

## INTISARI

Generasi X mencakup orang-orang yang lahir antara tahun 1965 hingga 1980. Dalam penggunaan smartphone generasi X terdapat kenaikan 15% pada tahun 2018 – 2019 sehingga mencakup 90%. Hal tersebut membuktikan bahwa Gen X telah beradaptasi pada teknologi, smartphone berperan krusial sebagai alat teknologi informasi yang mendukung penyediaan layanan, termasuk dalam konteks pelayanan kesehatan seperti donor darah. Sudah banyak penelitian yang melakukan riset desain aplikasi donor darah, namun dari semua penelitian tersebut belum di personalisasi yang dapat meningkatkan pengalaman pengguna Gen X. Oleh karena itu, untuk mengoptimalkan aplikasi donor darah bagi pengguna Gen X menerapkan elemen gamifikasi dengan metode design thinking. Design thinking ini digunakan untuk proses desain yang terdiri dari empathize, define, ideate, prototype dan testing. Hasil dari desain aplikasi tersebut terdapat fitur, stok darah, lokasi terdekat, membuat agenda, riwayat, komunitas teman donor, artikel yang dapat menambah wawasan untuk menjaga kesehatan, tantangan yang terdiri dari 3 yaitu jalan kaki, yoga dan makan, serta masih banyak fitur yang dapat membantu proses donor darah. Elemen gamifikasi yang digunakan interaksi sosial, poin, badge, dan feedback positive. Pada tahap pengujian menggunakan System Usability Testing (SUS) dan skala likert dengan skor 93 dan 91,62% yang artinya aplikasi donor darah dengan menerapkan elemen gamifikasi dapat digunakan untuk mempermudah proses donor darah dan meningkatkan pengalaman pengguna Gen X.

Kata kunci: Generasi X, Personalisasi, Aplikasi Donor Darah, *Design Thinking*, Elemen Gamifikasi.

## **ABSTRACT**

*Generation X includes people born between 1965 and 1980. Generation This proves that Gen There have been many studies that have conducted research on the design of blood donation applications, but none of this research has been personalized in a way that can improve the experience of Gen X users. Therefore, to optimize the blood donation application for Gen Design Thinking is used for the design process which consists of empathy, define, idea, prototype and test. The results of the application design include features, blood stock, closest location, creating an agenda, history, community of donor friends, articles that can increase insight into maintaining health, challenges consisting of 3, namely walking, yoga and eating, as well as many other features that can help with the blood donation process. Gamification elements used social interactions, points, badges, and positive feedback. In the testing stage, the Usability Testing System (SUS) was used and a Likert scale with scores of 93 and 91.62%, which means that a blood donation application that applies gamification elements can be used to simplify the blood donation process and improve the experience of Gen X users.*

*Keywords: Generation X, Personalization, Blood Donation Application, Design Thinking, Gamification Elements*