

PERANCANGAN APLIKASI EDUKASI BERBASIS *MOBILE* TENTANG PENGENALAN BUMBU REMPAH MASAKAN KHAS INDONESIA BAGI GENERASI Z

Alny Noor Kholifah¹, Desta Mukti Rahardja², Rosa Karnita³

^{1,2,3}Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitektur dan Desain,

Institut Teknologi Nasional Bandung

corresponding author email: karnita@itenas.ac.id³

Abstrak

Indonesia adalah negara yang memiliki keragaman budaya yang tinggi, terutama pada sektor pengenalan rempah-rempah. Seiring dengan perkembangan teknologi dan globalisasi pada bidang kuliner, membuat generasi muda saat ini khususnya generasi Z, sulit dalam mengidentifikasi dan mengklasifikasi serta mengenal rempah-rempah masakan khas Indonesia. Tujuan penelitian ini mencakup: memperkenalkan kembali budaya rempah masakan khas Indonesia, mengenalkan keanekaragaman hayati yang dimiliki Indonesia kepada generasi Z, dan memberikan solusi bagi masalah masyarakat dalam proses memasak yang kerap sulit sekali membedakan jenis rempah atau bahkan hingga tertukar satu sama lainnya. Metode pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, wawancara, observasi, dan kajian literatur, serta metode penelitian desain yang digunakan menggunakan pendekatan *Design Thinking*. Hasil penelitian berupa rancangan prototipe berbasis aplikasi *mobile* dengan konten bahan ajar yang dikemas dalam aplikasi dengan visualisasi unsur warna, tipografi dan ilustrasi yang informatif dan menarik. Manfaat yang dihasilkan adalah terciptanya media DKV yang tepat bagi proses pengenalan rempah masakan sebagai warisan budaya Indonesia. Selain kemudahan dalam penggunaannya dan diharapkan media ini dapat menjadi solusi metode edukasi untuk bidang lainnya.

Kata Kunci: aplikasi *mobile*, budaya, edukasi, kuliner, rempah

Abstract

Indonesia is a country that has high cultural diversity, especially in the spice introduction sector. Along with technological developments and globalization in the culinary field, today's young generation, especially generation Z, is starting to find it challenging to identify and classify and recognize Indonesian special spices. The research objectives include: reintroducing the spice culture of Indonesian things, introducing biodiversity which Indonesia owns for generation Z, and providing solutions to problems that often occur among the public in the cooking process, which is often very difficult to distinguish the types of spices or even to the point of being confused with one another. In addition, it is hoped that Generation Z can participate in developing business ideas in the culinary sector as a form of support and an effort to advance tourism in Indonesia through the culinary industry. The research results are mobile application-based prototype designs with teaching material content packaged in applications with informative and attractive visualization of colour elements, typography, and illustrations. Data collection methods were carried out through questionnaires, interviews, observations, literature reviews. The design research methods using the Design Thinking approach. The benefits resulting from this research are to design visual communication media that are appropriate for introducing cooking spices as an Indonesian cultural heritage, as well as for ease of use and are expected to be a solution to educational methods for other fields.

Keywords: *culinary, culture, education, mobile application, spices*

1. PENDAHULUAN

Indonesia menjadi negara yang kaya akan sumber daya alam termasuk kaya akan rempah-rempah yang kerap dijadikan sebagai bumbu masakan khas Indonesia yang kaya akan cita rasa (Javarapedia, 2021). Selain untuk menambah cita rasa, rempah asal Indonesia juga memiliki segudang manfaat dan khasiat, sehingga banyak dicari oleh semua kalangan di seluruh dunia (BKPM, 2021). Seiring berkembangnya zaman yang semakin modern, membuat banyak generasi muda yang mulai tidak mengenal rempah-rempah khas Indonesia. Karena kurangnya minat serta kesadaran untuk mengetahui mengenai rempah masakan khas Indonesia sebagai warisan budaya serta kebanggaan bagi bangsa Indonesia di kalangan remaja, dengan melalui media perancangan DKV yang akan di kembangkan dan dipilih untuk mendukung tercapainya tujuan penelitian. Masalah yang sering terjadi pada generasi muda adalah keinginan untuk serba cepat termasuk dalam mengolah makanan, sehingga banyak dari mereka yang sering memasak dengan menggunakan bahan masakan seadanya atau menggunakan bumbu instan. Sehingga banyak dari mereka yang kesulitan untuk membedakan yang mana bumbu masakan yang satu dengan yang lainnya, seperti jahe dan kunyit, merica dan ketumbar dan berbagai rempah lain yang memiliki bentuk serupa (Indonesia Expat, 2019).

Penelitian dilakukan melalui proses pencarian data dengan menyebar kuesioner menggunakan survei *online* dan memperoleh 32 responden generasi Z. Kuesioner berisi pertanyaan seputar pengenalan rempah makanan khas Indonesia. Pada tahap awal, dilakukan penelitian untuk mencari tahu seberapa yakin responden mengenali rempah masakan khas Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan terdapat kurangnya pengetahuan mengenai rempah-rempah khas Indonesia pada generasi Z, yaitu 45,2% menjawab cukup mengetahui, 19,4% menjawab kurang mengetahui, 12,9% menjawab mengetahui, dan 22,6% menjawab sangat mengetahui. Namun setelah dilakukan penelitian lebih dalam terdapat 56,25% responden yang hanya mengenal 1 - 16 jenis rempah dari 32 daftar rempah masakan khas Indonesia. Hal ini yang menjadi fokus pembahasan pada penelitian ini.

Setelah melalui tahap penelitian menggunakan metode *design thinking*, maka diputuskan untuk merancang aplikasi edukasi mengenai pengenalan rempah masakan khas Indonesia. Pemanfaatan teknologi informasi serta komunikasi yang berkembang pesat harus dimaksimalkan demi meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Teknologi ini dapat menjadi sarana untuk mencapai kemajuan dan kecerdasan bangsa, terutama internet - dapat memberikan banyak manfaat pada bidang pendidikan, penelitian, bisnis, dan aspek kehidupan lainnya (Gayatri et al., 2015). Selain itu, diperlukannya dukungan untuk mendorong generasi muda agar menggunakan internet sebagai alat penting dalam membantu pendidikan, meningkatkan pengetahuan, serta memberikan peluang dan kemampuan untuk mencapai kualitas hidup yang lebih baik.

