

# 집단 기반의 번개 모임 구축 서비스에 관한 연구

김소연<sup>1</sup>, 마예지<sup>1</sup>, 윤하민<sup>1</sup>, 이지원<sup>1</sup>, 강승석<sup>1</sup>  
 서울여자대학교 디지털미디어학과  
 {alicsysy, maji0108, xhrrdl, jiwonchoigo, msukang} @swu.ac.kr

## A Study on the Group-Based Improvised Meeting Service Development

So-Yeon Kim<sup>1</sup>, Ye-ji Ma<sup>1</sup>, Ha-Min Yoon<sup>1</sup>, Ji-Won Lee<sup>1</sup>, Seung-Seok Kang<sup>1</sup>

Dept. of Digital Media, Seoul Women's University

### 요 약

새로운 사회의 흐름에 발맞춰 소속과 공유에 대한 필요성이 부각되고 있다. 본 서비스는 통일된 양식, 확실한 답변, 부담 없는 만남을 기반으로 사용자 경험을 제공한다. 사용자가 커뮤니티 그룹을 통해 친근감을 경험할 수 있는 UX/UI 를 디자인 했고 신속하고 간편한 인터랙션으로 다른 사용자와 즉석 번개 만남을 제공할 수 있는 서비스를 제안한다. 이를 위해 본 연구는 집단 기반 즉흥적인 만남을 위한 모바일 앱을 구현했다.

### 1. 서론

코로나 19 확산으로 생긴 우울감이나 무력감을 뜻하는 '코로나 블루'는 전 세계적인 사람들의 정신 건강에 악영향을 미쳤다. 코로나 19 전 후 상황 모두가 활동 참여 후 사람들의 스트레스 평균 지수는 현격히 감소되었다 [1]. 이에 근거하여 사회적 고립감을 해소하고 사람들의 정신 건강을 완화시킬 수 있는 서비스 개발의 필요성을 도출했다. 이를 바탕으로 집단 기반 번개 모임 구축 서비스 '썬더링'을 제작했다.

본 앱은 '사람들과의 만남으로 나를 만들어가는 것을 좋아하는 Digital Native 인 MZ 세대를 타겟으로 설정했다. 시장의 변화에 발맞춰 커뮤니티 서비스는 단순히 소통에 집중하는 것뿐만 아니라 MZ 세대에게 흥미를 유발하고 새로움과 공유를 제공할 수 있는 서비스에 대한 탐구가 필요하다. MZ 세대는 관계 확장 니즈가 높으면서도 관계를 적당히 잘라낼 필요도 있다는 인식이 높게 나타난다 [2]. 따라서 본 서비스는 즉흥적인 온라인/오프라인 번개 만남을 위한 플랫폼인 모바일 커뮤니티 앱을 제작하는 것을 목표로 한다. 썬더링은 번개의 특징을 활용해 만남에 대한 부담을 줄인다. 성향 테스트 결과를 이용한 새로운 만남을 통해 지속적인 서비스 사용의 동기를 부여한다. 이와 동시에 서비스에 대한 흥미와 만족도를 높이고자 한다.

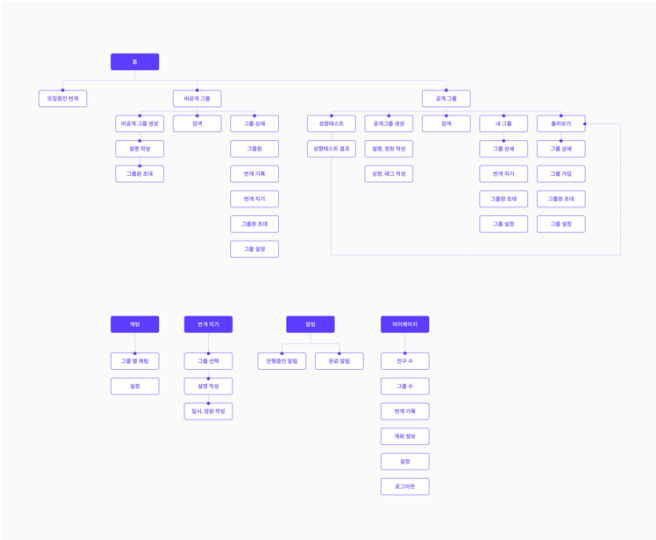
### 2. 서비스의 가치와 정보 구조

썬더링에서는 소속감에 대한 사용자의 니즈를 그룹 기반 번개 치기로 제시했다. 본 서비스는 양식의 통일성, 답변의 확실성, 기록이 남지 않는 가벼움의 가치를 가진다.

