

ARTIKEL PENELITIAN

JoiTechs (Journal Of Information Technology and Computer Science) Vol. 2 No. 1 (2025)

ANALISIS MINDNEST: INOVASI APLIKASI KESEHATAN MENTAL DIGITAL BERBASIS MOBILE DENGAN KONSEP VIRTUAL HEALING UNTUK GENERASI Z

Muhammad Arba Adnandi, Fitri Andriyani, Soviyulloh, Yeyet Widiyanti, Astuti Ramadani Nasution,

Program Studi Bisnis Digital, Universitas Yatsi Madani, Indonesia
Program Studi Ilmu Komputer, Universitas Yatsi Madani, Indonesia

Email: arba@uym.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital membuka peluang baru dalam penyediaan layanan kesehatan mental yang lebih mudah diakses dan sesuai dengan kebutuhan generasi muda. MindNest hadir sebagai inovasi aplikasi mobile kesehatan mental yang mengintegrasikan konsep *virtual healing* melalui ruang terapi digital, meditasi terpandu, komunitas anonim, serta pemanfaatan teknologi imersif seperti Virtual Reality (VR). Penelitian ini bertujuan menganalisis MindNest sebagai inovasi layanan kesehatan mental berbasis mobile dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Analisis difokuskan pada fitur utama aplikasi, desain pengalaman pengguna (UX/UI), strategi model bisnis, serta relevansinya terhadap preferensi dan kebutuhan Generasi Z. Hasil penelitian menunjukkan bahwa MindNest memiliki proposisi nilai yang kuat melalui penyediaan *healing space* digital yang inklusif, fleksibilitas model bisnis dengan skema berlangganan maupun paket per sesi, serta strategi pemasaran emosional yang efektif membangun keterikatan dengan pengguna. Integrasi teknologi VR dan desain visual ramah Gen Z semakin memperkuat posisinya sebagai solusi inovatif dalam menormalisasi praktik menjaga kesehatan mental. Penelitian ini menegaskan potensi MindNest untuk berkontribusi pada peningkatan literasi dan layanan kesehatan mental digital di Indonesia, khususnya bagi generasi muda yang terbiasa dengan gaya hidup mobile dan interaktif.

Kata kunci: MindNest, kesehatan mental digital, aplikasi mobile, virtual healing, Generasi Z, inovasi teknologi.

ABSTRACT

The rapid advancement of digital technology has created new opportunities in providing mental health services that are more accessible and tailored to the needs of younger generations. MindNest emerges as an innovative mobile application for mental health, integrating the concept of virtual healing through digital therapy rooms, guided meditation, anonymous communities, and immersive technologies such as Virtual Reality (VR). This study aims to analyze MindNest as a mobile-based digital mental health innovation using a descriptive qualitative approach. The analysis focuses on the application's core features, user experience (UX/UI) design, business model strategies, and its relevance to Generation Z's preferences and needs. The findings reveal that MindNest offers strong value propositions by providing an inclusive digital healing space, flexible business models through subscription and pay-per-session packages, and emotional marketing strategies that effectively build user engagement. The integration of VR technology and Gen Z-friendly visual design further strengthens its position as an innovative solution in

ARTIKEL PENELITIAN

JoiTechs (Journal Of Information Technology and Computer Science) Vol. 2 No. 1 (2025)

normalizing mental health care practices. This research highlights MindNest's potential contribution to improving digital mental health literacy and services in Indonesia, particularly for younger generations accustomed to mobile and interactive lifestyles.

Keywords: MindNest, digital mental health, mobile application, virtual healing, Generation Z, technological innovation.

PENDAHULUAN

Kesehatan mental merupakan isu penting yang semakin mendapat perhatian di era digital, terutama pasca-pandemi. World Health Organization (WHO, 2022) melaporkan bahwa lebih dari 1 miliar orang di dunia mengalami gangguan mental, dengan kelompok usia remaja dan dewasa muda menempati proporsi terbesar. Di Indonesia, survei Kementerian Kesehatan (2023) menunjukkan adanya peningkatan signifikan kasus stres, kecemasan, dan depresi pada Generasi Z, yakni kelompok masyarakat yang paling akrab dengan teknologi digital. Kondisi ini menegaskan urgensi hadirnya inovasi layanan kesehatan mental yang mudah diakses, inklusif, dan sesuai dengan gaya hidup generasi muda.

Meskipun kesadaran akan kesehatan mental kian meningkat, stigma sosial, keterbatasan tenaga profesional, dan hambatan akses masih menjadi tantangan utama. Generasi Z cenderung enggan mencari layanan konvensional karena khawatir akan stigma negatif atau merasa kurang nyaman dengan pendekatan tradisional (Putri et al., 2023). Oleh karena itu, teknologi digital, khususnya aplikasi mobile, menjadi solusi potensial untuk menyediakan layanan kesehatan mental yang fleksibel, ramah pengguna, dan adaptif terhadap kebutuhan generasi muda.

MindNest hadir sebagai inovasi aplikasi mobile kesehatan mental dengan mengusung konsep *virtual healing*. Aplikasi ini mengintegrasikan berbagai fitur, antara lain ruang terapi digital (chat, video call, hingga ruang 3D berbasis VR), meditasi terpandu, journaling, komunitas anonim, mood tracker, hingga tes psikologi digital. Keunggulan MindNest terletak pada kemampuannya menghadirkan layanan profesional dengan pendekatan visual dan pengalaman pengguna (UX/UI) yang dirancang sesuai selera Generasi Z, sehingga pengalaman terapi terasa lebih santai, inklusif, dan imersif.

Untuk memahami potensi dan keunggulan MindNest, penelitian ini menggunakan kerangka **Business Model Canvas (BMC)** sebagai alat analisis. Dengan sembilan elemen utama BMC, penelitian ini berfokus pada bagaimana MindNest merumuskan proposisi nilai, menetapkan segmen pengguna, mengelola hubungan pelanggan, merancang model bisnis, hingga menyusun strategi pemasaran emosional yang membangun keterikatan dengan Generasi Z.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- 1) Bagaimana proposisi nilai (*value proposition*) yang ditawarkan MindNest sebagai aplikasi kesehatan mental digital berbasis mobile untuk Generasi Z?
- 2) Bagaimana struktur fitur, desain UX/UI, serta model layanan yang mendukung konsep *virtual healing* pada MindNest?
- 3) Bagaimana strategi model bisnis MindNest berdasarkan kerangka Business Model Canvas?
- 4) Bagaimana MindNest membangun keterikatan emosional dengan Generasi Z melalui pendekatan pemasaran digital?