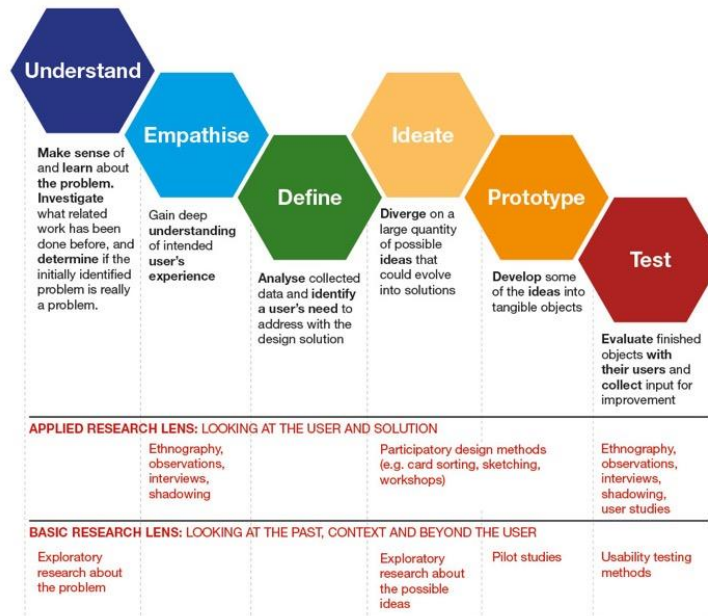
Sebagai generasi yang sejak lahir telah mengenal teknologi internet, generasi ini merupakan *digital natives* yang selalu mengandalkan internet dan media sosial sebagai media komunikasi dan media literasinya (Rastati, 2018). Oleh sebab itu, media internet

digunakan sebagai saluran media aplikasi mobile sebagai sarana edukasi pengenalan rempah bagi generasi Z. Media literasi bagi *digital natives* yang membahas perspektif generasi Z di Jakarta sebagai gambaran untuk penentuan media yang sesuai dengan karakter mereka (Rastati, 2018).

Tujuan perancangan untuk mengembalikan kejayaan rempah Indonesia di kalangan remaja dan melestarikan budaya rempah masakan khas Indonesia. Dikenal sebagai negeri rempah-rempah, Indonesia mengalami kejayaan di mana cengkeh dan pala di kepulauan Maluku sangat dihargai tinggi dalam ekonomi global (Rahman, 2019). Oleh karenanya, keberadaan rempah-rempah sangat berpengaruh pada sektor ekonomi kreatif dan *Bio-diversity* atau keanekaragaman hayati yang dimiliki oleh Indonesia. Melalui media edukasi untuk masyarakat Indonesia terutama generasi muda mengenai pengetahuan identifikasi, klasifikasi hingga resep pengolahan masakan menggunakan rempah khas Indonesia, akan membuka lapangan kerja baru dengan memanfaatkan tingginya atensi masyarakat Indonesia akan kuliner makanan khas Indonesia yang beragam. Oleh karena itu, dengan memperkenalkan kembali budaya rempah masakan khas Indonesia dan keanekaragaman hayati yang dimiliki oleh Indonesia kepada generasi Z, diharapkan dapat memberikan solusi bagi permasalahan yang kerap terjadi di kalangan generasi muda dalam proses memasak yang kerap sulit sekali membedakan jenis rempah atau bahkan hingga tertukar satu sama lainnya.

2. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian perancangan aplikasi edukasi pengenalan rempah berbasis *mobile* ini menggunakan acuan metode *Design Thinking*, yaitu metode yang digunakan untuk memecahkan masalah desain meliputi proses, keterampilan, serta pola pikir kompleks.



Gambar 1. Metode *Design Thinking*
[Sumber: (Pontis, 2015)]

Metode ini akan membantu menghasilkan solusi dalam menyelesaikan masalah. Pada gambar di bawah ini dijelaskan bahwa *design thinking* adalah komponen yang diperlukan untuk melakukan penelitian terapan dan juga penelitian dasar. Keduanya berfokus pada pengguna, melakukan refleksi terhadap apa yang terjadi pada masa lalu, masa kini, dan kondisi ideal serta solusi yang akan ditawarkan kepada user (Pontis, 2015).

2.1 Empathize (Empati)

Pada tahap empati yaitu tahapan memahami masalah yang sedang dihadapi. Mencari tahu tentang segala yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas. Pada tahap *empathize* dari proses desain produk, data diperoleh menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif agar data yang terkumpul akurat dan terpercaya. Setelah itu, dilakukan analisis dan sintesis data dengan menggunakan beberapa alat bantu yang berguna untuk membantu peneliti mengidentifikasi kebutuhan dan preferensi pengguna, serta mengumpulkan informasi yang berguna dalam mengembangkan solusi yang sesuai dengan kebutuhan tersebut.

Metode kualitatif dan kuantitatif meliputi pengumpulan data dan alat bantu sintesis data. Pengumpulan data melalui: (a) Kuesioner; Metode ini menggunakan pertanyaan tertulis yang diberikan kepada responden, dengan tujuan untuk memperoleh informasi mengenai penggunaan rempah dari jumlah responden yang besar secara cepat dan efisien sehingga dapat menghasilkan data yang lebih representatif. (b) Wawancara; Metode ini bertujuan untuk memperoleh informasi secara langsung dari sumber yang merupakan orang-orang yang terlibat langsung dalam masalah yang diteliti, wawancara ini memiliki maksud guna memperoleh langsung kebutuhan dan preferensi pengguna dan mengembangkan solusi yang sesuai dengan kebutuhan tersebut.

Sintesis data menggunakan tiga pendekatan yaitu: (1) *Affinity mapping*; Pada tahun 1960-an diperkenalkan metode K-J oleh seorang ahli antropologi Jepang yang bernama Jiro Kawakita pada tahun 1960-an. K-J adalah singkatan dari Kawakita Jiro yang mengenalkan *affinity diagram* sebagai metode pengembangan organisasi dan pemecahan masalah menggunakan metode kolaborasi untuk hasil yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pengguna (Wiedarti, 2005). *Affinity Mapping* merupakan metode yang digunakan dalam perancangan untuk mengelompokkan ide yang dihasilkan ke dalam diagram untuk memetakan kebutuhan, keinginan, apa yang disukai dan tidak disukai, juga memetakan apa yang diimpikan dan harapan pengguna (Dam & Siang, 2022). (2) *User Persona*. Raven Real mengatakan bahwa “A fictionalized version of your ideal consumer is called a user persona. As a UX designer, you'll begin the design process by performing user research to understand the precise requirements of your target users for the product you're building. This user research typically serves as the foundation for a persona, which includes the needs, objectives, and observable behavior patterns of your target audience.” (Veal, 2022). Dapat disimpulkan bahwa *User Persona* merupakan metode yang digunakan untuk lebih mengenal pengguna secara lebih spesifik dan ideal, serta menggunakan metode ini harus mewakili pengguna dengan baik dan benar. Dan (3) *User Journey Mapping* merupakan visualisasi

dari suatu proses yang dilalui pengguna untuk mencapai tujuan yang terkait dengan bisnis atau produk tertentu (Gibbons, 2018). Oleh karena itu, *user journey mapping* dapat diartikan sebagai metode yang digunakan dalam perancangan untuk memvisualisasikan diri dari user yang dibuat dari data yang telah didapatkan berdasarkan wawancara dan pengumpulan data dari pengguna.

