

Perancangan Desain UI/UX untuk Aplikasi Restoran Makanan Sehat Grains of Glory

Caroline Heliawanto

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain,
Universitas Pelita Harapan
01023190036@student.uph.edu

Ellis Melini

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain,
Universitas Pelita Harapan
ellis.melini@uph.edu

Diterima: Maret, 2021 | Disetujui: Maret, 2021 | Dipublikasi: April, 2021

ABSTRAK

Aktivitas masyarakat urban yang padat menyebabkan adanya tuntutan kemudahan dan kepraktisan dalam berbagai hal. Berbagai industri, khususnya di bidang retail, memanfaatkan teknologi informasi untuk meningkatkan efisiensi transaksi dengan para pelanggan. Industri *food and beverage* merupakan salah satunya, di mana terjadi peningkatan dalam pemesanan makanan secara *online* melalui aplikasi *smartphone*. Melihat hal ini, Grains of Glory berusaha memanfaatkan teknologi untuk mengajak dan memfasilitasi masyarakat dalam memulai gaya hidup yang lebih sehat. Untuk mencapai tujuan tersebut, Grains of Glory berencana merancang aplikasi pemesanan makanan dengan basis *smartphone*.

Perancangan proyek ini terdiri atas empat tahap, yaitu (1) memahami kebutuhan user, (2) pengumpulan dan analisis data, (3) penentuan konsep perancangan dengan menentukan *keyword* dan *moodboard* desain yang dilanjutkan dengan sketsa dan pembuatan berbagai *assets* dalam bentuk komponen serta *design guidelines*, (4) pembuatan *prototype* aplikasi menggunakan Figma.

Perancangan aplikasi ini telah berhasil memenuhi tujuannya melalui adanya pemilihan elemen *interface* dan *flow* dari aplikasi yang dirancang berdasarkan kaidah UI/UX untuk dapat memudahkan *user*. Selain itu, integrasi fitur-fitur yang relevan seperti rekomendasi makanan, informasi gizi yang jelas, serta perhitungan kalori memungkinkan *user* untuk membuat pilihan yang tepat dalam menjalani gaya hidup sehat.

Kata Kunci: Grains of Glory, Mobile Application, Usability, Lifestyle App, UI/UX

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Seiring perkembangan teknologi, penggunaan aplikasi untuk pemesanan makanan semakin marak digunakan untuk mempermudah kehidupan masyarakat, khususnya di wilayah perkotaan, yang semuanya harus dapat dilakukan dengan mudah dan cepat. Melihat keadaan ini, banyak industri yang mulai menggunakan internet dan aplikasi *mobile* untuk menyajikan informasi dan memberikan kemudahan bagi masyarakat perkotaan (Payara & Tanone, 2018). Grains of Glory merupakan sebuah *brand* lokal untuk makanan sehat yang berdiri sekitar bulan Mei 2020 dan berada di bawah naungan Ateria Group, yang memiliki konsep sangat berbeda dan tidak berfokus pada penjualan dan promosi produk secara *hard selling*. Grains of Glory (untuk selanjutnya dipersingkat menjadi GoG)

memilih untuk dapat mengajak masyarakat Indonesia khususnya yang tinggal di wilayah perkotaan Jakarta untuk dapat memulai gaya hidup sehat.

Menurut Jacob Salomo, *marketing director* dari GoG, *brand* ini didirikan dengan melihat gaya hidup masyarakat perkotaan khususnya di wilayah Jakarta pada saat ini. Kebanyakan masyarakat perkotaan tidak dapat dipisahkan dengan gaya hidup yang instan dan praktis lantaran kehidupannya yang sudah cukup sibuk dan padat (Zuliatunis, 2019). Oleh karenanya, aneka industri telah mulai memanfaatkan berbagai teknologi dan memasuki fase di mana semua dituntut untuk mudah dan serba praktis.

Dengan demikian, GoG berusaha untuk dapat memberikan kemudahan pada masyarakat perkotaan, khususnya yang tinggal di wilayah Jakarta untuk dapat memulai hidup yang lebih sehat melalui satu aplikasi. Aplikasi GoG direncanakan menjadi aplikasi dengan fitur *nutrition counter* yang menjadi solusi untuk dapat mengatur pola makan menjadi lebih sehat, serta *event & point collection* untuk mendorong penggunaannya mengikuti kegiatan kesehatan seperti acara olahraga bersama.

Identifikasi Masalah

Setelah menguraikan latar belakang, masalah yang teridentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Adanya kebutuhan masyarakat perkotaan (khususnya wilayah Jakarta) untuk dapat dengan mudah mengatur hidup dan pola makannya menjadi lebih sehat dengan bantuan aplikasi digital.
2. Belum terdapat adanya aplikasi sejenis dengan Grains of Glory sehingga memerlukan analisis yang lebih mendalam terkait *user interface* (UI) dan *user experience* (UX).

Tujuan Perancangan

Tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah untuk merancang aplikasi yang dapat membantu *user* dalam menerapkan gaya hidup sehat, sesuai dengan kaidah UI/UX.

KAJIAN TEORI

User Experience

User experience (UX) dapat didefinisikan sebagai proses atau garis besar untuk memandu penggunaan produk dengan lebih sederhana dan mudah untuk diakses. Prinsip-prinsip UX yang hendak dicapai adalah: *focus on your users, focus on business, digestibility, clarity, familiarity, data-informed design, validate designs, design consistency, dan technology flexibility* (Deacon, 2020).

User Interface

Menurut Deacon (2020), *user interface* adalah bagaimana *user* dapat berinteraksi dengan *device*. Dalam hal ini, *user interface* memiliki kaitan yang erat dengan *user experience*, oleh karena itu perancangan desain pada umumnya akan melihat dan menganalisis *user* yang akan menggunakan produk tersebut. *Usability* merupakan hal penting yang perlu diperhatikan ketika akan merancang sebuah *interface*. *Usability* dapat dibagi dalam lima subkomponen yaitu: *learnability, efficiency, memorability, errors, dan satisfaction*.

Prototype

Prototype merupakan representasi awal dari sebuah ide yang dibuat untuk berkomunikasi dengan orang lain atau untuk diuji oleh *user*, dengan tujuan untuk dapat menyempurnakan dan mengembangkan ide dari waktu ke waktu (McElroy, 2016).

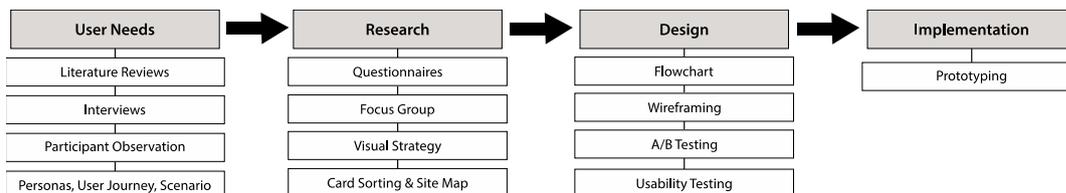
Prototyping digunakan untuk memenuhi kebutuhan awal pengembangan sebuah perangkat dan untuk menguji alur kerja program berdasarkan fungsionalitas sistem yang diperlukan.

Terdapat tiga jenis *prototype*, masing-masing memiliki tujuan dan fungsi yang berbeda, yaitu: *low-fidelity wireframe*, *high-fidelity wireframe*, dan *HTML prototype*.

METODOLOGI

Tahapan Perancangan

Perancangan aplikasi untuk GoG ini didasarkan pada metode yang dikemukakan oleh Pamala B. Deacon (2020), namun skala dan lingkungannya disesuaikan dengan kebutuhan dan sumber daya yang ada.



Gambar 1 Diagram Tahapan Perancangan UX dan UI (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022)

Dalam tahap **user needs** dilakukan beberapa metode, yaitu studi pustaka, *participant observation* dengan ikut serta berpartisipasi dalam kegiatan komunitas *target market*, *interviews* dengan narasumber dari GoG, serta membuat *personas*, *user journey* dan *scenario* (untuk mendapatkan gambaran terkait kebutuhan, perasaan, dan persepsi *user* dari sebelum, sedang, maupun sesudah menggunakan produk).

Pada tahap **research**, dibuat kuisisioner yang akan dibagikan kepada *target market* untuk dapat memahami kebutuhan perancangan aplikasi. Selain itu, dilakukan juga metode *focus group* dengan melibatkan suatu kelompok untuk saling menyampaikan opini terkait dengan produk yang akan dirancang. Setelahnya, ditentukan strategi visual yang akan digunakan dalam proses perancangan, dilanjutkan dengan pembuatan *site map* berdasarkan proses *card sorting* untuk dapat menentukan penempatan halaman dan konten pada aplikasi.

Kemudian pada tahap **design**, penulis merancang *flowchart* terlebih dahulu untuk dapat menentukan *flow* dari aplikasi. Selanjutnya, dibuatlah *wireframing* yang berupa *low-fidelity wireframe* yang merupakan kerangka kasar dari tampilan aplikasi, kemudian *high-fidelity wireframe* yang merupakan tampilan secara final yang sudah menggunakan elemen visual desain. Hasilnya kemudian diuji dengan metode *A/B testing* dan *usability testing*.

Tahap akhir, **implementation**, merupakan proses *prototyping* setelah mempertimbangkan penggunaan desain visual yang sebelumnya telah ditentukan dengan menyesuaikan masukan dari *user*. Hasil *prototype* final dari proyek ini berupa *mockup* dalam format aplikasi Figma.

PEMBAHASAN

Creative Brief

Creative Brief merupakan sebuah dokumen tertulis yang dibuat dengan tujuan agar semua pihak dapat memahami kebutuhan dan ekpektasi dilaksanakannya proyek tersebut (Usmani, 2022). Dalam proses perancangan ini, *creative brief* didapatkan melalui proses wawancara dengan narasumber dalam bentuk lisan.

Tabel 1 *Creative Brief* Grains of Glory.

