufti and M. S. Amin, "Perancangan UI/UX Aplikasi Pencarian Relawan Dan Penggalangan Dana Menggunakan Metode Design Thinking," *ASKARA J. Seni dan Desain*, vol. 3, no. 1, pp. 79–88, 2024, doi: 10.20895/askara.v3i1.1373.
- [7] I. P. A. Pranaliwa, R. I. Rokhmawati, and S. H. Wijoyo, "Perancangan *User Experience* Aplikasi Reservasi *Online* Pada Grahadi Bali Menggunakan Metode *Design Thinking*," *J. Teknol. Inf. dan Ilmu Komput.*, vol. 11, no. 1, pp. 135–144, 2024, doi: 10.25126/jtiik.20241117661.
- [8] A. M. Dafa, S. A. Surakarta, and S. Widiati, "Penerapan Metode Design Thinking pada UI / UX Website SaveBite untuk Penjualan Sisa Makanan dalam Mengurangi Food waste dengan membuat platform online atau website penjualan makanan sisa atau donasi sisa menyelamatkan bumi kita dari sisa makanan yang akan," no. 3, 2024.
- [9] Ratna Nur Fadilah and Dhian Sweetania, "Perancangan Design Prototype UI/UX Aplikasi Reservasi

- 
- Restoran Dengan Menggunakan Metode Design Thinking,” *J. Ilm. Tek.*, vol. 2, no. 2, pp. 132–146, 2023, doi: 10.56127/juit.v2i2.826.
- [10] K. Maulida, P. Hasyim, D. Eridani, and A. S. Nugroho, “Perancangan Antarmuka dan Pengalaman Pengguna Aplikasi Forestrytech Menggunakan Metode Design Thinking User Interface Design and User Experience Planning of Forestrytech Application Using Design Thinking Method,” vol. 3, no. 1, pp. 11–18, 2024, doi: 10.14710/jtk.v3i1.44155.
- [11] I. Maryati, “Evaluasi Tingkat Kebergunaan Prototipe Repository Perpustakaan dengan Guerilla Usability Testing,” *J. Inf. Syst. Hosp. Technol.*, vol. 5, no. 2, pp. 70–75, 2023, doi: 10.37823/insight.v5i2.320.
- [12] Y. Eprianti, Y. Rabeta, and M. Nisusmiati, “Analisis efektivitas dan efisiensi penggunaan mobile banking terhadap transaksi nasabah pada bank bri unit garuda cabang kota Lubuklinggau,” *Ekon. , Bisnis dan Manaj.*, vol. 1, no. 3, pp. 223–234, 2023.
- [13] M. S. Tuloli, R. Patalangi, and R. Takdir, “Pengukuran Tingkat Usability Sistem Aplikasi E-Rapor Menggunakan Metode Usability Testing dan SUS,” *Jambura J. Informatics*, vol. 4, no. 1, pp. 13–26, 2022, doi: 10.37905/jji.v4i1.13411.
- [14] A. H. A. Pratama, “Desain Interaksi Aplikasi Crowdfunding Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Mobile Menggunakan Metode Human Centered Design (HCD) (Studi kasus: UMKM mahasiswa UII),” *Tugas Akhir Sarjana*, Program Studi Informatika, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia, 2022.
- [15] E. Sudaryanto, D. Wahjudi, and T. Watiningsih, “Penerapan Metode Design Thingking Pada Perancangan Ui / Ux Aplikasi Perpustakaan,” vol. 24, no. 2, pp. 69–76, 2023.