2.2 Define (Menentukan)

Pada tahap ini designer sudah mulai menentukan ide dan tujuan serta sudah mulai mencari data yang dibutuhkan. Sehingga dalam proses pengumpulan datanya bisa dilakukan dengan pendekatan: (a) Kajian Literatur. Dalam tahap ini dilakukan pencarian referensi dan data dari jurnal, makalah serta dari artikel media cetak maupun media internet. Kajian literatur yang terkait dengan rempah dan perancangan aplikasi yang dapat diambil sebagai contoh misalnya mengenai aplikasi pengenalan masakan nusantara berbasis android (Ikorasaki et al., 2022). Selain itu, analisis yang pernah dilakukan mengenai rempah dan proses mengolahnya dapat dijadikan bahan untuk ditempatkan pada menu rancangan aplikasi (Nufika, 2019).

(b) *Competitive Analysis* (analisis kompetitif). Analisis adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya, misalnya sebab musabab dan duduk perkara. Analisis kompetitif merupakan sebuah cara untuk mengumpulkan, mengidentifikasi, dan membandingkan apa yang kompetitor lakukan (Mahfunda, 2019). SWOT (Strength-Weakness-Opportunities-Threat) adalah salah satu cara untuk dapat menganalisis hal-hal yang terdata pada kompetitor. Analisis kompetitif perlu dilakukan dalam membangun aplikasi mobile karena konsumen akan lebih banyak berinteraksi dengan aplikasi tersebut. Selain itu, analisis kompetitif diperlukan untuk mengantisipasi persaingan bisnis terutama untuk jenis usaha yang sama. Contoh analisis kompetitif yang pernah ada untuk sistem informasi bidang kuliner yaitu memberikan tawaran diskon dalam bentuk voucher, berbagai paket hemat, diet, dan jeli menangkap peluang yang diinginkan oleh konsumen dan ini semua secara sistematis tertata pada aplikasi yang dirancang hemat (Pamungkas, 2016).

(c) *User Flow* atau Alur pengguna mewakili langkah-langkah yang harus diambil pengguna untuk menyelesaikan sebuah tugas. Seorang desainer harus benar-benar memikirkan tentang bagaimana rancangannya dapat memandu pengguna untuk melakukan tahapan yang sesuai dengan yang diharapkan oleh pemberi pesan pada sebuah aplikasi atau situs informasi (Dwinawan, 2018).

2.3 Ideation (eksplorasi ide)

Setelah menentukan data dengan baik, perancang sudah mulai menemukan *problem statement* yang telah terjadi hasil dari pengamatan dan observasi sehingga dalam tahap ini designer sudah mulai bisa mendapatkan ide-ide solusi terhadap masalah yang terjadi dan mulai memantapkan ide-ide rancangan yang akan dieksekusi. Salah satu pendekatan perancangan menggunakan konsep gamifikasi dengan tujuan memberikan pengalaman yang menyenangkan karena pengguna akan merasakan seperti dalam

sebuah permainan, dan hal ini dapat digunakan khususnya untuk perancangan media edukasi (Fatoni, 2021).

Dalam proses penentuan ideasi, digunakan metode berikut: (1) *How Might We* adalah cara untuk mengubah sebuah masalah menjadi pertanyaan. Dengan mengubah masalah menjadi pertanyaan, kita mengubah cara berpikir kita bahwa masalah itu pasti dapat diselesaikan (Rosala, 2021). Metode ini merupakan metode yang digunakan dalam pemecahan masalah dimana pada metode ini menggunakan pertanyaan-pertanyaan, yang dalam prosesnya metode ini juga menggunakan 5W1H dalam perumusan pertanyaannya. 5W1H adalah sebuah konsep yang menguraikan permasalahan menggunakan pertanyaan diawali kata-kata *what, when, where, who, why, dan how*; untuk memperoleh analisis yang tepat sebagai pemecahan suatu masalah (Möller, 2012). (2) *Low-Fidelity Wireframe* adalah sebuah *wireframe* yang belum terlihat seperti produk akhir. Sebagai contoh, dengan menggunakan material yang sangat berbeda dari produk akhir seperti kertas dan kardus dari pada rancangan desain antarmuka yang ada pada layar komputer (Babich, 2017). *Low-fidelity prototyping* sangat berguna karena proses pembuatannya yang sederhana, murah, dapat diubah sesuai kebutuhan dengan cepat, fleksibel dan memungkinkan untuk mengeksplorasi lebih jauh lagi ide desain dan alternatif desain yang lainnya (Firmansyah et al., 2018).

2.4 Prototyping (Pemodelan)

Prototyping merupakan metode pengembangan perangkat lunak, yang berupa model fisik kerja sistem dan berfungsi sebagai versi awal dari sistem (Purnomo, 2017). Melalui metode *prototyping* ini akan dihasilkan sistem prototipe sebagai perantara pengembang dan pengguna agar dapat berinteraksi dalam proses kegiatan pengembangan sistem informasi (Puspita, 2020). Agar proses pembuatan prototipe ini berhasil dengan baik adalah dengan mendefinisikan aturan-aturan pada tahap awal, yaitu pengembang dan pengguna harus satu pemahaman bahwa prototipe dibangun untuk mendefinisikan kebutuhan awal.

2.5 Test (Uji Coba)

Pada tahap ini designer melakukan uji coba terhadap rancangan produk yang telah dibuat. Designer atau penguji dapat memberikan rancangan yang telah di buat untuk kemudian diuji oleh pengguna, sehingga penguji akan mendapatkan umpan balik dari pengguna terkait rancangan yang telah dibuatnya, untuk meminimalisir kesalahan dan kekurangan dari rancangan yang telah dibuat.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Pengumpulan Data

Setelah dilakukan survei yang menggunakan metode kuantitatif dan kualitatif dengan menyebarkan kuesioner dan melakukan wawancara terhadap responden, ternyata diketahui bahwa generasi z memiliki kecenderungan sulit untuk membedakan rempah-rempah dan belum banyak yang mengetahui rempah-rempah khas Indonesia.