Positioning	GoG merupakan <i>brand</i> yang menyediakan kebutuhan nutrisi dan juga gaya hidup bagi calon konsumennya
Purpose	Tujuan didirikannya <i>brand</i> ini adalah untuk dapat memfasilitasi orang-orang dengan gaya hidup sehat, tidak hanya melalui makanan namun juga dalam segi <i>lifestyle</i> .
Mission	Mengajak masyarakat untuk memulai gaya hidup sehat
Culture	Mengusung gaya hidup sehat di tengah kesibukan dan kehidupan masyarakat urban
Personality	<i>Healthy, welcoming, approachable, provided</i>
Target Market	Masyarakat urban, berusia 25-40 tahun untuk segala <i>gender</i> namun dengan gaya hidup yang sehat
Growth	Dalam beberapa tahun ke depan dapat menjadi <i>leading brand</i> kategori <i>healthy food</i> di Indonesia
Desired Perception	Sebuah <i>brand</i> makanan sehat yang tidak hanya menyediakan kebutuhan makanan namun juga <i>lifestyle</i> bagi calon konsumennya.
Competition	The Super Grain
Objective	Menunjukkan adanya kesan <i>welcoming</i> meskipun merupakan <i>brand</i> FnB makanan sehat yang umumnya dianggap membosankan.

Personas

Menurut Deacon (2020), sebelum merancang *interface* sebaiknya desainer mengetahui dulu kebutuhan *target users* secara lebih spesifik. Salah satu metode yang umum digunakan untuk itu adalah *personas*, yaitu menyusun sebuah profil atau persona *user* dengan menuliskan informasi seperti identitas, demografis, tujuan, gaya hidup dan sebagainya. Pembuatan *persona* melibatkan analisis data pelanggan dan melakukan wawancara. Berikut ini merupakan contoh *persona* atau gambaran dari *user* untuk aplikasi GoG berdasarkan wawancara yang telah dilakukan penulis.



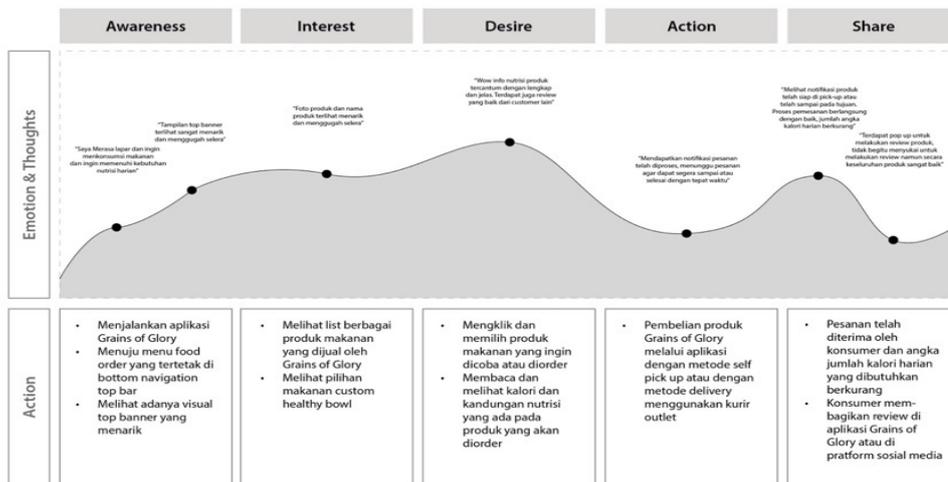
Gambar 2 Persona Model 1
 (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022)

Nama: Alexa Tiara
Jenis kelamin: Perempuan
Usia: 24 tahun
Status: Belum menikah
Domisili: Jakarta, Indonesia
Pekerjaan: Senior Associate Consultant, PwC Indonesia
Pendidikan: University of New South Wales

Pendapatan: Rp 20.000.000
Pendidikan Akhir: Bachelor's degree
Personaliti: Extrovert, trendy, healthy lifestyle
Hobi: Gym, yoga, pilates, cooking, travelling
Cita-cita: Work-life balance

User Journey Maps

Setelah menentukan *persona*, desainer perlu memahami lebih lanjut tentang aktivitas dan pengalaman keseharian *target user*. *User journey map* dapat memberi gambaran lebih lengkap mengenai rutinitas sehari-hari dari *user* yang dijadikan sebagai *persona*, antara lain berupa tindakan, perasaan, persepsi, dan kerangka pikiran selama ia berinteraksi dengan suatu produk atau jasa dalam rentang waktu tertentu. Dengan mendokumentasikan rangkaian peristiwa dan interaksi yang dialami *user* desainer dapat menggeser fokus dari pandangan yang operasional dan berpusat pada sistem informasi ke arah konteks yang lebih luas di mana produk/jasa tersebut digunakan di situasi nyata, serta membantu dalam menemukan momen-momen interaksi yang memicu reaksi emosional yang kuat dan memerlukan peningkatan (Martin & Hanington, 2012).



Gambar 3 User Journey Map (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022)

Scenario

Scenario dapat memberikan sedikit konteks mengenai *user* dan bagaimana *user* akan memilih untuk menggunakan produk tersebut (Justinmind, 2020). Berikut merupakan *user scenario* yang dibuat berdasarkan *personas* di atas.

“Alexa merupakan seorang konsultan di sebuah perusahaan ‘Big 4’ tepatnya di PwC Indonesia yang terletak di daerah Sudirman, Jakarta Selatan. Selama berkuliah di Australia Alexa telah memulai berbagai rutinitas dan pola makan yang sehat dengan memasak makanannya sendiri dan mulai mementingkan kandungan nutrisi dan gizi dari makanan yang ia makan. Setelah kembali ke Indonesia dan memulai kariernya di perusahaan ‘Big 4’ dengan jadwal yang sangat padat dan seringkali lembur, Alexa kesulitan untuk dapat memasak dan mengatur pola makannya. Dengan kesibukannya, ia juga sering lupa makan siang. Oleh karena itu, Alexa ingin mendapatkan makanannya dengan mudah dan ingin mengetahui kandungan nutrisi serta gizi dari makanan yang ia konsumsi. Hal ini dapat membantunya dalam mengatur pola makannya serhari-hari. Ia menginginkan adanya aplikasi untuk membantunya dalam hal ini di tengah aktivitas yang sibuk dan padat.”

Kuesioner dan Focus Group

Dalam tahap *research*, telah dilakukan kuesioner yang melibatkan 51 responden dengan rentang usia 17-45 tahun. Hasilnya cukup mendukung masalah yang teridentifikasi, mengenai adanya kebutuhan akan aplikasi berbasis *life style* yang terkait dengan pemesanan makanan sehat. Hal ini terindikasikan dari persentase terbesar beberapa pertanyaan di grafik berikut: mayoritas responden memesan makanan via aplikasi (37.3%), frekuensi pemesanan skala 4/5 (33.3%), adanya kecenderungan untuk peduli dengan kandungan gizi (skala 3/5 sebesar 37.3%, skala 4/5 sebesar 31.4%), serta tingkat aktifitas fisik skala 4/5 (33.3%). *Focus group discussions* telah dilaksanakan dengan melibatkan 8 orang karyawan daerah Sudirman yang sesuai dengan *persona* target market, namun karena sifatnya yang kualitatif, maka untuk kebutuhan lingkup makalah ini hasilnya tidak dibahas secara terperinci, namun tetap menjadi pertimbangan dalam perancangan.

Bagaimana anda biasanya mendapatkan makanan untuk di konsumsi setiap harinya?

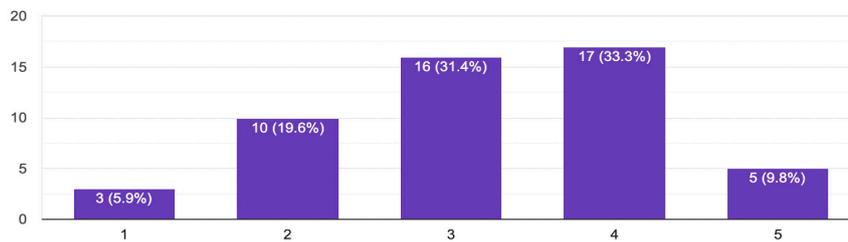


51 responses



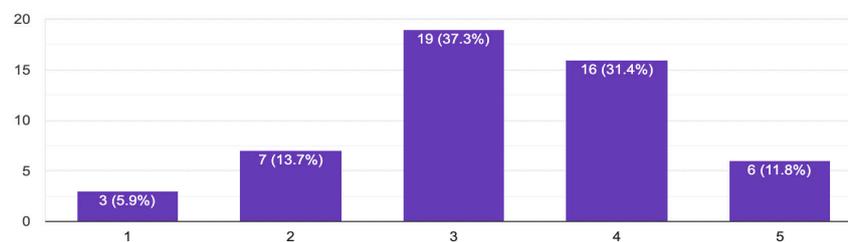
Dari skala 1-5 seberapa sering anda menggunakan aplikasi untuk memesan makanan? [Copy](#)

51 responses



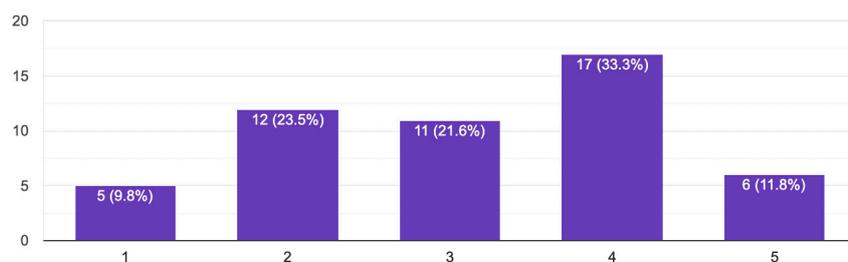
Dari skala 1-5 seberapa pedulih anda dengan kandungan gizi yang terdapat pada makanan anda? [Copy](#)

51 responses



Dari skala 1-5 seberapa sering anda melakukan aktivitas olahraga atau pelatihan fisik lainnya? [Copy](#)

51 responses



Gambar 4 Sebagian Grafik Hasil Kuesioner (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022)

Visual Strategy

1. Layout

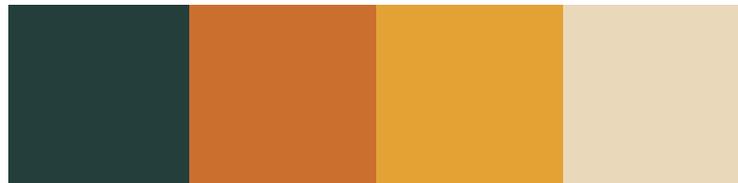
Layout merupakan penyusunan berbagai elemen grafis ke dalam sebuah bidang untuk dapat menyampaikan informasi secara efektif pada *user* (Ambrose & Harris, 2011). Secara keseluruhan *layout* yang umumnya akan digunakan dalam fitur utama aplikasi GoG adalah *linear layout* dengan mengurutkan berbagai elemen visual secara horizontal dan vertikal (Lutteroth & Weber, 2006).

