

PERANCANGAN PROTOTYPE APLIKASI HERMOSA DINING & LOUNGE UNTUK MENGOPTIMALISASI LAYANAN PEMESANAN DAN KEANGGOTAAN

Wisnu Anggoro¹, Andreas Rio Adriyanto², Aria Ar Razi³

^{1,2,3} *Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi. 1, Terusan Buahbatu-Bojongsoang, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Bandung, Jawa Barat 40257*
wisnuangg@student.telkomuniversity.ac.id¹, andreasrio@telkomuniversity.ac.id², ariarrazi@telkomuniversity.ac.id³

Abstrak: Dugem atau dunia gemerlap merupakan istilah populer untuk menunjukkan gaya hidup hiburan malam bagi orang yang tinggal di kota besar pada akhir pekan. Tempat dan sarana hiburan malam untuk melakukan kegiatan dugem semakin menjamur di berbagai kota besar, khususnya di wilayah Jakarta. Fenomena hiburan malam dalam kemasan modernitas kini menjadi nafas baru dan salah satu hal yang menarik dan menyedot anak muda untuk berpartisipasi didalamnya. Dibalik berbagai tempat hiburan malam tersebut tak jarang ada industri *food & beverages* yang menjadi bisnis utama yang mereka jalankan. Salah satu pelaku bisnis *food & beverages* yang menyediakan berbagai event hiburan malam adalah Hermosa Dining & Lounge. Sistem layanan keanggotaan, reservasi, dan pemesanan makanan yang saat ini ada pada Hermosa Dining & Lounge masih belum optimal. Metode yang digunakan pada perancangan ini bersifat kualitatif dengan menerapkan metode wawancara, observasi dan studi pustaka. Hasil perancangan dalam bentuk *User Interface* diharapkan dapat menjadi rekomendasi tampilan prototype aplikasi mobile bagi Hermosa Dining & Lounge yang dapat mempermudah konsumen dalam meningkatkan layanan pemesanan dan keanggotaannya sehingga mampu meningkatkan rasa loyalitas bagi penggunanya.

Kata Kunci: *UI/UX, Prototype, Mobile Apps, Hermosa, Dining & Lounge*

Abstract: *Clubbing or the world of glitter is a popular term to describe the nightlife lifestyle for people who live in big cities on weekends. Places and night entertainment facilities for clubbing activities are increasingly mushrooming in various big cities, especially in the Jakarta area. The phenomenon of night entertainment in the packaging of modernity has now become a new breath and one of the things that attract and attract young people to participate in it. Behind the various nightlife venues, it is not uncommon for the food & beverages industry to be their main business. One of the food & beverage businesses that provide various night entertainment events is Hermosa Dining & Lounge. Membership, reservation, and food ordering service systems that currently exist at Hermosa Dining & Lounge are still not optimal. So far, The method used in this design is qualitative by applying the method of interviews, observation, and literature study. The results of the design in the form of a User Interface are expected to be a recommendation for the*

appearance of a mobile application prototype for Hermosa Dining & Lounge which can make it easier for consumers to improve ordering and membership services to increase a sense of loyalty for its users.

Keywords: *UI/UX, Prototype, Mobile Apps, Hermosa, Dining & Lounge*

PENDAHULUAN

Dugem atau dunia gemerlap merupakan istilah populer untuk menunjukkan gaya hidup orang dikota besar pada akhir pekan. Kegiatan dugem yang dikemas dengan suasana meriah dengan sorot lampu dan suara musik yang keras menjadi daya Tarik tersendiri bagi remaja yang menyebut dirinya sebagai remaja gaul. Tempat hiburan malam semakin menjamur dikota – kota besar. Diberbagai sudut kota bisa ditemukan bermacam-macam tempat hiburan dimalam hari, mulai dari *café* – *café* hingga diskotik.

Perkembangan bisnis food and beverages di tahun 2022 mengalami trend positif setelah sebelumnya menurun karna terjadi pandemi. Sekarang, sektor food and beverages berhasil tumbuh 3% ditahun 2020 dan terus mengalami peningkatan di tahun ini. Pertumbuhan industri food and beverages di Indonesia setelah pandemi menunjukkan angka cukup melegakan. Hal ini terlihat dari berbagai aspek seperti nilai pendapatan riil yang terus naik, laju pertumbuhan food and beverages. Dikutip dari jurnal landX.id melihat perkembangan bisnis makanan tumbuh positif, dirjen industri Argo Kementrian Perindustrian, industri food and beverages Era digital membawa babak baru bagi para pembisnis untuk dapat berinovasi agar bisnis mereka tetap bisa bertahan ditengah terpaan kompetisi bisnis yang semakin ketat serta perubahan minat dan perilaku masyarakat yang semakin hari semakin cepat. Hal ini pun secara tidak langsung berpengaruh pada sektor bisnis, tidak terkecuali bisnis food and beverages. Dikutip dari artikel Kompas.com mengenai perkembangan restoran di era digital hadirkan konsep baru, industri makanan dan minuman terus berkembang mengikuti teknologi yang ada, perkembangan teknologi di era digital ini justru

disambut baik oleh banyak pebisnis makanan dan minuman karena dapat membantu operasional restoran (2021).

