

Desain *Interface* pada Aplikasi Hoax Buster Tools

Elisabeth Pauline¹, Jayanto Ginon Warjoyo², Budianto Leoputra³

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Universitas Tarumanagara

elisabeth.625150027@stu.untar.ac.id

jayantog@fsrd.untar.ac.id

budi@jxl.design.com

Abstrak – Rumor, berita bohong (*hoaks*), ataupun isu-isu yang tidak jelas kebenarannya tersebar luas di internet, media sosial, maupun aplikasi pesan instan. Sayangnya, masih banyak orang yang kurang berpikir kritis ketika menerima informasi yang merupakan berita yang belum jelas kebenarannya dan sering merugikan pihak tertentu serta meresahkan masyarakat. MAFINDO (Masyarakat Anti Hoaks Indonesia) memiliki tujuan untuk memerangi penyebaran hoaks di Indonesia. Salah satu upaya MAFINDO dalam mencapai tujuannya adalah dengan menciptakan aplikasi Hoax Buster Tools yang berguna sebagai media aplikasi *smartphone* yang dapat membantu masyarakat dalam melakukan pengecekan berita hoaks. Namun, dikarenakan beberapa masalah yang ditemui dalam UI (*User Interface*) aplikasi ini, diperlukan perancangan ulang sehingga UI pada aplikasi ini dapat terlihat lebih menarik serta lebih mudah dimengerti dan digunakan oleh pengguna. Perancangan ulang aplikasi ini diharapkan dapat meningkatkan jumlah pengguna serta membantu memerangi penyebaran hoaks di Indonesia. Perancangan ini sendiri dimulai dengan pengumpulan data secara kuantitatif, observasi dan studi pustaka. Hasil UI menggunakan gaya ilustrasi *vector* yang sederhana dan menggunakan warna-warna flat dan dominan merah.

Kata kunci: aplikasi, hoaks, user interface.

I. PENDAHULUAN

Hoaks atau berita bohong sedang marak terjadi di kalangan masyarakat Indonesia. Menurut KBBI, hoaks adalah berita bohong yang memiliki tujuan buruk seperti membuat resah masyarakat, merugikan pihak tertentu, menyebar informasi palsu, serta memfitnah kelompok atau pribadi tertentu. Menurut Direktur Informasi dan Komunikasi Badan Intelijen Negara, Wawan Purwanto, yang dilansir dari KOMPAS.com menyebutkan bahwa konten-konten media sosial di Indonesia didominasi informasi bohong atau hoaks. Dari hasil penelitian yang dilakukan tercatat bahwa informasi hoaks sudah mencakup 60% dari konten media sosial di Indonesia. Menurut data riset yang dilakukan oleh DailySocial.id yang dilansir dari

Kumparan.com setidaknya ada tiga aplikasi media sosial yang paling banyak digunakan untuk menyebarkan hoaks, yaitu Facebook sebesar 82,25%, WhatsApp sebesar 56,55%, dan Instagram sebesar 29,48%. Selain itu dari hasil riset yang dilakukan DailySocial.id dengan 2.032 responden tercatat 44,19% responden mengaku tidak yakin dalam mendeteksi berita hoaks. Sementara responden lain sebesar 51,03% memilih untuk menghiraukan dan tidak percaya ketika menemui konten hoaks.

Masyarakat Indonesia gemar menggunakan media sosial dan mengakses internet dengan perangkat mobilyenya tetapi masih rentan terhadap informasi palsu atau hoaks yang banyak tersebar di internet dan media sosial. Dengan kekhawatiran terhadap

maraknya berita hoaks yang tersebar di masyarakat Indonesia, berdirilah sebuah komunitas anti hoaks bernama Masyarakat Anti Fitnah Indonesia atau MAFINDO. MAFINDO adalah sebuah organisasi perkumpulan resmi yang didirikan sejak 2016 yang memiliki sebuah aplikasi berbasis Android yang dapat diunduh di Google Play Store bernama Hoax Buster Tools yang merupakan sebuah aplikasi agar masyarakat dapat lebih mudah mengecek fakta berita yang didapatkan. Saat ini aplikasi Hoax Buster Tools hanya dapat diunduh melalui Google Play Store, dan tercatat aplikasi ini sudah diunduh sebanyak lebih dari 10.000 kali dengan *rating* 4.7 dari 306 *reviews*. Namun, desain UI/UX pada aplikasi ini tidak maksimal dikarenakan tidak adanya desainer UI/UX dalam pembuatan aplikasi ini. Oleh karena itu, penulis akan menyusun strategi dan konsep kreatif guna mendesain ulang aplikasi Hoax Buster Tools.