ARTIKEL PENELITIAN

JoiTechs (Journal Of Information Technology and Computer Science) Vol. 2 No. 1 (2025)

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

- 1) Menganalisis proposisi nilai yang diusung MindNest dalam konteks inovasi layanan kesehatan mental digital.
- 2) Mendeskripsikan fitur, desain UX/UI, dan layanan MindNest yang mendukung konsep *virtual healing*.
- 3) Mengkaji strategi model bisnis MindNest dengan menggunakan kerangka Business Model Canvas.
- 4) Mengidentifikasi strategi pemasaran emosional yang digunakan MindNest untuk membangun kedekatan dengan Generasi Z.

Tinjauan Pustaka

1) Kesehatan Mental Digital

Kesehatan mental merupakan bagian penting dari kualitas hidup individu. Namun, stigma sosial, keterbatasan tenaga profesional, dan akses layanan konvensional yang terbatas menjadi hambatan utama (WHO, 2022). Kehadiran teknologi digital menawarkan peluang baru untuk memperluas akses layanan kesehatan mental melalui aplikasi mobile dan platform daring. Penelitian oleh Hollis et al. (2023) menunjukkan bahwa intervensi berbasis aplikasi digital dapat membantu mengurangi gejala stres, kecemasan, dan depresi, khususnya di kalangan remaja dan dewasa muda. Di Indonesia, aplikasi seperti Riliv dan Bicarakar.id menjadi contoh bagaimana digitalisasi mampu menjembatani kebutuhan akan layanan konseling dan terapi secara lebih fleksibel.

2) Generasi Z dan Adopsi Teknologi Digital

Generasi Z (lahir antara 1997–2012) merupakan kelompok yang tumbuh dalam lingkungan digital (digital native) dan memiliki preferensi tinggi terhadap layanan yang bersifat instan, interaktif, serta visual (Prensky, 2022). Mereka lebih nyaman menggunakan aplikasi mobile dibandingkan layanan tatap muka konvensional, termasuk dalam konteks kesehatan mental (Andriyani & Rahma, 2023). Desain UX/UI yang ramah, interaktif, dan sesuai gaya visual Gen Z menjadi faktor penting dalam keberhasilan aplikasi digital, sebagaimana ditunjukkan oleh studi Chen et al. (2022) yang menekankan pentingnya personalisasi layanan untuk meningkatkan keterikatan pengguna.

3) Virtual Healing dan Pemanfaatan Virtual Reality (VR)

Konsep virtual healing menekankan pada penciptaan ruang digital yang menenangkan dan aman bagi pengguna untuk melakukan refleksi, meditasi, maupun sesi terapi (Gorini et al., 2022). Pemanfaatan teknologi VR dalam terapi kesehatan mental terbukti efektif untuk mengurangi kecemasan, meningkatkan mindfulness, serta memberikan pengalaman imersif yang menyerupai kondisi nyata (Maples-Keller et al., 2022). Aplikasi Headspace dan Calm telah memanfaatkan pendekatan guided meditation berbasis digital, namun integrasi VR dalam konteks aplikasi mobile masih relatif baru dan menjanjikan potensi inovasi yang besar.

4) Business Model Canvas (BMC) dalam Inovasi Digital

Business Model Canvas (Osterwalder & Pigneur, 2010) adalah kerangka yang digunakan untuk memetakan model bisnis melalui sembilan elemen utama: segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran, hubungan pelanggan, arus pendapatan, sumber daya utama, aktivitas kunci, mitra utama, dan struktur biaya. BMC banyak digunakan dalam analisis inovasi digital untuk memahami kelayakan model bisnis dan strategi keberlanjutan (Teece, 2023). Studi Rahman et al. (2022) menunjukkan

ARTIKEL PENELITIAN

JoiTechs (Journal Of Information Technology and Computer Science) Vol. 2 No. 1 (2025)

bahwa penggunaan BMC dalam konteks aplikasi digital membantu mengidentifikasi peluang pengembangan, meningkatkan nilai pelanggan, serta memperkuat strategi pemasaran.

5) Pemasaran Emosional dalam Layanan Digital

Pemasaran emosional menjadi strategi penting dalam membangun keterikatan dengan pengguna, terutama pada Generasi Z yang lebih responsif terhadap narasi visual dan emosional dibandingkan pendekatan rasional semata (Kotler et al., 2022). Penelitian oleh Kim & Kim (2023) menekankan bahwa aplikasi kesehatan digital yang menggunakan pesan emosional cenderung memiliki tingkat adopsi lebih tinggi. Dengan pendekatan narasi seperti “ruang aman” atau “teman digital”, aplikasi dapat menurunkan stigma sekaligus meningkatkan kepercayaan pengguna dalam memulai perjalanan self-healing.

METODE

1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan **deskriptif kualitatif** yang bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis inovasi aplikasi **MindNest** melalui kerangka **Business Model Canvas (BMC)**. Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk menganalisis fenomena digital dan model bisnis yang kompleks berdasarkan data deskriptif, tanpa manipulasi variabel secara langsung (Creswell, 2018).

Metode kualitatif deskriptif dinilai tepat untuk mengkaji model bisnis aplikasi digital, karena memungkinkan peneliti mengeksplorasi **proporsi nilai, strategi pemasaran, dan adopsi teknologi** dari perspektif pengguna maupun pengembang. Hal ini sejalan dengan penelitian Rahman et al. (2022) yang menunjukkan bahwa pendekatan kualitatif deskriptif efektif digunakan dalam menganalisis model bisnis startup berbasis aplikasi digital di Indonesia. Selain itu, studi Lee & Trimis (2021) menegaskan bahwa analisis BMC dengan metode kualitatif mampu memberikan wawasan yang lebih mendalam terkait strategi inovasi digital dan keberlanjutan model bisnis.