2. **Typography**
GoG sendiri sudah memiliki *font* yang menjadi identitas *brand* yaitu *font* Avenir yang juga merupakan *font sans serif* dengan *readability* dan *legibility* yang cukup tinggi. Oleh karena itu, penggunaan *font* ini juga akan diterapkan dalam perancangan aplikasi GoG.

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz
1234567890

Gambar 5 *Font* Avenir (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022)

3. **Warna**
Berdasarkan data yang telah diperoleh melalui wawancara dan juga observasi mengenai identitas *brand* GoG, ditentukan warna *primary* dan *secondary* dari aplikasi GoG berupa warna *earth tone* seperti hijau dan kuning sesuai dengan warna *brand* GoG.



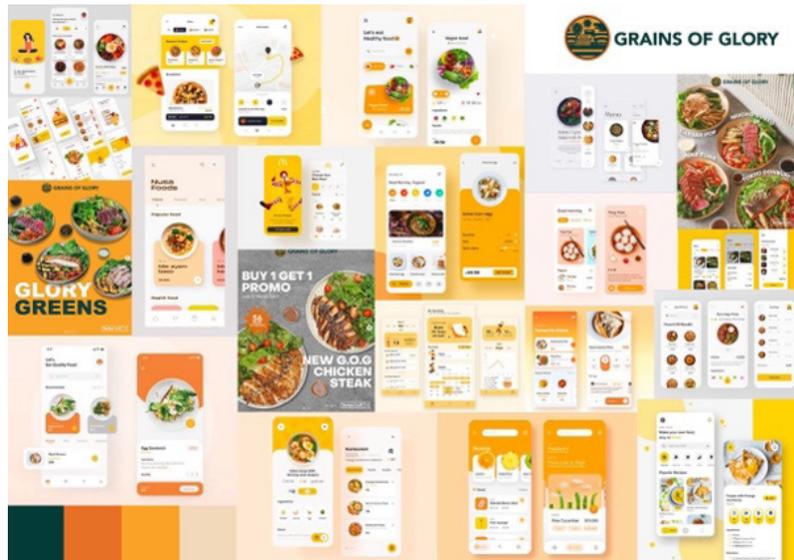
Gambar 6 Palet Warna Aplikasi GoG (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022)

Kata Kunci

Berdasarkan data-data yang telah diperoleh melalui pengumpulan data dan analisis, terdapat tiga kata kunci yang akan menjadi dasar dalam proses perancangan *interface* yaitu “*healthy*”, diambil berdasarkan produk yang dijual GoG; “*efficient*”, melihat *target market* mereka yang merupakan orang-orang yang membutuhkan segala sesuatu dengan instan dan cepat; serta “*trendy*”, dengan melihat *image brand* GoG sebagai makanan sehat yang *trendy* dan tidak membosankan melalui pemilihan kombinasi warna yang berbeda yaitu kombinasi warna kuning dan hijau, serta melalui interior dari setiap *outlet* yang mengikuti tren saat ini.

Mood board

Mood board merupakan metode yang digunakan untuk dapat menemukan acuan atau panduan untuk menciptakan nuansa desain yang ingin dituju dalam sebuah proyek desain (Morzuch, 2022).

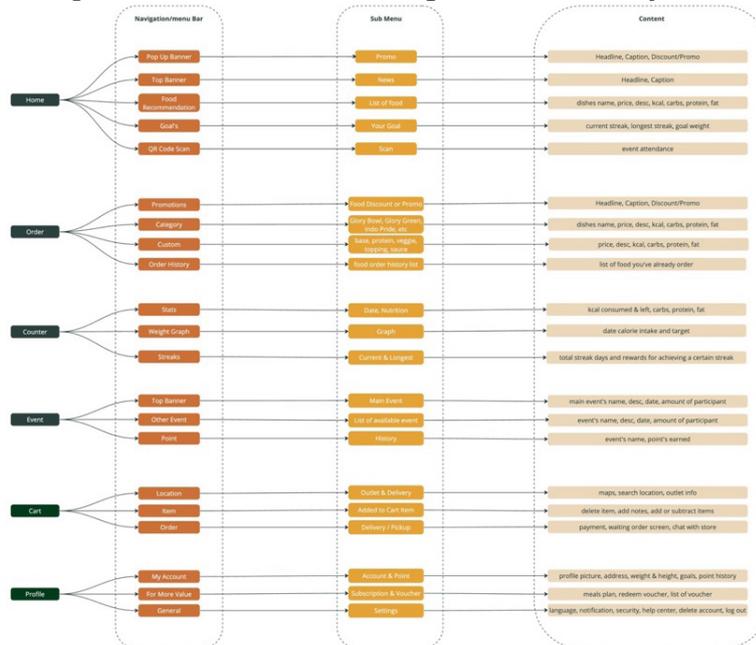


Gambar 7 Moodboard Perancangan Aplikasi GoG
 (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022)

Referensi visual yang diambil untuk membantu proses perancangan *interface* aplikasi GoG dapat berupa berbagai tampilan aplikasi-aplikasi pemesanan makanan sehat dengan konsep yang sejenis. Selain itu, identitas dari *brand* juga menjadi referensi visual utama dalam proses perancangan.

Site Map

Dalam perancangan ini terdapat juga metode pengumpulan data dengan melibatkan calon dari *user* aplikasi GoG. Metode pengumpulan data yang telah dilakukan adalah metode *card sorting* yang melibatkan dua hasil berbeda yang telah dipilih. Berdasarkan hasil proses *card sorting* tersebut kemudian dirancang dan disusun menjadi *site map*.

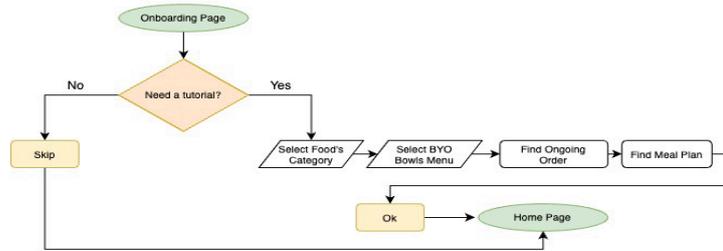


Gambar 8 Site Map Aplikasi GoG (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022)

Flowchart

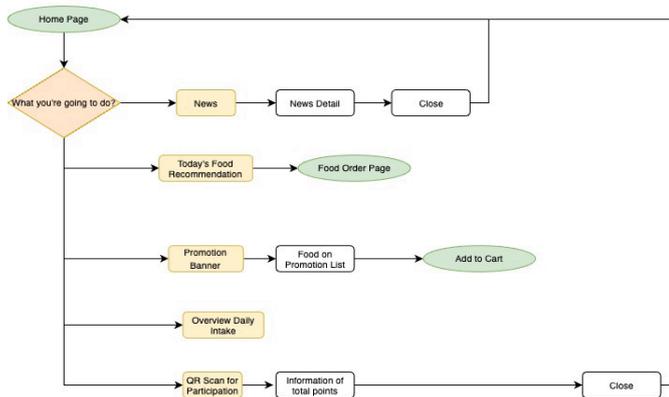
Sebelum masuk ke dalam tahapan merancang desain *interface*, dilakukan adanya perancangan *flowchart* untuk menentukan alur yang *user* lalui untuk mencapai tujuannya ketika menggunakan aplikasi. Dengan membuat *flowchart*, cara *user* dalam mengoperasikan dan menggunakan sebuah aplikasi dapat direncanakan lebih baik (*Tips and Tricks for Making a UX Flowchart*, 2018). Lingkup makalah ini tidak dapat menampilkan semua *flowchart* yang dibuat, maka berikut ini ditampilkan beberapa contoh alur utamanya.