Fenomena bar dan resto sebagai tempat melaksanakan event marketing harus diperhatikan oleh para pebisnis di sektor industri food and beverages. Pebisnis food and beverages mulai menerapkan perpaduan konsep yang berupa resto dari siang hari, namun di malam harinya diubah menjadi bar yang diisi oleh berbagai macam hiburan seperti live music. Salah satu bar dan resto yang menerapkan strategi event marketing tersebut adalah Hermosa Dining & Lounge. Hermosa Dining & Lounge merupakan anak perusahaan dari

PT. INTI NARATAMA KARYA. Hermosa Dining & Lounge bertempat di Pantai Indah Kapuk Jakarta Utara. Hermosa Dining & Lounge memiliki konsep resto and entertainment bar yang menyediakan musik sebagai hiburan utama dan menyediakan minuman beralkohol seperti beer, cocktails, liquor, dan wine. Hermosa Dining & Lounge disetiap harinya menghadirkan event live music yang terbagi menjadi 2 sesi, sesi pertama yaitu, live band dimulai dari pukul 9 malam hingga jam 12, dan dilanjutkan oleh live DJ pada sesi ke dua dari pukul 12 dini hari hingga closing. Hermosa Dining & Lounge juga pernah mengundang artis Indonesia hingga DJ luar negeri.

Berdasarkan hasil wawancara dengan General Manager Hermosa Dining & Lounge saat ini belum mempunyai mobile apps. Selama ini Hermosa Dining & Lounge selama ini memasarkan usahanya menggunakan media sosial. Media sosial yang digunakan whatsapp dan instagram. Informasi yang tersedia di media sosial Hermosa Dining & Lounge yaitu mengenai profil perusahaan, lokasi, harga menu makanan, misalkan dalam hal pemesanan tempat pelanggan terlebih dahulu menghubungi kontak Hermosa Dining & Lounge. Tahap berikutnya, pelanggan harus menentukan tanggal, pihak Hermosa Dining & Lounge selanjutnya memeriksa jadwal pemesanan bahwa tanggal tersebut dapat dipesan atau tidak. Pengecekan catatan pemesanan dilakukan agar tidak terjadi bentrok dengan

pelanggan lainnya. kemudian tanggal yang dipilih akan disepakati oleh pihak Hermosa Dining & Lounge. Lalu permasalahan pada saat melakukan pemesanan makanan mulai dari menunggu pelayanan untuk mencatat makanan hingga pesanan sampai begitupun dengan pihak restoran cukup mengalami kewalahan dalam mengatur pesanan dan mencatat daftar pesanan.

METODE PENELITIAN

Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah metode kualitatif, observasi, wawancara, kuisisioner dan studi pustaka. Observasi menurut Sugiyono (2012: 145) yaitu "Observasi sebagai teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri spesifik berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala – gejala alam, dan responden yang diamati tidak terlalu besar". Kuisisioner adalah cara untuk memperoleh data dalam waktu yang relative, karna sekaligus banyak orang dapat diminta mengisi pilihan jawaban tertulis yang disediakan (Soewardikoen, 2019: 60). Dengan studi Pustaka dapat memperkuat perspektif dan kemudian meletakkannya didalam konteks (Soewardikoen, 2013: 16). Studi pustaka ini dilakukan untuk mencari teori yang berkaitan dengan perancangan prototype dan user interface terhadap mobile apps..

Metode analisis data yang dilakukan adalah analisis SWOT. Analisis SWOT umumnya dilakukan untuk menilai suatu perusahaan, dengan memperhitungkan faktor eksternal (*opportunity & threat*) serta faktor internal (*strenght & weakness*) (Soewardikoen, 2019).

LANDASAN TEORI

Desain Komunikasi Visual

Desain Komunikasi Visual didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari konsep komunikasi dan ekspresi kreatif melalui berbagai media dengan mengelola

elemen grafis seperti bentuk, gambar, huruf, komposisi warna dan tata letak, untuk menyampaikan pesan dan ide secara visual sehingga gagasan tersebut dapat diterima oleh individu atau suatu kelompok yang dituju. Maka dari itu, fokus dari desain komunikasi visual adalah pada kata komunikasi (Wahyuningsih, 2015: 3).

Prototype

Prototyping merupakan metode pengembangan perangkat lunak, yang berupa model fisik kerja sistem dan berfungsi sebagai versi awal dari sistem. Dengan metode prototyping ini akan dihasilkan prototype sistem sebagai perantara pengembang dan pengguna agar dapat berinteraksi dalam proses kegiatan pengembangan sistem informasi. Agar proses pembuatan prototype ini berhasil dengan baik adalah dengan mendefinisikan aturan-aturan pada tahap awal, yaitu pengembang dan pengguna harus satu pemahaman bahwa prototype dibangun untuk mendefinisikan kebutuhan awal (Purnomo, 2017).

