

arizqifaza@students.telkomuniversity.ac.id

PERANCANGAN PURWARUPA APLIKASI RESERVASI KAFE DI BANDUNG

DESIGN PROTOTYPE CAFÉ RESERVATION APPLICATION IN BANDUNG

Arizqiah Amalia¹, Rizki Yantami Arumsari², Yanuar Rahman³

Prodi S1 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom

1arizqifaza@students.telkomuniversity.ac.id¹

rizkiyantami@telkomuniversity.ac.id², vidiyan@telkomuniversity.ac.id³

Abstrak

Saat ini, *urbanisasi* pada masyarakat menyebabkan peningkatan gizi dan pertumbuhan gerai makanan (restoran, kafe dan cepat saji), sehingga masyarakat menjadi modern dan sering berkunjung ke gerai makanan, salah satunya adalah kafe. Namun dalam hal ini dibutuhkan platform yang dapat memberitahu masyarakat mengenai kafe yang akan dikunjungi karena tak jarang situasi dan kondisi kafe yang akan dikunjungi tidak diketahui. Untuk menjawab persoalan tersebut maka dibutuhkan data-data yang diperoleh dari studi pustaka, observasi, survei serta dianalisis menggunakan metode analisis visual, data kuesioner dan matriks perbandingan yang kemudian diuji kepada calon pengguna menggunakan metode *usability testing* sehingga dapat menghasilkan sebuah perancangan aplikasi reservasi kafe. Diharapkan, ke depannya perancangan aplikasi tersebut dapat memberikan solusi dan membantu masyarakat dalam menyediakan platform yang tepat untuk menyediakan informasi seputar gerai makanan.

Kata Kunci: Aplikasi, Kafe, Reservasi

Abstract

Nowadays urbanization brings a lot of boons towards the society. The society gains more nutrients and food outlets (ex. restaurant, cafe, and fast food restaurant) this boons helps the society to visit food outlets and becoming more modern. Nevertheless these activity need a platform to inform people about the food outlets they going to visit, since there are a lot of the cafe & food outlets situations are unknown. To solve the problem, there's need datas that based from study, observation, survey and analyzing using visual analysis method, questionnaire data and comparison matrix which will then be tested to prospective users using the usability testing method, so it can make an application to help reserving café. Hopefully in the future, the application design can provide solutions and help the community in providing the right platform to provide information about food outlets.

Keywords: application, cafe, reservation

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Di zaman yang modern ini, sebagai manusia kita sudah terbiasa dengan teknologi yang serba praktis dan digital. Kita tidak bisa terlepas dan selalu mengandalkan bantuan teknologi dalam aktivitas sehari-hari. Salah satu perangkat yang sering kita gunakan adalah *smartphone*. Berdasarkan data dari datareportal.com, pada awal tahun 2020 jumlah penduduk Indonesia yang menggunakan *smartphone* sebanyak 338,8 juta jiwa dimana penggunaan *smartphone* melebihi penduduk Indonesia yang hanya 272,1 juta jiwa. Penggunaan *smartphone* ini juga diiringi dengan pesatnya perkembangan internet di Indonesia. Masih dari situs yang sama, tercatat bahwa sebanyak 175,4 juta masyarakat Indonesia merupakan pengguna aktif internet dimana hal ini setara dengan 64% dari populasi di Indonesia.

Perkembangan teknologi juga menyebabkan pertumbuhan jumlah aplikasi yang tersedia untuk perangkat *smartphone*. Secara umum terdapat dua penyedia aplikasi untuk dua jenis *smartphone* yang berbeda yaitu *Google Play Store* dan *Apple Store*. Berdasarkan situs teknologi.id pertumbuhan penggunaan aplikasi ini terjadi sejak 2020 hingga pada bulan Maret 2018. Terdapat sebanyak 3,6 juta aplikasi yang tersedia di *Google Play Store*, mulai dari permainan, buku, aplikasi *chat*, musik, majalah dan TV. Sebagian besar aplikasi yang tersedia di layanan tersebut adalah gratis, namun para perusahaan pembuat aplikasi memiliki model bisnis tersendiri untuk tetap mendapatkan keuntungan.

Berdasarkan laporan yang berjudul *Food for Thought-Eating Better* tahun 2019 yang ditulis oleh Cargill bersama *Economist Intelligence Unit (EIU)*, kemajuan zaman ini bisa dikatakan sebanding dengan peningkatan jumlah masyarakat yang pindah ke daerah perkotaan dan kenaikan pendapatan di antara masyarakat, telah menghasilkan peningkatan belanja konsumen, terutama untuk hal makanan. Kemajuan zaman atau bisa dikatakan *urbanisasi* dan pertumbuhan pendapatan ini mendorong perubahan gizi masyarakat dan menciptakan skala ekonomi yang cukup untuk mendorong pertumbuhan gerai makanan (restoran, kafe, dan cepat saji) dan supermarket. Data Dinas Kebudayaan dan Pariwisata menunjukkan, terjadi peningkatan jumlah gerai makanan seperti rumah makan, kafe dan restoran di kota Bandung dari tahun 2014 yang tadinya berjumlah 653 hingga 2018 berjumlah 795 gerai.

Dari survei yang diadakan di kalangan masyarakat Bandung pada Maret 2020, sudah banyak masyarakat yang sering pergi di gerai makanan. Hasil survei menunjukkan, sebanyak 74 responden datang ke gerai makanan untuk *hangout*, 63 responden mengunjungi gerai makanan

untuk kebutuhan pangan (lapar) dan sebanyak 47 responden mengatakan datang ke gerai makanan untuk mengerjakan tugas bersama teman-teman.

Ketika kita akan mengunjungi sebuah kafe tak jarang kita tidak tahu akan situasi kafe tersebut seperti jam operasional, situasi kafe dan sebagainya. Masih di survei yang sama, sebanyak 104 responden mengeluh pernah datang ke gerai makanan dengan situasi yang sangat padat sehingga mereka dimasukkan ke dalam *waiting list* dan menunggu lama dan hampir sebagian dari mereka atau sebanyak 68 responden lebih memilih pergi daripada menunggu di kafe tersebut. Dalam situasi seperti ini perlu adanya sebuah solusi yang selain bisa mengatasi juga bisa mencegah permasalahan yang sama terjadi lagi.

