

PERANCANGAN DESAIN *USER INTERFACE* APLIKASI KABITA UNTUK MENGINFORMASIKAN KULINER STREET FOOD KOTA BANDUNG

Diwan Setiawan¹, Sri Wulandari²

Fakultas Komunikasi dan Desain, Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia

diwansetiawan@unibi.ac.id¹, sriwulandari1697@gmail.com²

Abstrak

Kota Bandung merupakan kota yang mempunyai beranekaragam kuliner, hal tersebut menjadikan kota ini sebagai kota tujuan wisata kuliner yang banyak diminati oleh para wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Berdasarkan data dari Dinas kebudayaan dan Pariwisata kota Bandung, kota ini memiliki kuliner *street food* legendaris yang sangat diiminati oleh para pecinta kuliner yang berkunjung ke kota ini. Kuliner *street food* berupa jajanan yang telah ada dari sejak lama dengan rasa yang autentik serta cerita dibalik makanan tersebut, beberapa makanan kuliner *street food* yang populer diantaranya bandros, combro, colenak, ketan bakar, cireng dan lainnya. Pesatnya pekembangan potensi kuliner dikota ini menyebabkan banyaknya kuliner *street food* baru yang memperkaya keanekaragaman kuliner di Kota Bandung sehingga pecinta kuliner membutuhkan sebuah media informasi yang berisi informasi terkait kuliner dikota ini, terutama kuliner *street food* asli Bandung yang mulai sulit ditemukan. Melalui metode kualitatif dan teknik pengumpulan data dengan cara studi lapangan berupa observasi, wawancara dan kuisioner, maka diperlukan perancangan media informasi berbasis aplikasi. Hasil akhir dari penelitian ini berupa perancangan desain *user interface* untuk media yang menginformasikan kuliner *street food* kota Bandung. Terinspirasi dari kata *kabita* yang berasal dari bahasa Sunda yang artinya tergoda untuk mencicipi makanan dipilih menjadi nama aplikasi yang menginformasikan kuliner *street food* di kota Bandung yang bertujuan mempermudah wisatawan pecinta kuliner untuk mendapatkan informasi tersebut.

Kata kunci: Kota Bandung, kuliner, aplikasi, *user interface*

Abstract

Bandung is a city that has a variety of culinary, it makes this city as a culinary tourism destination that highly demanded by both domestic and foreign tourists. Based on data from the Department of Culture and Tourism of Bandung, Bandung has a legendary street food culinary that is highly favored by culinary enthusiasts who visit this city. Street food culinary is snacks that have been around for a long time with authentic flavors and stories behind, some of popular street food culinary are bandros, combro, colenak, ketan bakar, cireng and others. The rapid development of culinary potential in this city has caused many new street foods that enriches culinary diversity in Bandung so that culinary enthusiasts need an information media contains of information about culinary in this city, especially authentic street food culinary which is starting to be hard to find. Through qualitative methods and data collection techniques by means of field studies such as observation, interviews and questionnaires, it is necessary to design an application-based information media. The final results of this research is user interface design for the media that informs Bandung street food culinary. Inspired by the word kabita which comes from Sundanese means tempted to taste food, was chosen as the name of the application that informs culinary street food in the city of Bandung that aims to facilitate culinary enthusiasts to get that information.

Keywords: Bandung, culinary, applications, *user interface*

1. PENDAHULUAN

Kota Bandung merupakan salah satu kota besar di Indonesia yang secara letak geografis terletak di wilayah dataran atas yang dikelilingi oleh pegunungan. kondisi cuaca dikota ini cenderung sejuk dengan panorama alam yang indah. hal ini meningkatkan daya tarik bagi para wisatawan domestik serta mancanegara untuk menjadikanya kota ini sebagai destinasi wisata baik ketika hari libur maupun berakhir pekan. Sejak masa kolonial Belanda kota Bandung dijadikan tujuan wisata bagi pejabat kolonial Belanda bahkan kota ini mempunyai julukan *De Bloem Der Indische Bergsteden* atau bunganya kota penggunungan di Hindia Belanda, julukan ini selaras dengan lokasi Kota Bandung yang dikelilingi oleh pegunungan serta panorama alam yang indah

Beragam daya tarik kota Bandung telah dikenal lama oleh para wisatawan, salah satunya adalah wisata kuliner, wisata ini menjadi salah satu tujuan utama wisatawan untuk berkunjung ke kota ini, terlihat dari banyaknya wisatawan domestik yang berasal dari beberapa kota besar untuk menghabiskan hari raya, akhir pekan serta libur panjang menikmati wisata dikota ini. 80% wisatawan domestik yang berkunjung ke kota ini berasal dari Jakarta hal ini terjadi karena jarak kota yang tidak jauh serta berbagai moda transportasi serta sarana dan prasarana yang mendukung sehingga mereka menjadikan kota Bandung sebagai tujuan destinasi berwisata. Menurut data yang himpun oleh Dinas kebudayaan dan pariwisata (Disbudpar) Kota Bandung sebanyak enam juta wisatawan Jakarta mengunjungi kota Bandung tiap tahunnya¹.

