

LANGLANG MALANG: KONSEP VISUAL GUI (*GRAPHICAL USER INTERFACE*) APLIKASI PONSEL PINTAR UNTUK PANDUAN KULINER DI MALANG RAYA

**Yudhistya Ayu Kusumawati, Yongkie Angkawijaya,
Victor Adiluhung Abednego**

Visual Communication Design Department, School of Design, Bina Nusantara
University, Jakarta, Indonesia 11480
Email: ykusumawati@binus.edu

ABSTRAK

Malang Raya meliputi Kota Malang, Kabupaten Malang dan Kota Batu menyimpan potensi wisata cukup besar untuk dikembangkan khususnya di bidang wisata kuliner. Dalam upaya meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap wisata kuliner di Malang Raya, maka diperlukan suatu media yang menarik dan mampu menyediakan informasi yang lengkap terkait dengan destinasi wisata tersebut. Dewasa ini penggunaan *smartphone* tidak pernah lepas dari masyarakat dalam penggunaan aplikasi dalam ponsel pintar. Internet sudah menjadi kebutuhan primer bagi masyarakat saat ini. Fenomena ini dapat dimanfaatkan oleh desainer untuk mengemas informasi melalui aplikasi panduan kuliner meliputi *streetfood*, restoran maupun cafe-cafe yang tersebar di Malang Raya. Target khusus pada penelitian ini adalah menciptakan desain GUI (*Graphical User Interface*) untuk *mobile apps* "Langlang Malang" pada ponsel pintar yang bertujuan untuk meningkatkan *awareness* masyarakat khususnya kalangan remaja terhadap keanekaragaman wisata kuliner di Malang Raya. Tujuan jangka panjang adalah dengan adanya media aplikasi tersebut masyarakat akan semakin mengenal wisata kuliner di Malang Raya hingga pada akhirnya akan mendorong minat masyarakat luas di luar Malang untuk berkunjung ke Malang.

Kata Kunci: Aplikasi Ponsel Pintar, Graphical User Interface, Wisata Kuliner, Malang Raya.

ABSTRACT

Malang Raya included Malang City, Malang Regency and Batu City holds considerable tourism potential to be developed especially in the field of culinary tourism. To increase public awareness of culinary tourism in Malang, an interesting media is needed and is able to provide complete information related to the tourist destination. Today smartphone usage has never been separated from the public in the use of applications in smart phones. The internet has become a primary need for society today. This phenomenon can be used by designers to package information through culinary guide applications including street food, restaurants and cafes spread across Malang. The specific target in this study is to create a GUI (Graphical User Interface) design for mobile apps "Langlang Malang" on smart phones that aim to increase public awareness, especially among teenagers, on the diversity of culinary tourism in Malang. The long-term goal is that with the application media, people will become more familiar with culinary tourism in Malang, which in turn will encourage the interest of the wider community outside Malang to visit Malang.

Keywords: Smart Phone Applications, Graphical User Interface, Culinary Tourism, Malang Raya.

PENDAHULUAN

Industri pariwisata merupakan sektor penting yang mampu memberikan sumbangsih terhadap perekonomian negara. Pariwisata adalah sebuah industri yang di dalamnya terdapat komponen yang disebut 4A yaitu *attraction*, *accessibility*, *amenity* dan *ancillary* atau organisasi yang mengurus kepari wisataan (Cooper dalam Prasiasa, 2013:52). Dari keempat komponen tersebut pengeluaran cukup banyak dilakukan oleh wisatawan pada *amenity* yang berhubungan dengan pembelian *food and beverage*. Kondisi tersebut didukung data pengeluaran wisatawan dari Kementerian Pariwisata, menunjukkan pengeluaran pada makanan berada di posisi kedua setelah angkutan dengan persentase 19,6 %. Master Card Crescent Rating Muslim Shopping Travel Index pada tahun 2015 juga mencatat bahwa pengeluaran wisatawan di Asia Pasifik sebesar US\$26 miliar untuk makanan dan minuman (AT Akbar, 2017).