Berdasarkan hasil survei tersebut, disimpulkan bahwa diperlukan sebuah solusi untuk permasalahan tersebut yakni dengan dibuatkan sebuah media yang mampu memberikan informasi mengenai kafe dalam bentuk aplikasi.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Tidak mengetahui situasi kafe.
2. Kurang mengetahui kafe terdekat untuk alternatif pilihan.
3. Belum ada aplikasi yang secara maksimal menyediakan fitur reservasi kafe di Bandung.

1.3 Rumusan Permasalahan

Bagaimana membuat sebuah media interaktif untuk reservasi kafe dalam bentuk aplikasi ?

1.4 Tujuan Perancangan

1. Mendeskripsikan aspek yang dibutuhkan untuk merancang aplikasi reservasi kafe.
2. Memudahkan masyarakat dalam melakukan reservasi kafe.

1.5 Cara Pengumpulan Data

1. Studi Pustaka

Studi pustaka atau kepustakaan (*library research*) adalah teknik pengumpulan data dengan mempelajari buku-buku yang ada hubungannya dengan obyek penelitian atau sumber-sumber lain yang mendukung penelitian (Danang Sunyoto, 2016:21).

2. Wawancara

Aspek pembuat atau wawancara merupakan pengumpulan data mulai dari produsen dan pemasar, desainer, hingga pelaksana pembuatan visualnya. Data dalam aspek ini menguraikan bagaimana karya dibuat (Soewardikoen : 2013). Wawancara dilakukan

bersama Bapak Indra Azimi selaku ahli dibidang aplikasi, Kak Amelia selaku *food blogger* dan Ilham selaku masyarakat yang cukup sering melakukan reservasi kafe.

3. Kuesioner

Aspek Pemirsa atau kuesioner kepada pengamat atau khalayak sasaran yang dituju oleh pembuat melalui karya visual. Data dalam aspek pemirsa menguraikan tentang bagaimana karya tersebut dilihat dan dipersepsi oleh pemirsa (Soewardikoen : 2013). Kuesioner diberikan kepada masyarakat Bandung dengan jumlah responden 110 orang.

2. Landasan Teori

2.1 Aplikasi

Menurut Cuello dan Vittone (2013:2) Aplikasi dapat diartikan sebagai sebuah program atau *software* yang terdapat pada sebuah ponsel yang bersifat membantu bagi penggunaanya. Selain untuk membantu pengguna, aplikasi juga ditunjukkan untuk menyelesaikan masalah, hal ini diperkuat oleh Razi et.al (2018) yang mengungkapkan sebuah media berbasis teknologi bisa dirancang secara khusus sesuai target pengguna untuk mengatasi permasalahan dari penggunaanya itu sendiri.

2.2 User Interface

Salah satu unsur penting dalam sebuah media interaktif adalah *user interface*. Menurut Garrets (2011 : 114) *User Interface* adalah bagian interaktif yang mudah dipahami dan digunakan oleh pengguna melalui layar/visual sehingga harus dikemas dengan sebaik mungkin. Swasty dan Adrianto (2017) mengungkapkan bahwa sebuah desain *Interface* yang baik dan menarik akan membuat pengguna melakukan kegiatan sesuai dengan fitur yang disediakan dari media interaktif tersebut seperti membeli produk, menggunakan jasa dan yang lainnya sehingga ini akan membuat sebuah *Interface* tergolong sukses dan memiliki sifat persuasif.

2.3 User Experience

User Experience (UX) merupakan bagaimana layanan atau produk bekerja ketika seseorang datang atau menggunakannya, bukan mengenai kinerja internalnya (Garret, 2011).

2.4 DKV

Desain komunikasi visual merupakan salah satu bagian dari seni terapan yang mempelajari tentang perencanaan dan perancangan berbagai bentuk informasi komunikasi visual. Perjalanan kreatifnya diawali dari menemukan permasalahan komunikasi visual, mencari data verbal dan visual, menyusun konsep kreatif yang berlandaskan pada karakteristik target sasaran, sampai dengan penentuan visualisasi desain untuk tercapainya sebuah komunikasi verbal visual yang fungsional, persuasif, artistik, estetik, dan komunikatif. (Tinarbuko, 2015:5). Elemen-elemen yang digunakan dalam desain komunikasi visual antara lain :

1. Layout

Layout atau tata letak adalah pengaturan, penempatan, dan penataan unsur grafika pada halaman atau seluruh barang cetakan agar yang disajikan terlihat menarik dan mudah dibaca (KBBI, 2016). Kemudian dalam me layout terdapat beberapa prinsip-prinsip yang dapat dianalogikan sebagai suatu formula untuk membuat suatu layout yang baik.

2. Tipografi

Menurut Yadav (2014) tipografi adalah sebuah bentuk atau penataan yang terdiri dari ukuran, tipe, jarak atau susunan huruf yang memiliki nilai fungsi dan seni yang berupa komunikasi sastra visual dan bahasa desain.

3. Fotografi

Menurut Sudarma (2014 : 2) fotografi adalah salah satu media komunikasi, yakni media yang bisa digunakan untuk menyampaikan pesan/ide kepada orang lain. Media foto atau istilahkan dengan fotografi merupakan sebuah media yang bisa digunakan untuk mendokumentasikan suatu momen atau peristiwa penting.

4. Ilustrasi Digital

Menurut Cao (2015 : 32) salah satu jenis ilustrasi digital yang menjadi *trend* dan banyak digunakan pada sebuah aplikasi adalah *flat design*. Hal ini dikarenakan ilustrasi berkembang dan bisa menyesuaikan dengan pola desain yang berbeda. Hal ini didukung dengan teori yang disampaikan oleh Burmistrov (2015) mengenai *flat design*, yaitu salah satu gaya desain sederhana dengan konsep dua dimensi tanpa ada elemen-elemen tiga dimensi seperti bayangan, tekstur dan hanya berfokus pada warna, gambar dan tipografi.