Wisata kuliner yang banyak dicari oleh para wisatawan sangat beragam, mulai dari kuliner mewah yang ditawarkan berbagai *café*, restoran

hingga hotel hingga kuliner pinggir jalan yang terkenal dengan istilah *street food*, Makanan atau minuman siap santap yang dijual di jalanan atau area publik, oleh penjual keliling, kadang-kadang dari tenda atau kios yang mudah dibereskan. Kebanyakan *street food* dibagi ke dalam jenis makanan *finger food* (makanan yang bisa dimakan dengan jari tangan) dan *fast food* (makanan cepat saji), Menurut penelitian yang digelar pada tahun 2007 study dari *Food and Agriculture Organization*, 2,5 miliar orang mengkonsumsi jajanan jalanan setiap hari². Potensi kuliner *street food* di kota Bandung yang jumlahnya semakin meningkat terlepas dari dampak yang ditimbulkan tentu kedepan akan mampu menggerakkan perekonomian lokal. Sejak 1991, Bandung sudah diposisikan sebagai sentral kuliner nusantara karena memiliki jumlah rumah makan terbanyak di Indonesia. Bandung adalah gudang makanan bagi para pecinta kuliner legendaris Kota Bandung. Bandung cukup menawan hati dengan produk-produk kulinernya³ hal ini menjadikan kuliner *street food* menjadi salah satu wisata kuliner yang dituju oleh para wisatawan.

Melihat fenomena diatas mengenai potensi wisata kuliner *street food* dikota Bandung yang sangat diminati oleh para wisatawan tentunya dibutuhkan sebuah media informasi yang memudahkan mereka untuk mengakses setiap informasi mengenai *street food* yang ada di Kota Bandung, media yang informatif serta mudah dijangkau oleh wisatawan sehingga mereka bisa mengetahui lokasi, profil serta informasi yang berkenaan dengan kuliner *street food* ini.

2. KAJIAN PUSTAKA

User interface berasal dari kata bahasa Inggris yang artinya merupakan bentuk tampilan grafis yang terhubung dengan pengguna secara langsung sehingga pengguna dapat berinteraksi dengan

¹ Garry Anrew Lotulung, 2017. Wisatawan Bandung melalui, <http://lifestyle.kontan.co.id/ridwan-kamil-wiatawan-bandung-dari-indonesia>. Diakses pada tanggal 30 Januari 2019, pkl 22:53 WIB

² Destinasi Bandung. melalui <http://www.destinasibandung.co.id/street-food-yang>

lagi-kekinian-di-bandung.html. Diakses pada 27 Juni 2019 pkl 02.40 WIB

³ Deni Apriyadi. Kuliner Bandung melalui https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle_Kuliner Bandung . Diakses pada 27 Juni 2019 pkl 02.40 WIB

sistem operasi. Pada pengertiannya Desain antar muka atau dapat disebut *User interface* merupakan salah satu bagian dari sistem informasi dan komunikasi antar pengguna yang dimana kegiatannya memerlukan interaksi dari pengguna menggunakan sistem pada program baik aplikasi, *website*, *mobile* ataupun *software*. *User interface*⁴. dalam penelitian ini yang menjadi fokus peneliti adalah merancang desain *user interface* aplikasi *kabita*, aplikasi ini akan menjadi *prototype* media informasi mengenai kuliner *street food* dikota Bandung yang akan mempermudah para wisatawan untuk mendapatkan informasi mengenai profil kuliner *street food* ketika mereka berwisata ke kota Bandung

Proses pembuatan *prototype user interface* aplikasi *kabita* akan mengikuti langkah-langkah perancangan antar-muka sebagai berikut :

1. User research

Pada tahap *User research*, seorang desainer perlu melakukan riset dan analisa calon *user* ini bertujuan untuk menganalisa dan mengetahui mengenai kebutuhan *user* dengan teknik pendekatan secara hati kehati atau wawancara.

2. Desain dan *prototype*

Pada tahap rancangan awal yang perlu dilakukan pertama kali dalam membuat desain adalah sketsa, dimana pelaksanaannya menggabungkan antara Grid, *Layout*, dan konten serta unsur desain yang dibutuhkan menjadi sebuah sketsa awal atau *wireframe*. Sketsa awal ini menjadi pratinjau awal dalam menentukan fungsi antar muka atau yang disebut (*Prototype*).

3. Evaluasi

Pada tahap terakhir evaluasi merupakan kegiatan memasukan semua hasil sketsa menjadi sebuah proses desin untuk menentukan nilai kualitas dan fungsi desain pada pengguna.

Hakikatnya desain antar muka akan dikatakan bagus jika dapat dijalankan dengan baik (berfungsi), dimana fungsinya adalah menghubungkan pengguna dengan sistem operasi baik berada dalam komputer maupun jenis gadget lainnya. Pada prinsipnya *user interface* haruslah dimengerti pengguna dan mengandung unsur estetik ini di bertujuan agar pengguna tidak mudah bosan dan akan terus menerus kembali ke sistem operasi.

Berikut merupakan 5 tipe prinsip dalam membuat rancangan desain antar muka :

1) *User familiarity* Pada prinsip ini membuat sebuah rancangan yang mudah dikenali oleh pengguna dalam menggunakan sistem atau kebiasaan yang sama yang diterapkan dari aplikasi satu ke aplikasi lainnya sehingga mudah dikenali fungsinya.

2) *Consistence*, Kekonsistenan, pada prinsip rancangan ini membuat sebuah konsep yang tidak membingungkan pengguna dalam memakai sistem.

3) *Minimal Surprise* atau minimalisir pengguna kaget pada prinsip ini dimaksudkan untuk operasi sebuah sistem yang sudah diduga oleh pengguna dimana perintahnya telah disediakan.