II. METODE

Metode penelitian yang Penulis lakukan ialah mengobservasi penyebaran hoaks lewat internet atau media sosial di Indonesia, mencari solusi untuk memberantas penyebaran hoaks, mengidentifikasi masalah yang berasal dari latar belakang masalah, merumuskan masalah yang berbentuk kalimat tanya yang mengarah pada pemecahan

masalah dan pembahasan masalah dan pembahasan masalah, menentukan batasan dan ruang lingkup untuk membatasi pembahasan agar tidak melebar dan terarah, menegaskan tujuan utama dari penelitian ini dengan tujuan untuk penyelesaian masalah, mengumpulkan data dalam penelitian dengan cara mengadakan pengamatan terhadap hal terkait yaitu dengan observasi *model client*, analisis khalayak sasaran, analisa SWOT, analisis pesaing, studi pustaka teori-teori seperti teori desain, warna, *layout*, tipografi, aplikasi *mobile / app* , *User Interface*, *User Experience*, *Material Design*, dan hoaks.

Untuk mendapatkan data kognitif, penulis melakukan observasi untuk melihat kebiasaan, psikografis, dan gaya hidup khalayak sasaran. Penulis juga mengamati kebiasaan khalayak sasaran ketika menggunakan aplikasi di dalam *smartphone* mereka serta bagaimana desain UI aplikasi-aplikasi yang ada saat ini sebagai acuan dalam perancangan yang dilakukan penulis. Selain itu, penulis juga mencari tahu tentang trend dan panduan dalam mendesain UI aplikasi sebagai referensi gaya ilustrasi, tipografi, warna, dan *layout*-nya. Untuk mendapatkan data afektif, penulis mewawancarai beberapa orang yang masuk ke dalam khalayak sasaran untuk mendapatkan informasi lebih dalam tentang bagaimana mereka menggunakan aplikasi *smartphone*

dan hal apa yang disukai atau tidak disukai dalam sebuah desain UI aplikasi.

Setelah melakukan metode-metode tersebut, Penulis melakukan *brainstorming* dan pengembangan ide serta konsep desain yang akan digunakan untuk perancangan ini. Hal ini dilakukan agar Penulis dapat menentukan konsep desain, warna, tipografi, dan metode penggagasan yang akan dipilih dan dilakukan.

Setelah menentukan konsep perancangan, Penulis mencari referensi desain *interface* aplikasi dan melakukan *mind mapping* untuk perancangan ulang *app icon* dan konten/fitur apa saja yang akan ada di dalam perancangan aplikasi ini. Lalu Penulis menyusun *moodboard* untuk menentukan desain, ilustrasi, skema warna, dll.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tujuan dari perancangan yang dibuat oleh Penulis antara lain: merancang ulang aplikasi Hoax Buster Tools dari MAFINDO, meliputi naming hingga UI (*User Interface*); bekerjasama dengan MAFINDO dalam usaha memberantas berita hoaks di Indonesia; memudahkan masyarakat Indonesia untuk menyelidiki lebih lanjut kebenaran suatu berita yang didapat melalui media sosial.

Berdasarkan dari hasil observasi dan kata kunci yang didapat, maka penulis akan membuat perancangan ulang aplikasi Hoax

Buster Tools dengan konsep yang mudah dipahami dan digunakan (*straightforward*), minimalis, dan dapat menjangkau target dengan rentang umur yang cukup luas dengan desain yang menarik dan berjiwa muda namun tetap serius. Selain mendesain ulang UI aplikasi ini, penulis juga akan mengubah *naming* dari Hoax Buster Tools menjadi Slidik. Nama Slidik diambil dari kata “selidik” yang menurut KBBI memiliki arti (dengan) teliti; (dengan) cermat; dan “menyelidik” yang memiliki arti memeriksa dengan teliti; mengusut dengan cermat, sesuai dengan fungsi aplikasi ini yaitu menyelidiki lebih lanjut berita yang tersebar. Nama Slidik lebih mudah diingat dan diucapkan daripada Hoax Buster Tools.