5. Warna

Warna adalah kesan yang diperoleh mata dari cahaya yang dipantulkan oleh benda-benda yang dikenainya (KBBI, 2016). Swasty dan Utama (2017) mengatakan bahwa salah satu unsur visual yang dominan adalah warna. Agar warna dapat dengan efektif

memperkuat identitas merek, pemilihan warna harus disesuaikan dengan target audiens dan juga asosiasi warna dan produk yang ditawarkan.

3. Data dan Analisis Data

3.1 Data Pemberi Proyek



Gambar 1 Logo Foodnotestories

Sumber : Foodnotestories

Salah satu influencer yang memiliki daya tarik paling tinggi adalah *Foodnotestories*. *Foodnotestories* merupakan influencer yang terdiri dari sebuah tim yang dibentuk pada tahun 2014 di Bandung, yang memiliki tujuan untuk mengulas seputar kuliner dan *traveling* yang tidak hanya di Bandung saja namun di beberapa daerah seperti Bali, Malang dan Surabaya. Di awal pembentukan, mereka menggunakan media *website* sebagai platform mereka untuk mengulas kuliner dan *traveling*. Namun seiring perkembangan zaman, mereka juga memperluas platform mereka dan membuka akun media sosial yang lain seperti pada twitter, facebook dan Instagram.

3.2 Data Khalayak Sasaran

1. Geografis

Target perancangan aplikasi ini adalah masyarakat yang ada di Bandung, Jawa Barat.

2. Demografis

- A. Jenis kelamin : Laki-laki dan perempuan
- B. Usia : 16 – 40 tahun
- C. Pendidikan : SD, SMP, SMA, D3, S1, S2
- D. Kelas Sosial : Kelas menengah – Kelas atas
- E. Pekerja : Pelajar, Mahasiswa/i, Pekerja, Ibu rumah tangga
- F. Pendapatan : Rp 500.000 – >Rp 3.000.000

3. Psikografis

Masyarakat yang memiliki gaya hidup modern, hobi pergi bersama rekan atau keluarga, memiliki kepribadian sering bergaul atau pergi dan masyarakat yang memiliki aktivitas baik didalam ruangan atau diluar ruangan.

4. *Behaviour*

Masyarakat yang selalu menggunakan *smartphone* dalam berbagai situasi, hidup dengan mobilitas padat, memiliki sedikit waktu luang dan hidup serba praktis.

3.3 Hasil Wawancara

1. Ahli aplikasi

Perancangan purwarupa aplikasi reservasi kafe sudah memenuhi pedoman dalam merancang sebuah aplikasi, sehingga mempunyai tujuan akhir yang jelas

2. Ahli kuliner

Saat ini dibutuhkan platform yang memuat informasi seputar kafe agar seluruh kafe dapat diketahui masyarakat dan tidak ada istilah *underrated*.

3. Masyarakat yang sering melakukan reservasi

Fitur reservasi sangat penting untuk *image* sebuah kafe dan juga untuk kita sebagai masyarakat sehingga kita bisa pesan tempat tanpa harus datang terlebih dahulu ke tempat tujuan.

3.3 Hasil Kuesioner

Berdasarkan 110 responden yang mengisi kuesioner dengan rentang usia 18 hingga 30 tahun, mayoritas dari mereka mengatakan cukup sering pergi ke kafe dengan beragam tujuan. Namun ketika kafe yang dituju penuh, mereka secara tidak langsung harus menunggu atau mencari kafe yang lain atau bahkan harus melakukan reservasi terlebih dahulu. Dari hal ini mereka mengatakan bahwa mereka butuh sebuah platform yang menyediakan informasi seputar situasi kafe yang dituju dan yang menyediakan fitur reservasi agar mereka tidak perlu menggunakan lebih dari satu aplikasi ketika hendak melakukan sesuatu.

3.5 Data Analisis Matriks

Sebuah aplikasi yang akan dibuat haruslah bersifat *user friendly* dengan mengusung konsep minimalis. Konsep ini dapat ditunjukkan melalui ikon, bentuk, tipografi hingga warna yang digunakan dalam merancang purwarupa aplikasi. Penggunaan visualisasi juga harus konsisten pada setiap menu, artikel dan halaman yang tertera agar pengguna familiar dan nyaman menggunakan aplikasi tersebut.

4. Metode, Hasil dan Media Perancangan

4.1 Konsep Pesan

Adanya platform yang menyediakan fitur-fitur yang bisa memudahkan penggunaannya terkait kuliner. Seperti adanya fitur reservasi kafe di kota Bandung yang membuat pengguna tidak perlu kesusahan mencari kontak kafe yang akan dipesan lalu membuka aplikasi yang lain, sehingga cukup dalam satu aplikasi, pengguna sudah dapat melakukan reservasi tanpa perlu datang ke tempat tujuan atau tanpa harus melibatkan banyak media. Juga adanya fitur yang menyediakan informasi seputar kafe yang ada di sekitar kita berikut dengan bagaimana situasi dan kondisi kafe saat itu juga.

4.2 Konsep Kreatif

Aplikasi dirancang untuk melakukan kegiatan dalam satu aplikasi saja dengan didukung oleh mekanisme yang sudah *familiar* digunakan oleh masyarakat dan untuk menjawab permasalahan-permasalahan yang ada. Aplikasi mengusung tema sederhana, minimalis dan ramah. Ditunjukkan melalui skema warna merah-putih-oranye dan penggunaan elemen aplikasi seperti ikon dan bentuk yang dibuat dengan sudut agak *rounded* dengan kesan tidak tegas, agar pengguna nyaman dan akan menggunakan aplikasi ini.

4.3 Konsep Visual

1. Layout

Layout yang digunakan hampir sama seperti *layout* yang digunakan pada aplikasi lainnya. Dalam perancangan purwarupa aplikasi ini terdapat *linear layout* yang paling banyak digunakan yaitu suatu *layout* yang biasanya digunakan untuk tampilan statis dan *relative layout* yang menampilkan elemen-elemen yang saling berhubungan.