4) *Recoverability* atau pemulihan, prinsip pemulihan dari rancangan adalah konfirmasi pada sebuah sistem yang merusak atau yang rusak dan ketersediaan menu undo atau kembali kesebelumnya sehingga pengguna yang melakukan kesalahan tidak panik seperti mengetik panjang lalu terhapus.

5) *User Guidance* bantuan, pada sebuah sistem perlu adanya sebuah sistem bantuan yang tersedia pada ikon khusus ini di fungsikan sebagai bantuan kepada penggunanya jika tidak mengerti cara kerja dalam sebuah sistem.

⁴ Supriyono, Rakhmat. 2017. Desain Komunikasi visual prinsip desain. Yogyakarta halaman 88-96

6) *User diversity* atau keberagaman, maksud dari keberagaman dalam desain antar muka adalah fasilitas yang diberikan sistem kepada penggunanya agar lebih mempermudah penggunanya dalam menggunakan sistem operasi.⁵

3. METODE PENELITIAN

Peneliti menggunakan metode kualitatif perancangan ini, sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta di lapangan yang didukung oleh data yang didapatkan dari hasil observasi serta wawancara secara mendalam untuk memahami suatu sikap, pandangan, perasaan dan perilaku obyek yang diamati, baik perorangan maupun sekelompok orang (komunitas), mengenai fenomena yang terjadi di lapangan.

Data-data dalam penelitian kualitatif adalah data berupa fenomena atau kejadian sehingga dalam penelitian ini diperlukan teknik-teknik pengumpulan data yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan data informasi yang berkaitan dengan objek yang diteliti dalam pengerjaan tugas akhir ini. Peneliti melakukan wawancara kepada humas dinas kebudayaan dan pariwisata Kota Bandung
- b. Peneliti melakukan observasi lapangan secara partisipasi langsung, agar mendapatkan suatu pandangan yang mendalam tentang keadaan dan situasi yang terjadi di lingkungan, serta kondisi terkini objek diteliti meliputi kejadian-kejadian perilaku yang dilihat untuk mendukung penelitian yang sedang dilakukan. Observasi dilakukan terhadap wisatawan domestik yang berada di lokasi kedatangan stasiun Bandung, lokasi

kuliner *street food*, Disbudpar serta lokasi wisata yang ada di Kota Bandung.

- c. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadi atau hal-hal yang ia ketahui. Kuesioner atau angket di berikan kepada wisatawan domestik yang berasal dari kota Jakarta untuk mengetahui informasi yang mereka butuhkan terkait kuliner *street food* Bandung serta media informasi yang mereka anggap efektif dan efisien untuk mereka mendapatkan informasi .
- d. Studi dokumen yaitu pengumpulan beberapa data seperti gambar, kumpulan foto atau obyek – obyek yang ditemukan di lapangan selama penelitian dilakukan. Dokumen berupa buku-buku yang diperoleh dari perpustakaan dan jurnal yang didapat dari internet, seperti buku desain *User interface* dan *User Experience*, buku Pengantar Desain Komunikasi Visual, data wisatawan dari Disbudpar Kota Bandung .

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Strategi Perancangan

Proses perancangan desain *user interface* aplikasi kabita untuk menginformasikan kuliner *street food* di Kota Bandung terbagi menjadi tiga tahap yakni, tahap *user research*. tahap desain dan *prototype* serta tahap evaluasi, pada penelitian ini peneliti hanya fokus di dua tahap yakni tahap *user research* dan tahap desain serta *prototype*. tahapan perancangan tersebut dilakukan untuk membuat desain yang informatif, efektif dan efisien.

⁵ Harjoko, agus dan Suteja R, Bernard. 2008. Perancangan *user interface*E-learning berbasis web. (Yogyakart) halaman 36

4.2 User research

Pada tahap ini menganalisis profil dari pengguna aplikasi berdasarkan data-data yang didapatkan dari hasil observasi, wawancara serta studi pustaka yang berkaitan dengan target audiens serta objek kuliner streetfood yang akan dijadikan prototype desain *user interface*. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) kota Bandung terkait jumlah wisatawan domestik dan mancanegara seperti tertera pada tabel berikut:

Tahun	Wisatawan		Jumlah
	Mancanegara	Domestik	
2011	225 585	6 487 239	6 712 824
2012	176 855	5 080 584	5 257 439
2013	176 432	5 388 292	5 564 724
2014	180 143	5 627 421	5 807 564
2015	183 932	5 877 162	6 061 094
2016	173 036	4 827 589	5 000 625

Sumber/Souce: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung

Tabel 4.1
Jumlah wisatawan Mancanegara dan domestik di
Kota Bandung, 2019

Sumber: Dinas kebudayaan dan pariwisata kota
Bandung

Pada tahun 2016 jumlah wisatawan domestik sebanyak 4.827.589 serta wisatawan mancanegara 173.036, dari data diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah wisatawan domestik lebih banyak disbanding wisatawan mancanegara, dapat disimpulkan bahwa aplikasi yang dirancang untuk wisatawan domestik.