User Interface

Desain UI merupakan bagian terpenting dari sistem komputer atau aplikasi seluler yang dapat dilihat, didengar, dan disentuh. Tujuan desain UI adalah memudahkan segala aktivitas mengoperasikan media-media digital tersebut agar menjadi lebih produktif dan dapat dinikmati. Peran desain U yang sangat penting menyebabkan interaksi antara audiens dengan aplikasi seluler menjadi sangat rentan (Hartadi dkk., 2020).

User Experience

User Experience menurut Alben (1996) adalah semua aspek tentang bagaimana seorang pengguna menggunakan produk interaktif, seberapa mudah mereka memahami cara kerjanya, bagaimana perasaan mereka ketika menggunakannya, dan bagaimana pencapaian tujuan mereka dalam menggunakan produk ini..

Mobile Apps

Aplikasi mobile merupakan aplikasi yang berjalan pada perangkat bergerak. Saat ini terdapat banyak marketplace yang menyediakan berbagai aplikasi mobile, seperti Google Play Store, Apple App Store dan lainnya. Menurut Buyens (2001) aplikasi mobile berasal dari kata application dan mobile. Applications yang artinya penerapan, lamaran, penggunaan. Secara istilah aplikasi adalah program siap pakai yang direka untuk melaksanakan suatu fungsi bagi pengguna atau aplikasi yang lain dan dapat digunakan oleh sasaran yang dituju. Sedangkan mobile dapat diartikan sebagai perpindahan dari suatu tempat ke tempat yang lain.

Optimalisasi

Optimalisasi adalah hasil yang dicapai sesuai dengan keinginan, jadi optimalisasi merupakan pencapaian hasil sesuai harapan secara efektif dan efisien. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (Depdikbud : 1995 : 628) optimalisasi berasal dari kata optimal yang berarti terbaik, tertinggi. Optimalisasi banyak juga diartikan sebagai ukuran dimana semua kebutuhan dapat dipenuhi dari kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan.

Membership

Model bisnis membership adalah bisnis yang memberikan penawaran kepada calon konsumen untuk mendapatkan akses ke halaman dan konten tertentu di situs web kamu dengan cara membayar menjadi anggota. Bagi yang belum atau tidak membayar, tentu hanya bisa mengakses dengan fitur terbatas. Umumnya ada beberapa paket membership, gratis, premium dan VIP, sehingga member yang ingin mengaksesnya harus mengupgrade pakatnya dan membayar untuk mengaksesnya. Selain itu, paket biasanya berlaku setahun sekali, dan anggota yang ingin melanjutkan harus memperbarui keanggotaannya dengan paket yang diinginkan.

BMC

Menurut Osterwalder dan Pigneur (2012) Business Model Canvas adalah bahasa yang sama untuk menggambarkan, memvisualisasikan, menilai dan mengubah model bisnis. Konsep ini dapat membuat perusahaan dapat mendeskripsikan dan menggambarkan model dari bisnis yang dijalankan secara sederhana untuk kemudian memanipulasinya sesuai dengan kondisi perusahaan dan menghasilkan alternatif strategi baru. z

HASIL DAN DISKUSI

Pesan utama yang ingin disampaikan melalui aplikasi Hermosa Jakarta adalah kemudahan dalam proses pemesanan menu dan tempat maupun informasi yang ada di Hermosa Jakarta berdasarkan kebutuhan user. Selain itu aplikasi ini dirancang agar menjadi efektif dan efisien dalam membuat aplikasi ini, serta tampilan yang user friendly. Sehingga dapat meningkatkan brand images terhadap Hermosa Jakarta.

Ada pula sebagai bentuk penghargaan kami kepada user, kami memberikan fasilitas keangtoaan agar user semakin berkesan dan banyak keuntungan yang bisa didapatkan dengan menjadi member seusai tingkatannya seperti,

1. Regular hanya dengan mendaftar akan mendapatkan F&B Voucher, promo botol premium, dan special offers menu
2. VIP dengan total spend Rp50.000.000,- akan mendapatkan benefit F&B Voucher, promo botol premium, special offers menu, F&B Discount 10% dan Display Name LED (Welcome Home)
3. VVIP dengan total spend Rp100.000.000,- akan mendapatkan benefit F&B Voucher, promo botol premium, special offers menu, F&B Discount 15%, Display Name (Welcome Home)

4. Priority dengan total spend Rp150.000.000,- akan mendapatkan benefit F&B Voucher, promo botol premium, special offers menu, F&B Discount 15%, Free Valet / VIP Parking Lot, Display Name (Welcome Home), Special greetings, Security attention.