Perancangan ulang desain aplikasi yang akan dibuat penulis akan memanfaatkan *material design* yang *user friendly*, *simple*, menarik, dan mudah digunakan. Dalam perancangan, penulis akan menggunakan *flat design* dengan *shadows* dan *gradient color*.

Warna yang dominan digunakan dalam perancangan ini adalah warna merah. Menurut teori, warna merah digunakan untuk menangkap perhatian dan memberikan peringatan. Warna ini biasanya digunakan untuk memunculkan kesan waspada, hati-hati, dan bahaya, sesuai dengan tujuan aplikasi ini yaitu memberikan peringatan terhadap hoaks.



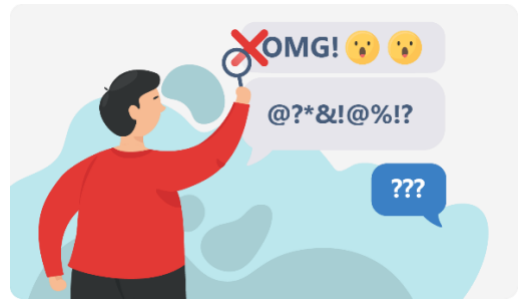
Gambar 1. Warna yang digunakan
(Dokumentasi Pribadi, 2019)

Pemilihan tipografi untuk UI/UX sebaiknya dapat terbaca dengan jelas, tidak menggunakan banyak *typeface* namun memakai 1 *typeface* dengan *type family* yang beragam. Adapun *typeface* yang dipilih untuk digunakan dalam perancangan ini adalah Segoe UI.

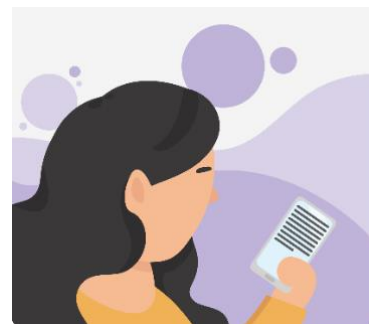
Segoe UI Light ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz	Segoe UI Semibold ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
Segoe UI Light Italic ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz	Segoe UI Semibold Italic ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
Segoe UI Semilight ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz	Segoe UI Bold ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
Segoe UI Semilight Italic ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz	Segoe UI Bold Italic ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
Segoe UI Regular ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz	Segoe UI Black ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
Segoe UI Italic ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz	Segoe UI Black Italic ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Gambar 2. *Type family* Segoe UI
(Dokumentasi Pribadi, 2019)

Dengan menggunakan *material design* sebagai pedoman dalam perancangan desain UI, penulis menggunakan gaya ilustrasi *vector* yang sederhana dan menggunakan warna-warna *flat*.



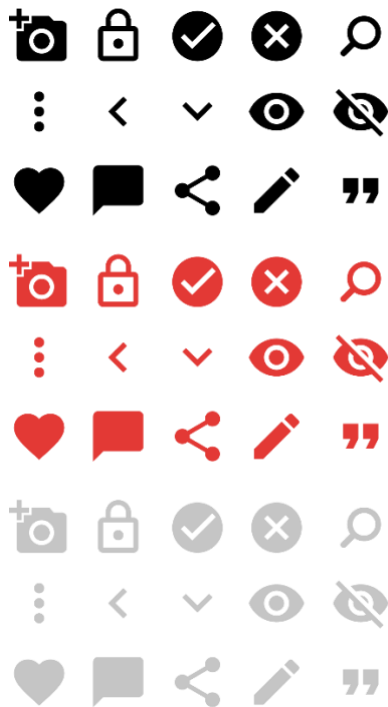
Gambar 3. Ilustrasi I
(Dokumentasi Pribadi, 2019)