2. Ilustrasi Digital

Ilustrasi digital yang akan digunakan untuk perancangan adalah jenis *flat design* yang diterapkan untuk ikon pada aplikasi. Ilustrasi *flat design* dipilih karena jenisnya populer dan banyak digunakan di aplikasi perusahaan-perusahaan ternama sehingga masyarakat lebih terbiasa dengan gaya ilustrasi seperti ini. Selain itu ilustrasi ini juga cukup sederhana sehingga cocok digunakan untuk aplikasi pada *smartphone* yang mempunyai layar tidak terlalu besar.

3. Fotografi

Teknik fotografi *flatlay* digunakan untuk memotret daftar menu, makanan dan minuman dari atas agar lebih menarik dan modern. Teknik fotografi *storyteller* digunakan

untuk memotret makanan dan minuman dari depan supaya volume atau ukuran makanan dan minuman terlihat jelas. Teknik fotografi *architectural* digunakan untuk memotret bangunan kafe dari interior dan eksterior dengan memanfaatkan sudut dan pengaturan cahaya.

4. Tipografi

Pada dasarnya hampir semua aplikasi menggunakan *font* jenis sans-serif. Jenis *font* yang digunakan adalah Sen. *Font* ini digunakan karena minimalis, mempunyai keterbacaan huruf yang jelas dan memiliki gaya *font* yang cukup beragam. Selain itu, jenis *font* ini sesuai apabila dipadukan dengan ilustrasi jenis *flat design* dan dengan fotografi jenis apa pun.

5. Warna

Palet warna yang digunakan cenderung ke warna oranye merah. Hal ini berdasarkan observasi dimana hampir keseluruhan aplikasi atau media sosial yang berkaitan dengan kuliner biasanya menggunakan warna-warna tersebut. Warna-warna tersebut juga sering merepresentasikan makanan utama sehingga membangkitkan selera dan merangsang nafsu makan. Selain itu warna-warna tersebut merupakan kombinasi yang efektif sehingga menarik perhatian.

4.4 Konsep Media

Aplikasi ini diutamakan dirancang untuk perangkat *smartphone* berbasis android dengan versi 9.0 Pie yang saat ini digunakan oleh mayoritas masyarakat. Ukuran *interface* menggunakan satuan pixel dengan ukuran 1080 x 1920 px.

Berdasarkan datareportal.com, sosial media yang paling efektif digunakan untuk promosi adalah #Facebook dan #Instagram karena kedua media sosial tersebut merupakan 2 media sosial yang paling banyak diakses. Untuk media promosi offline digunakan Poster dan X-banner. Kedua media ini kelak diletakkan di beberapa kafe yang bermitra dengan aplikasi dengan tujuan pelanggan akan melihat dan mengunduh aplikasi

4.5 Hasil Perancangan

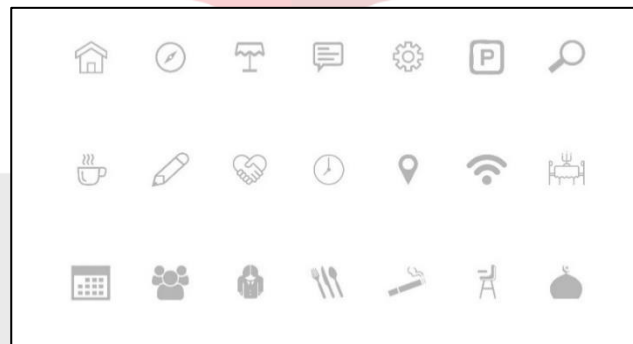
1. Logo



Gambar 2 Logo Aplikasi Pesenin

Sumber : Olahan Peneliti

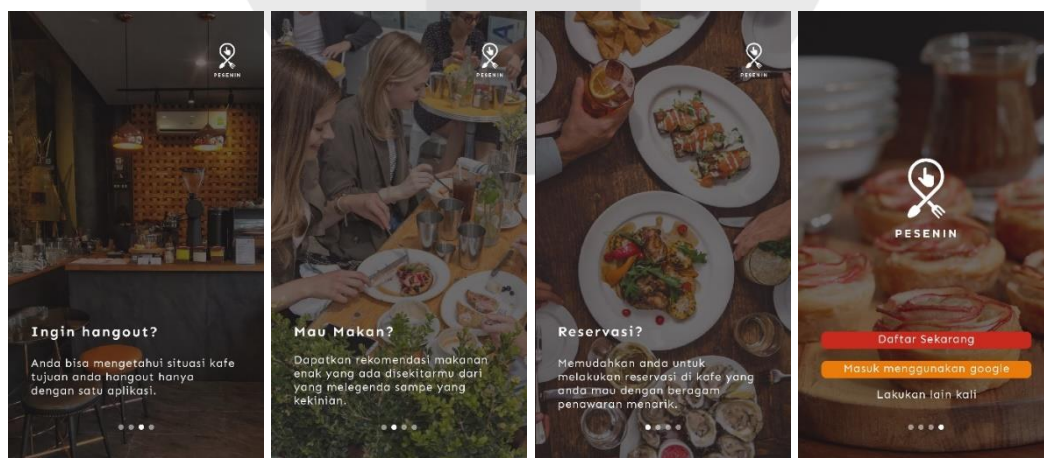
2. Ikon



Gambar 3 Ikon-ikon yang digunakan dalam aplikasi

Sumber : Olahan peneliti

3. Welcome / Launch Screen



Gambar 4 Welcome / Launch Screen Aplikasi

Sumber : Olahan peneliti

4. Tampilan opsi untuk masuk aplikasi

Daftar Sekarang

Isi formulir berikut dengan data anda untuk membuat akun baru

Nama depan*

Isi dengan nama depan anda

Nama belakang*

Isi dengan nama belakang anda

Nomor Telefon aktif*

+62 Isi dengan nomor telepon yang anda miliki

Alamat Email*

Isi dengan alamat email anda

Atau:

Terhubung dengan Google

Lanjutkan

Gambar 4 Tampilan opsi 'daftar sekarang'