Data Hasil melalui pengumpulan data kuisisioner



Gambar 2. Data Kuesioner
[Sumber: Dokumentasi Penulis]

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah diperoleh dari 32 orang responden didapatkan bahwa sebagian besar dari generasi Z yang menjadi responden adalah pengguna perangkat android sebagai alat untuk mencari informasi, dengan persentase sebesar 68,8%. Selain itu, terdapat kurangnya pengetahuan mengenai rempah-rempah khas Indonesia pada generasi Z, yaitu 45,2% menjawab cukup mengetahui, 19,4% menjawab kurang mengetahui, 12,9% menjawab mengetahui, dan 22,6% menjawab sangat mengetahui. Namun setelah diberikan pertanyaan lebih lanjut mengenai pengetahuan rempah, 56,25% menjawab mengetahui antara 1 jenis rempah hingga 16 jenis. Meskipun demikian, sebagian besar responden menganggap bahwa mengenal rempah-rempah khas Indonesia adalah sesuatu yang penting, dengan persentase sebesar 78,1% yang menjawab ya dan 21,9% yang menjawab netral. Terkait fitur yang diinginkan pada aplikasi edukasi bumbu rempah masakan Indonesia, terdapat beberapa pilihan yang paling populer di antara responden, yaitu 35,48% menginginkan fitur yang menjelaskan kegunaan rempah, 29,03% menginginkan fitur yang menjelaskan deskripsi mengenai rempah, 19,35% menginginkan fitur untuk mengidentifikasi rempah, dan 16,13% yang menjawab lainnya.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada 6 orang partisipan, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar generasi Z adalah pengguna perangkat android sebagai alat untuk mencari informasi. Selain itu, terdapat kurangnya pengetahuan mengenai fungsi dan kegunaan rempah-rempah khas Indonesia pada generasi Z, meskipun sebagian besar partisipan menganggap bahwa mengenal rempah-rempah tersebut adalah sesuatu yang penting. Fitur yang paling banyak diinginkan oleh responden dan partisipan pada aplikasi edukasi bumbu rempah masakan Indonesia adalah fitur yang menjelaskan kegunaan rempah, fitur yang menjelaskan deskripsi mengenai rempah, dan fitur untuk mengidentifikasi rempah.

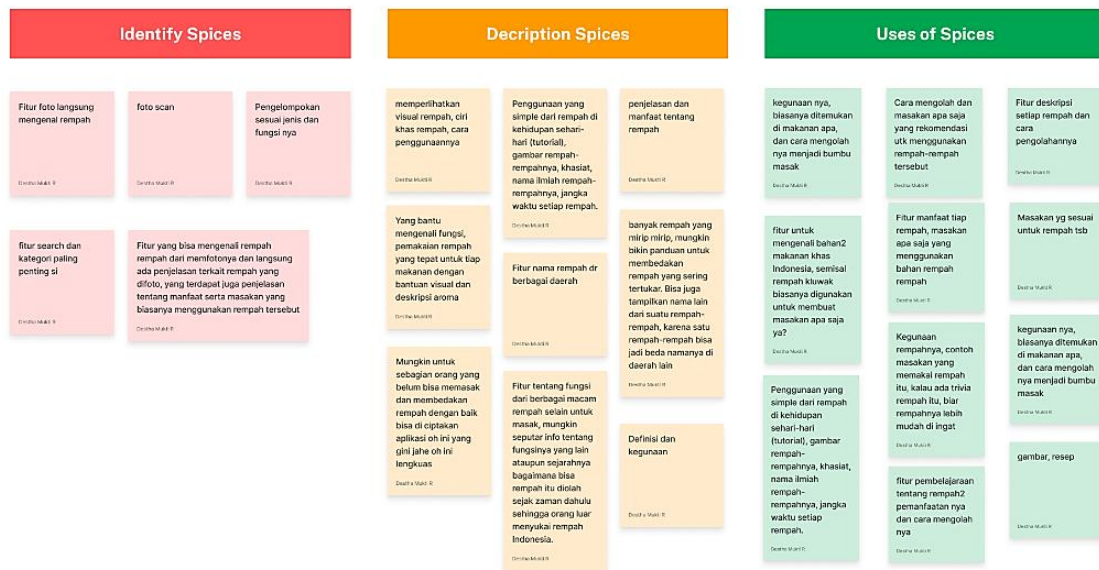
3.2 Hasil Sintesis Data

Data selanjutnya dianalisis kemudian dilakukan untuk mengelompokkan data yang terkumpul menjadi kategori-kategori yang terkait dengan satu sama lain, dengan tujuan untuk memahami pola-pola yang terjadi dalam data tersebut.

3.2.1 Affinity mapping

Berdasarkan hasil wawancara dan pengolahan data, dapat disimpulkan dengan menggunakan metode *affinity mapping* untuk kebutuhan pengguna dan akan

digunakan untuk pembuatan rancangan selanjutnya seperti pembuatan *wireframe* dan *userface*. Hasil dari pengolahan data dapat disimpulkan bahwa kebutuhan pengguna aplikasi “Rempahin” dibagi menjadi 3 bagian. yaitu *identification spices*, *description spices* dan *User of spices* (lihat gambar 1.3).



Gambar 3. Affinity Mapping [Sumber: Dokumentasi Penulis]

3.2.2 User persona

Dalam perancangan ini, digunakan metode *User Persona* untuk mengelompokkan data pengguna dan mengklasifikasikannya ke dalam bentuk data pengguna. Dalam proses menggunakan metode ini digunakan sampel dengan enam karakteristik yang berbeda yang mewakili target audiens dari perancangan ini. Data yang dikumpulkan diambil melalui metode wawancara secara langsung, dengan diberikan pertanyaan relevan seputar perancangan aplikasi Rempahin. *Sampel* yang digunakan dirangkum berupa representasi user yaitu Naufal Nur berusia 21 tahun (bukan nama sesungguhnya).

Naufal Nur, 21
Bandung | Mahasiswa

" Saya mencari aplikasi yang memudahkan Saya mencari deksripsi, manfaat dan khasiat rempah"

Personality

Extrovert Introvert

Incurious Curious

Software

Bio

Rifqi merupakan seorang mahasiswa yang tinggal di Bandung, Rifqi masih bingung dan tidak mengetahui mengenai rempah khas Indonesia, karena itu Rifqi ingin mengetahui jenis rempah yang ada di Indonesia kapanpun saya mau karena mungkin suatu saat saya memerlukannya

Goals

- Mengetahui & membedakan rempah
- Mengetahui rempah yang berkualitas
- Mempelajari rempah pada masakan
- Mengetahui khasiat rempah
- Ingin mengetahui kegunaan rempah