Keanekaragaman kuliner di Kota Bandung terutama kuliner *street food* Kota Bandung sendiri yang terdiri dari berbagai keanekaragaman mulai dari yang tradisional hingga yang kekinian zaman sekarang yang menyimpan banyak potensi untuk dikembangkan dalam potensi wisata kuliner Khas Kota Bandung wisata kuliner menjadi salah satu alternatif disamping pilihan jenis wisata lainnya seperti wisata budaya, wisata alam dan wisata bahari yang sudah lebih dahulu dikenal, oleh wisatawan yang datang ke Kota Bandung

Berdasarkan observasi serta wawancara dengan Dinas kebudayaan dan pariwisata kota Bandung menyatakan bahwa terdapat *street food* yang menjadi legenda dikota Bandung karena memiliki rasa yang otentik, kuliner tersebut sering dipromosikan oleh Disbudpar kuliner *street food* tersebut diantaranya:

1. Bandros
2. Misro
3. Comblo.
4. Surabi
5. Ketan Bakar
6. Batagor
7. Gehu Pedas
8. Seblak
9. Cilok
10. Kerupuk Banjur
11. Cireng
12. Awug

Hasil Wawancara Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung. Menurut Bapak Ramdhani selaku bagian seksi promosi dan destinasi wisata Bidang Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bandung yang peneliti wawancarai pada tanggal 23 Maret 2019 pada pukul 13.40 WIB menjelaskan bahwa Disbudpar sendiri sering melakukan *event-event* yang menghadirkan promosi makanan tradisional atau *Street food* di berbagai *event* yang mereka lakukan, mereka juga melakukan promosi dengan sosial media seperti Instagram, Facebook, maupun Website Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. Banyak wisatawan lokal, domestik maupun mancanegara, yang datang ke *event* mereka tergantung besar atau kecilnya *event* tersebut. Disbudpar juga saat ini sedang membuat program yang nama program tersebut adalah BARATA (Bandung Rasnya Nyata) yang membuat wisatawan merasa sedang berada di Bandung harus khasnya Bandung yang diadakan di hotel-hotel yang mengangkat tentang makanan legendaris atau makanan khas Kota Bandung sendiri.

Hasil angket disebarluaskan peneliti kepada sampel target audiens yakni wisatawan domestik

yang berada di kedatang stasion bandung dapat disimpulkan bahwa sebanyak 46% dari sampel target audiens menyatakan bahwa mereka sering berkunjung ke kota Bandung dan 38% bertujuan untuk berwisata kuliner, 40% dari kuliner yang dicari merupakan kuliner tradisional disbanding kuliner modern serta kuliner kekinian, dari 12 kuliner *street food* legendaris yang ada dikota Bandung, tiga jenis kuliner yang paling banyak diminati yakni Surabi, cilok serta ketan bakar. Sebanyak 62 % dari sampel target audiens mengetahui mengenai informasi kuliner tidak mengetahui profil kuliner dan tertarik jika ada aplikasi yang menginformasikan info tersebut.

4.3 Desain dan *prototype*

Tahapan ini merupakan tahapan dimana peneliti mulai membuat ide rancangan *user interface* untuk aplikasi media informasi kuliner *street food* dikota Bandung, berdasarkan dari data *user research* maka dalam perancangan media akan dilakukan pendekatan pendekatan berupa strategi komunikasi, strategi pesan,strategi kreatif serta strategi visual untuk membuat media tersebut.

4.3.1 Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi pada proses perancangan desain *user interface* ini menggunakan model *AISAS* yakni melakukan pendekatan secara efektif kepada target audiens dengan melihat perubahan perilaku yang terjadi khususnya terkait media internet, dalam perancangan media ini disusun pendekatan sebagai berikut:

1..*Attention*

Pada tahapan ini akan dirancang naming serta logo aplikasi, media pendukung berdasarkan data dan fakta hasil obesarvasi, wawancara serta studi pustaka.

2.*Interest*

Merancang desain antar muka yang menarik dengan gabungan gaya ilustrasi serta fotografi dari kuliner *street food* yang akan menjadi sampel

pada desain dan *prototype* aplikasi, merancang desain antar muka untuk fitur aplikasi seperti ikon-ikon menarik pada aplikasi, merancang desain promosi yang efektif dan efisien untuk mempromosikan aplikasi.

3. *Search*

Mendorong keinginan target audiens untuk mencari informasi mengenai aplikasi melalui media iklan yang ditampilkan di media sosial selain itu pencarian informasi mengenai aplikasi target audiens.

4. *Action*

Target audiens memberikan respon berupa tindakan menginstal aplikasi Kabita.

5. *Share*

Setelah target audiens mengetahui informasi tentang makanan tradisional kota Bandung kemudian mereka akan membagikan informasi kepada audiens melalui fitur aplikasi kabita sendiri dan sosial media.

4.3.2 Strategi Pesan

Strategi pesan pada proses perancangan ini menampilkan pesan dengan mempertimbangkan beberapa pendekatan sebagai berikut:

1. Pendekatan Rasional

Pendekatan ini merupakan komunikasi yang dilakukan secara logis. Di mana penyampaian informasi dijabarkan berdasarkan fakta-fakta yang ada dan akurat termasuk dari pengumpulan data makanan *street food* kota Bandung sehingga calon pengguna aplikasi menerima informasi yang mereka butuhkan.

2. Pendekatan Emosional

Pendekatan secara emosional melalui tampilan aplikasi yang menarik dan fitur-fitur seperti daftar makanan, info makanan, resep makanan, *order*, dan akun pengguna, obrolan.

3. Pendekatan Artistik

Pendekatan ini adalah bentuk pengolahan visualisasi yang dikombinasikan dengan

menggunakan ilustrasi, fotografi, tipografi, warna, *layout* yang menjadi satu kesatuan yang memiliki daya tarik untuk para calon pengguna aplikasi.