Sumber : Olahan peneliti

Google

Masuk menggunakan akun google anda

Email

Password

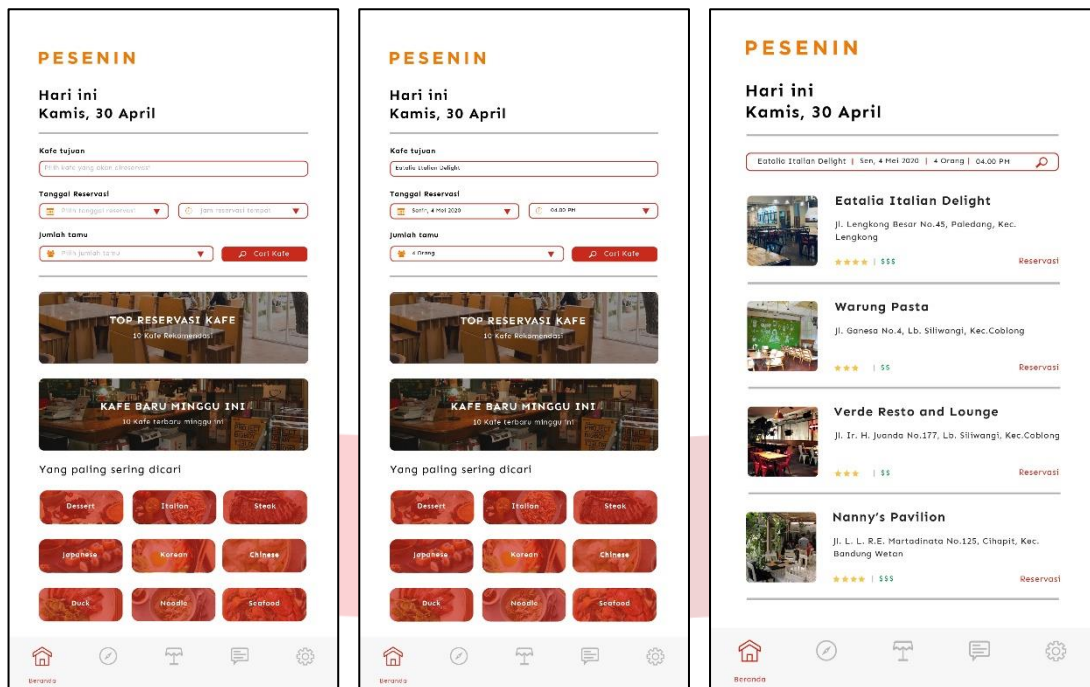
Masuk

Butuh Bantuan ?

Gambar 5 Tampilan opsi 'masuk menggunakan akun google'

Sumber : Olahan peneliti

5. Tampilan Menu Beranda Utama



Gambar 6 Tampilan beranda utama aplikasi

Sumber : Olahan peneliti

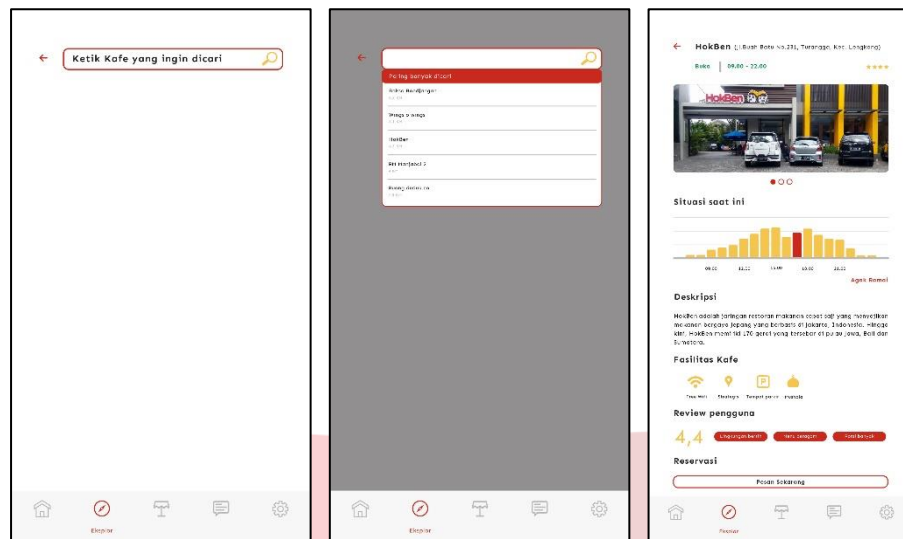
6. Tampilan Menu Eksplor



Gambar 7 Tampilan menu eksplor

Sumber : Olahan peneliti

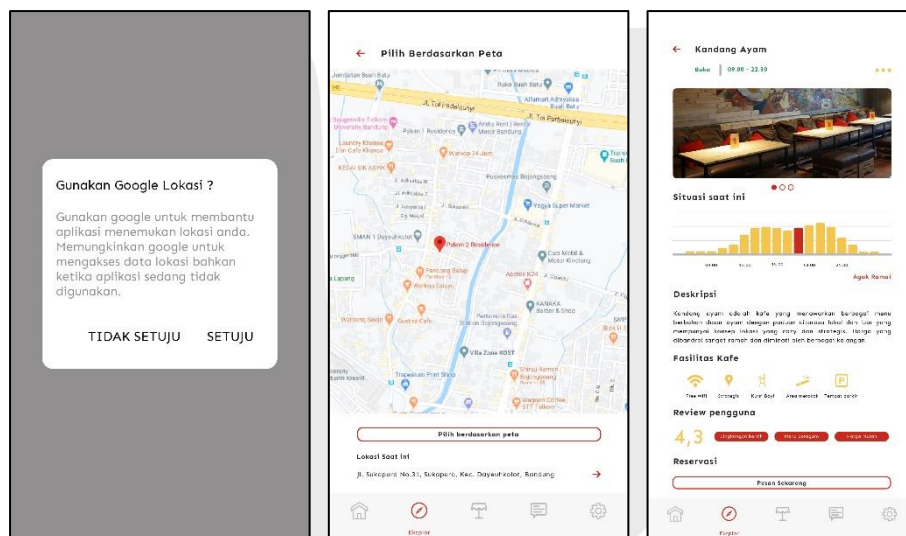
7. Tampilan Menu Eksplor Opsi ‘Cari Kafe Tujuan’