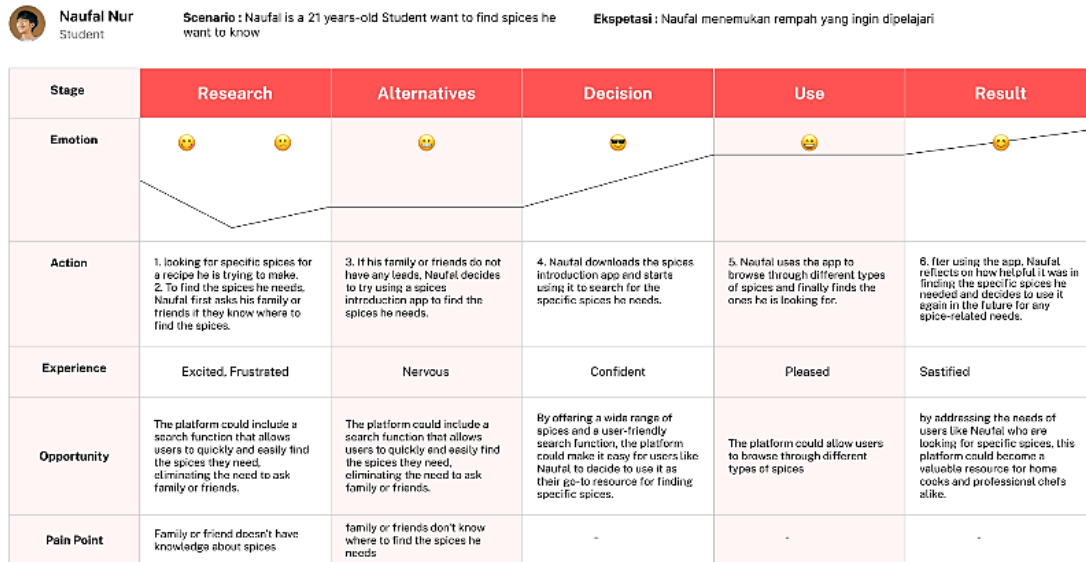
Pain Point

- Sulit membedakan rempah
- Tidak dapat membedakan rempah yang berkualitas
- Tidak mengetahui khasiat rempah
- tidak tahu kegunaan rempah

Gambar 4. User persona [Sumber: Dokumentasi Penulis]

3.2.3 User Journey Mapping

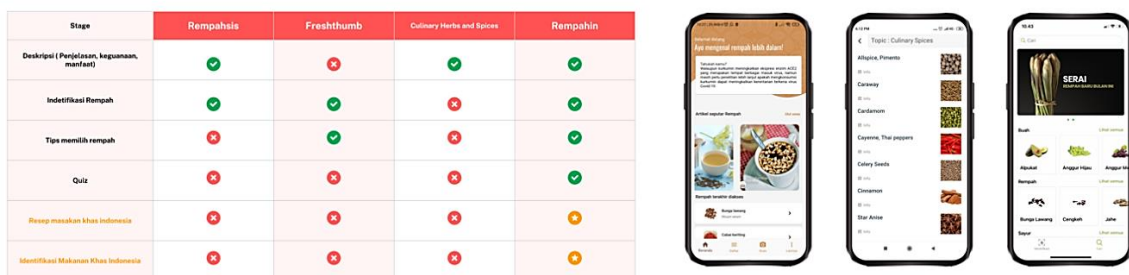
User Journey Mapping merupakan metode lanjutan dari metode *User Persona*, atau dalam kata lain metode ini adalah proses visualisasi dari *user persona* dari user bernama Naufal Nur. Pemetaan user journey untuk sistem informasi dilakukan untuk memetakan emosi, pikiran, dan ide solusi melalui pemetaan pengguna yang retrospektif (Nurfritri et al., 2019).



Gambar 5. User Journey Map
[Sumber: Dokumentasi Penulis]

3.2.4 Competitive Analysis

Pada proses *competitive analysis* dilakukan perbandingan dengan aplikasi serupa yang dimiliki oleh pihak kompetitor untuk kemudian dianalisis sebagai bahan tinjauan dan rancangan aplikasi terbaru. Dalam tahap ini, dibandingkan dengan berbagai aplikasi rempah yang pernah ada seperti Sis, Fresh Thumb dan Culinary Herbs and Spices, yang kemudian dijadikan data seperti berikut:

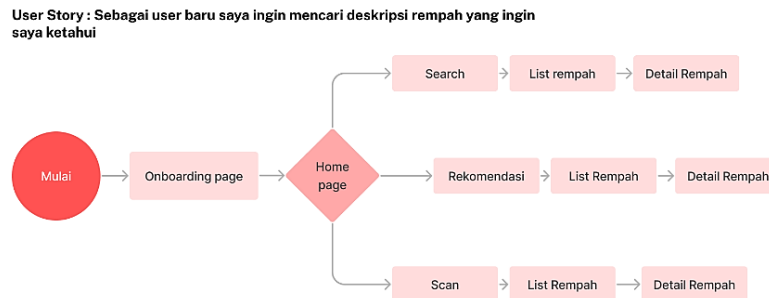


Gambar 6. Competitive Analysis
[Sumber: Dokumentasi Penulis]

3.2.5 User Flow

Dalam tahapan ini dibuat skema tahapan yang dilalui oleh user dalam menggunakan aplikasi "Rempahin". Setelah melalui tahapan pengolahan data kebutuhan pengguna,

ditemukan fitur dan rancangan yang sesuai dengan kebutuhan pengguna, yaitu perancangan aplikasi yang diawali dengan Onboarding page saat user membuka aplikasi pertama kali, lalu setelah melalui tahap *Onboarding* user diarahkan ke tahap Homepage dimana pada tampilan homepage yang berisi mengenai semua informasi yang dibutuhkan oleh user dalam aplikasi, seperti fitur dan informasi tentang rempah masakan. Kemudian user diarahkan ke dalam fitur Search, Rekomendasi dan Scan. Ketiga tahapan tersebut akan kemudian diarahkan ke tahapan List rempah dan detail rempah.



Gambar 7. User Flow
[Sumber: Dokumentasi Penulis]

3.2.7 How-Might-We

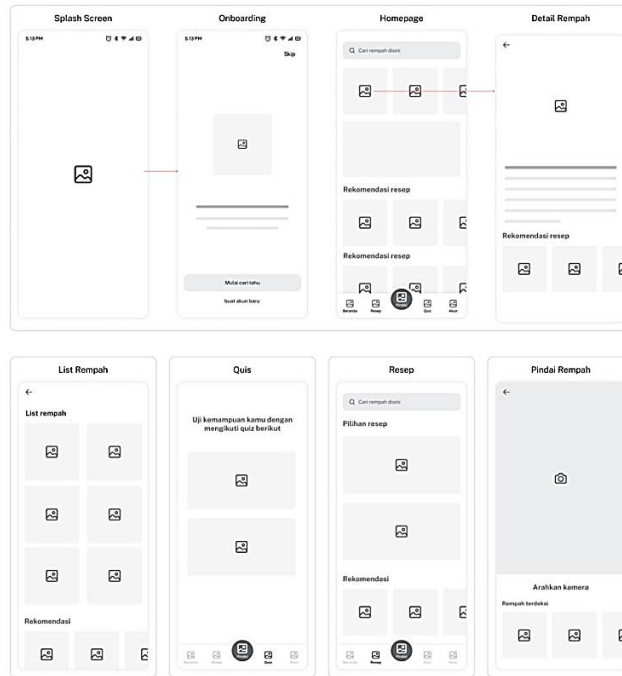
Dalam tahapan *How-Might-We*, permasalahan dikelompokkan, kemudian diubah dalam bentuk pertanyaan. Kemudian dicari berbagai alternatif jawaban untuk kebutuhan pengguna ketika menggunakan aplikasi. Dalam prosesnya, terbagi dalam tiga kata kunci yang kemudian diartikan bahwa *How* yaitu bagaimana permasalahan yang terjadi atau *problem statement* lalu *Might* yaitu kemungkinan permasalahan terjadi, lalu yang terakhir digunakan tahapan *We* yaitu bagaimana cara menemukan solusi dari masalah yang terjadi.