Gambar 4. Ilustrasi II
(Dokumentasi Pribadi, 2019)



Gambar 5. App icon
(Dokumentasi Pribadi, 2019)

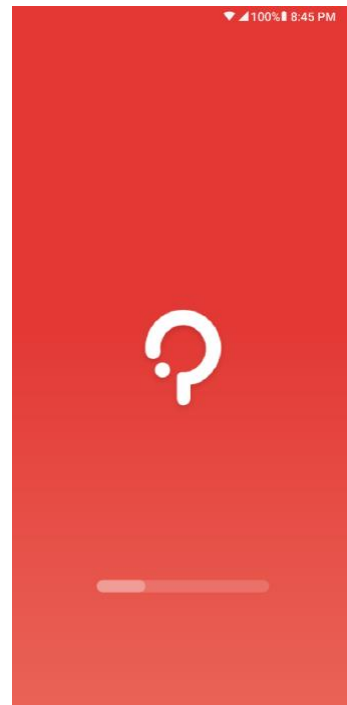


Gambar 6. *Icon set*
(Dokumentasi Pribadi, 2019)

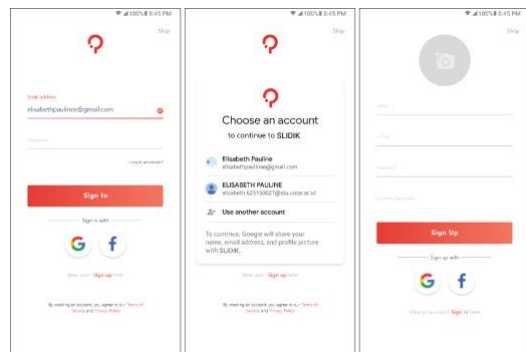


Gambar 7. *Icon* pencarian teks, foto, video, dan laporan *hoax*
(Dokumentasi Pribadi, 2019)

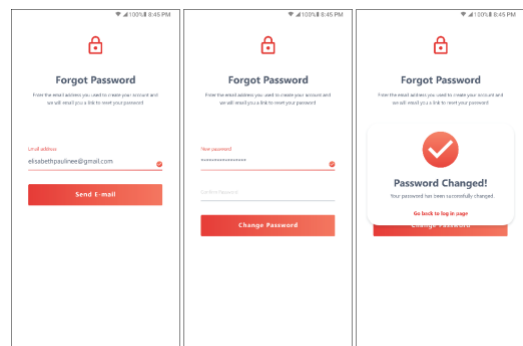
A. Desain *Interface* Aplikasi SLIDIK



Gambar 8. *Splash screen*
(Dokumentasi Pribadi, 2019)



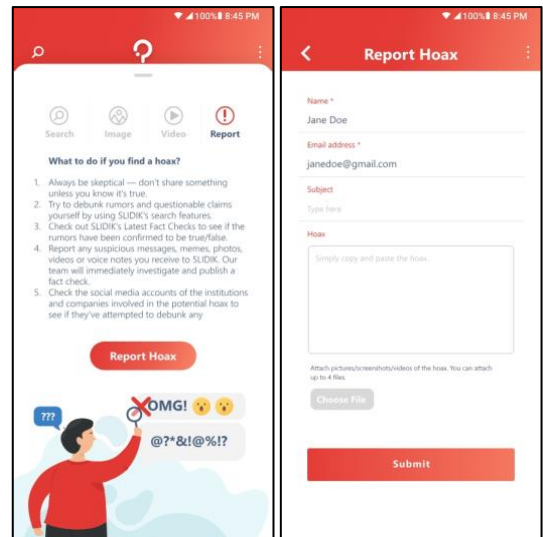
Gambar 9. *Sign in, quick sign in, sign up screen*
(Dokumentasi Pribadi, 2019)