Gambar 8 Tampilan menu eksplor dengan opsi ‘cari kafe tujuan’

Sumber : Olahan peneliti

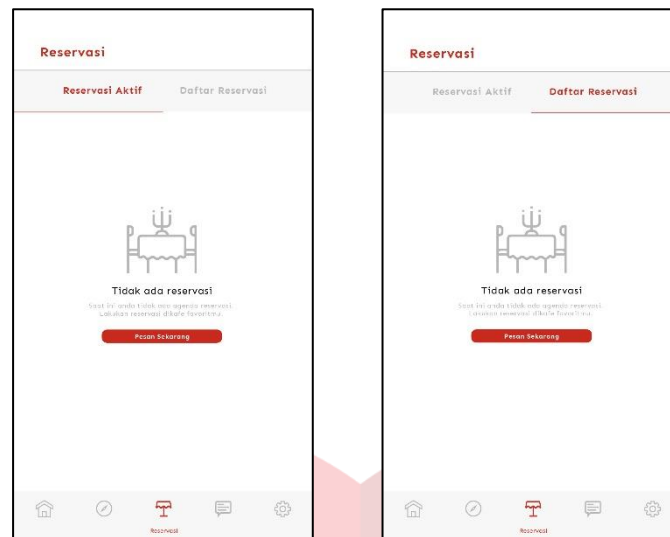
8. Tampilan Menu Eksplor Opsi ‘Pilih Berdasarkan Peta’



Gambar 9 Tampilan menu eksplor dengan opsi ‘pilih berdasarkan peta’