4.3.3 Strategi kreatif

Strategi kreatif dalam perancangan desain *user interface* kabita ini terbagi menjadi dua yakni:

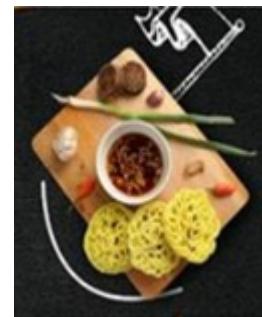
- Merancang *naming* serta logo aplikasi kabita Untuk mendukung tampilan *user interface* yang menarik bagi pengguna maka akan dirancang *naming* serta aplikasi kabita yang nantinya akan terintegrasi ke desain *user interface* dari aplikasi



Gambar 4.1 *Sketch* logo kabita
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2019

memperkuat *brand* dari aplikasi kabita in, maka dirancang desain logonya yang terinspirasi dari inisial aplikasi kabita yakni hurup “K” digabungkan dengan bentuk atau *shape* bentuk alat makan yaitu sendok dan garpu, selain *logo gram* gabungan hurup K dengan sendok dan garpu dibuat pula *logotype* kabita yang berasal dari hurup *script* yang natural .

- Menampilkan gaya fotografi modern pada foto-foto kuliner *street food* yang akan menjadi sampel dalam desain serta *prototype* aplikasi



Gambar 4.3 Sesi “*food photography*” untuk menghasilkan foto yang menarik dengan gaya *rustic minimalis*
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2019



Gambar 4.2 Logo kabita
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2019

Naming dan logo terinspirasi dari istilah bahasa sunda untuk tergoda ketika melihat orang makan, istilah ini disebut “kabita” istilah ini sangat familiar bagi orang Bandung terutama yang bisa berbahasa sunda, penamaan atau *naming* kabita menjadi nama aplikasi dengan visi mengangkat budaya lokal sebagai dasar aplikasi ini, untuk

- Merancang *prototype* aplikasi yang bisa tidak hanya menampilkan foto-foto *street food*, profil tetapi *user interface* memesan kuliner tersebut.

4.3.4 Strategi visual

Strategi visual pada perancangan ini disesuaikan dengan target audiens dari calon pengguna aplikasi yang bersumber dari data *user research*

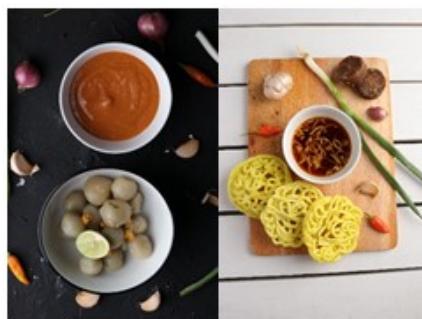
a.Gaya fotografi

Gaya fotografis yang diaplikasikan pada aplikasi yakni gaya *rustic*, minimalis gaya ini dipilih untuk menonjolkan gambaran makanannya dengan properti serta *color grading* foto yang bergaya *rustic*



Gambar 4.4 Foto gaya Rustic minimalis

Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2019



Gambar 4.5 Foto cilok dan kerupuk banjur dengan gaya *rustic* minimalis

Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2019

b.Tipografi

Prinsip keterbacaan desain sangatlah penting karena informasi yang disampaikan melalui media promosi akan sampai kepada audiens, selain pertimbangan tersebut peneliti juga menggunakan jenis *font sans serif*, untuk menggambarkan kesan formal pada aplikasi tersebut, untuk menarik perhatian peneliti juga menggunakan *font source*

sans pro dan *Altair* untuk menjelaskan fitur-fitur aplikasi.

Source Sans Pro

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234456789!@#\$%^&*()_+

THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER
LAZY DOG

Gambar 4.6 Source Sans Pro

Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2019

Pada gambar diatas merupakan gambar *font Source Sans Pro* yang digunakan peneliti dalam karya. Peneliti memilih *font* alasan memilih jenis huruf diatas adalah karena jenis huruf yang simpel, terlihat tegas, modern dan bersifat fungsional.

Altair Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
#%&*()_+
THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER
LAZY DOG

Gambar 4.7 Altair Bold

Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2019

Gambar tersebut merupakan gambar font Altair bold yang digunakan pada *logotype* Kabita, huruf *script* yang modern, simpel, dan terlihat jelas.

c.Warna

Warna memainkan peran yang sangat besar dalam sebuah visual pemilihan warna yang tepat merupakan proses yang sangat penting dalam mendesain identitas visual. Kehadiran warna mampu membawa emosi dan kenangan yang kuat. Warna juga memberikan efek yang besar dalam perasaan ataupun perilaku manusia. Karena itu warna bisa menjadi bahasa non-verbal yang mampu menyampaikan pesan kepada manusia. Pemilihan warna juga ternyata bisa juga

berpengaruh terhadap nafsu makan. Beberapa warna yang mendorong nafsu makan yaitu, kuning, hijau, merah, putih. Peneliti disini memilih warna kuning untuk warna aplikasi dikarenakan warna kuning merupakan warna yang mencolok dan akan menjadi perhatian audiens.

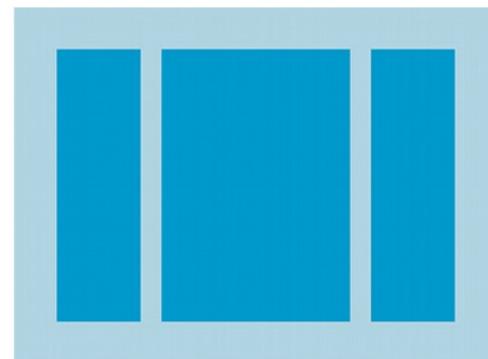


Gambar 4.8 Kode Warna
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2019

Pada gambar diatas menunjukan penamaan serta warna yang dipaka untuk perancangan *user interface* yakni kode #F9C631 untuk warna kuning, kode warna hijau #CDC52D dan abu-abu dengan kode warna #7F7F7F.

d. Layout

Perancangan aplikasi ini akan menggunakan *layout* dengan format linear *layout* pada *user interface*. Format linear *layout* akan digunakan pada menu utama dan juga sebagian besar menu lainnya menggunakan format linear *layout*.