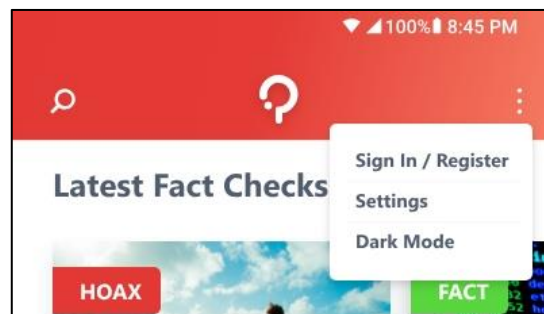
Gambar 10. *Forgot password (send e-mail & change password) screen.*
(Dokumentasi Pribadi, 2019)



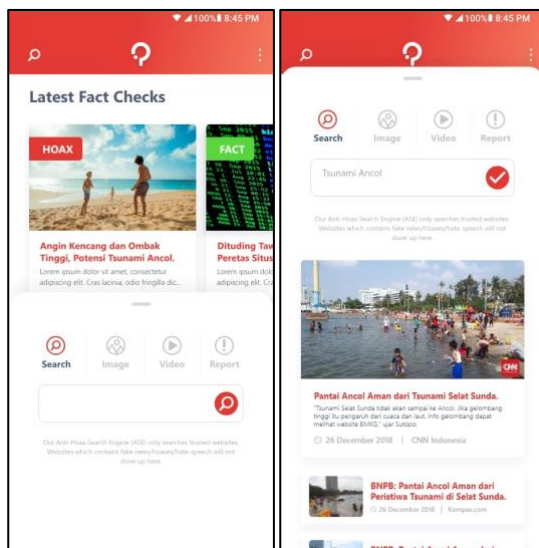
Gambar 11. Home screen
(Dokumentasi Pribadi, 2019)



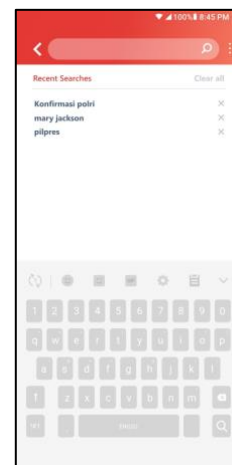
Gambar 13. Report hoax
(Dokumentasi Pribadi, 2019)



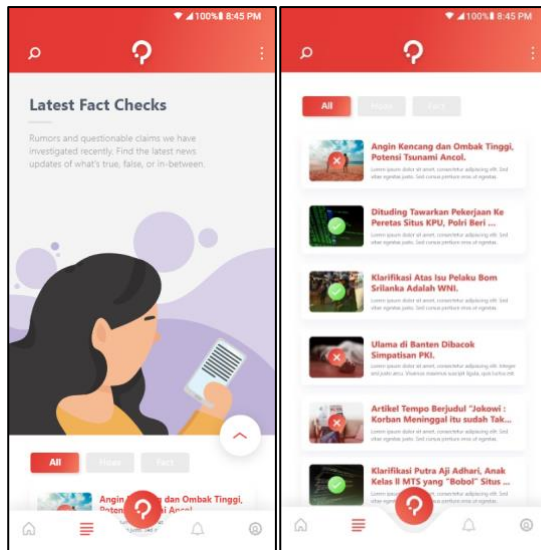
Gambar 14. Menu button
(Dokumentasi Pribadi, 2019)



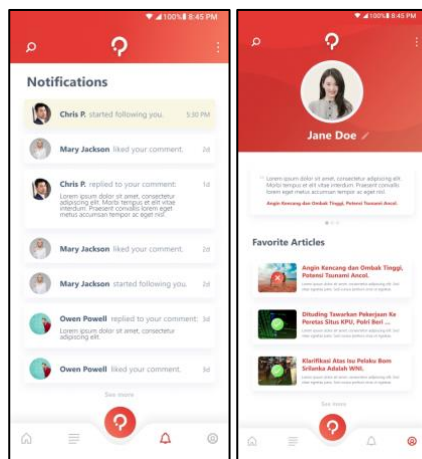
Gambar 12. Fitur pencarian SLIDIK
(Dokumentasi Pribadi, 2019)



Gambar 15. Search screen
(Dokumentasi Pribadi, 2019)