Onboarding Pages

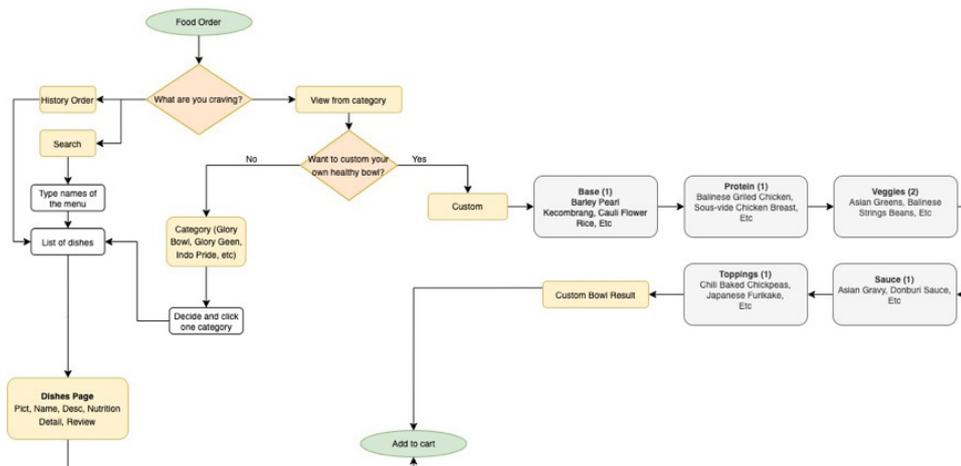


Gambar 9 User Flow Onboarding Page (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022)

Home

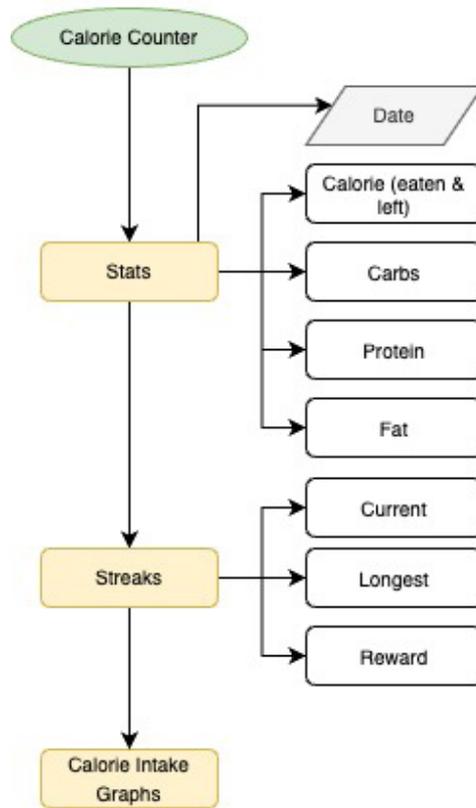


Gambar 10 User Flow Home Page (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022)



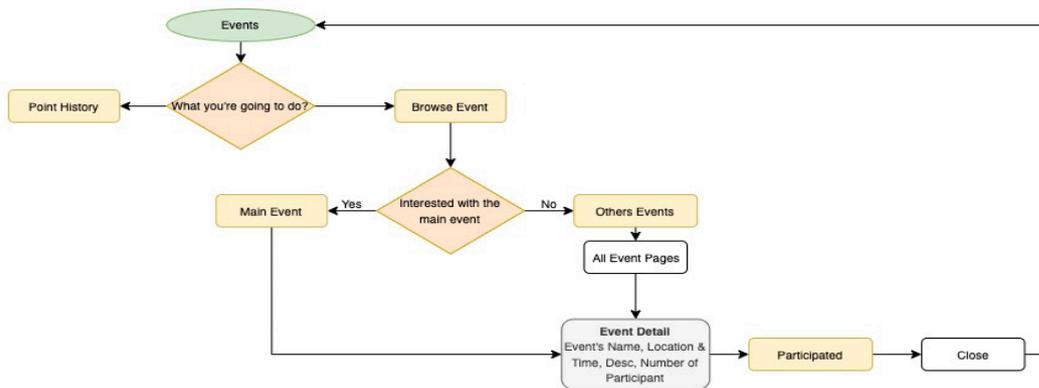
Gambar 11 User Flow Food Order (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022)

Calorie Counter



Gambar 12 User Flow Calorie Counter (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022)

Events



Gambar 13 User Flow Event (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022)

Guidelines

Guidelines merupakan sebuah pedoman yang digunakan sebagai acuan dalam perancangan interface sebuah aplikasi (Nielsen, 2020). Guidelines ini dibuat berdasarkan prinsip perancangan UI serta identitas dari brand GoG.

1. *Typeface*

Typeface yang digunakan dalam *interface* aplikasi GoG adalah Avenir, yang merupakan *brand typeface* GoG dan telah digunakan pada berbagai media.

STYLE	WEIGHT	POINT SIZE	LINE HEIGHT	USE
Headline	Black	32 pt	32 pt	Dish Pages Headline
Heading 1	Black	24 pt	26 pt	Pages Title, Display
Heading 2	Black	20 pt	22 pt	Submenu / Big Cards Heading
Heading 3	Black	16 pt	18 pt	Cards Heading
Body Text 1	Roman	16 pt	18 pt	Body Text for Submenu
Body Text 2	Roman	14 pt	16 pt	Body Text for Cards
Caption	Roman	12 pt	14 pt	Informational Caption
LARGE BUTTON	Black	16 pt	18 pt	Primary / Call to Action
SMALL BUTTON	Black	12 pt	14 pt	Secondary Action

Gambar 14 *Typeface Guidelines* (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

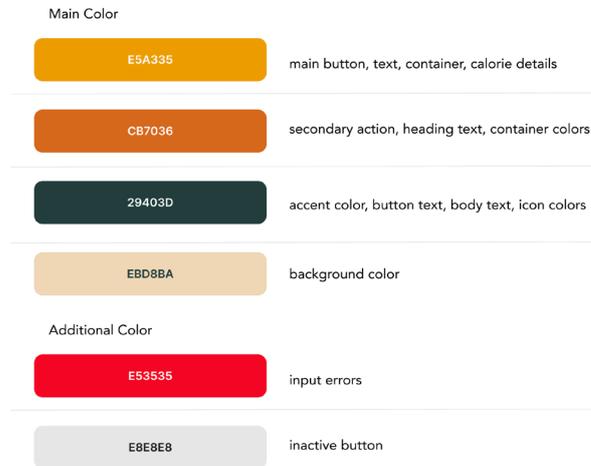
2. *Colors*

Primary	Secondary	Accent / Text	Background
Yellow	Orange	Green	Cream
Yellow (30%)	Orange (30%)	Green (30%)	Cream (30%)
Yellow (14%)	Orange (14%)	Green (14%)	Cream (14%)
Yellow (10%)	Orange (10%)	Green (10%)	Cream (10%)
Yellow (8%)	Orange (8%)	Green (8%)	Cream (8%)

Gambar 15 *Colors Guidelines* (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

Colors guidelines aplikasi GoG dibagi menjadi empat kategori warna berdasarkan peran dari warna tersebut. Untuk setiap kategori disediakan turunan warna *tint colors* untuk menampilkan hierarki visual yang dapat membantu *user* melihat kepentingan dari suatu elemen (Andrew, 2011).

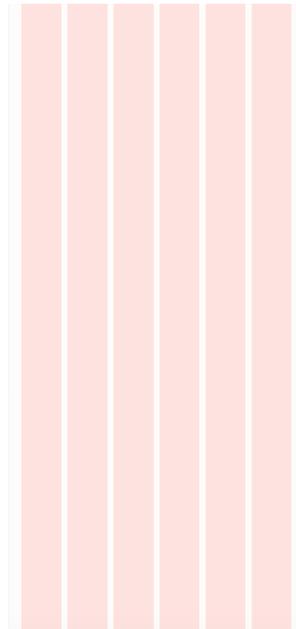
Selain itu, ditetapkan juga adanya *color roles* dalam merancang *interface* aplikasi GoG. Hal ini dibuat agar *user* dapat memahami pesan dan tujuan dari setiap elemen (Andrew, 2011).



Gambar 16 Color Roles Guidelines (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

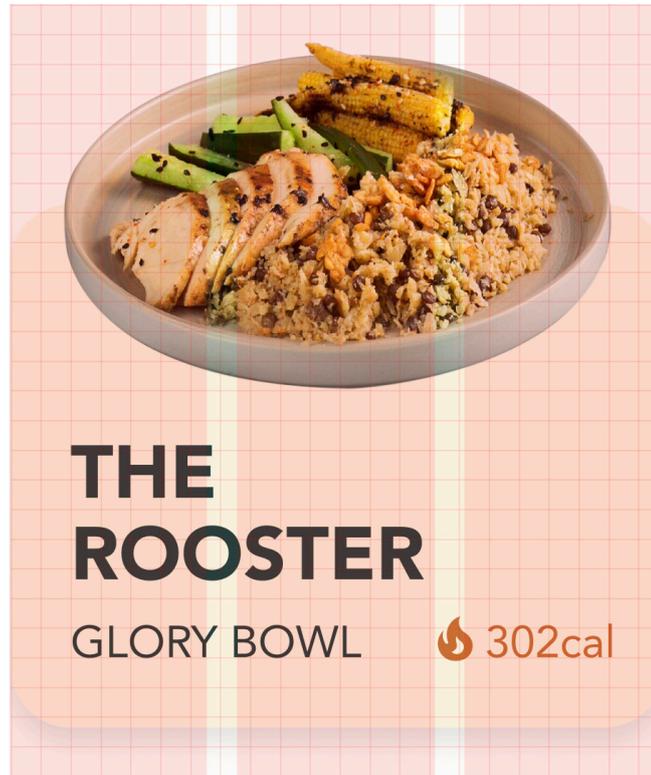
3. Grid System

Dalam proses perancangan *interface* sebuah aplikasi yang konsisten dan terstruktur, diperlukan adanya sebuah sistem. *Grid system* yang digunakan di sini adalah *hierarchy grid* yang merupakan penggabungan *column grid* dan *modular grid* untuk membuat *layout* desain yang lebih kompleks (Lawrence, 2021). Berikut adalah *column grid* yang digunakan dalam perancangan.



Gambar 17 Column Grid (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

Penulis menggunakan 6 kolom dengan mempertimbangkan media yang dipilih yaitu iPhone 14 yang memiliki ukuran *viewport* sebesar 390px x 844px. Berdasarkan media yang digunakan, maka penggunaan *gutter* dari tiap kolom ditetapkan sebesar 8px sehingga menghasilkan ukuran tiap kolom sebesar 53px.