BMC sendiri merupakan kerangka populer yang diperkenalkan oleh Osterwalder & Pigneur (2010) dan banyak diaplikasikan dalam studi inovasi digital. Model ini telah digunakan dalam berbagai penelitian terkait pengembangan aplikasi kesehatan, pendidikan, hingga layanan berbasis komunitas. Misalnya, studi oleh Rachmawati & Astuti (2023) menekankan bahwa BMC membantu memetakan elemen penting dalam inovasi aplikasi kesehatan berbasis mobile di Indonesia, sedangkan penelitian oleh Fielt (2020) memperkuat pandangan bahwa BMC relevan untuk menganalisis strategi inovasi digital pada era transformasi teknologi.

Dengan demikian, penerapan **Business Model Canvas** dalam penelitian ini dipandang tepat untuk mengidentifikasi:

1. Proposisi nilai MindNest dalam konteks kesehatan mental digital.
2. Segmen pengguna utama, yaitu Generasi Z sebagai kelompok digital native.
3. Saluran distribusi layanan melalui aplikasi mobile.
4. Hubungan pelanggan yang dibangun dengan pendekatan *emotional marketing*.
5. Arus pendapatan melalui paket berlangganan, per sesi, dan layanan korporasi.
6. Sumber daya utama berupa teknologi digital (VR, UX/UI, cloud).

ARTIKEL PENELITIAN

JoiTechs (Journal Of Information Technology and Computer Science) Vol. 2 No. 1 (2025)

7. Aktivitas kunci seperti pengembangan fitur, pengelolaan komunitas, dan layanan profesional.
8. Mitra utama, termasuk psikolog, pengembang teknologi, dan komunitas kesehatan mental.
9. Struktur biaya, meliputi pengembangan aplikasi, lisensi teknologi, dan operasional layanan.

		Business Model Canvas		MindNest
Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
<ul style="list-style-type: none">• Psikolog & konselor• Komunitas mental• Tech developer VR• Startup digital health	<ul style="list-style-type: none">• Pengembangan aplikasi• Layanan konseling virtual• Pemasaran digital• Pengelolaan komunitas	<ul style="list-style-type: none">• Virtual healing space• UX/UI ramah Gen Z• Akses mudah & inklusif• Privasi & keamanan	<ul style="list-style-type: none">• Emotional marketing• Komunitas anonim• Layanan personal• Dukungan 24/7	<ul style="list-style-type: none">• Generasi Z• Individu dengan stres & kecemasan• Organisasi/Corporate package• Komunitas edukasi
Key Resources <ul style="list-style-type: none">• Aplikasi mobile• Teknologi VR• Cloud platform• Konten terapi digital	Channels <ul style="list-style-type: none">• Google Play & App Store• Media sosial• Website resmi• Event komunitas	Cost Structure <ul style="list-style-type: none">• Pengembangan & maintenance• Marketing digital• Gaji terapis• Infrastruktur teknologi	Revenue Streams <ul style="list-style-type: none">• Paket per sesi• Paket berlangganan• Paket corporate• Add-on layanan digital	

Gambar 1.1 Business Model Canvas Mind NEst

2. Sumber Data

Sumber data penelitian ini terdiri dari dua jenis utama, yaitu data primer dan data sekunder, yang saling melengkapi dalam menghasilkan analisis yang komprehensif mengenai inovasi aplikasi MindNest.

a. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini berasal dari dokumen resmi MindNest (2025), berupa presentasi konsep, rancangan fitur, desain UX/UI, serta model bisnis yang ditawarkan. Dokumen ini menjadi rujukan utama karena memberikan gambaran langsung mengenai visi, misi, dan strategi pengembangan aplikasi. Menurut Sugiyono (2022), data primer merupakan sumber informasi utama yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian, sehingga memiliki tingkat relevansi tinggi terhadap tujuan penelitian.

b. Data Sekunder

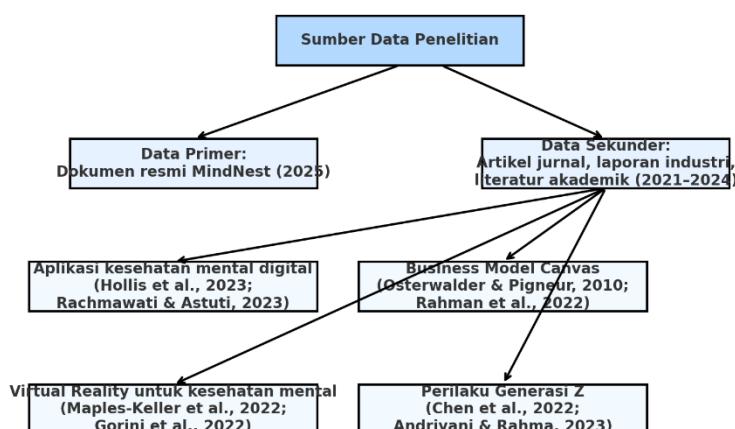
Data sekunder diperoleh melalui artikel jurnal, laporan industri, dan literatur ilmiah yang relevan dengan topik penelitian, meliputi:

- a) Aplikasi kesehatan mental digital: Studi Hollis et al. (2023) menegaskan efektivitas aplikasi mobile dalam menurunkan gejala kecemasan dan depresi pada generasi muda. Di Indonesia, penelitian Rachmawati & Astuti (2023) juga menemukan bahwa aplikasi konseling berbasis mobile dapat meningkatkan akses layanan psikologis yang selama ini terkendala stigma.