Problem Statement →	How Might We →	Solution
Bagaimana kami dapat mengembangkan platform yang memudahkan pengguna untuk menemukan dan memilih rempah-rempah tertentu dan fungsi pencarian yang mudah digunakan	Merancang platform ramah pengguna yang memungkinkan pengguna mencari dan memilih rempah-rempah yang mereka butuhkan dengan mudah, sambil memberikan informasi dan sumber daya yang bermanfaat untuk mendukung proses pemilihan rempah-rempah mereka?	menambahkan fitur search yang bisa mengakses semua informasi dalam aplikasi Memberikan shortcut & pengkategorian relevan untuk membantu user dalam menentukan keputusan
Bagaimana kami Memberikan informasi mendetail dan berkualitas tinggi tentang setiap bumbu	Memberikan informasi yang relevan sesuai dengan kebutuhan namun mempertimbangkan nilai kepentingan pada informasi yang diberikan	Memberikan penjelasan mengenai rempah pada makanan Memberikan informasi tambahan seperti tips dan kegunaan rempah pada sebuah masakan
Bagaimana kami dapat membuat pengguna menjelajahi rempah-rempah lain atau konten terkait di dalam aplikasi.	Bagaimana kami dapat mendorong pengguna untuk menemukan dan mempelajari tentang rempah-rempah baru dan konten terkait.	memberikan fitur rekomendasi untuk menencourage pengguna Memberikan teks yang menarik untuk mengajak pengguna belajar lebih banyak Memberikan konten informasi yang relevan

Gambar 8. Metode How Might We
[Sumber: Dokumentasi Penulis]

3.2.8 Low-Fidelity Wireframe

Aplikasi ini dirancang sebagai solusi dari masalah pengguna setelah melalui tahap penelitian dan analisis kebutuhan pengguna. Berdasarkan hasil penelitian maka dirancang fitur-fitur pada aplikasi ini untuk memenuhi kebutuhan pengguna seperti tercantum pada gambar 9.



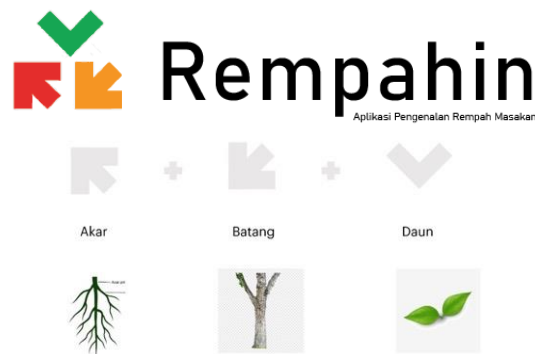
Gambar 9. Low-Fidelity Wireframe
[Sumber: Dokumentasi Penulis]

Fitur yang dirancang pada aplikasi ini yaitu, *Onboarding* sebagai tampilan saat aplikasi pertama kali dibuka sebelum menuju ke halaman *homepage* sebagai layar muka dari aplikasi ini yang langsung menampilkan keseluruhan informasi dan fitur yang tersedia. Selanjutnya ada *detail rempah* sebagai fitur yang menyediakan penjelasan mengenai rempah-rempah masakan khas Indonesia, dan ada *list rempah* yang berisi informasi terkait daftar rempah masakan. Pada aplikasi ini juga disematkan fitur *Quiz* sebagai media untuk mengevaluasi pengetahuan user terkait rempah masakan khas Indonesia, dan dapat berfungsi sebagai fitur gamifikasi.

3.3 KONSEP KREATIF

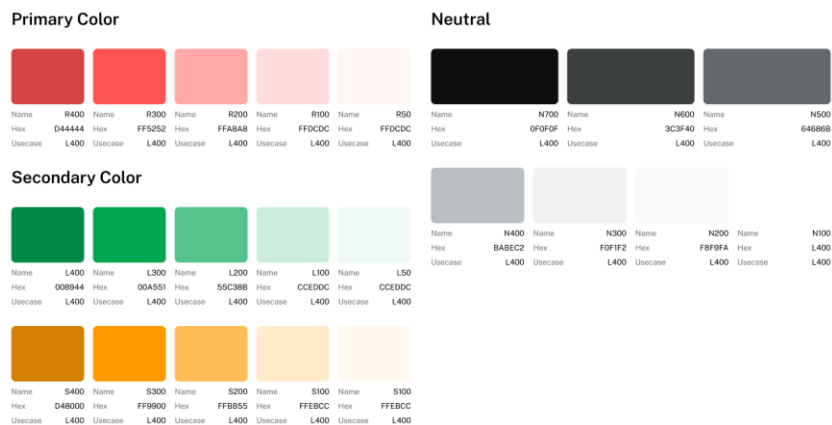
Dalam proses perancangan aplikasi banyak faktor desain yang perlu diperhatikan seperti identitas merek, warna, tipografi, dan bentuk. Dengan memperhatikan konsep desain dengan baik dapat membangun visualisasi aplikasi menjadi lebih baik dan berestetika, sehingga dapat menjadi daya tarik untuk lebih nyaman menggunakan aplikasi yang telah dirancang. Oleh karena itu, dalam pembuatan rancangan aplikasi tidak hanya fokus pada penyelesaian masalah, tapi juga dalam pemenuhan kebutuhan pengguna, salah satunya dengan merancang aplikasi yang memperhatikan estetika visual.