Sumber : Olahan peneliti

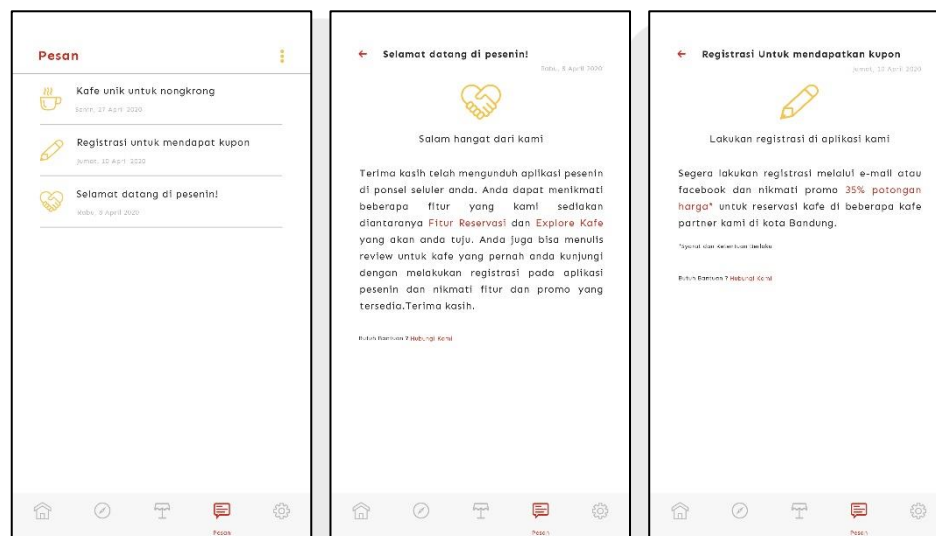
9. Tampilan Menu Reservasi



Gambar 10 Tampilan menu reservasi

Sumber : Olahan peneliti

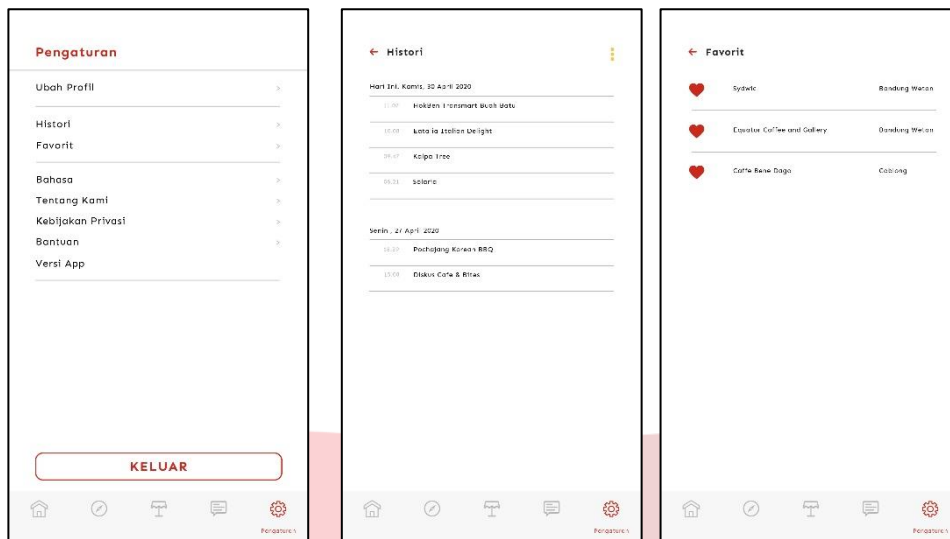
10. Tampilan Menu Pesan



Gambar 11 Tampilan menu pesan beserta isinya

Sumber : Olahan peneliti

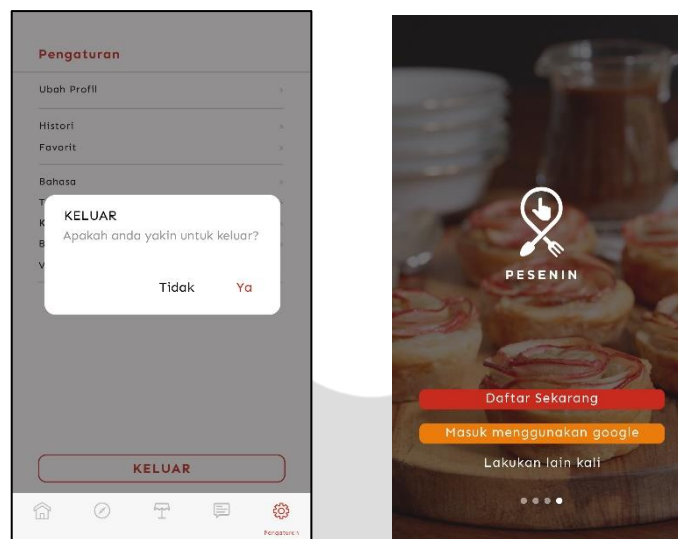
11. Tampilan Menu Pengaturan



Gambar 12 Tampilan menu pengaturan beserta isinya

Sumber : Olahan peneliti

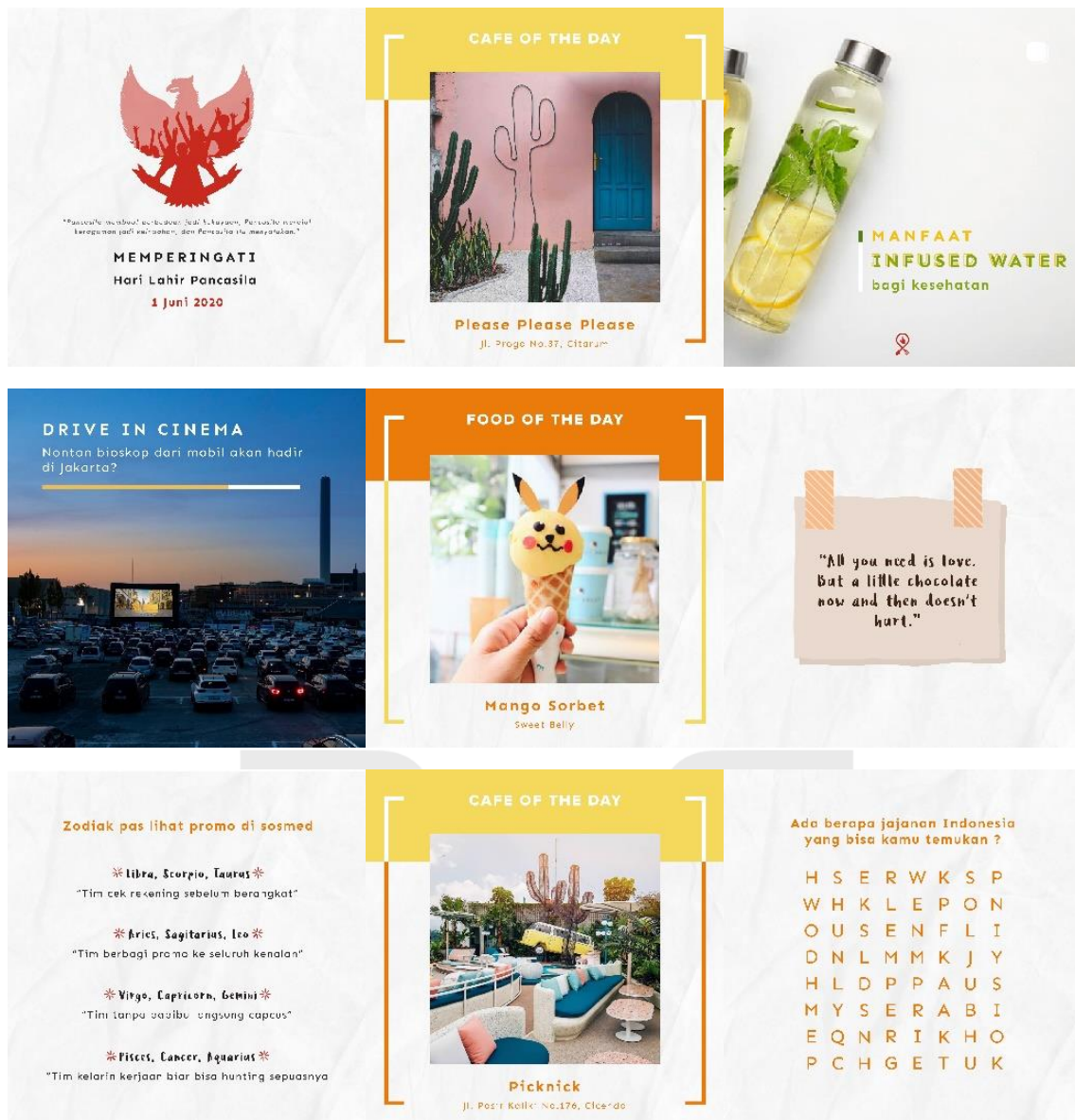
12. Tampilan Opsi Keluar Aplikasi



Gambar 13 Tampilan opsi keluar aplikasi

Sumber : Olahan peneliti

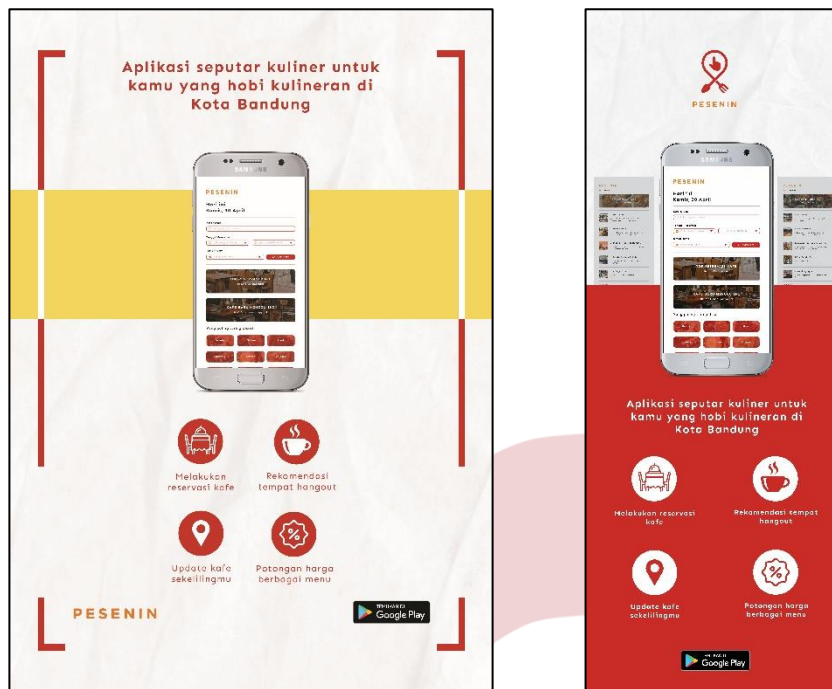
13. Tampilan Konten Promosi Media Online