ARTIKEL PENELITIAN

JoiTechs (Journal Of Information Technology and Computer Science) Vol. 2 No. 1 (2025)

- b) Business Model Canvas (BMC): Osterwalder & Pigneur (2010) memperkenalkan BMC sebagai kerangka strategis untuk menganalisis sembilan elemen model bisnis. Studi Rahman et al. (2022) membuktikan bahwa BMC efektif dalam memetakan kekuatan dan kelemahan startup digital di Indonesia. Penelitian Fielt (2020) dan Lee & Trimis (2021) menambahkan bahwa BMC mampu mendukung inovasi bisnis digital yang berkelanjutan.
- c) Virtual Reality (VR) dalam kesehatan mental: Penelitian Maples-Keller et al. (2022) menunjukkan bahwa VR efektif digunakan dalam terapi kesehatan mental, khususnya untuk mengatasi kecemasan sosial. Studi Gorini et al. (2022) juga menguatkan bahwa integrasi VR menciptakan pengalaman imersif yang dapat meningkatkan efektivitas terapi.
- d) Perilaku Generasi Z: Generasi Z dikenal sebagai *digital native* yang sangat adaptif terhadap teknologi mobile. Chen et al. (2022) menegaskan bahwa Gen Z lebih memilih layanan digital dengan desain UX yang interaktif, instan, dan visual. Penelitian Andriyani & Rahma (2023) juga menekankan bahwa personalisasi layanan digital merupakan kunci untuk menarik minat Gen Z dalam menggunakan aplikasi kesehatan mental.



Gambar 1.2 Flow Sumber Data Penelitian

Dengan memadukan data primer berupa dokumen pengembangan MindNest dan data sekunder dari literatur ilmiah, penelitian ini berupaya menghadirkan analisis yang objektif, valid, dan komprehensif dalam mengkaji inovasi model bisnis aplikasi kesehatan mental digital berbasis *virtual healing* untuk Generasi Z.

3. Teknik Pengumpulan Data

1. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi dilakukan dengan cara menelaah materi presentasi resmi MindNest (2025), laman website, serta konten promosi digital yang tersedia. Data ini mencakup informasi terkait struktur fitur aplikasi, desain UX/UI, strategi harga, model bisnis, serta pendekatan pemasaran emosional yang digunakan. Menurut Sugiyono (2022), studi dokumentasi merupakan metode penting dalam penelitian kualitatif karena mampu merekam data autentik dari dokumen yang telah ada tanpa intervensi peneliti. Pendekatan ini sejalan dengan penelitian

ARTIKEL PENELITIAN

JoiTechs (Journal Of Information Technology and Computer Science) Vol. 2 No. 1 (2025)

Rahman et al. (2022) yang menggunakan studi dokumentasi untuk menganalisis model bisnis startup digital di Indonesia melalui dokumen perusahaan dan materi promosi. Studi dokumentasi juga relevan dalam riset teknologi kesehatan mental, sebagaimana ditunjukkan oleh Hollis et al. (2023), yang menelaah materi aplikasi kesehatan digital untuk memetakan fitur dan model layanannya.

2. Studi Literatur

Studi literatur dilakukan dengan meninjau jurnal nasional dan internasional yang relevan, meliputi topik kesehatan mental digital, Business Model Canvas (BMC), Virtual Reality (VR), serta perilaku Generasi Z. Tujuan dari studi literatur adalah untuk memvalidasi analisis dan memperkaya temuan dengan hasil penelitian sebelumnya.

Literatur internasional menunjukkan bahwa aplikasi kesehatan mental digital efektif dalam mengurangi kecemasan dan depresi pada generasi muda (Hollis et al., 2023; Maples-Keller et al., 2022). Di tingkat nasional, penelitian Rachmawati & Astuti (2023) menegaskan bahwa model BMC dapat diaplikasikan dalam inovasi aplikasi kesehatan berbasis mobile di Indonesia. Selain itu, Chen et al. (2022) dan Andriyani & Rahma (2023) menekankan pentingnya desain UX/UI interaktif dan personalisasi layanan untuk menarik minat Generasi Z. Studi literatur juga berfungsi sebagai dasar validasi analisis BMC yang digunakan dalam penelitian ini. Osterwalder & Pigneur (2010) memperkenalkan BMC sebagai kerangka strategis dalam menguraikan sembilan blok model bisnis, sedangkan penelitian Fielt (2020) dan Lee & Trimi (2021) memperkuat relevansinya dalam menganalisis inovasi bisnis digital.

Dengan memadukan studi dokumentasi dan studi literatur, penelitian ini berupaya menghasilkan analisis yang tidak hanya deskriptif, tetapi juga teruji secara akademik karena dikonfirmasi oleh berbagai sumber ilmiah yang kredibel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Fitur Aplikasi yang Lengkap dan Terintegrasi

Hasil pengembangan menunjukkan bahwa aplikasi kesehatan mental berbasis mobile dengan konsep *virtual healing* dapat mengintegrasikan berbagai fitur, yaitu:

- a. Ruang terapi virtual melalui chat, video call, hingga opsi VR (Virtual Reality)
- b. Meditasi terpandu berbasis audio dan visual singkat (5–10 menit)
- c. Journaling digital dengan prompt reflektif harian
- d. Komunitas anonim sebagai ruang *peer support*
- e. Mood tracker & tes psikologi untuk pemantauan emosional
- f. Booking terapis dengan jadwal fleksibel.

Integrasi fitur ini mendukung rekomendasi Hollis et al. (2023) bahwa aplikasi kesehatan mental efektif jika menggabungkan *guided therapy* dengan fitur *self-help*.

ARTIKEL PENELITIAN

JoiTechs (Journal Of Information Technology and Computer Science) Vol. 2 No. 1 (2025)

Di Indonesia, Rachmawati Astuti (2023) juga membuktikan bahwa aplikasi mobile mampu menurunkan hambatan stigma dan meningkatkan akses layanan psikologis.

2. Desain UX/UI Ramah Generasi Z

Aplikasi dirancang dengan warna pastel (purple–pink gradient), ilustrasi karakter santai, navigasi sederhana (*bottom navigation bar*), serta onboarding singkat yang mudah dipahami.

- a) Generasi Z sebagai *digital native* cenderung memilih aplikasi dengan estetika modern, interaktif, dan instan (Chen et al., 2022).
- b) Penggunaan *micro-interaction* (notifikasi mood, progres journaling) memperkuat *engagement* dan retensi.

Penelitian Andriyani & Rahma (2023) menegaskan bahwa Gen Z lebih responsif terhadap aplikasi kesehatan digital yang menghadirkan personalisasi konten dan desain visual ramah pengguna.