Identitas merek sangat penting dalam perancangan aplikasi karena dapat memberikan identitas pada aplikasi yang akan dirancang, dalam kata lain hal inilah yang dapat memberikan karakteristik dan sebagai pembeda dengan aplikasi yang telah ada saat ini, sehingga dapat diingat oleh khalayak banyak. Aplikasi yang dirancang diberi nama “Rempahin” yaitu sebuah nama yang bisa diasosiasikan sebagai bentuk solusi dari permasalahan generasi Z yang tidak terbiasa mengolah masakan, tidak mengenal rempah dan yang memiliki kesulitan ketika memasak karena tidak mengenal resep dan bumbu masakan apa saja yang harus dimasukkan ke dalam masakan. Oleh karenanya, aplikasi ini hadir untuk memberikan solusi terkait permasalahan pengguna dengan ajakan “Yuk di rempahin aja!”.



Gambar 10. Logo Rempahin
[Sumber: Dokumentasi Penulis]

Selain *brand identity*, sistem perancangan aplikasi dari segi warna dan tipografi juga memiliki peran penting yaitu “A design system is a set of standards to manage design at scale by reducing redundancy while creating a shared language and visual consistency across different pages and channels” (Fessenden, 2021) sehingga dalam perancangan ini dibutuhkan warna berkesan *vibrant*, cerah, dan mengambil dari warna dasar rempah pada umumnya yang kemudian dikombinasikan ke dalam bentuk kompilasi warna berikut:



Gambar 11. Color Design System
[Sumber: Dokumentasi Penulis]

Penggunaan tipografi dalam perancangan tak kalah penting dengan poin lainnya, sehingga dalam perancangan aplikasi ini menggunakan font bernama Public Sans.

3.4 PROSES PERANCANGAN

Proses perancangan diawali dengan analisis konsep gamifikasi untuk perancangan kuis yaitu pendekatan yang lebih menyerupai permainan untuk digunakan sebagai perancangan media edukasi, sehingga memberikan gambaran secara garis besar mengenai mekanisme kebutuhan pengguna yang kemudian diidentifikasi dan memberikan solusi dengan memberikan rancangan aplikasi identifikasi pengenalan rempah masakan khas Indonesia. Dalam prosesnya tahap perancangan yang telah dilakukan sudah melalui tahap penentuan ide solusi sehingga langkah selanjutnya adalah pembuatan aset visual dan desain antar muka yang akan di visualisasikan. Dalam proses pembuatan aset desain, aset yang telah dirancang antara lain yaitu:

3.4.1 Ikon

Ikon yaitu sebuah tampilan suatu objek atau gambar yang merepresentasikan fungsi dari objek itu sendiri.

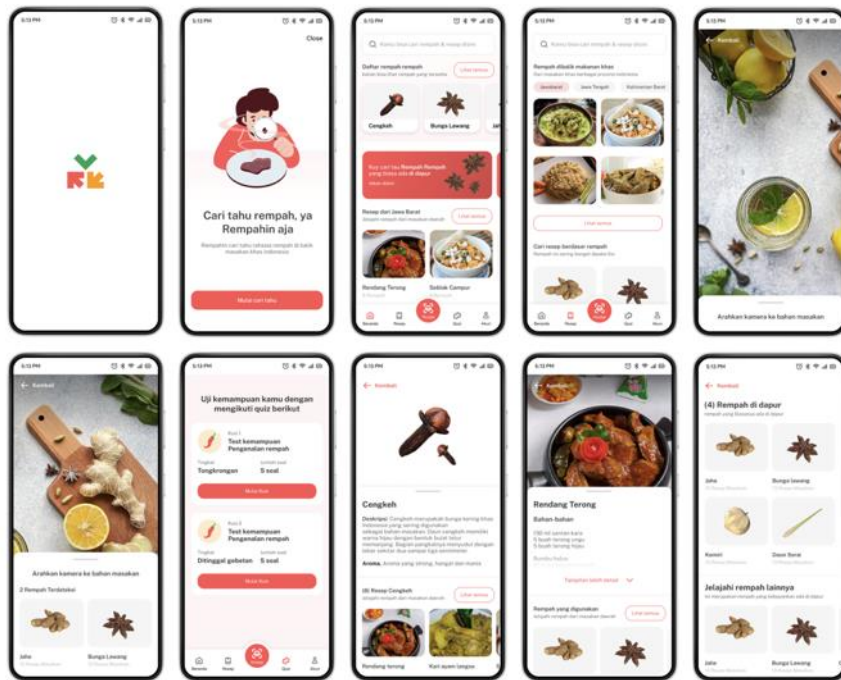


Gambar 12. Ikon
[Sumber: Dokumentasi Penulis]

Ikon yang telah dibuat yaitu ikon untuk kebutuhan untuk perancangan aplikasi. Icon yang telah dibuat antara lain yaitu, ikon untuk *homepage*, ikon untuk resep, ikon *quiz* dan ikon untuk kebutuhan visualisasi *scan* rempah.

3.5 VISUALISASI

Dalam proses perancangan visualisasi aplikasi, maka desain antarmuka sangat dibutuhkan sebagai proses akhir dari perancangan desain aplikasi ini. Desain antarmuka menunjukkan proses dan alur bermain, memberi informasi yang dibutuhkan oleh pemain selama bermain, serta memudahkan pemain dalam bermain. Sama halnya dengan desain antarmuka pada perancangan *game*, penggunaan komposisi tata letak dan penempatan elemen-elemen antarmuka yang tepat dan sesuai konteksnya dapat mempengaruhi pengalaman pemain dalam bermain (Khamadi, 2015). Oleh karenanya, diperlukan visualisasi yang dapat mengintegrasikan semua elemen-elemen tersebut agar dapat memberikan rasa nyaman sekaligus menyenangkan ketika mencari informasi mengenai rempah-rempah pada aplikasi yang dirancang ini.



Gambar 13. Desain Antarmuka
[Sumber: Dokumentasi Penulis]

4. KESIMPULAN

Perancangan aplikasi berbasis mobile yang bernama “Rempahin” ini bertujuan untuk memberikan edukasi seputar rempah kepada generasi muda, khususnya generasi Z yang kurang bisa membedakan bentuk, jenis aroma dari rempah masakan khas Indonesia. Aplikasi ini diharapkan bisa memberikan dampak positif bagi sektor kuliner di Indonesia, dan diharapkan bisa memberikan sebuah ide bisnis kepada penggiat bisnis di sektor kuliner karena pada perancangan aplikasi ini, dapat diakses resep masakan dengan ciri khas rempah yang unik. Selain itu pada perancangan aplikasi ini di hadirkan fitur - fitur yang akan memudahkan sarana edukasi kepada user yang akan menggunakannya, seperti fitur scan rempah, dan fitur quiz untuk menguji pengetahuan rempah pada pengguna.