Perkembangan pemasaran kuliner didukung oleh perkembangan teknologi seperti jaringan *internet* yang semakin mudah diakses. Wisatawan berbagi pengalaman kuliner mereka di media sosial seperti *Instagram* atau *Youtube channel* para *foodblogger*. Kuliner pada pariwisata berdampak positif dalam kegiatan ekonomi. Kementerian Pariwisata menyebutkan bahwa kuliner menambah nilai bruto. Tenaga kerja juga terserap dari unit usaha yang bergerak pada kuliner dalam kegiatan kepariwisataan (Besra, 2012). Pemerintah melalui Badan Ekonomi Kreatif menyebutkan bahwa kuliner merupakan satu dari enambelas subsektor ekonomi kreatif yang diunggulkan. Kuliner dalam konteks ekonomi kreatif adalah kegiatan mempersiapkan makanan dan minuman yang menekankan aspek estetika maupun kreatifitas sebagai elemen yang penting sehingga dapat memberikan nilai tambah dan meningkatkan harga jual dari suatu produk tertentu (Lazuardi, 2015).

Peningkatan citra untuk mencapai target jumlah kunjungan wisatawan memerlukan adanya strategi pemasaran yang baik dari kuliner yang diunggulkan. Kuliner khas yang berada pada suatu destinasi pariwisata dipercaya sebagai alat peromosi dan pembentuk citra destinasi yang efektif (Hjalager dan Richards, 2002). Citra dari suatu destinasi pariwisata adalah kepercayaan, pemahaman, dan

penilaian wisatawan terhadap suatu tempat yang dikunjungi.

Kota Malang merupakan salah satu kota terbesar ke-2 setelah Surabaya yang ada di wilayah Jawa Timur. Malang Raya meliputi Kota Malang, Kota Batu dan Kabupaten Malang. Selain dikenal sebagai kota pendidikan, yaitu dengan banyaknya perguruan tinggi dan politeknik yang ada, Malang juga dikenal sebagai kota pariwisata yang memiliki potensi besar untuk terus dikembangkan. Dalam beberapa tahun terakhir, pariwisata di Malang mengalami pertumbuhan yang cukup pesat. Berdasarkan data dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) menunjukkan jumlah kunjungan wisata di Malang terus meningkat. Dan pada tahun 2016, angka wisatawan yang masuk Malang tercatat 5,8 juta orang pengunjung. Dari jumlah pengunjung di tahun 2016 itu, untuk wisatawan mancanegara mencapai 129 ribu orang pengunjung. Sedangkan untuk wisatawan domestik mencapai 5,7 juta orang. Di Kota Malang sendiri terdapat berbagai macam wisata yang bisa dinikmati salah satunya melalui kuliner Malang.

Keberadaan wisata kuliner di Malang menyimpan potensi yang sangat besar yang sayang sekali untuk dilewatkan. Dengan adanya pengembangan wisata kuliner di wilayah Malang Raya diharapkan mampu lebih banyak menarik wisatawan baik wisatawan domestik maupun mancanegara. Oleh karena itu, wisata kuliner di Malang Raya sangat perlu untuk dikembangkan lebih lanjut. Salah satunya adalah melalui promosi pariwisata di Kota Malang. Promosi dibutuhkan agar masyarakat *aware* terhadap kuliner khas di Malang Raya. Untuk itu dibutuhkan suatu media yang menarik minat masyarakat untuk lebih *aware* terhadap keberadaan kuliner Malang. Banyak media yang dapat diterapkan sebagai upaya pengenalan kuliner di Malang. Salah satunya adalah melalui penggunaan aplikasi *smartphone* yang dapat diakses oleh setiap kalangan masyarakat. Dalam penelitian ini, peneliti mencoba merancang desain GUI (*Graphical User Interface*) untuk aplikasi ponsel pintar yang dapat digunakan sebagai referensi pembuatan aplikasi baik berbasis android maupun ios. Desain aplikasi untuk mobile phone dipilih sebagai projek utama karena di era digital seperti saat ini, hampir setiap lapisan masyarakat menggunakan *smartphone* atau

ponsel pintar dimana penggunaan smartphone tidak terlepas dari penggunaan internet. Smartphone merupakan media komunikasi yang hampir setiap lapisan masyarakat mempunyai dan mengaksesnya. Oleh karena itu, dalam rangka promosi pariwisata di Malang Raya perlu suatu media yang bisa diakses oleh setiap pengguna.