3. Model Bisnis Fleksibel dan Berkelanjutan

Hasil analisis model bisnis aplikasi menunjukkan fleksibilitas dalam skema layanan:

- a. Per sesi: untuk pengguna yang ingin mencoba layanan dengan biaya rendah.
- b. Langganan bulanan (Basic, Healing, Ultimate): untuk dukungan lebih rutin.
- c. Paket korporat: untuk institusi, organisasi, atau kampus yang ingin menyediakan layanan kesehatan mental bagi anggota.
- d. Add-on: rekaman sesi, worksheet digital, akses tambahan ruang VR.
- e. Skema ini sejalan dengan prinsip Business Model Canvas (Osterwalder & Pigneur, 2010), yang menekankan variasi arus pendapatan demi keberlanjutan.

4. Pemasaran Emosional dan Kedekatan dengan Pengguna

MindNest diposisikan bukan hanya sebagai aplikasi konseling, tetapi juga “teman digital” yang hadir kapan saja pengguna membutuhkan.

- a. Narasi “Ruang Tenang untuk Jiwa yang Sibuk” menciptakan hubungan emosional dengan Gen Z.
- b. Pemasaran emosional ini efektif untuk menurunkan hambatan psikologis pengguna saat memulai terapi (Kim & Kim, 2023).
- c. Strategi serupa terbukti meningkatkan trust pada aplikasi kesehatan digital di kalangan anak muda.

5. Aksesibilitas dan Inklusivitas

Aplikasi menghadirkan:

- a) Komunitas anonim netral gender agar setiap pengguna merasa aman berbagi.
- b) Mode darurat (SOS) yang langsung menghubungkan ke hotline krisis.
- c) Privasi & keamanan data dengan enkripsi end-to-end, sesuai prinsip *privacy-by-design*.

Literatur internasional (WHO, 2022; Hollis et al., 2023) menegaskan pentingnya aspek inklusivitas dan perlindungan data dalam aplikasi kesehatan mental, mengingat tingginya sensitivitas informasi pribadi.

6. Pengalaman Healing Digital yang Imersif

Integrasi Virtual Reality (VR) menghadirkan ruang 3D yang menenangkan, menyerupai suasana nyata.

- a) Pengguna merasa lebih fokus, relaks, dan terhubung dengan sesi terapi.

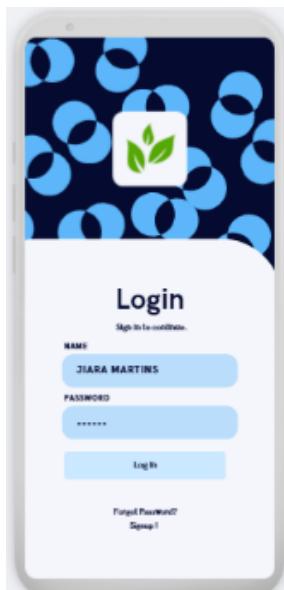
ARTIKEL PENELITIAN

JoiTechs (Journal Of Information Technology and Computer Science) Vol. 2 No. 1 (2025)

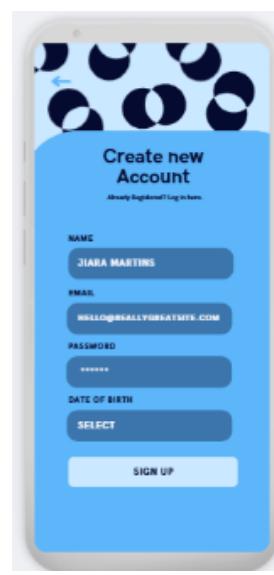
- b) VR terbukti meningkatkan efektivitas terapi untuk gangguan kecemasan (Maples-Keller et al., 2022; Gorini et al., 2022).
- c) Dengan demikian, VR menjadi nilai tambah diferensiatif dibanding aplikasi serupa yang masih berbasis chat atau video saja.

7. Implementasi Sistem

Tampilan Menu Utama Aplikasi MindNest



Gambar 1 Halaman Login



Gambar 2 Halaman Membuat Akun

Fitur Aplikasi Ruang Terapi Virtual

Fitur ini memungkinkan sesi konsultasi 1-on-1 dengan terapis profesional melalui berbagai media: chat untuk yang merasa lebih nyaman menulis, video call bagi yang ingin komunikasi tatap muka secara digital, serta ruang 3D berbasis VR yang menghadirkan suasana seperti “ruang healing” nyata. Pengguna dapat memilih metode yang paling sesuai dengan preferensi dan kenyamanan pribadi mereka.

Ruang Terapi Virtual

Teks utama: Ruang Terapi Virtual
Visual: Bangunan "MindNest" dengan suasana taman

Fitur di dalamnya:

- Konsultasi 1-on-1:
 - Booking sesi dengan psikolog.
 - Bisa lewat chat/video call/VR.
- Journaling:
 - Shortcut langsung ke catatan reflektif.

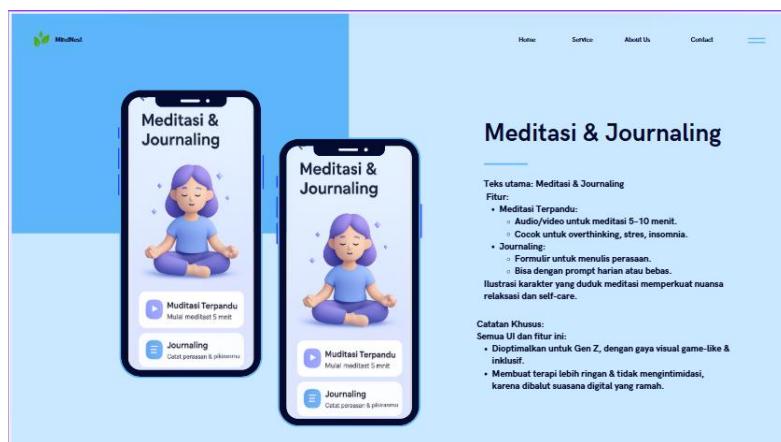
Simulasi dunia 3D memberikan pengalaman seperti "ruang game healing".