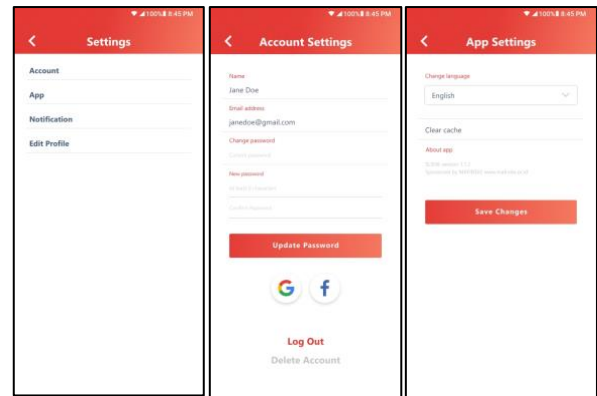


Gambar 16. Latest fact checks
(Dokumentasi Pribadi, 2019)



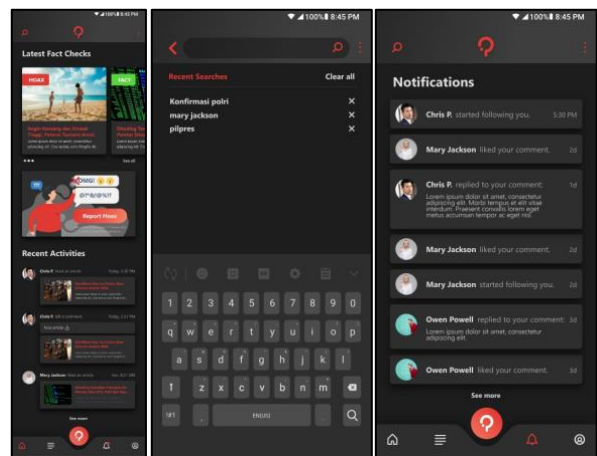
Gambar 17. Notifications & Profile screens
(Dokumentasi Pribadi, 2019)

Pada layar Pengaturan Aplikasi / App Settings, pengguna dapat memilih bahasa yang digunakan di dalam aplikasi Slidik. Terdapat dua pilihan bahasa yaitu Bahasa Inggris dan Bahasa Indonesia. Jika pengguna memilih untuk mengganti bahasa maka aplikasi Slidik akan secara otomatis me-restart dan merubah bahasa dalam aplikasi ini.



Gambar 18. Settings screens
(Dokumentasi Pribadi, 2019)

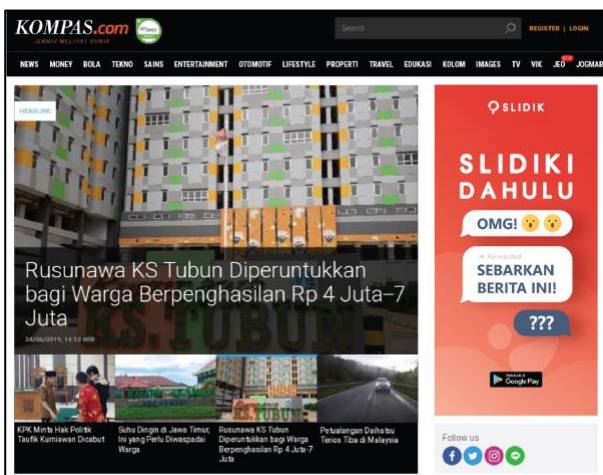
Secara default aplikasi Slidik akan menggunakan mode terang, tetapi pengguna dapat menggantinya menjadi mode gelap/dark mode yang dapat diakses pada bagian menu. Dengan memberikan dua mode UI ini diharapkan pengguna dapat lebih nyaman dalam menggunakan aplikasi Slidik. Pada mode gelap ini, UI aplikasi Slidik akan didominasi warna hitam namun tetap menggunakan aksesoris warna merah yang merupakan warna utama dari Slidik.