Konsep Kreatif

Berdasarkan konsep pesan yang telah ditentukan, maka konsep kreatif yang akan digunakan agar tersampaikan dengan baik, yaitu membuat bentuk ikon yang sederhana namun apa yang dimaksud tetap dapat dipahami oleh user, dan menggunakan flat design sebagai ilustrasi pada user interface dan menggunakan warna dan visual yang konsisten. Berdasarkan hasil kesimpulan observasi, wawancara, kuisisioner yang telah dilakukan, dan konsep pesan yang telah ditentukan dalam perancangan prototype dan user interface terhadap mobile app Hermosa Jakarta akan memenuhi kebutuhan para user sehingga dapat mengetahui apa saja yang ditawarkan oleh Hermosa Jakarta. Fitur yang ditawarkan pada aplikasi tersebut yaitu pemesanan makanan, menu, seat map, promo, event, payment, dan membership. Yang tentunya dari fitur tersebut sangat penting untuk menginformasikan kepada user dan hal tersebut dapat mengubah pandangan user terhadap brand dari Hermosa Jakarta itu sendiri.

Konsep Visual

Ilustrasi

Jenis ilustrasi yang dipakai pada perancangan prototype mobile apps Hermosa Jakarta adalah flat design. Pemilihan jenis ilustrasi flat design karena pusat perhatian dari jenis ilustrasi tersebut adalah minimalis. Tampilan yang simple karena ingin menunjukkan pesan dan fitur yang tersedia. Menjadikan pesan utama agar dapat tersampaikan dengan sederhana namun tetap mudah dipahami oleh user.

Tipografi

Font yang digunakan pada perancangan ini adalah "Lemon Milk". Font ini sesuai dengan konsep visual yang di terapkan secara sederhana. Font tersebut memiliki kesan minimalis dan sederhana sehingga mudah bagi user untuk membaca tulisan dalam aplikasi.

Warna

Warna yang digunakan adalah kombinasi warna analogous (warna yang berdekatan satu sama lain dalam lingkaran warna). Warna tersebut dipilih untuk mempresentasikan kesan brand Hermosa Jakarta yang ingin dijelaskan pada aplikasi. Sedangkan warna dari Hermosa Jakarta itu sendiri memberikan makna mewah dan glamour.

Layout

Layout yang digunakan merupakan linear layout (vertical layout maupun horizontal layout).

Ikon

Dalam perancangan aplikasi Hermosa Jakarta akan menggunakan style outline (rounded) dan filled (rounded) karena cukup mudah dipahami oleh user.

Moodboard

Dalam perancangan interface aplikasi, moodboard dibuat berdasarkan konsep visual yang telah ditentukan sebelumnya. Disini moodboard berfungsi sebagai standar acuan dalam menentukan karakter dari desain interface yang akan dirancang.

Konsep Media

Tujuan Media

Berdasarkan analisis data kuisisioner dan survey yang telah dijelaskan pada landasan teori diatas, mayoritas menggunakan smartphone dengan sistem oprasi

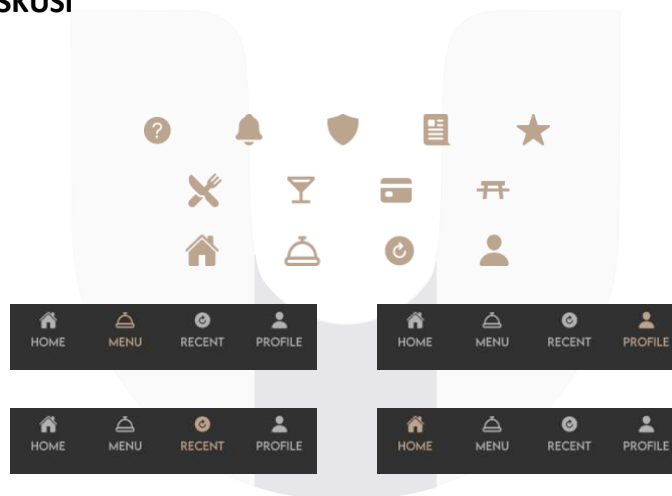
iOS. Maka berikut spesifikasi media yang akan digunakan untuk perancangan kali ini :