Setelah dilakukan penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa (1) Instrumen pengujian dan metode yang digunakan dalam penelitian ini dapat dinyatakan “valid” dan “reliabel” yaitu mengacu pada tahapan pembuatan rancangan pembuatan antarmuka sebuah aplikasi. (2) Untuk menghasilkan sebuah pengalaman pengguna yang baik sangat diperlukan *user interface* yang baik. Namun, *user interface* yang baik tidak selalu dapat menjamin tercapainya *user experience* yang baik, sehingga diperlukan tahapan iteratif dari metode *design thinking* yang digunakan. (3) Perlu dilakukan testing pada pengguna untuk penggunaan rancangan aplikasi ini, agar memperoleh umpan balik dan mengetahui masalah atau kendala yang belum terselesaikan.

Selanjutnya, bagi penelitian yang akan datang diharapkan bisa mengembangkan kelanjutan dari hasil perancangan aplikasi ini sehingga aplikasi ini mencapai tujuan yang diharapkan oleh pengguna. Selain itu, diharapkan bagi penelitian yang akan datang bisa kembali membawa materi pengenalan dan edukasi rempah kepada remaja dengan media dan metode yang berbeda dan lebih menarik bagi generasi muda. Contohnya seperti pengenalan media edukasi menggunakan *board-game*, *mobile-game* dan kampanye digital mengenai rempah Indonesia, sehingga materi terkait edukasi rempah dapat tersampaikan dengan media dan cara yang lebih edukatif dan menarik, dan penelitian tersebut akan memiliki kebaruan.

DAFTAR PUSTAKA

- Babich, N. (2017, November 29). *Prototyping 101: The Difference between Low-Fidelity and High-Fidelity Prototypes and When to Use Each*. Adobe Blog. <https://blog.adobe.com/en/publish/2017/11/29/prototyping-difference-low-fidelity-high-fidelity-prototypes-use>
- BKPM. (2021, December 18). *Indonesia Spice Up the World | BKPM*. News. <https://www.bkpm.go.id/en/publication/detail/news/indonesia-spice-up-the-world>
- Dam, R. F., & Siang, T. Y. (2022). *Affinity Diagrams: How to Cluster Your Ideas and Reveal Insights*. UX Courses. <https://www.interaction-design.org/literature/article/affinity-diagrams-learn-how-to-cluster-and-bundle-ideas-and-facts>
- Dwinawan. (2018, September 2). *Memahami User Flow*. Medium. <https://medium.com/insightdesign/memahami-user-flow-d8f97d30816>
- Fatoni, R. A. (2021). Pengenalan Game Edukasi Wudhu Berbasis Android Dengan Konsep Gamifikasi. *Jurnal Ilmu Data*, 1(1).
- Fessenden, T. (2021, April 11). *Design Systems 101*. Design Process, Strategy, Branding. <https://www.nngroup.com/articles/design-systems-101/>
- Firmansyah, H. P., Sulistiowati, & Kartikasari, P. (2018). Perancangan UI/UX Pelayanan Otomasi Badan Perpustakaan dan Kearsipan Jawa Timur dengan Menggunakan Metode Heuristik Webuse. *JSIKA*, 07(04), 1–7.
- Gayatri, G., Rusadi, U., Meiningsih, S., Mahmudah, D., Sari, D., & Cahyo Nugroho, A. (2015). Digital Citizenship Safety Among Children and Adolescents in Indonesia. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Komunikasi Dan Informatika*, 6(1), 1–16.
- Gibbons, S. (2018, December 9). *Journey Mapping 101*. Web Article. <https://www.nngroup.com/articles/journey-mapping-101/>
- Ikorasaki, F., Arwa, K., & Hrp, N. A. (2022). Rancang Bangun Aplikasi Pengenalan Masakan Nusantara Berbasis Android. *Blend Sains - Jurnal Teknik*, 1(1), 48–54.
- Indonesia Expat. (2019, December 29). *Top Indonesian Spices & Herbs to Keep in Your Pantry*. News. <https://indonesiaexpat.id/featured/top-indonesian-spices-to-keep-in-your-pantry/>
- Javarapedia. (2021, March 23). *Archipelago Spice Collection: Indonesia's Legacy to Spice Up the World*. News. <https://javara.co.id/archipelago-spice-collection-indonesia/>

- Khamadi. (2015). Analisis Tampilan Visual Game Super Mario Bros dalam Kajian Persepsi Visual sebagai Dasar Pengembangan Konsep Visual Game. *Andharupa*, 01(02), 98–109.
- Mahfunda, R. (2019, November 5). *Apa itu Competitor Analysis?* Medium. <https://medium.com/design-jam-indonesia/apa-itu-competitor-analysis-a1f22c1f136c>
- Möller, O. (2012, September 11). *The Kipling method*. Method. <https://projectofhow.com/methods/the-kipling-method/>
- Nufika, A. (2019). *Suitability Analysis of Spices Toward Ingredients and Processing Methods in Indonesian Food*. <http://etd.repository.ugm.ac.id/>
- Nurfitri, A., Aknuranda, I., & Muslimah Az-Zahra, H. (2019). Pemetaan User Journey untuk Sistem Informasi Praktik Kerja Lapangan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Brawijaya. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 3(8), 7542–7548. <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- Pamungkas, D. P. (2016). Analisis Competitive Force dan Competitive Strategy Sistem Informasi Kuliner di Indonesia (Studi Kasus: Kulina.id). *Jurnal Electronics, Informatics, and Vocational Education (ELINVO)*, 1(2), 118–127.
- Pontis, S. (2015, June 4). *Design Thinking Revised*. Web Article. <https://sheilapontis.com/2015/06/04/design-thinking-revised/>
- Purnomo, D. (2017). Model Prototyping Pada Pengembangan Sistem Informasi. *JIMP- Jurnal Informatika Merdeka Pasuruan*, 2(2).
- Puspita, R. (2020). *Pengembangan Prototipe Aplikasi Community Agregator Beskrem dengan UCD Menggunakan Balsamiq Mockup dan Figma* [Skripsi]. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Rahman, F. (2019). “Negeri Rempah-Rempah” dari Masa Bersemi Hingga Gugurnya Kejayaan Rempah-Rempah. *Patanjala: Jurnal Penelitian Sejarah Dan Budaya*, 11(3), 347.
- Rastati, R. (2018). Media Literasi bagi Digital Natives: Perspektif Generasi Z di Jakarta. *Kwangsan: Jurnal Teknologi Pendidikan*, 6(1), 60–73.
- Rosala, M. (2021, January 17). *Using "How Might We" Questions to Ideate on the Right Problems*. Web Article. <https://www.nngroup.com/articles/how-might-we-questions/>
- Veal, R. (2022, December 6). *How to Define a User Persona*. CF Blog. <https://careerfoundry.com/en/blog/ux-design/how-to-define-a-user-persona/>
- Wiedarti, P. (2005). Kontribusi Metode Kawakita Jiro dalam Pemecahan Masalah. *Jurnal Kependidikan Dan Kebudayaan*, 02(52). <http://www.foundationcoalition.org/>