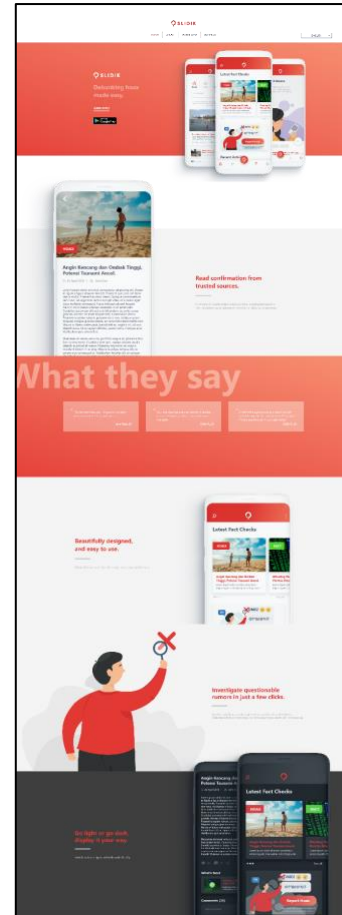
Gambar 19. Dark mode UI
(Dokumentasi Pribadi, 2019)

B. Media Pendukung

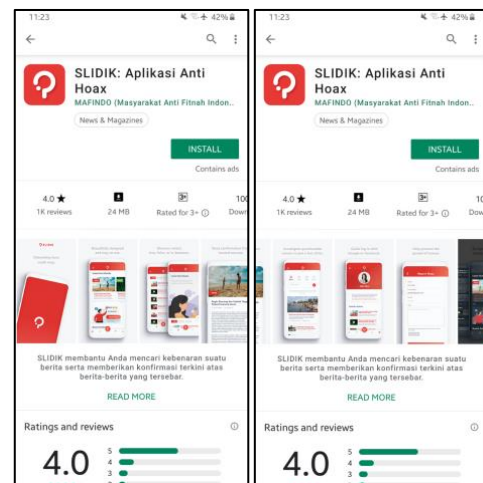
Untuk media pendukung penulis membuat poster *digital*, *website banner ad*, *preview* Google Play Store beserta poster *digital* pengenalan singkat aplikasi Slidik yang akan ditampilkan pada halaman Google Play Store, *website* Slidik yang menampilkan promosi aplikasi Slidik serta tombol *download* dan informasi lebih lanjut tentang aplikasi Slidik dan MAFINDO, serta *pouch* serut dan *notebook* untuk *merchandise* untuk dibagikan ketika MAFINDO melakukan seminar/diskusi.



Gambar 20. Website banner ad pada website Kompas.com (Dokumentasi Pribadi, 2019)



Gambar 21. Website Slidik (Dokumentasi Pribadi, 2019)



Gambar 22. Preview Google Play Store (Dokumentasi Pribadi, 2019)



Gambar 23. *Mockup pouch & notebook*
(Dokumentasi Pribadi, 2019)

IV. SIMPULAN

Perancangan ini merupakan perancangan ulang desain *User Interface* Aplikasi Hoax Buster Tools yang diciptakan oleh MAFINDO menjadi Slidik. Slidik merupakan sebuah aplikasi yang dirancang ulang dari aplikasi Hoax Buster Tools dan akan diluncurkan oleh MAFINDO. Slidik diciptakan untuk memudahkan masyarakat dalam memeriksa kebenaran berita yang didapat di internet dan media sosial.

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam proses penyusunan laporan Tugas Akhir ini, penulis banyak mendapat bantuan berupa semangat, dorongan, ide, dan nasihat dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bpk. Kurnia Setiawan, S.Sn., M.Hum, selaku Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Tarumanagara.
2. Bpk. Jayanto G. Warjoyo, S.Sn., M.Ds., selaku Koordinator Tugas Akhir DKV

serta Dosen Pembimbing I Kelompok 8 atas dukungan, bimbingan, kritik, dan saran selama proses penyusunan hingga penyelesaian Tugas Akhir.