1. Sistem operasi : iOS
2. Screen density : HDPI
3. Ukuran layar : 9:16.

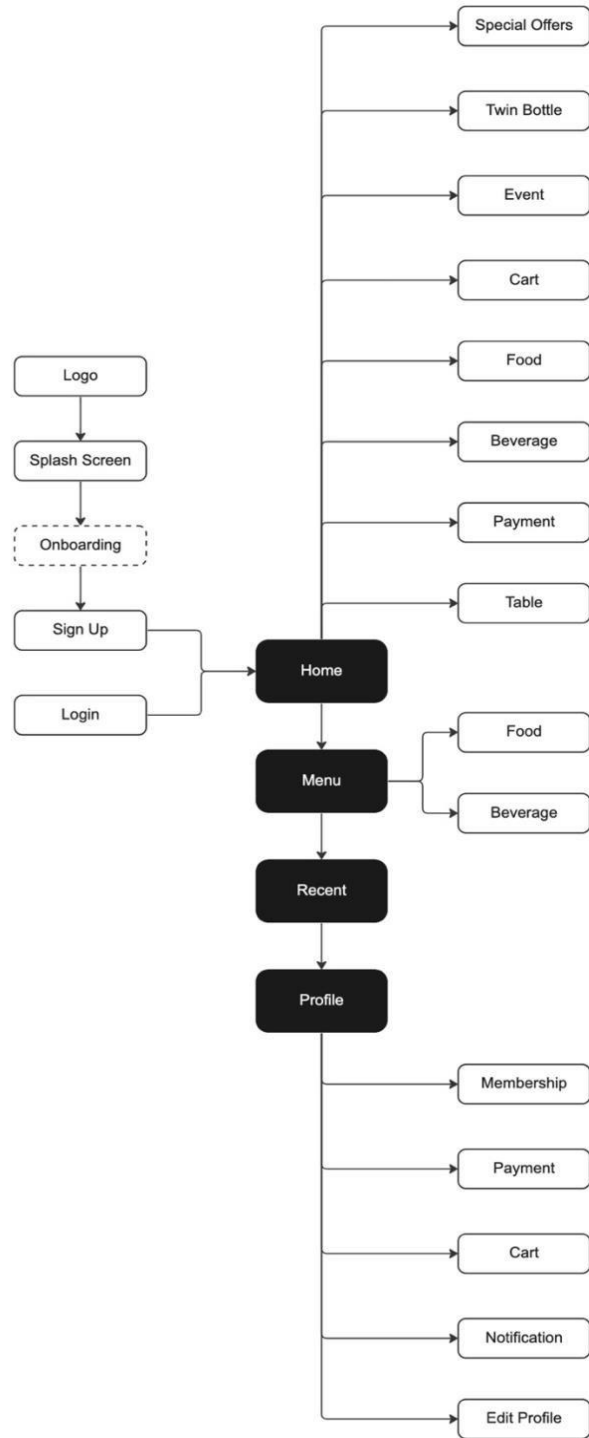
Konsep Bisnis

Konsep ini dapat dengan mudah membantu dalam menciptakan strategi yang baru dalam perancangan aplikasi Hermosa Jakarta. Data yang diperoleh lalu dikumpulkan dan dipeta-petakan secara sederhana dalam Business Model Canvas (BMC) yang berperan sebagai gambaran kasar darisuatu perancangan aplikasi dan berikut merupakan lampirannya

HASIL DAN DISKUSI



Gambar 1 Ikon filled aplikasi Hermosa Jakarta
(Sumber: Data Pribadi)

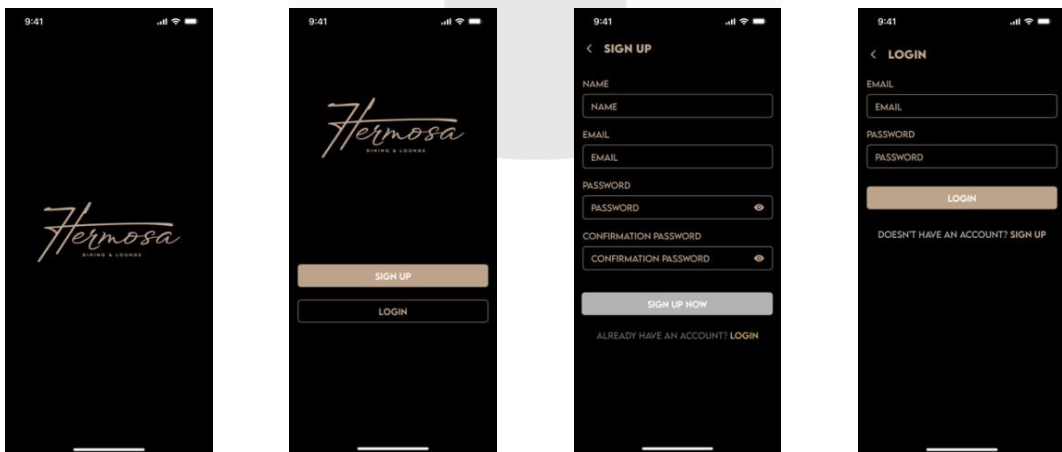


miro

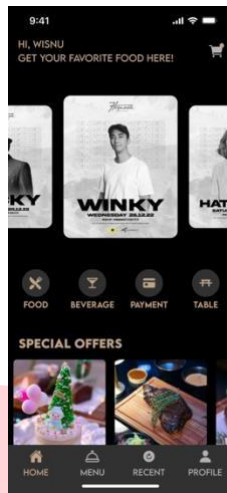
Gambar 2 Information Architecture
(Sumber: Data Pribadi)



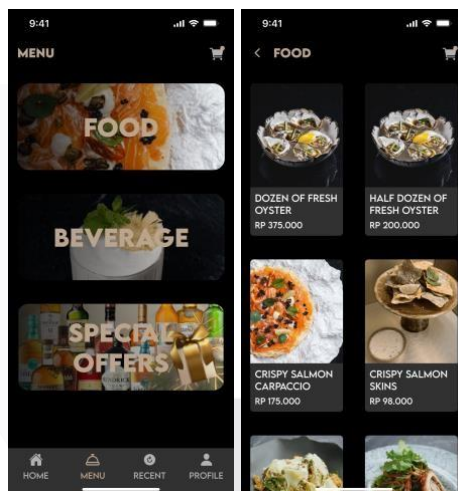
Gambar 3 Low Fidelity Wireframe
Sumber: Data Pribadi