ARTIKEL PENELITIAN

JoiTechs (Journal Of Information Technology and Computer Science) Vol. 2 No. 1 (2025)

Gambar 3 Ruang Terapi Virtual

- 1) **Komunitas Anonim:** Sebuah forum terbuka di mana pengguna dapat saling berbagi pengalaman, bercerita tentang masalah atau kegelisahan yang dirasakan, dan mendapatkan dukungan emosional dari sesama pengguna. Karena sifatnya anonim, forum ini memberikan rasa aman untuk lebih jujur tanpa takut akan stigma atau penilaian negatif.
- 2) **Meditasi & Journaling:** MindNest menyediakan sesi meditasi terpandu berdurasi singkat, sekitar 5–10 menit, yang cocok digunakan saat merasa stres, gelisah, atau sulit tidur. Selain itu, fitur journaling digital membantu pengguna menuangkan pikiran dan perasaan dalam bentuk tulisan, baik secara bebas maupun menggunakan prompt harian yang dirancang untuk memudahkan refleksi diri.



Gambar 4 Meditasi & Journaling

- 1) **Mood Tracker & Progress Tracker:** Fitur ini dirancang agar pengguna dapat mencatat dan memantau suasana hati harian mereka. Dari data tersebut, aplikasi menghasilkan grafik atau laporan perkembangan emosional, membantu pengguna memahami pola perasaan mereka seiring waktu.
- 2) **Tes Psikologi:** Fitur tes psikologi memberikan insight personal berbasis data yang diinput pengguna, membantu mereka mengenali kondisi mental secara mandiri dan memutuskan langkah selanjutnya yang sesuai.

Nilai inovasi utama MindNest terlihat dari kemampuannya menggabungkan pendekatan profesional psikologi dengan pengalaman digital yang dirancang mirip game. Penggunaan ruang virtual berbasis 3D dan VR, desain visual yang lembut dan modern, serta suasana aplikasi yang ramah Gen Z membuat proses terapi terasa lebih ringan, tidak mengintimidasi, dan bahkan menyenangkan. Pendekatan ini menjadikan MindNest bukan hanya sebagai platform konsultasi, tetapi juga sebagai “teman digital” yang siap menemani proses self-healing setiap hari.

Desain UX/UI untuk Gen Z

MindNest mengusung desain modern yang memadukan nuansa warna lembut, seperti gradasi ungu dan pink, untuk menciptakan suasana yang menenangkan sejak pertama kali pengguna membuka aplikasi. Warna pastel ini bukan hanya membuat tampilan terasa estetis, tetapi juga membangun kesan akrab dan ramah yang sesuai dengan selera visual Gen Z. Ditambah dengan ilustrasi karakter yang bergaya lucu dan sederhana, keseluruhan

ARTIKEL PENELITIAN

JoiTechs (Journal Of Information Technology and Computer Science) Vol. 2 No. 1 (2025)

tampilan MindNest terlihat bersahabat — menjauhkan citra “kaku” yang sering melekat pada layanan kesehatan mental konvensional.

Pendekatan visual ini sengaja dirancang untuk menghadirkan kesan hangat dan “friendly”, sehingga pengguna merasa lebih santai ketika menjelajahi aplikasi. Begitu membuka aplikasi, pengguna langsung disambut oleh fitur onboarding yang dibuat sangat ringkas dan intuitif. Proses pendaftaran cukup melalui beberapa langkah sederhana mengisi nama, email, tanggal lahir, dan kata sandi sehingga pengguna dapat dengan cepat mulai mencoba berbagai fitur, seperti meditasi, journaling, atau menjadwalkan sesi terapi.

Sebagai perbandingan visual, desain MindNest lebih mirip dengan aplikasi hiburan atau media sosial populer ketimbang aplikasi medis formal: layout sederhana, ilustrasi penuh warna, serta navigasi yang mudah dipahami. Hal ini membantu menciptakan pengalaman digital yang santai dan menyenangkan, sekaligus mengurangi rasa takut atau intimidasi yang kerap muncul saat hendak memulai terapi. Secara keseluruhan, desain MindNest tidak hanya memanjakan mata, tetapi juga berfungsi sebagai “jembatan” psikologis. Pengguna diajak untuk memulai perjalanan self-healing dengan rasa nyaman, diterima, dan tanpa tekanan, sejak detik pertama membuka aplikasi

Strategi Harga dan Model Bisnis

MindNest menawarkan beberapa pilihan paket layanan yang fleksibel untuk menyesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan finansial penggunanya, baik individu maupun organisasi.

➤ Paket per sesi:

Pilihan ini cocok bagi pengguna yang ingin mencoba layanan terapi secara lebih fleksibel tanpa harus berlangganan. Harga paket ini bervariasi tergantung jenis layanan yang dipilih:

- 1) Konseling via chat (45 menit): sekitar Rp 50.000
- 2) Konseling via video call (50 menit): sekitar Rp 120.000
- 3) Terapi di ruang virtual berbasis VR (60 menit): sekitar Rp 180.000

Dengan paket per sesi, pengguna dapat memilih metode yang paling nyaman dan sesuai dengan kebutuhan emosional mereka saat itu.

➤ Paket bulanan (member):

Dirancang bagi pengguna yang ingin mendapat pendampingan lebih rutin, paket bulanan MindNest tersedia dalam beberapa pilihan, antara lain:

- 1) Paket *Basic Mind*: Rp 150.000 per bulan, termasuk 2 sesi chat dan 1 sesi video call.
- 2) Paket *Healing Space*: Rp 350.000 per bulan, termasuk 4 sesi bebas (chat/video call) dan 2 kali akses ruang 3D per bulan.
- 3) Paket *Ultimate Growth*: Rp 600.000 per bulan, termasuk 8 sesi terapi serta akses mingguan ke ruang virtual 3D dan mindfulness room setiap hari.

Paket ini membantu pengguna untuk lebih teratur memeriksa kondisi mental mereka dan memanfaatkan fitur MindNest secara maksimal.

➤ Paket corporate atau komunitas:

Paket ini dirancang khusus untuk organisasi, perusahaan, atau komunitas yang ingin mendukung kesehatan mental anggotanya.