Gambar 4.9 *layout linear*

Sumber:
<https://developer.android.com/guide/topics/ui/layout/linear>, 2019

e. Icon set

Tombol ikon yang terdapat pada aplikasi Kabita menggunakan gaya visual piktogram. Tombol ikon yang dibuat adalah tombol fitur yang ada di aplikasi kabita seperti promo, terdekat, keranjang, *home*, dan order. Penggunaan *icon set* pada aplikasi kabita agar pengguna mengetahui fitur-fitur yang terdapat pada aplikasi tersebut. *Icon set* menggunakan visual piktogram agar terlihat sederhana dan mudah dimengerti oleh pengguna.



Gambar 4.10 gaya *icon set*
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2019

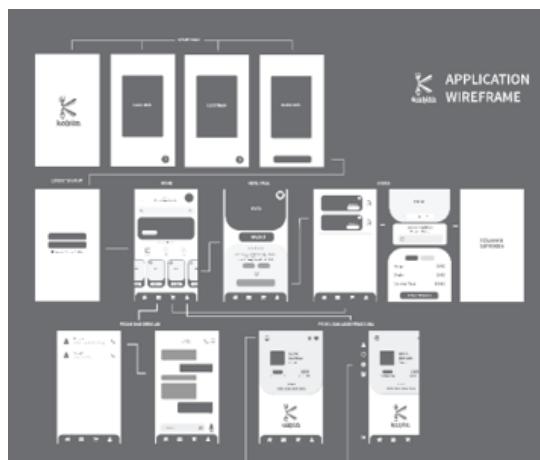
4.3.5 Perancangan desain *user interface*

Proses perancangan dimulai dengan proses *sketching*, *wireframing* dilanjutkan dengan proses *desain user interface*

1. Sketching dan wireframing

pada proses ini peneliti membuat *sketching* serta *wireframing* sederhana untuk aplikasi kabita ini, sketch dan *wireframing* bisa dilihat pada gambar dibawah

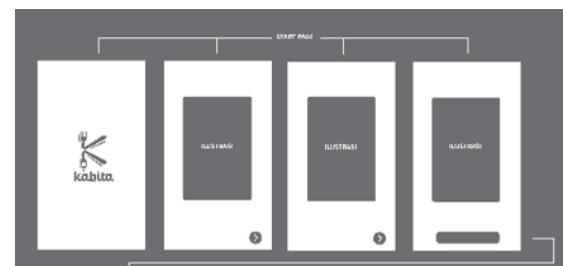
konsep dari sketch serta *wireframing* aplikasi terdiri dari 3 *page* utama yakni, *start page*, *content page* serta *page* yang berisi fitur tambahan.



Gambar 4.11 *Sketching and wireframing* aplikasi kabita

Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2019

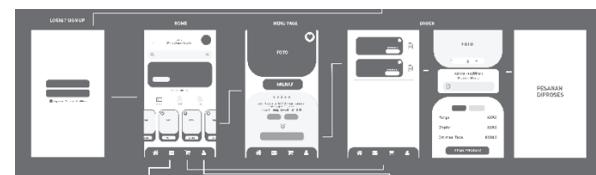
Start page akan dibuat empat laman tampilan yakni tampilan *landing page* berupa logo kabita kemudian terdapat *page* ilustrasi berisi *page* jelajah,ketahui serta mulai, ketiga ilustrasi memakai ilustrasi pemuda dengan pakaian khas tokoh cerita jenaka dari jawa barat yakni kabayan yakni dengan mempergunakan baju pangsi, kain sarung serta kopiah :



Gambar 4.12 *Sketching and wireframing* aplikasi kabita *start page*

Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2019

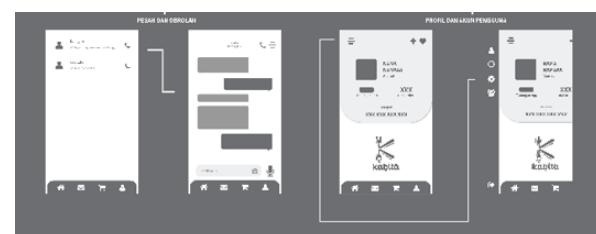
Content page *content page* ini berisi laman tampilan *log in/sign up,home,profil* menu serta order laman content ini merupakan lama inti dari aplikasi kabita. pada *page* ini pengguna bisa melihat foto foto kuliner, info resep kuliner serta profil lokasi kuliner *street food* tersebut



Gambar 4.13 *Sketching and wireframing* aplikasi kabita *content page*

Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2019

Page fitur tambahan berisi mengenai bagaimana *user* berinteraksi dengan penjual makanan, mereka bisa menanyakan info tentang profil makanan serta info profil *user*.