지인과의 만남인 경우 비공개 그룹으로, 새로운 사람과의 만남은 공개 그룹으로 나누어 만나고 싶은 사람들이 속해있는 그룹을 선택하여 해당 그룹에 번개를 친다. 번개 성사 시 참여를 수락한 그룹원에 한해 24 시간 동안 일시적인 채팅방이 생성된다. 사용자는 해당 채팅방을 통해 오프라인 혹은 온라인 만남을 위한 대화를 나눈다.

그림 1 은 본 서비스에 대한 정보구조도를 나타낸다. 핵심 기능인 번개 치기, 일시적인 채팅, 알림, 마이 페이지는 사용자가 타 서비스를 이용하던 경험과 이용 중에 나타나는 패턴을 고려하여 최상단에 배치했다. 이를 통해 사용자가 앱의 주요 기능을 빠르게 인지하여 원활한 사용을 이끌고 불필요한 과업을 줄였다. 서비스에서 높은 접근성을 갖는 홈 화면은 사용자 맞춤 정보를 제공하여 탐색을 유도한다.

사용자는 홈 화면 속 본인이 속한 그룹과의 빠른 번개를 수행할 수 있고, 다른 사용자가 모집 중인 번개의 정원을 확인할 수 있다. 그리고 비공개 그룹과 공개 그룹 화면으로 이동할 수 있다.



(그림 1) 정보구조도.

### 3. UX/UI 설계

사용자 경험을 향상시키고자 할 때 감성적 요인을 파악하여 제시한다면 사용자 경험은 자연스럽게 향상된다. 본 서비스는 그룹 커뮤니티에서 겪을 수 있는 사용자의 경험, 감정을 UI로 표현했다.

본 앱에서는 썸더링만의 서비스 경험을 제공하기 위해 번개 이미지의 메타포를 주는 노란색을 사용했다. 그리고 해당 색의 비강조도를 상쇄할 수 있는 채도 높은 보라색을 주조색으로 사용하여 비주얼 디자인을 했다.

인터페이스 내 하단 탭 바, CTA(Call To Action) 등 버튼을 디자인할 때 보라색을 높은 비중으로 사용해 눈에 띄도록 화면을 구성했고, 라운딩이 들어간 스퀘어를 사용했다. 이를 통해 전체적으로 친근하고 부드러운 분위기를 느낄 수 있도록 디자인했다. 해당 디자인 시스템을 지속적으로 사용해 사용자에게 일관된 톤 앤 매너를 보여주며 직관적으로 썸더링의 콘셉트를 전달하고자 한다.

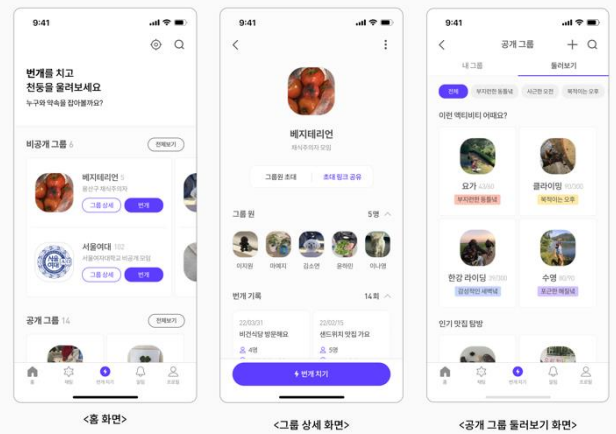
그림 2의 홈 화면에서는 사용자가 속한 그룹들을 한눈에 확인할 수 있다. 홈 화면에서 이동할 수 있는 그룹 상세 화면에서는 그룹원과 번개 기록 등의 그룹 정보를 확인할 수 있다. 공개 그룹 둘러보기는 성향 테스트를 통해 사용자에게 또 다른 공간에 소속될 수 있는 기회를 제공한다.