- 1) Untuk 10–30 orang: sekitar Rp 2.500.000, termasuk sesi grup di ruang virtual, materi digital, dan sesi berbagi dengan psikolog.

ARTIKEL PENELITIAN

JoiTechs (Journal Of Information Technology and Computer Science) Vol. 2 No. 1 (2025)

- 2) Untuk 30–100 orang: sekitar Rp 6.000.000, dengan tambahan sesi individu terbatas dan laporan perkembangan peserta.

Dengan paket ini, MindNest membantu organisasi menciptakan budaya kerja atau komunitas yang lebih peduli dan terbuka terhadap kesehatan mental.

➤ **Add-on dan layanan tambahan:**

MindNest juga menyediakan layanan tambahan (add-on) bagi pengguna yang ingin memperkaya pengalaman terapi digital mereka, seperti:

- 1) Rekaman sesi video: sekitar Rp 25.000 per sesi
- 2) Worksheet terapi digital: sekitar Rp 15.000
- 3) Akses tambahan ke ruang 3D MindNest: sekitar Rp 35.000



Gambar 5 Paket Harga

Fleksibilitas model bisnis ini menjadikan MindNest dapat diakses oleh beragam segmen pengguna: mulai dari individu dengan anggaran terbatas yang hanya ingin mencoba sekali, hingga perusahaan atau komunitas besar yang serius ingin mendukung kesehatan mental anggotanya secara lebih terstruktur. Pendekatan ini memperlihatkan komitmen MindNest untuk menjangkau lebih banyak orang dengan cara yang inklusif, praktis, dan terjangkau.

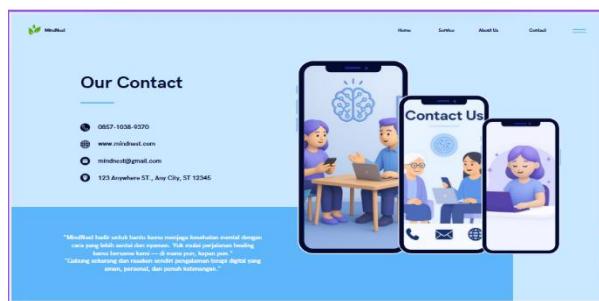
Pesan utama MindNest bukan hanya soal “terapi”, tetapi “ruang aman” dan “teman digital” bagi pengguna. Strategi ini menciptakan kedekatan emosional, sehingga pengguna merasa lebih nyaman untuk mulai perjalanan healing. Narasi seperti “Gabung sekarang dan rasakan pengalaman terapi digital yang aman, personal, dan penuh ketenangan” memperkuat positioning MindNest sebagai layanan yang peduli dan inklusif

ARTIKEL PENELITIAN

JoiTechs (Journal Of Information Technology and Computer Science) Vol. 2 No. 1 (2025)

Wireframe Halaman Kontak Kami (Contact Us Page)

Sebagai platform yang berkomitmen menghadirkan ruang healing digital yang mudah diakses dan ramah bagi semua, **MindNest** menyediakan berbagai saluran komunikasi untuk memudahkan pengguna mendapatkan informasi, bertanya, atau menyampaikan saran.



Gambar 6 Our contact

Pengguna dapat menghubungi kami melalui beberapa kanal resmi berikut:

- **Nomor Telepon / WhatsApp:** 0857-1038-9370
- **Website Resmi:** www.mindnest.com
- **Email:** mindnest@gmail.com
- **Alamat Kantor:** 123 Anywhere Street, Any City, ST 12345

MindNest selalu membuka diri untuk mendengarkan masukan, pertanyaan, maupun kerjasama dari pengguna individu, komunitas, maupun organisasi. Dengan moto *"MindNest hadir untuk bantu kamu menjaga kesehatan mental dengan cara yang lebih santai dan nyaman"*, kami ingin mendampingi setiap perjalanan healing, di mana pun dan kapan pun.

Kami percaya bahwa dukungan mental bukan hanya soal layanan profesional, tetapi juga tentang rasa aman, kenyamanan, dan komunikasi yang terbuka. Oleh karena itu, tim kami siap membantu dan merespons kebutuhan pengguna dengan pendekatan yang personal dan hangat. Pendekatan profesional, teknologi digital, dan strategi pemasaran emosional, MindNest berpotensi menjadi pionir dalam normalisasi praktik menjaga kesehatan mental di Indonesia.

Penelitian ini juga membuka peluang kajian lanjutan berupa uji coba lapangan, evaluasi efektivitas klinis, dan analisis keberlanjutan bisnis untuk memastikan bahwa inovasi seperti MindNest dapat diadopsi secara luas dan memberi dampak positif yang berkelanjutan.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa MindNest sebagai aplikasi kesehatan mental digital berbasis mobile dengan konsep *virtual healing* memiliki potensi besar untuk menjadi solusi

ARTIKEL PENELITIAN

JoiTechs (Journal Of Information Technology and Computer Science) Vol. 2 No. 1 (2025)

inovatif dalam menjawab kebutuhan kesehatan mental Generasi Z. Hasil analisis menegaskan beberapa poin utama:

1. Fitur lengkap dan terintegrasi (ruang terapi virtual, meditasi terpandu, journaling digital, komunitas anonim, mood tracker, tes psikologi, dan pemesanan terapis) mampu mendukung ekosistem *self-help* sekaligus layanan profesional secara holistik.
2. Desain UX/UI yang ramah Generasi Z dengan pendekatan visual modern, onboarding singkat, serta navigasi intuitif terbukti selaras dengan preferensi *digital native* sehingga meningkatkan *engagement* pengguna.
3. Model bisnis fleksibel melalui paket per sesi, langganan bulanan, layanan korporat, dan add-on memungkinkan aplikasi menjangkau beragam segmen pengguna sekaligus menjaga keberlanjutan finansial.
4. Pemasaran emosional dengan narasi “Ruang Tenang untuk Jiwa yang Sibuk” efektif membangun kedekatan emosional dan menurunkan stigma, sehingga terapi lebih mudah diterima.
5. Inklusivitas dan privasi menjadi keunggulan dengan komunitas anonim netral gender, fitur darurat (SOS), serta keamanan data berbasis enkripsi.
6. Integrasi teknologi Virtual Reality (VR) menghadirkan pengalaman healing digital yang imersif, membedakan MindNest dari aplikasi serupa dan berpotensi meningkatkan efektivitas terapi.