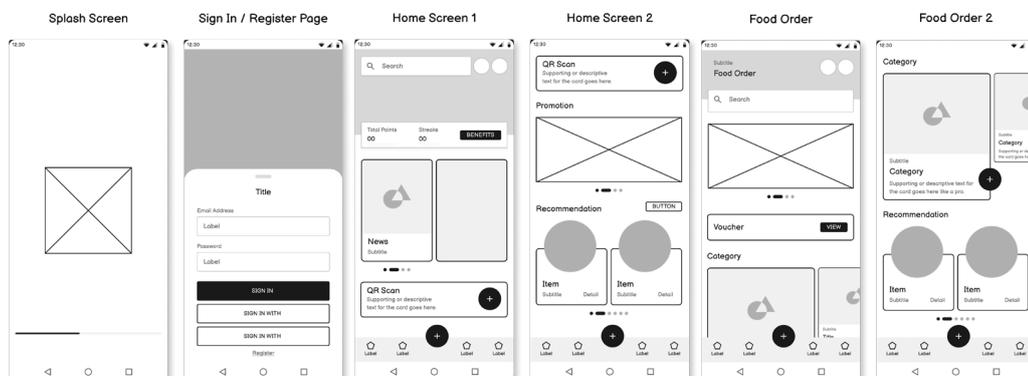


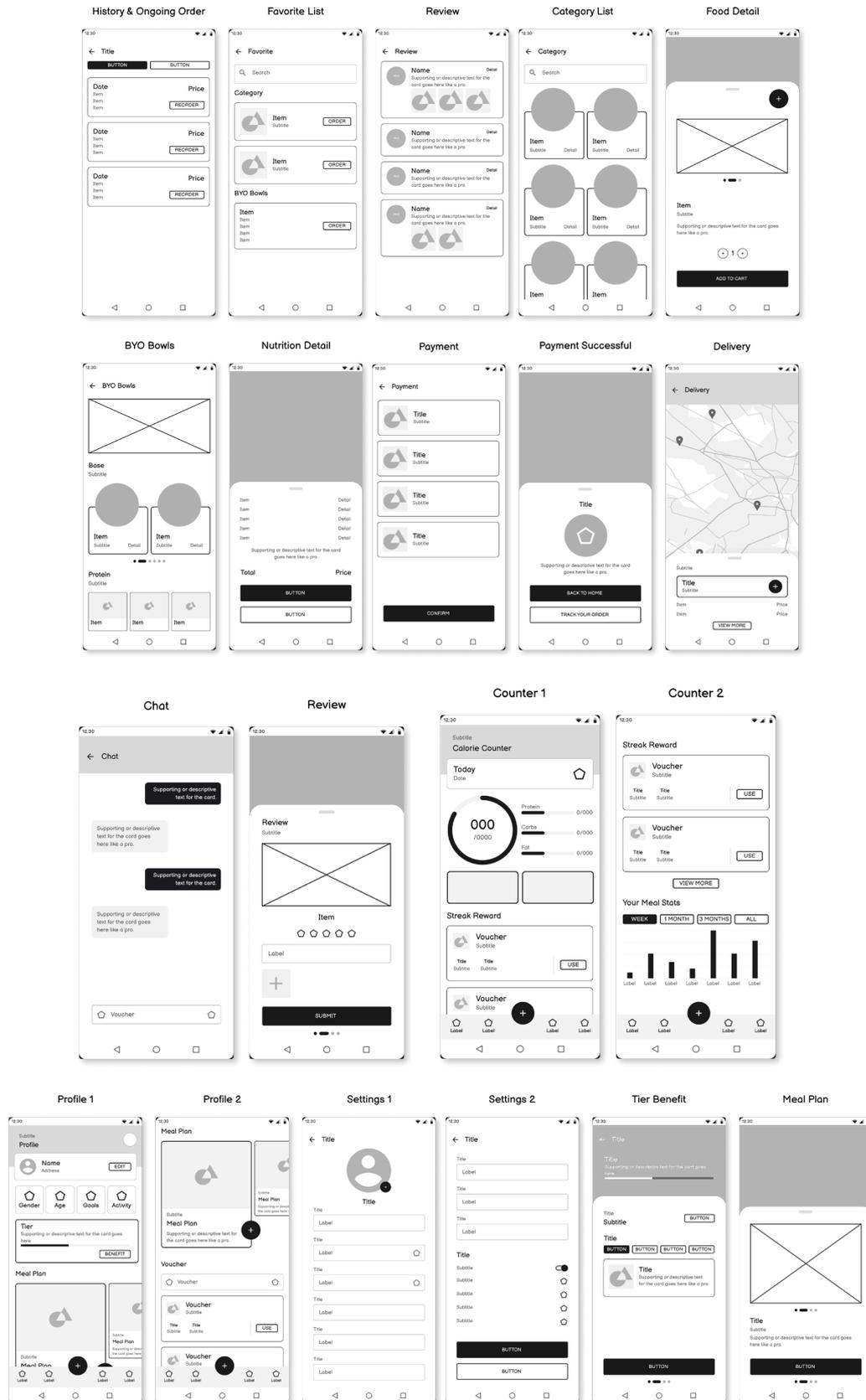
Gambar 18 Modular Grid (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

Margin kiri dan kanan berukuran 16px. Kemudian untuk *modular grid*, penulis menggunakan ukuran lebar dan tinggi kolom sebesar 8px untuk dapat mengatur elemen-elemen yang lebih kompleks dan lebih kecil. Pada umumnya *modular grid* ini digunakan untuk mengatur posisi teks dan komponen yang berada dalam sebuah *card*.

Low-fidelity Wireframe

Low-fidelity wireframe divisualisasikan menggunakan aplikasi Figma. Berikut ini merupakan beberapa contoh *low-fidelity wireframe* pada media iPhone 14 dengan ukuran *viewport* sebesar 390px x 844px.





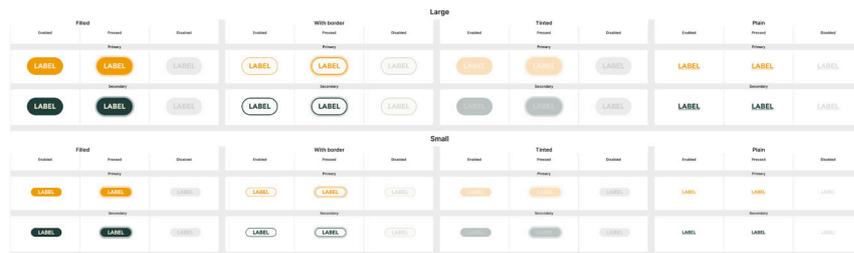
Gambar 19 Low-fidelity Wireframe (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

User Interface Kit

Dalam merancang *interface* sebuah aplikasi *mobile* diperlukan adanya komponen visual yang dapat menjadi pemicu dilakukannya sebuah aksi tertentu. Untuk dapat mempermudah proses perancangan, maka terlebih dahulu dibuat *user interface kit* untuk menghasilkan visual aplikasi yang konsisten (Babich, 2021).

1. States

Setiap komponen *interface* harus secara jelas dapat membedakan kondisi yang dialami oleh pengguna. Oleh karena itu, dengan mempertimbangkan identitas warna dari *brand*, *states* dibagi dalam tiga keadaan visual yang berbeda, yaitu “*default*”, “*pressed*”, dan “*disable*”. Berikut merupakan *states* yang digunakan pada aplikasi GoG.



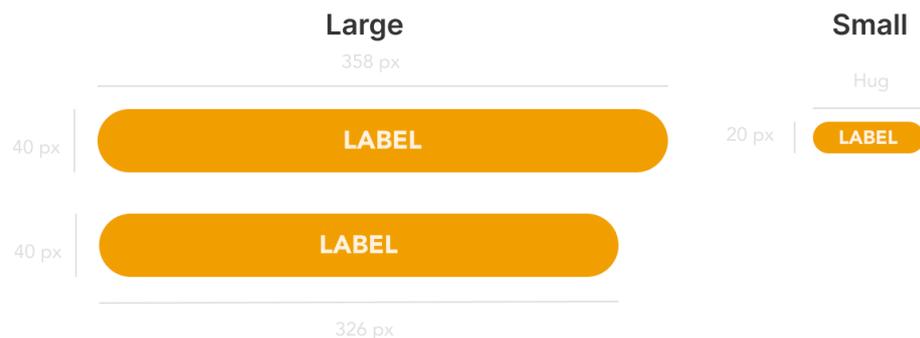
Gambar 20 States (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

2. Buttons

Penggunaan *buttons* sebagai sebuah elemen interaktif yang memungkinkan adanya interaksi dengan system untuk mencapai suatu tujuan tertentu (Babich, 2016). Terdapat beberapa jenis *button* yang digunakan:

- *Filled Button*

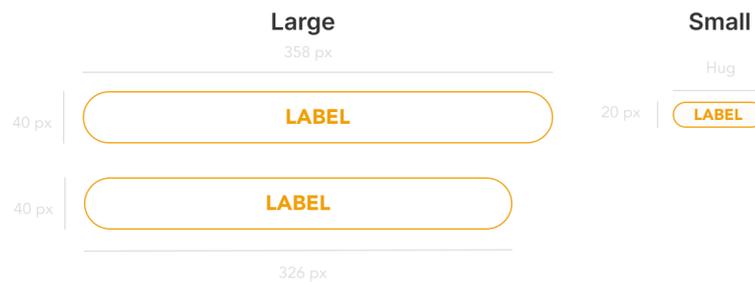
Filled button merupakan *button* utama dan biasanya menjadi *point of interest* yang dapat mengarahkan *user* untuk melakukan sebuah tindakan tertentu (Babich, 2016). Umumnya *button* ini digunakan sebagai *main button*.



Gambar 21 Filled Button (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

- *Ghost Button*

Ghost button merupakan *button* dengan hierarki kedua (*secondary button*) yang biasanya digunakan untuk tindakan yang bersifat sekunder dan bukan merupakan fokus tindakan utama (Babich, 2016).



Gambar 22 Ghost Button (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

- **Text Button**

Text button adalah *button* dengan hierarki terendah dan kepentingannya berada di bawah *filled* dan *ghost button*. Oleh karena itu, secara visual *button* ini tidak terlihat terlalu menonjol karena hanya menggunakan *text* (Babich, 2016).