그림 3의 번개 치기 1 화면과 번개 치기 2 화면을 통해 번개 치기 플로우를 확인할 수 있다. 사용자는 번개 치기 1 화면에서 번개를 치고 싶은 그룹을 선택하고 번개의 이름과 번개에 대한 설명을 추가적으로 작성할 수 있다. 이어서 번개 치기 2 화면에서는 부가적인 내용을 작성할 수 있다. 날짜, 시간, 장소, 정원

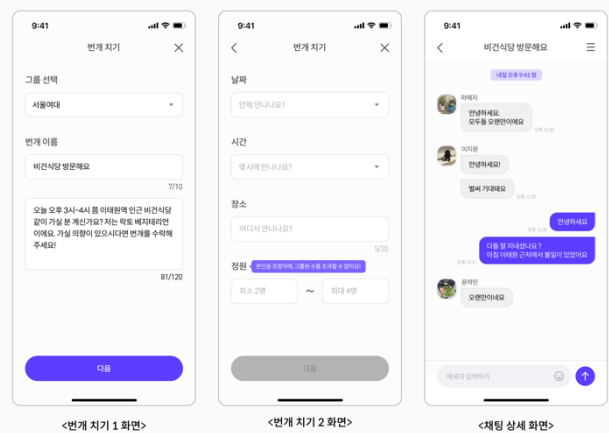
을 작성하여 번개 치기를 완성한다. 이때 플레이스홀더에 “언제 만나나요?”, “몇시에 만나나요?”와 같은 구어체를 사용하여 친근한 감성을 느낄 수 있도록 UX 라이팅을 했다. 이를 통해 사용자의 행동을 유도한다.

번개 치기 1 화면과 2 화면을 통해 원하는 그룹에게 번개를 보내고 최소 정원을 만족하여 번개가 성사되었다면 그림 3의 채팅 상세 화면과 같이 채팅이 만들어지고 해당 그룹의 채팅 방에서 만남을 이어갈 수 있다.

썸더링은 일시적인 채팅방을 제공한다. 그림 3에서 볼 수 있듯 채팅 화면의 상단을 통해 언제까지 채팅방이 남아있는지 확인할 수 있다.



(그림 2) 홈 화면, 그룹 상세 화면, 공개 그룹 둘러보기 화면



(그림 3) 번개 치기 1 화면, 번개 치기 2 화면, 채팅 상세 화면

#### 4. 서비스 구현

본 앱은 사용자가 빠르고 부드러운 인터랙션을 경험할 수 있도록 iOS 기반의 플랫폼으로 구현했다. 사용자는 제품을 터치하며 물리적으로 서비스를 사용하여 실제감을 경험할 수 있다.

한 명의 사용자가 번개 이름과 짧은 번개 소개 그리고 장소, 날짜, 정원을 설정해서 본인이 소속되어 있는 그룹에 번개를 보낸다. 해당 번개 정보가 그룹의 이름을 상위 노드로 하여 그 그룹의 테이블에 추가된다. 번개 주최자를 제외한 그룹 구성원은 번개 알림을 Apple Push Notification Service(APNs)[3]를 통해 푸시 알림으로 전달받는다.

바로 응답 가능한 푸시 알림을 통해 그룹원은 본인의 번개 참여 의사를 표현할 수 있다. 본 앱은 ‘수락’을 선택한 그룹원에 한해 새로운 테이블 구조를 형성하고 이들을 대상으로 일시적인 채팅방을 형성한다.

사용자는 본인이 소속된 그룹에 ‘그룹원 추가’를 통해 다른 사용자를 추가할 수 있다. 만약 추가하고 싶은 사용자가 앱의 DB에 포함되었다면 그 사용자에게 ‘알림’의 형태로 추가 가능하다. 그리고 앱의 DB에 포함되어 있지 않은 사용자라면 초대 링크를 SNS로 전송하여 앱 외부 사용자를 추가할 수 있다.

#### 5. 결론

본 연구에서는 사람들이 소속감을 기반으로 하는 만남에 긍정적인 반응을 갖고 있다는 것을 확인했다. 이에 대한 플랫폼을 iOS 기반의 앱 형태로 구축하여 서비스를 제공한다.

사용자는 앱을 경험하면서 지인과는 친밀감을 높일 수 있으며, 새로운 만남을 통해 폭넓은 인연을 만들 수 있다.

본 서비스의 지속성을 위해 높은 안정성을 갖는 서버 구축 및 사용자 개인 정보의 안전한 관리가 필요하다. 또한, 신고하기와 차단하기 등의 서비스 정책을 구체화하여 깨끗한 커뮤니티 문화 구축을 위한 추가적인 연구가 지속되어야 할 것이다.

#### 참고문헌

- [1] 사혜지, 이원상, 이봉규, 2021, '코로나 블루와 여가 활동 : 한국 사례를 중심으로', 인터넷정보학회논문지, vol. 22,no. 2, pp. 109-121.
- [2] 마크로밀엠브레인 트렌드모니터, 2018, '인간관계 및 대인관계 관련 인식 조사 (일부 Tracking 조사)', 리서치보고서, vol. 2018,no. 6, pp. 1-23.
- [3] Apple 공식 문서, 'Local and Remote Notification Programming Guide'