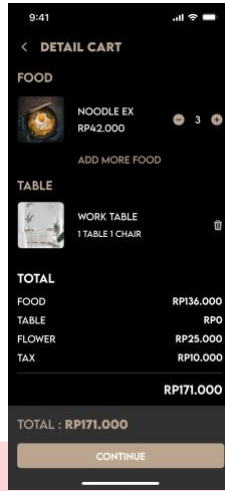
Gambar 4 Logo dan Landing Page
Sumber: Data Pribadi



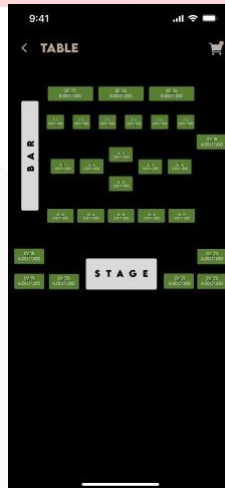
Gambar 5 Home
Sumber: Data Pribadi



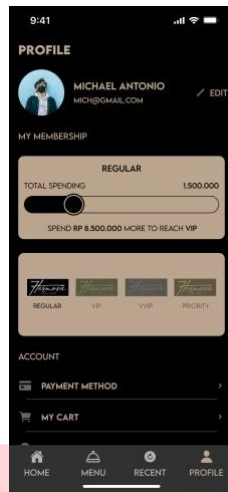
Gambar 6 Menu
Sumber: Data Pribadi



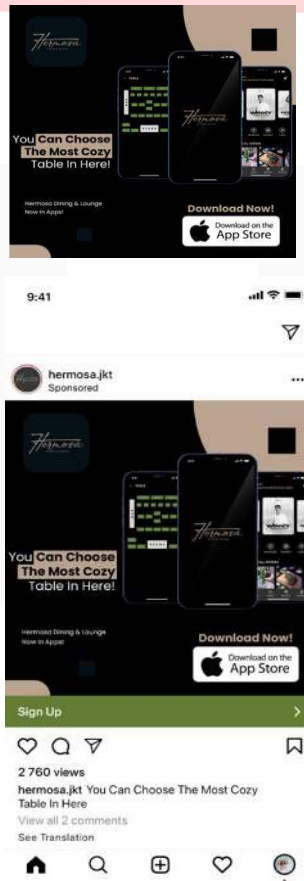
Gambar 7 Cart
Sumber: Data Pribadi



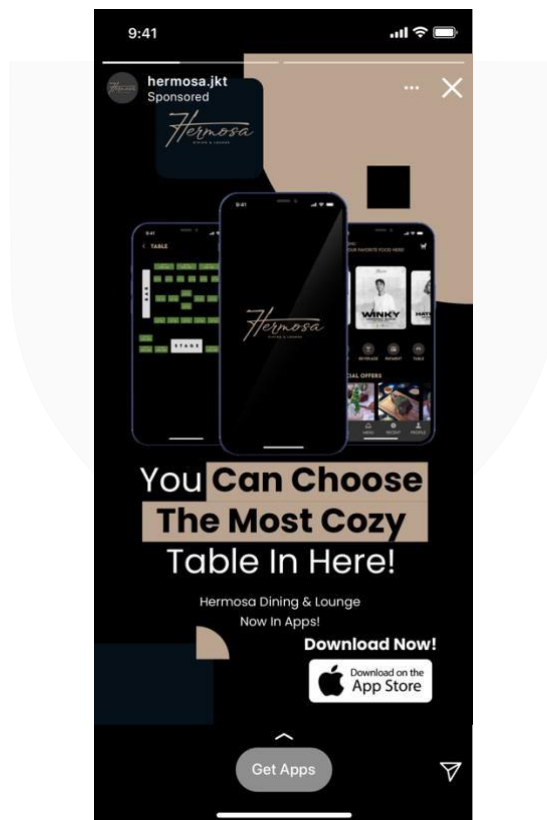
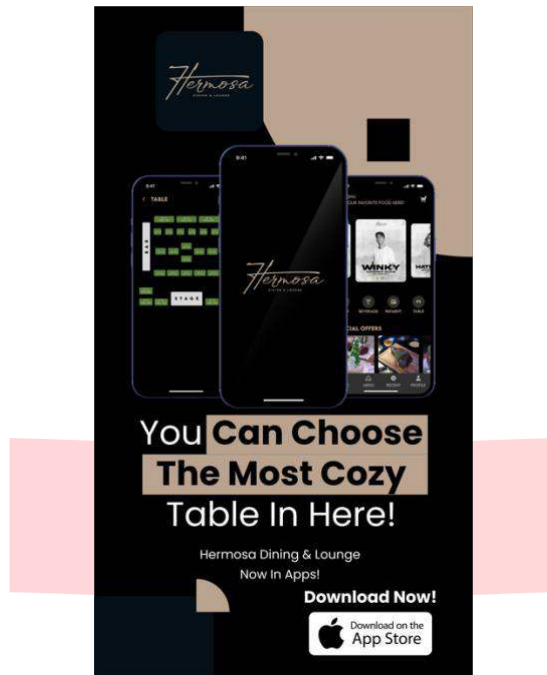
Gambar 8 Table
Sumber: Data Pribadi