Gambar 23 Text Button (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

- **Image Button**

Image button biasanya merupakan *button* yang terdiri dari gambar maupun ikon yang familier untuk pengguna dan dapat merepresentasikan fungsi dari *button* tersebut (Babich, 2016).



Gambar 24 Image Button (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

- **Toggle Button**

Toggle button merupakan *button* dengan bentuk *switch* dari dua status atau tindakan yang berbeda, seperti untuk fitur *on* atau *off*. Biasanya *button* ini memiliki dua tampilan yang berbeda untuk menunjukkan keadaan aktif/nonaktif (Babich, 2016).



Gambar 25 Toggle Button (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

- **Radio Button**

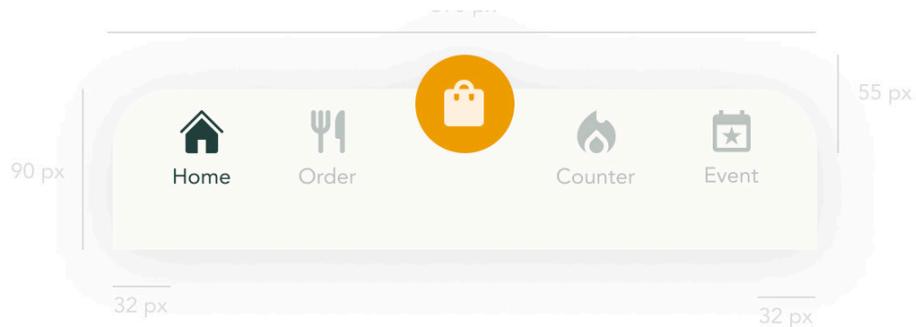
Radio Button adalah *button* dengan bentuk lingkaran yang memungkinkan *user* untuk dapat memilih salah satu opsi atau lebih di antara beberapa opsi yang ada (Babich, 2016).



Gambar 26 Radio Button (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

3. **Navigation Bar**

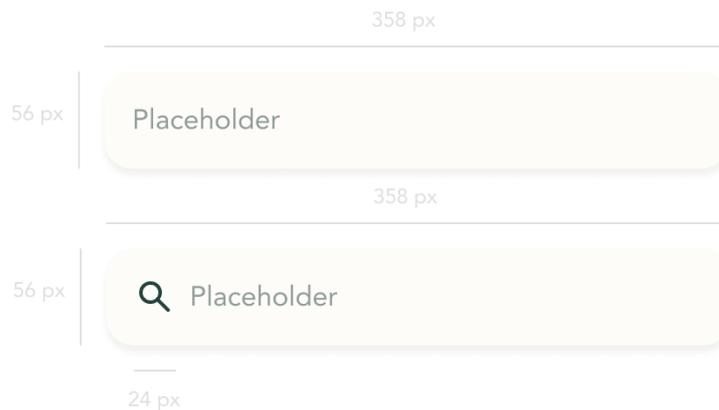
Tipe *navigation bar* yang digunakan adalah *bottom navigation bar*. Letak di bagian bawah ini dapat mempermudah *user* untuk dapat mengakses fitur-fitur utama aplikasi. *Bottom navigation bar* merupakan salah satu *pattern* desain yang populer karena *user* memiliki akses yang mudah untuk fitur utama dari aplikasi tersebut (Babich, 2016).



Gambar 27 Navigation Bar (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

4. **Input Field**

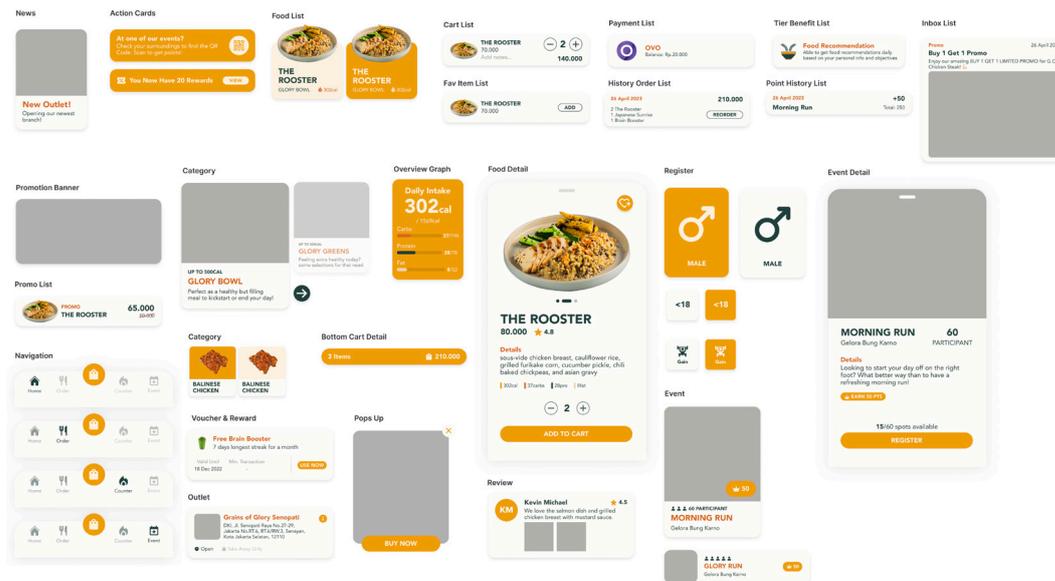
Input field merupakan sebuah elemen *interface* yang digunakan oleh *user* untuk menginput data atau informasi dalam bentuk *form*. Tampilan ini mengharuskan *user* untuk memilih atau menginput data (Six, 2010).



Gambar 28 Input Field (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

5. **Cards**

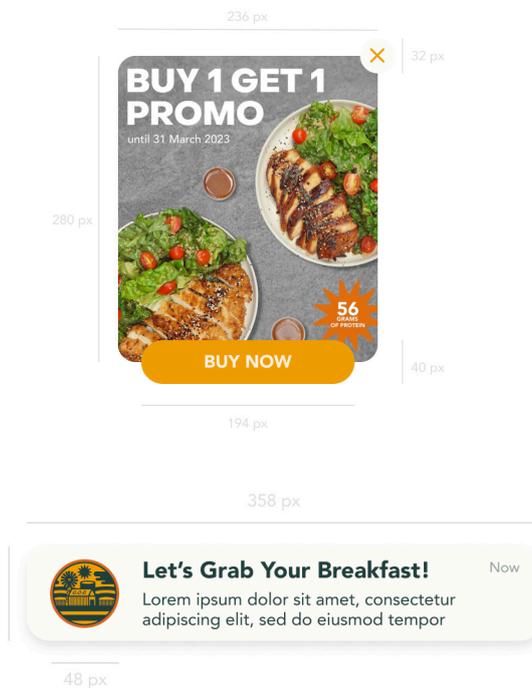
Cards merupakan elemen UI yang menampilkan konten dengan lebih terstruktur atau menarik secara visual (Laubheimer, 2016). Pada *interface* aplikasi GoG, susunan *cards* dibentuk sebagai komponen untuk mempermudah proses perancangan *interface*.



Gambar 29 Cards (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

6. Notification Message

Ini merupakan tipe elemen *user interface* yang digunakan untuk memberikan informasi penting atau relevan dengan aplikasi atau sistem (Bierce, 2013). Terdapat dua jenis *notification message* pada aplikasi GoG, yaitu *banner* dan *pops up*.



Gambar 30 Notification Message (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

High-fidelity Wireframe

Berikut adalah hasil perancangan *high-fidelity wireframe* aplikasi GoG.

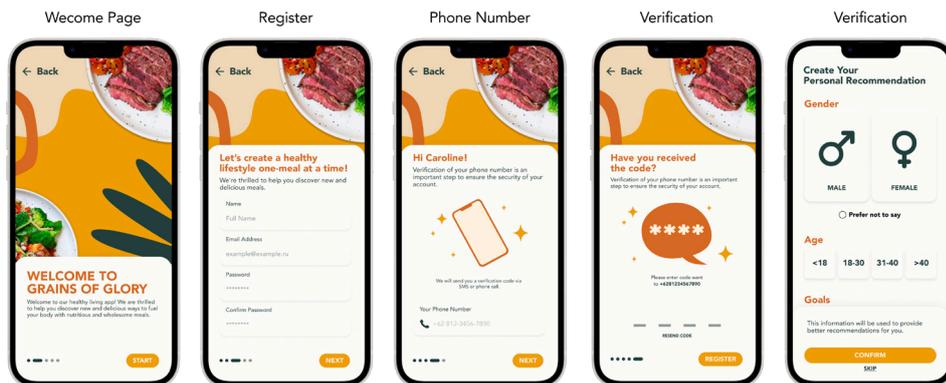
1. App Icon, Splash Screen & Sign In



Gambar 31 Icon App, Splash Screen, Sign In (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

Ketika *user* melakukan unduhan untuk pertama kalinya, *user* pada awalnya dapat langsung melihat-lihat halaman *home page* dan mencoba beberapa fitur yang ada.

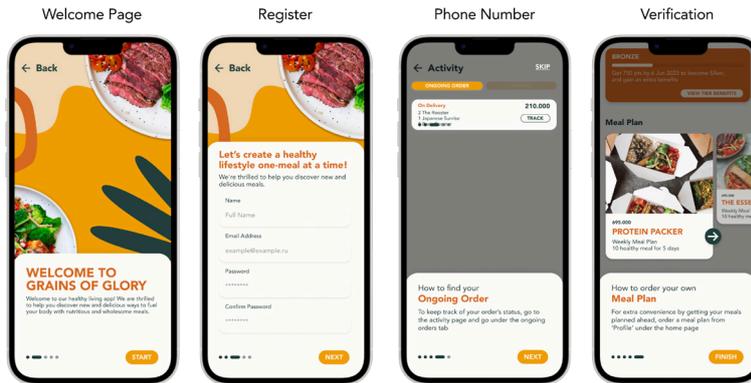
2. Register



Gambar 32 Register Page (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

Halaman ini akan muncul apabila *user* belum memiliki akun, pada halaman ini *user* diminta untuk mengisi dan memasukkan data diri, nomor *handphone*, serta melakukan verifikasi nomor *handphone*.