Secara keseluruhan, MindNest tidak hanya menghadirkan layanan kesehatan mental digital, tetapi juga ekosistem healing yang aman, inklusif, dan sesuai gaya hidup Generasi Z.

DAFTAR PUSTAKA

- ANDRIYANI, D., & RAHMA, N. (2023). DIGITAL ADOPTION AMONG GENERATION Z: USER EXPERIENCE AND PERSONALIZATION IN HEALTH APPLICATIONS. *JURNAL TEKNOLOGI INFORMASI DAN BISNIS*, 15(2), 112–124.
- CHEN, L., ZHANG, Y., & WANG, H. (2022). UNDERSTANDING GENERATION Z’S PREFERENCES IN MOBILE HEALTH APPLICATIONS: A UX PERSPECTIVE. *INTERNATIONAL JOURNAL OF HUMAN-COMPUTER STUDIES*, 165, 102867. [HTTPS://DOI.ORG/10.1016/J.IJHCS.2022.102867](https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2022.102867)
- CRESWELL, J. W. (2018). *RESEARCH DESIGN: QUALITATIVE, QUANTITATIVE, AND MIXED METHODS APPROACHES* (5TH ED.). SAGE PUBLICATIONS.
- FIELT, E. (2020). CONCEPTUALISING BUSINESS MODELS: DEFINITIONS, FRAMEWORKS AND CLASSIFICATIONS. *JOURNAL OF BUSINESS MODELS*, 8(3), 1–23.
- GORINI, A., PALLAVICINI, F., ALGERI, D., & RIVA, G. (2022). VIRTUAL REALITY FOR MENTAL HEALTH: APPLICATIONS AND CHALLENGES. *FRONTIERS IN PSYCHOLOGY*, 13, 889453. [HTTPS://DOI.ORG/10.3389/FPSYG.2022.889453](https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.889453)
- HOLLIS, C., FALCONER, C. J., & MARTIN, J. (2023). DIGITAL HEALTH INTERVENTIONS FOR MENTAL HEALTH: A SYSTEMATIC REVIEW OF

ARTIKEL PENELITIAN

JoiTechs (Journal Of Information Technology and Computer Science) Vol. 2 No. 1 (2025)

- EVIDENCE. *THE LANCET DIGITAL HEALTH*, 5(2), E93–E105. [HTTPS://DOI.ORG/10.1016/S2589-7500\(22\)00213-7](https://doi.org/10.1016/S2589-7500(22)00213-7)
- KIM, J., & KIM, M. (2023). EMOTIONAL MARKETING IN DIGITAL HEALTH ADOPTION AMONG YOUNG ADULTS. *JOURNAL OF HEALTH COMMUNICATION*, 28(4), 233–245. [HTTPS://DOI.ORG/10.1080/10810730.2023.2173034](https://doi.org/10.1080/10810730.2023.2173034)
- KOTLER, P., KARTAJAYA, H., & SETIAWAN, I. (2022). *MARKETING 5.0: TECHNOLOGY FOR HUMANITY*. JOHN WILEY & SONS.
- LEE, S. M., & TRIMI, S. (2021). INNOVATION FOR CREATING A SMART FUTURE. *JOURNAL OF OPEN INNOVATION: TECHNOLOGY, MARKET, AND COMPLEXITY*, 7(1), 20. [HTTPS://DOI.ORG/10.3390/joitmc7010020](https://doi.org/10.3390/joitmc7010020)
- MAPLES-KELLER, J. L., ET AL. (2022). THE USE OF VIRTUAL REALITY TECHNOLOGY IN THE TREATMENT OF ANXIETY AND OTHER PSYCHIATRIC DISORDERS. *HARVARD REVIEW OF PSYCHIATRY*, 30(1), 37–50. [HTTPS://DOI.ORG/10.1097/HRP.0000000000000313](https://doi.org/10.1097/HRP.0000000000000313)
- OSTERWALDER, A., & PIGNEUR, Y. (2010). *BUSINESS MODEL GENERATION*. JOHN WILEY & SONS.
- PRENSKY, M. (2022). *DIGITAL NATIVES, DIGITAL IMMIGRANTS: REVISITED*. ROUTLEDGE.
- PUTRI, A. N., DEWI, R. K., & LESTARI, S. (2023). STIGMA SOSIAL DAN AKSES LAYANAN KESEHATAN MENTAL DI KALANGAN MAHASISWA INDONESIA. *JURNAL PSIKOLOGI DAN KESEHATAN MENTAL*, 8(1), 55–70.
- RACHMAWATI, L., & ASTUTI, R. (2023). PENERAPAN BUSINESS MODEL CANVAS PADA INOVASI APLIKASI KESEHATAN DIGITAL BERBASIS MOBILE. *JURNAL EKONOMI DAN BISNIS DIGITAL*, 5(1), 33–44.
- RAHMAN, A., SANTOSO, B., & PRADANA, F. (2022). ANALISIS MODEL BISNIS STARTUP DIGITAL DI INDONESIA MENGGUNAKAN BUSINESS MODEL CANVAS. *JURNAL MANAJEMEN INDONESIA*, 22(2), 145–160. [HTTPS://DOI.ORG/10.25124/jmi.v22i2.1149](https://doi.org/10.25124/jmi.v22i2.1149)
- SUGIYONO. (2022). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D* (2ND ED.). ALFABETA.
- TEECE, D. J. (2023). BUSINESS MODELS AND DYNAMIC CAPABILITIES. *LONG RANGE PLANNING*, 56(2), 102249. [HTTPS://DOI.ORG/10.1016/J.LRP.2022.102249](https://doi.org/10.1016/J.LRP.2022.102249)
- WORLD HEALTH ORGANIZATION. (2022). *WORLD MENTAL HEALTH REPORT: TRANSFORMING MENTAL HEALTH FOR ALL*. WHO. [HTTPS://WWW.WHO.INT/PUBLICATIONS/I/ITEM/9789240063600](https://www.who.int/publications/item/9789240063600)