Gambar 14 Tampilan opsi keluar aplikasi

Sumber : Olahan peneliti

13. Tampilan Konten Promosi Media Offline (Poster A3 dan X-Banner)



Gambar 15 Tampilan media promosi offline

Sumber : Olahan peneliti

5. Penutup

5.1 Kesimpulan

Dari hasil perancangan dapat ditarik kesimpulan bahwa aplikasi yang dirancang sudah menjawab permasalahan yang ada pada masyarakat dan dapat digunakan untuk kegiatan sehari-hari. Selama perancangan penulis selalu memperhatikan aspek-aspek yang diperlukan dalam merancang sebuah aplikasi baik secara *interface* maupun *experience* agar hasil tetap pada jalur dan tidak menyimpang ke arah yang salah. Kemudian hasil akhir dari perancangan sudah dilakukan *user validation* kepada beberapa masyarakat dengan hasil purwarupa yang sudah dirancang terbukti mudah digunakan oleh pengguna atau *user friendly*. Sehingga kedepannya perancangan aplikasi ini senantiasa mendapat perawatan baik secara *UI* atau *UX* agar aplikasi tetap mudah digunakan dan minim eror.

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan kepada peneliti dalam perancangan aplikasi untuk reservasi kafe di kota Bandung yaitu secara visual lebih di seragamkan bagian ukuran font yang

digunakan, menambahkan beberapa halaman aplikasi, meningkatkan kualitas desain aplikasi, memperbanyak kemungkinan-kemungkinan yang terjadi pada aplikasi, meminimalisir eror, memperluas cakupan daerah yang bisa diakses dalam aplikasi dan menyesuaikan dengan situasi yang ada di dunia nyata seperti adanya dampak COVID-19 sehingga kedepannya bisa di perbaiki dan di adakan perancangan atau penelitian lebih lanjut agar bisa diluncurkan secara resmi dan diterima oleh masyarakat.

Daftar Pustaka

- [1] Burmistrov, Zlokazova, et al. (2015). *Flat Design vs Traditional Design : Comparative Experimental Study*. Diakses pada https://www.researchgate.net/publication/281628009_Flat_Design_vs_Traditional_Design_Comparative_Experimental_Study (21 Februari 2020, 21.32).
- [2] Cao, Jerry, et al. (2015). *UXPin – Elegant Web UI Design Techniques Flat Design & Colors*. Diakses pada [https://www.academia.edu/24730982/UXPin -
_Elegant_Web_UI_Design_Techniques_Flat_Design_and_Colors](https://www.academia.edu/24730982/UXPin_-_Elegant_Web_UI_Design_Techniques_Flat_Design_and_Colors) (21 Februari 2020, 21.12).
- [3] Cuello, Javier & Vittone, José. (2013) *Designing Mobile Apps (Version 1.1)* Spanyol.
- [4] Garret, Jesse J. (2011), *The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond, Second Edition* (2nd ed.) United States of America.
- [5] Gilang, Bayu. 2019. Pengertian dan Fungsi Ilustrasi dalam Desain Grafis. Diakses pada <https://www.nawadwipa.co.id/pengertian-fungsi-ilustrasi-dalam-desain-grafis/> (18 Maret 2020, 22.21).
- [6] Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. 2016, KBBI Daring. Diakses pada <https://kbbi.kemdikbud.go.id/> (5 Februari 2020, 13.26).
- [7] P. Yadav, D. Chakrabarti, and D. Bisoyi. 2014. *Typography as a Statement of Design*. Diakses pada https://www.researchgate.net/publication/316683307_Typography_as_a_statement_of_Design (5 Februari 2020, 14.04).
- [8] Rashmi, D. 2019. *Food for thought: Eating better*. Diakses pada <https://eiuperspectives.economist.com/sustainability/fixing-asias-food-system/white-paper/food-thought-eating-better> (20 November 2019, 19.34).
- [9] Razi, A. A., Mutiaz, I. R., & Setiawan, P. (2018). Metode Design Thinking pada Model Perancangan UI/UX Aplikasi Penanganan Laporan Kehilangan dan Temuan Barang Tercecer. *Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain Dan Periklanan (Demandia)*, Vol.3 No.2.

- [10] Simon, K. 2020, *Digital 2020 : Indonesia*. Diakses pada <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia> (21 Februari 2020, 21.50).
- [11] Soewardikoen, D. Widiatmoko. (2013), *Metodologi Penelitian Visual*, CV Dinamika Komunika, Bandung.
- [12] Sudarma, I Komang. (2014), *Fotografi*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- [13] Supriyono, Rachmat. (2010). *Desain Komunikasi Visual : teori dan aplikasi*, CV Andi Offset, Yogyakarta.
- [14] Swasty, W., Adriyanto, A. R. (2017). *Does Color Matter on Web User Interface Design. CommIT Journal: Communication and Information Technology*, Vol.11 No.1.
- [15] Swasty, W., Utama, J. (2017). "Warna Sebagai Identitas Merek Pada Website". *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual dan Multimedia*. Vol. 03 No.1.
- [16] Teknologi.id. 2018, Jumlah aplikasi yang tersedia di google play store. Diakses pada <https://teknologi.id/ulasan/jumlah-aplikasi-yang-tersedia-di-google-play-store/> (8 Februari 2020, 16.21).