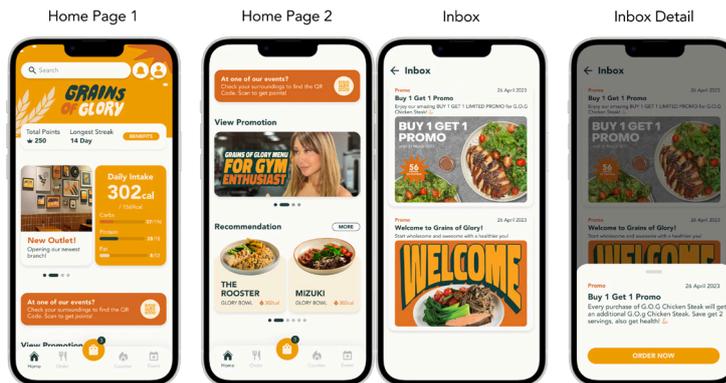
3. Onboarding Page



Gambar 33 Register Page (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

Setelah melakukan registrasi, *user* akan diperlihatkan halaman *onboarding*. Halaman ini dapat membantu *user* untuk memahami aplikasi terlebih dahulu sebelum menggunakannya.

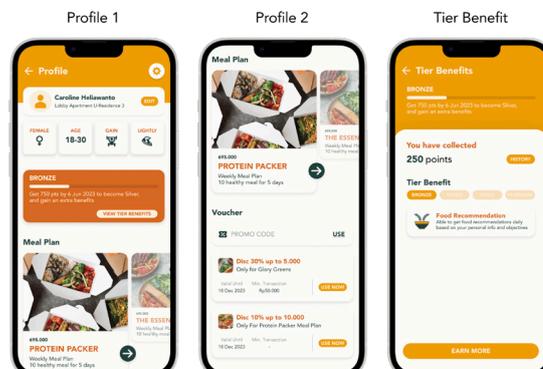
4. Home Page



Gambar 34 Home Page (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

Halaman *home page* merupakan halaman utama aplikasi GoG, menampilkan *overview* dari fitur-fitur penting yang terdapat di dalamnya.

5. Profile

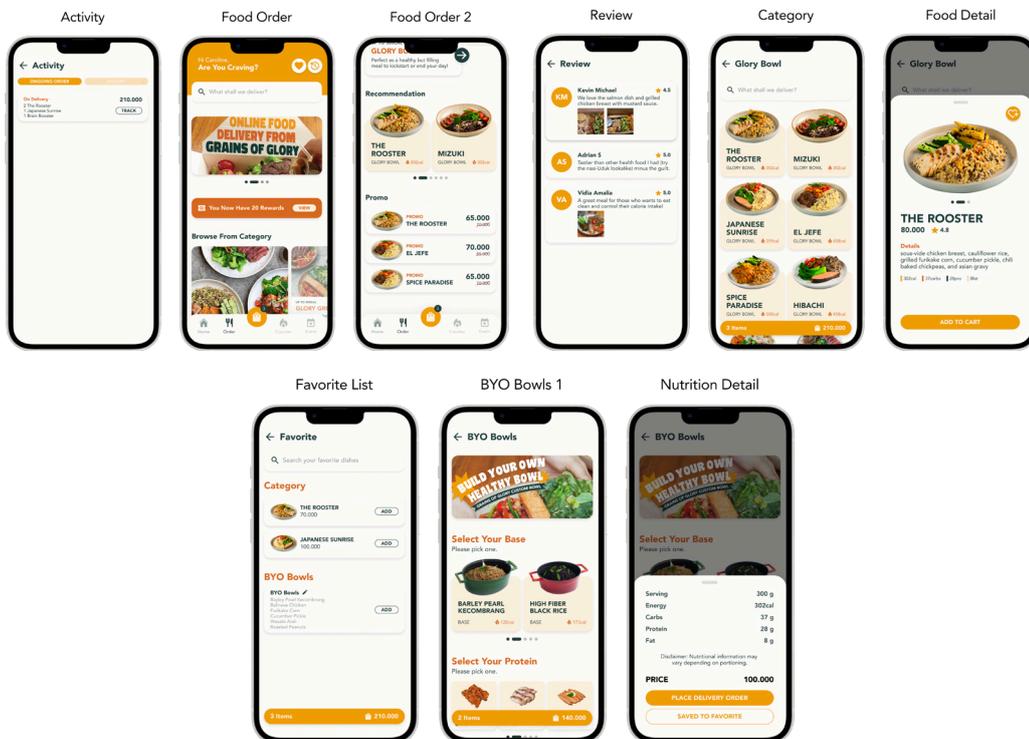




Gambar 35 Profile Page (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

Dalam halaman ini, user dapat mengedit dan mengatur kembali informasi pribadinya, melihat tier saat ini, dan juga membeli meal plan.

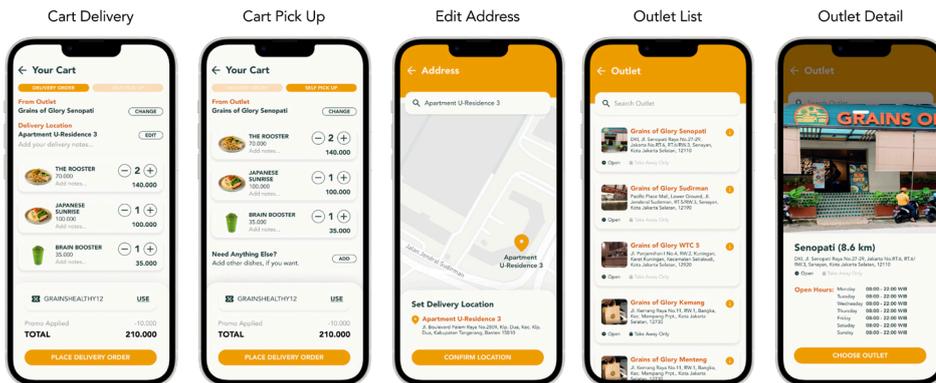
6. Food Order



Gambar 36 Food Order Page (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

Halaman ini merupakan fitur paling utama dari aplikasi GoG. Aplikasi ini memiliki cara kerja yang mirip dengan aplikasi pemesanan makanan *online* pada umumnya, namun perbedaannya utamanya adalah tersedianya fitur untuk mengkustomisasi menu *healthy bowl* yang bernama 'BYO Bowls'—BYO merupakan singkatan dari 'build your own'.

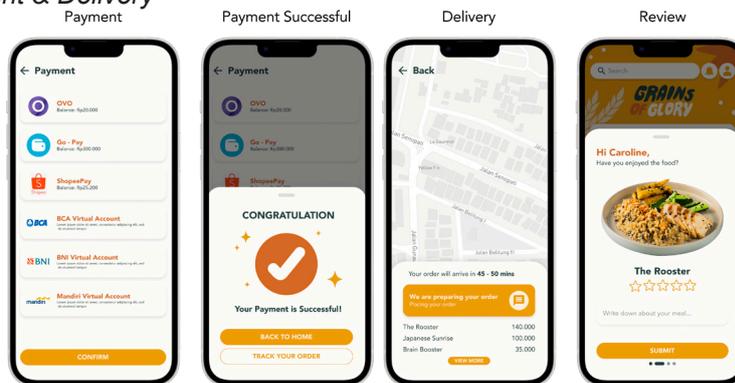
7. Cart



Gambar 37 Cart Page (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

Halaman *cart* ini berisi detail berbagai *item* yang telah ditambahkan oleh *user* dan total harga semua *item* tersebut.

8. Payment & Delivery



Gambar 38 Payment & Delivery Page (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

Setelah melakukan pembayaran, *user* akan dipindahkan ke halaman *delivery*, di mana *user* dapat melihat dan melacak pesannya.

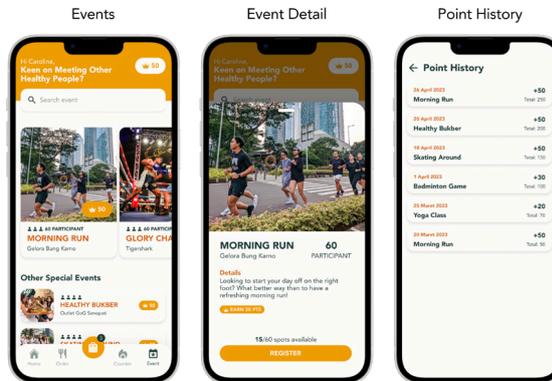
9. Calorie Counter



Gambar 39 Calorie Counter Page (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

Halaman ini merupakan *secondary feature* aplikasi GoG, yaitu fitur *lifestyle* yang berfungsi untuk menghitung jumlah kalori dan nutrisi produk GoG yang telah dikonsumsi *user*.

10. **Event**



Gambar 40 Event Page (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

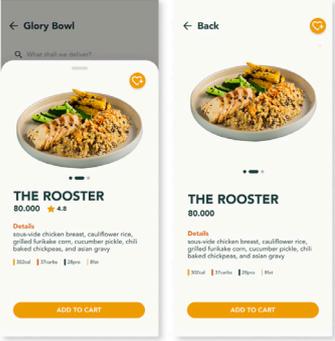
Halaman ini memuat beberapa *event* yang sedang atau akan dilaksanakan oleh GoG.

A/B Testing dan Usability Testing

Dalam perancangan ini digunakan dua metode pengujian, yaitu *A/B testing* dan *usability testing* menggunakan *platform* berbayar bernama Maze. *A/B testing* adalah metode membandingkan dua atau lebih rancangan *interface* untuk dapat menentukan desain yang lebih efektif untuk mencapai tujuan tertentu, seperti meningkatkan keterlibatan pengguna atau konversi (Birkett, 2022). Pengujian dilakukan dengan membuat 10 pertanyaan yang masing-masing terdiri atas dua versi *interface* untuk dipilih *user*, dengan perbedaan pada beberapa elemen seperti warna *card*, *layout*, serta penempatan *call-to-action (CTA) button*. *User* juga dapat memberikan saran terkait desain yang dipilih. Berikut ditampilkan 4 hasil *A/B testing*, sebagai perwakilan dari total 10 pertanyaan yang dibuat.