3. Bpk. Budianto Leoputra, S.Sn., selaku Dosen Pembimbing II Kelompok 8 atas dukungan, bimbingan, kritik, dan saran selama proses penyusunan hingga penyelesaian Tugas Akhir.
4. Bpk. Toto Mujio Mukmin, S.Sn., M.Hum., selaku Dosen Penguji Tugas Akhir atas kritik dan sarannya selama proses penyusunan Tugas Akhir.
5. Ibu Ariani Wardhani, M.Ds., selaku Dosen Penguji Tugas Akhir atas kritik dan sarannya selama proses penyusunan Tugas Akhir.
6. Bpk. Edy Chandra, S.Sn., M.I.Kom., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Tarumanagara.
7. MAFINDO (Masyarakat Anti Fitnah Indonesia) yang telah memberikan izin kepada penulis untuk menjadikan Hoax Buster Tools sebagai judul Tugas Akhir.
8. Seluruh keluarga penulis atas dukungan semangat, motivasi, bantuan, serta doa untuk penulis selama penyusunan Tugas Akhir.
9. Untuk teman-teman Kelompok 8 yang telah membantu selama proses bimbingan dan penyusunan Tugas Akhir.

10. Untuk teman-teman yang telah membantu serta memberikan semangat dan dukungan kepada penulis: Cindy Jordan, Jessiana Hendratno, Chessa Chrysantha, Cynthia Chandra, BLURISM dan teman-teman lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

11. Seluruh pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung.

DAFTAR PUSTAKA

Cuello, Javier dan Jose Vittone. (2013). *Designing Mobile Apps*. USA: Gumroad.

Stone, Debbie, Caroline Jarrett, Mark Woodroffe, dan Shailey Minocha. (2015). *User Interface Design and Evaluation*. USA: Elsevier.

Hoover, Steven dan Eric Berkman. (2011). *Designing Mobile Interfaces*. USA: O'Reilly.

Ballard, Barbara. (2017). *Designing the Mobile User Experience*. UK: John Wiley & Sons

Irawan, Bambang dan Priscilla Tamara. (2013). *Dasar-Dasar Desain*. Bogor: Griya Kreasi.

RAPPLER. (2017). *Sketsatorial: Apa itu hoax dan bagaimana cara kita menyikapinya?* Diakses pada 21 November 2018, dari [https://www.rappler.com/indonesia/ayo-](https://www.rappler.com/indonesia/ayo-indonesia/181912-sketsatorial-apa-itu-hoax)

[indonesia/181912-sketsatorial-apa-itu-hoax](https://www.rappler.com/indonesia/181912-sketsatorial-apa-itu-hoax)

Prayoga, Fadel. (2017). *Waspada! Marak Hoax, Mafindo: Masyarakat Indonesia Masih Gagap Medsos*. Diakses pada 21 November 2018, dari <https://news.okezone.com/read/2017/08/29/337/1765489/waspada-marak-hoax-mafindo-masyarakat-indonesia-masih-gagap-medsos>

Tashandra, Nabilla. (2017). *Media Sosial, Penyebaran "Hoax", dan Budaya Berbagi...* Diakses pada 21 November 2018, dari <https://nasional.kompas.com/read/2017/02/14/09055481/media.sosial.penyebaran.hoax.dan.budaya.berbagi>.

Movanita, Ambaranie Nadia Kemala. (2018). *BIN: 60 Persen Konten Media Sosial adalah Informasi Hoaks*. Diakses pada 21 November 2018, dari <https://nasional.kompas.com/read/2018/03/15/06475551/bin-60-persen-konten-media-sosial-adalah-informasi-hoaks>

KOMINFO. (2013). *Kominfo : Pengguna Internet di Indonesia 63 Juta Orang*. Diakses pada 21 November 2018, dari <https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+In>

ternet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/b
erita_satker

Devin. (2017). *UI Design Principles for mobile Application Design*. Diakses pada 1 Januari 2019, dari <https://www.mockplus.com/blog/post/ui-design-principle>

Babich, Nick. (2017). *Building Better UI Designs With Layout Grids*. Diakses pada 1 Januari 2019, dari <https://www.smashingmagazine.com/2017/12/building-better-ui-designs-layout-grids/>

JUSTINMIND. (2018). *Your guide to space and layout in UI design*. Diakses pada 1 Januari 2019, dari <https://www.justinmind.com/blog/your-guide-to-space-and-layout-in-ui-design/>

JUSTINMIND. (2018). *UI layout design – 6 must know patterns*. Diakses pada 1 Januari 2019, dari <https://www.justinmind.com/blog/ui-layout-design-6-must-know-patterns/>