Gambar 4.14 *Sketching and wireframing* aplikasi kabita *fitu page*

Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2019

2. Proses desain *interface*

Proses *sketching* dan *wireframing* dari desain aplikasi kabita telah selesai selanjutnya proses pembuatan desain *user interface* yang prosesnya sebagai berikut :

a.Tampilan awal pembuka

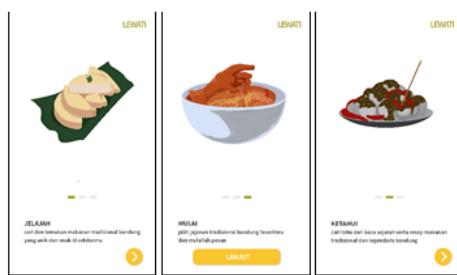
Tampilan awal aplikasi kabita terdapat logo kabita yang jika ditekan logonya akan menuju ke menu selanjutnya yaitu menu masuk atau daftar akun.



Gambar 4.15 Desain *user interface landing page*
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2019

b.Tampilan kedua

Tampilan kedua yaitu terdapat tiga tampilan yaitu info makanan, resep makanan, dan yang ketiga yaitu tampilan untuk memesan makanan.



Gambar 4.16 Desain *user interface start page*
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2019

c.Tampilan daftar akun

Tampilan daftar akun yaitu digunakan untuk pengguna yang belum mempunyai akun. Jadi pengguna harus daftar terlebih dahulu untuk masuk ke proses selanjutnya.

Gambar 4.17 Desain *user interface new account*
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2019

d.Tampilan Login Akun

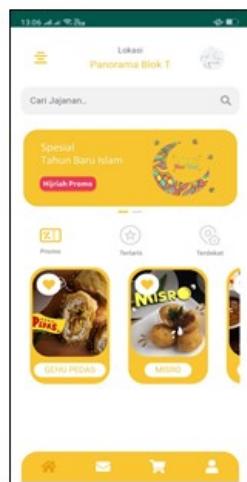
Tampilan *login* akun digunakan untuk masuk bagi pengguna yang memiliki akun agar bisa menggunakan semua fitur yang ada di aplikasi kabita.

Gambar 4.18 Desain *user interface log in account*

Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2019

e.Menu utama

Menu utama yang ada di aplikasi Kabita ini merupakan tampilan untuk memesan makanan *street food* tradisional yang didalam menu. Terdapat 12 makanan tradisional yang dapat di pesan diantaranya ada cilok, bandros, combro, dan lain-lain. Di menu utama juga terdapat fitur promonya didalamnya, ada juga yang terlaris, dan yang paling dekat lokasinya dengan pengguna. Jadi pengguna bisa memilih tiga fitur tersebut dan bisa langsung masukan ke keranjang dan mulai memesannya.

Gambar 4.19 Desain *user interface main page*

Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2019

f.Menu Info dan Resep

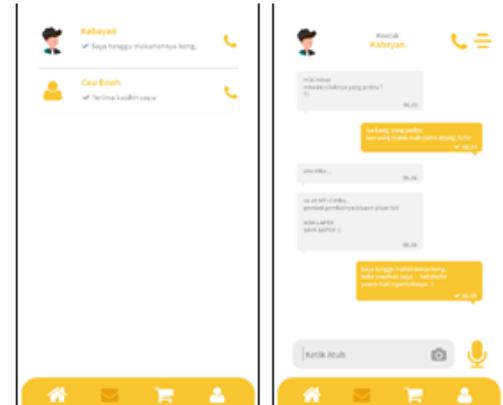
Sebelum Pengguna memesan makanan pengguna bisa melihat info dan resep cara pembuatan makanan yang ada di Kabita

Gambar 4.20 Desain *user interface main page*

Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2019

g.Menu Obrolan

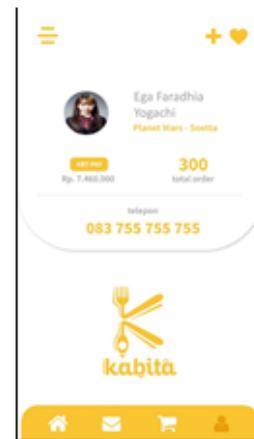
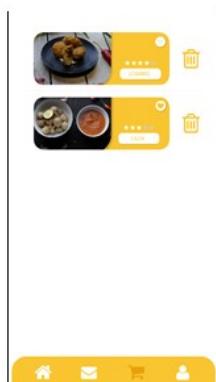
Setelah selesai memesan *driver* kabita akan menghubungi pemesan lewat *chat* dan mengkonfirmasi pemesanan.

Gambar 4.21 Desain *user interface chat*

Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2019

h. Menu transaksi

Setelah selesai pesan penguna akan ke *slide* selanjutnya untuk membayar total pembelian yang sudah dipesan.

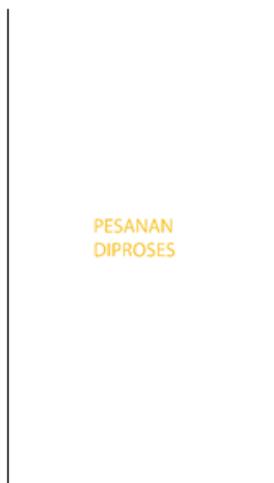


Gambar 4.22 Desain *user interface transaksi*

Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2019

i.Menu proses

Setelah selesai membayar total belanja pesanan langsung diproses pada *slide* berikutnya.



Gambar 4.23 Desain *user interface on process*

Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2019

j.Tampilan Akhir

Tampilan akhir yaitu tampilan total pembayaran makanan, yang didalamnya terdapat foto profil pengguna dan nomor telepon pengguna yang akan dihubungi.