Tabel 2 Hasil *A/B Testing*

Interface yang Diuji	Hasil	Keterangan
	<p>74% Orange Card, 26% Yellow Card</p>	<p>74% responden memilih <i>card</i> berwarna <i>orange</i> karena terdapat adanya pembeda dan menjadikan <i>section</i> tersebut sebagai fokus utama. <i>Card</i> tersebut memang merupakan <i>card</i> yang digunakan oleh <i>user</i> ketika ingin mengkonfirmasi kedatangan di sebuah <i>event</i> GoG, sehingga harus dapat diakses dengan mudah.</p>

	<p>60% Overlay the previous page, 40% Full one page for meal plan detail</p>	<p>60% responden memilih tampilan <i>overlay</i> untuk detail <i>item</i>. Beberapa juga memberikan alasan efisiensi ketika memilih <i>layout</i> tersebut. Selain itu, beberapa orang juga berpendapat bahwa tidak berpindah halaman membuat navigasi menjadi lebih cepat dan mudah.</p>
	<p>84% Bottom, 16% Top-right</p>	<p>Untuk <i>layout</i> halaman <i>list item</i>, sebanyak 84% responden memilih posisi tombol keranjang di bagian bawah karena detail harga dapat langsung terlihat jelas dan lebih efisien. Selain itu, beberapa orang juga menganggap bahwa <i>layout</i> ini sudah familier.</p>

Usability testing dilakukan untuk melihat kekurangan dan kelebihan dari rancangan sebuah aplikasi sebelum dipublikasikan. Selain itu, tes ini juga dilakukan untuk dapat mengetahui apakah aplikasi ini dapat memenuhi tujuan perancangan yang telah direncanakan sebelumnya. *Usability testing* ini dilakukan dengan melibatkan 28 responden, di mana 25 di antaranya adalah *tester* ahli (berbayar) Maze.

Dalam pelaksanaan *usability test* ini, *user* diminta untuk mencoba aplikasi GoG secara langsung berdasarkan 15 instruksi tugas atau *task* yang diberikan. Skala penilaian setiap *task* menggunakan persentase untuk mengukur *direct success*, *unfinished*, dan *misclick rate*; sedangkan untuk mengukur kecepatan *user* dalam mengerjakan *task* dibuat dengan menggunakan ukuran durasi (detik).

Tabel 3 Hasil Usability Testing

No.	Task	Direct Success	Unfinished	Misclick Rate	Avg Duration
1.	Memesan makanan dari halaman 'Food Order'	7,1%	14,3%	37,7%	109,3 s
2.	Membuka halaman <i>inbox</i> untuk melihat pesan, berita, dan notifikasi	0,0%	14,3%	31,9%	44,5 s
3.	Mengedit informasi pada halaman 'Profile'	0,0%	7,7%	58,8%	55,4 s
4.	Mengedit atau mengganti alamat pengiriman	0,0%	0,0%	21,1%	13,9 s
5.	Melakukan <i>scan</i> QR untuk mengkonfirmasi kehadiran pada sebuah <i>event</i>	3,7%	3,7%	40,4%	30,5 s
6.	Melihat 'Cart' pemesanan dan melakukan <i>check out</i>	3,7%	7,4%	26,0%	30,7 s
7.	Melakukan pemesanan dengan metode <i>pick up</i> , serta memilih <i>outlet</i> yang diinginkan	3,8%	3,8%	29,3%	35,5 s
8.	Membeli dan berlangganan 'Meal Plan'	4,2%	12,5%	26,0%	44,1 s
9.	Memesan makanan melalui fitur <i>recommendation</i>	0,0%	18,8%	16,9%	25,9 s
10.	Melihat dan melacak pesanan yang sedang berjalan atau diproses	11,1%	0,0%	33,1%	27,0 s
11.	Melihat <i>tier</i> dan juga <i>benefit</i> yang diperoleh dari <i>tier</i> tersebut	0,0%	11,1%	18,3%	39,9 s
12.	Melihat <i>history</i> pemesanan makanan	0,0%	19,2%	27,4%	62,9 s
13.	Membuka halaman 'Calorie Counter' untuk melihat jumlah kalori harian	0,0%	0,0%	14,0%	6,9 s
14.	Berpartisipasi dan mendaftar di salah satu <i>event</i> yang sedang diselenggarakan	3,7%	7,4%	24,9%	18,2 s
15.	Melihat <i>history</i> jumlah poin yang diperoleh	0,0%	0,0%	28,3%	24,7 s
Rata-rata		2,5%	8,0%	29,0%	37,9 s

Dari rata-rata keempat kategori pengukuran, rendahnya *direct success* (2.5%) menunjukkan banyak *tester* yang keluar dari alur yang seharusnya mereka lalui karena aspek *familiarity* dan *clarity* dari prototipe ini masih kurang optimal. *Unfinished* sebesar 8% dan *misclick rate* sebesar 29% dinilai cukup baik, karena mayoritas pengujian dapat menyelesaikan *task* dan mengetahui tombol atau bagian layar yang seharusnya mereka tekan untuk maju ke langkah selanjutnya. *Average duration* sebesar 37.9 detik menunjukkan efisiensi penggunaan aplikasi cukup baik, namun memang ada *task* yang diselesaikan dengan sangat singkat, dan ada yang jauh lebih lama dari ekspektasi, sehingga perlu diteliti lebih lanjut pada *task* tersebut di tahap penyempurnaan aplikasi.

SIMPULAN & REKOMENDASI

Tujuan yang penelitian, yaitu perancangan aplikasi yang dapat membantu *user* dalam menerapkan gaya hidup sehat, dinilai telah cukup tercapai sesuai dengan prinsip UI dan UX yang telah dijabarkan di subbab Studi Pustaka, namun terdapat beberapa kekurangan dalam aspek *familiarity* dan *clarity*, yang diindikasikan dari hasil *usability testing* di atas. Karena perancangan aplikasi bersifat iteratif, hal ini dapat diperbaiki di tahap penyempurnaan rancangan selanjutnya, maka sebagai kesimpulan sekaligus rekomendasi, dapat dinyatakan bahwa tahap pengujian sangat bermanfaat dalam merancang sebuah aplikasi. Penggunaan *platform* yang dapat membantu pengujian juga sangat memudahkan, sehingga disarankan dapat disediakan anggaran khusus untuk hal ini dalam perancangan sebuah aplikasi.

DAFTAR PUSTAKA

Ambrose, G., & Harris, P. (2011). *Layout* Gavin Ambrose Paul Harris | PDF (2nd ed.). AVA Publishing SA.

Andrew, R. (2011). *A Simple Web Developer's Color Guide*. Smashing Magazine. <https://www.smashingmagazine.com/2016/04/web-developer-guide-color/>

Babich, N. (2016). *Mobile UX Design: List View and Grid View*. UX Planet. <https://uxplanet.org/mobile-ux-design-list-view-and-grid-view-8f129b56fd5b>

Babich, N. (2021). *What Is a UI Kit? Examples & How to Use*. Adobe. <https://xd.adobe.com/ideas/process/ui-design/what-is-a-ui-kit/>

Bierce, K. (2013). *Notification Design Strategies*. UX Booth. <https://www.uxbooth.com/articles/notification-design-strategies/>

Birkett, A. (2022). *What is A/B Testing? The Complete Guide: From Beginner to Pro*.

Deacon, P. (2020). *UX & UI Design Strategy: A Step By Step Guide on UX and UI Design*.

Laubheimer, P. (2016). *Cards: UI-Component Definition*. Nielsen Norman Group. <https://www.nngroup.com/articles/cards-component/#:~:text=Summary%3A%20%E2%80%9Ccard%E2%80%9D%20is,visually%20resembling%20a%20playing%20card.>

Lutteroth, C., & Weber, G. (2006). *User Interface Layout with Ordinal and Linear Constraints*. Department of Computer Science The University of Auckland.

Martin, B., & Hanington, B. (2012). *Universal Methods of Design: 100 Ways to Research Complex Problems, Develop Innovative Ideas, and Design Effective Solutions* (Digital ed). Rockport Publishers.

McElroy, K. (2016). *Prototyping for Designers: Developing the Best Digital and Physical Products*. O'Reilly Media, Inc. <https://learning.oreilly.com/library/view/prototyping-for-designers/9781491954072/>

Morzuch, M. (2022). *How moodboards can help you create an excellent UI design?* BOLDARE.

Payara, G. R., & Tanone, R. (2018). Penerapan Firebase Realtime Database Pada Prototype Aplikasi Pemesanan Makanan Berbasis Android. *Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, 4, 397–406.

Six, Janet. M. (2010). *Label Alignment in Long Forms | Paper Prototyping for Engineers*. Label Alignment in Long Forms | Paper Prototyping for Engineers. <https://www.uxmatters.com/mt/archives/2010/01/label-alignment-in-long-forms-paper-prototyping-for-engineers.php>

Tips and tricks for making a UX flowchart. (2018). Justinmind. <https://www.justinmind.com/blog/tips-and-tricks-for-making-a-ux-flowchart/#:~:text=A%20UX%20flowchart%20helps%20you,meet%20their%20needs%20more%20efficiently.>

Usmani, F. (2022). *What is a Creative Brief? Definition, Examples & Templates*. <https://pmstudycircle.com/creative-brief/>

Zuliatunis, I. (2019). *Gaya Hidup Serba Instan Generasi Milenial*. Kompasiana. <https://www.kompasiana.com/imazuliatunis/5d1a4047097f3619a061aa52/gaya-hidup-serba-instan-generasi-milenial>