Gambar 9 Profile
Sumber: Data Pribadi



Gambar 10 Poster Online
Sumber: Data Pribadi



Gambar 11 Instagram Story
Sumber: Data Pribadi



Gambar 12 Billboard
Sumber: Data Pribadi



Gambar 13 X-banner
Sumber: Data Pribadi



Gambar 14 Banner
Sumber: Data Pribadi



Gambar 15 Stationary
Sumber: Data Pribadi

Usability Testing

Berdasarkan kategori pengukuran skor yang telah ditentukan diatas menyatakan bahwa skor 79 termasuk kategori Baik dengan grade C yang acceptable (yang dapat diterima). Jadi, dapat disimpulkan bahwa prototype aplikasi Hermosa Dining & Lounge disini sudah cukup memenuhi sebagai kriteria User Experience yang optimal seperti effectiveness, efficiency, learnability, memorability, findable, safety, utility, dan acessable. Namun, tentu saja masih diperlukan perbaikan dan pengembangan secara keseluruhan agar mencapai skor yang sempurna untuk hasil yang baik

PERNYATAAN PENGHARGAAN

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, senantiasa saya panjatkan puji serta syukur atas kehadiran-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir yang berjudul **“PERANCANGAN PROTOTYPE APLIKASI HERMOSA DINING & LOUNGE UNTUK MENGOPTIMALISASI LAYANAN PEMESANAN DAN KEANGGOTAAN”** dengan baik. Tak lupa saya ucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang turut membantu dalam menyelesaikan laporan ini, yaitu:

1. Bapak Dr. Andreas Rio Adriyanto, SE., M.Eng. dan Bapak Aria Ar Razi, S.Ds., M.Ds. selaku dosen pembimbing pertama dan kedua dalam pengerjaan Tugas Akhir yang senantiasa membimbing selama proses penyusunan laporan ini.
2. Bapak Dicky Hidayat, S.Sn., M.Ds. dan Ibu Diena Yudiarti, S.Ds., M.S.M. selaku penguji pertama dan kedua.
3. Muhammad Ardhi Habiburahman selaku praktisi UI/UX sebagai narasumber.

4. Bapak Ahmad Syarif Hidayat selaku GM di Hermosa Dining & Lounge yang telah menyediakan dan memberikan keperluan data terkait Hermosa Dining & Lounge.
5. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan proses laporan tugas akhir ini.

KESIMPULAN

Kesimpulan yang diperoleh merupakan hasil temuan dalam penelitian ini, dimana memperlihatkan bahwa baik tampilan maupun fitur yang terdapat didalam Web hermosa jakarta masih dikatakan belum memenuhi kebutuhan user, terlebih web tersebut membuat user kesulitan saat memakainya dengan beragam kendala yang ada seperti tidak adanya halaman login, pendaftaran yang sulit, pengisian data, pemesanan yang harus melibatkan beberapa aplikasi dan lain sebagainya.

Pada perancangan ini, hasil yang didapatkan yaitu bagaimana merancang sebuah aplikasi agar dapat memenuhi kebutuhan user melalui penambahan fitur dan tampilan aplikasi saat digunakan, sehingga dapat memberikan solusi permasalahan bagi mereka serta merasa terbantu dengan aplikasi hermosa jakarta dalam pemesanan table, mencari informasi event, dan pemesanan menu. Dengan menggunakan beberapa landasan teori yang tepat juga sesuai terbentuklah konsep perancangan visual pada user interface, baik ilustrasi, layout, tipografi, warna, dan ikon dengan desain simple/sederhana dengan beberapa fitur sehingga dapat mencapai user friendly.

Desain yg ditampilkan jelas dan ringkas, tidak terlalu monoton seperti tulisan saja atau gambar saja agar lebih mudah dibaca dan dilihat serta memperjelas navigasi dan hierarki agar pesan tersampaikan dengan baik..

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Z. I. (2022, October 8). Types of Prototyping. Retrieved from Binus: <https://sis.binus.ac.id/2020/10/08/types-of-prototyping/>
- Afifah, A. N. (2021, December 28). Perkembangan Food and Beverage di Era Sekarang. Retrieved from Kompasiana: <https://www.kompasiana.com/ananda47543/61cad7806310e2d047ce072/perkembangan-food-and-beverage-di-era-sekarang-ini>
- Faizal, M., & Adriyanto, A. R. (2018). Perancangan ulang antarmuka website sebagai media informasi perguruan tinggi universitas telkom. *Serat Rupa Journal of Design*, 2(1), 54-66.
- HERLIS, S. (2019). OPTIMALISASI PLAN MAINTENANCE SYSTEM (SISTEM PERAWATAN KAPAL) DI KN. SUAR 07 PADA DISTRIK NAVIGASI KELAS III CILACAP. KARYA TULIS.
- Komunikasi Praktis. (2018, September 17). Pengertian Desain Komunikasi Visual (DKV), Prinsip, dan Unsurnya. Retrieved from komunikasipraktis: <https://www.komunikasipraktis.com/2018/09/pengertian-prinsip-dan-unsurhttps://www.komunikasipraktis.com/2018/09/pengertian-prinsip-dan-unsur-desain.html>
- Kumaran. (2022, August 2). Prototype adalah: Jenis dan Tahapan Rancangannya. Retrieved from How To Tekno: <https://kumaran.com/how-to-tekno/prototypehttps://kumaran.com/how-to-tekno/prototype-adalah-jenis-dan-tahapan-rancangannya-1yVPbe9Qjs8/full>
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers (Vol. 1)*. John Wiley & Sons.