Gambar 4.24 Desain *user interface akhir ketika transaksi selesai*

Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2019

4.3.7 Media Pendukung

Media pendukung yang digunakan merupakan media tambahan untuk mendampingi media utama supaya media lebih efektif dan efisien. Berikut beberapa media pendukung dirancang untuk mendukung aplikasi kabita diantaranya:

1. Instagram

Instagram merupakan salah satu media sosial yang efektif dan efisien untuk digunakan sebagai media promosi. Peneliti membuat akun Instagram untuk kabita yang bertujuan sebagai media informasi dan promosi dari aplikasi serta fitur yang ada pada Instagram.



Gambar 4.25 Desain *feed Instagram kabita*
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2019

2. Poster

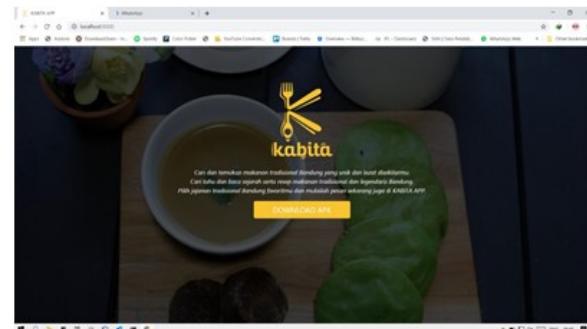
Media pendukung lainnya yang digunakan adalah media cetak, media cetak yang dipakai adalah media poster. Sebagai media lini bawah, poster masih efektif untuk dipasang di beberapa lokasi ruang publik seperti stasiun kereta, tempat wisata dan ruang publik lainnya.



Gambar 4.26 Desain promosi *aplikasi kabita*
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2019

3. Website

Website menjadi media pendukung yang efektif untuk menjadi media informasi aplikasi kabita. Kelebihan dari website ini memiliki kapasitas yang cukup banyak untuk mempublikasikan informasi mengenai aplikasi kabita.



Gambar 4.27 Desain *landing page website kabita*
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2019

5. Kesimpulan

Kesimpulan kesuluruhan uraian yang terdapat pada penelitian ini adalah perlunya desain *user experience* atau desain antar muka aplikasi kabita yang bertujuan untuk menginformasikan kuliner *street food* legendaris yang berada di Kota Bandung, aplikasi ini diharapkan bisa memudahkan para wisatawan domestik untuk mendapatkan informasi detail mengenai kuliner *street food* dikota Bandung baik dari profil, lokasi, resep kuliner, foto-foto kuliner. pengembangan desain *user interface* kabita pun berkembang dengan menyisipkan desain fitur tambahan yakni user bisa memesan kuliner tersebut sehingga user dengan mudah mendapatkan kuliner tersebut.

Proses desain *user interface* kabita melalui proses *user research* serta desain dan *prototype*, dalam proses user research peneliti menemukan banyak data serta fakta yang berkaitan dengan kuliner *street food* legendaris kota Bandung. hasil observasi menunjukkan bahwa domestik lebih banyak datang ke kota Bandung dan memerlukan media digital yang menginformasikan mengenai kuliner *street food*. Perancangan desain serta

prototype user interface kabita diawali dengan menyusun strategi - strategi kreatif untuk menghasilkan desain *user interface* yang efektif dan efisien. pendekatan strategi komunikasi dengan menggunakan model AISAS. Strategi pesan yang berisi pendekatan rasional, emosional serta artistik. Strategi kreatif yang menonjolkan naming serta logo aplikasi, foto kuliner dengan *food photography* bergaya *rustic* minimalis serta pengembangan desain *user interface* berupa fitur tambahan. strategi visual menampilkan fotografi, ilustrasi, tipografi, *layout, icon set* yang modern, hangat serta minimalis.

Perancangan desain *user interface* berangkat dari *skechting* serta *wireframing user interface* yang terdiri dari *start page, content page* serta fitur tambahan menghasilkan desain *user interface* yang informatif dengan desain yang aktraktif yang mengacu pada prinsip dasar dari desain *user interface* yang mempertimbangkan aspek *user familiarity, consistence, minimal suprise, Recoverability, user guidance* serta *user diversity*.

6. REFERENSI

Harjoko, agus dan Suteja R, Bernard. 2008. *Perancangan user interfaceE-learning berbasis web*.Yogyakarta

Sugiyama, Kotaro dan Andree, Tim 2011. *The Dentsu Way*. United States: Dentsu Inc.

Supriyono, Rakhmat. 2017. *Desain Komunikasi visual prinsip desain*.Yogyakarta.Penerbit Andi

Sumber lain

Garry Anrew Lotulung, 2017. *Wisatawan Bandung*

Melalui <http://lifestyle.kontan.co.id/ridwan-kamil-wiatawan-bandung-dari-indonesia>.

Diakses pada tanggal 30 juli 2019, pkl 22:53 WIB

Destinasi Bandung.
melalui
<http://www.destinasibandung.co.id/street->

food-yang-lagi-kekinian-di-bandung.html.
Diakses pada 27 juni 2019 pkl 02.40 WIB

Deni Apriyadi. Kuliner Bandung
melalui

https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/handle_Kuliner_bandung.
Diakses pada 27 juni 2019 pkl 02.40 WIB

Data wisatawan mancanegara dan domestik kota Bandung melalui
<https://bandungkota.bps.go.id/subject/16/pariwisata.html>. diakses pada 27 Juli 2019 pkl 16.00

Layout linear melalui

<https://developer.android.com/guide/topics/ui/layout/linear> diakses pada 29 Juli 2019 pkl 16.00