- Perkasa, M, R, dkk (2016), Perancangan Sistem Manajemen Restorasi Dengan Aplikasi Pemasaran Restoran Berbasis Mobile Dalam Jaringan Lokal, vol. 4, no. 2, p289, Apr. 2016.
- Putri, V. K. (2022, June 8). Prototype: Pengertian dan Tujuannya. Retrieved from Kompas:<https://www.kompas.com/skola/read/2022/06/08/083000569/p-rototypepengertianhttps://www.kompas.com/skola/read/2022/06/08/083000569/prototype--pengertian-dan-tujuannyadan-tujuannya>
- Rahmawati, F. F., & Zaidiah, A. (2020, July). Perancangan Desain User Interface Lost and Found. In Prosiding Seminar Nasional Mahasiswa Bidang Ilmu Komputer dan Aplikasinya (Vol. 1, No. 1, pp. 312-318).
- Razi, A. A., Mutiaz, I. R., & Setiawan, P. (2018). Penerapan metode design thinking pada model perancangan ui/ux aplikasi penanganan laporan kehilangan dan temuan barang tercecer. *Demandia: Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain, dan Periklanan*, 3(02), 219-237.
- Romeo, A. (2022, May 24). Apa itu Prototype? Pengertian, Fungsi, dan Jenis Prototype (Lengkap). Retrieved from Makin Rajin: <https://makinrajin.com/blog/prototypehttps://makinrajin.com/blog/prototype-adalah/adalah/>
- Setiawan, E. (2021). Minat Beli Konsumen di Bakso Kota Cak Man Magelang. *Jurnal Pariwisata Vokasi*, 2(1), 34-41.
- Susandi, D., & Sukisno, S. (2018). Sistem Informasi Inventaris Berbasis Web di Akademi Kebidanan Bina Husada Serang. *JSil (Jurnal Sistem Informasi)*, 5(2).
- Susanti, N. H., Halin, H., & Kurniawan, M. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan PR. Berlian Bersaudara Propertindo (Studi Kasus Perumahan Taman Arizona 1 Taman Arizona 2 dan Taman Arizona 3 di Talang Jambi Palembang). *JURNAL ILMIAH EKONOMI GLOBAL MASA KINI*, 8(01), 8.

- Soeparyo, A. (2022, May 28). Membership Sebagai Model Bisnis Online. Diambil kembali dari lummoshop: <https://www.lummoshop.co.id/blog/membership-adalah/>
- Soewardikoen, D. W. (2019). Metodologi Penelitian: Desain Komunikasi Visual. PT Kanisius.
- Swasty, W. (2017). Serba serbi warna: penerapan pada desain. Remaja Rosdakarya.
- Widiastuti, S. (2022, July 15). 7 Prinsip Dasar Desain Grafis. Retrieved from Universitas Stekom: <http://desain-grafis-s1.stekom.ac.id/informasi/baca/7-Prinsip-Dasar-Desain-Grafis/3d4967cb284dd1b34d4fa96770770f3c64cf176d>
- Widiastuti, Santi, (2022), <http://desain-grafis-s1.stekom.ac.id/informasi/baca/7-Prinsip-Dasarhttp://desain-grafis-s1.stekom.ac.id/informasi/baca/7-Prinsip-Dasar-Desain-Grafis/3d4967cb284dd1b34d4fa96770770f3c64cf176dDesain-Grafis/3d4967cb284dd1b34d4fa96770770f3c64cf176d>
- Abednego. (2018). <https://binus.ac.id/malang/2018/12/visual-identity-vsbrand-identity/> diakses pada tanggal 20/11/2022 11.17
- Krisilla, C. A., Triani, A. R., & Razi, A. A. (2021). Perancangan Website Sebagai Media Promosi Adelia Tour And Travel. *eProceedings of Art & Design*, 8(6).
- R. Setiadi and H. Setiaji, "Perancangan UI/UX menggunakan pendekatan HCD (Human-Centered design) pada website Thriftdoor," *Automata*, vol. 1, no. 2, pp. 228–233, (2020).
- Rahmasari, E. A., & Yanuarsari, D. H. (2017). Kajian usability dalam konsep dasar user experience pada game "æabc kids-tracing and phonics" sebagai media edukasi universal untuk anak. *Demandia: Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain, dan Periklanan*, 49-71.