Penelitian ini memiliki produk akhir berupa *prototype* desain GUI aplikasi “Langlang Malang” yang berisi kumpulan rekomendasi kuliner yang ada di Malang Raya. Namun pada perancangan kali ini lebih difokuskan pada wisata kuliner di Kota Malang. Dalam aplikasi ini berisi pula informasi-informasi mengenai lokasi, rekomendasi, harga dan review dari berbagai kuliner yang ada di Malang. Selain bertujuan untuk meningkatkan *awareness* masyarakat luas khususnya kaum terhadap keberadaan kuliner di Kota Malang melalui media ini bertujuan untuk memberikan informasi yang lengkap kepada calon wisatawan berkaitan dengan destinasi wisata di Malang Raya. Diharapkan dengan adanya media tersebut akan menarik minat masyarakat khususnya di luar wilayah Malang untuk mengunjungi Kota Malang.

Penelitian serupa mengenai GUI ini dilakukan oleh Khairurrizqi, 2015 dalam penelitian yang berjudul perancangan GUI “Si Jambe” sebagai Media Pembelajaran di Jambi. Penelitian ini berisi tentang pemanfaatan GUI sebagai media pembelajaran artefak Muaro Jambi dengan menerapkan prinsip GUI dari Deborah J. Mayhew yaitu *user familiarity*/mudah dikenali, *consistency* yaitu keberaturan tata letak seperti tombol maupun gambar, *ease of use* /mudah digunakan, *ease of learning* / mudah diaplikasikan, dan *protection* yaitu fitur *close* pada setiap menu (Khairurrizqi, 2015).

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini mengangkat tema kuliner yang ada di Malang, meliputi *streetfood*, restoran maupun cafe. Lokasi penelitian yang dipilih adalah di Kota Malang yang terdiri dari beberapa kecamatan diantaranya: Kecamatan Klojen, Lowokwaru, Kedungkandang, Blimbing dan Sukun. Lokasi penelitian ini terbagi menjadi beberapa kategori makanan yang akan diangkat dalam penelitian ini antara lain *streetfood*, restoran dan cafe.

Pada penelitian ini terdapat dua jenis data yang diperlukan penulis dalam melakukan penelitian ini, antara lain:

1. Data Primer

Data primer juga berasal dari keseluruhan kegiatan survei, wawancara dan observasi. Data-data tersebut dikumpulkan untuk memecahkan masalah yang akan diteliti pada penelitian ini.

2. Data Sekunder

Data sekunder berupa dokumen-dokumen yang diperoleh dari website resmi Disbudpar Kota Malang, buku-buku literatur yang relevan terhadap topik penelitian.

Pengumpulan data dilakukan dengan metode kualitatif, dimana data-data yang diperoleh dari kajian pustaka, observasi dan wawancara dikonversi menjadi sebuah kriteria desain yang nantinya akan diimplementasikan pada konsep desain secara visual. Berikut ini adalah penjelasan dari proses pengumpulan data tersebut:

1. Kajian pustaka; mengumpulkan sumber tertulis yang tercetak maupun digital mengenai informasi seputar kuliner di Malang Raya, literatur yang membahas tentang rekomendasi tempat makan di Malang.
2. Observasi; melakukan studi lapang dengan mengunjungi kuliner yang ada di Malang Raya melakukan observasi terhadap pengunjung dan karakteristik dari tempat makan tersebut tersebut secara langsung
3. Wawancara; melakukan tanya-jawab dan diskusi kepada sumber dan stakeholder, dalam hal ini customer tempat makan tersebut.

Proses Perancangan

Proses perancangan aplikasi dilakukan dengan menggunakan metode “*Design Thinking*”.(Brown, 2009). Metode ini dijabarkan dalam beberapa tahap yaitu:

1. *Empathy*

Melakukan pengamatan terhadap aktifitas dan pandangan masyarakat terhadap wisata kuliner di Malang Raya.

2. *Define*

Mendefinisikan *awareness* masyarakat terhadap wisata di Malang Raya, serta hubungannya dengan aktifitas calon user.

3. *Ideate*

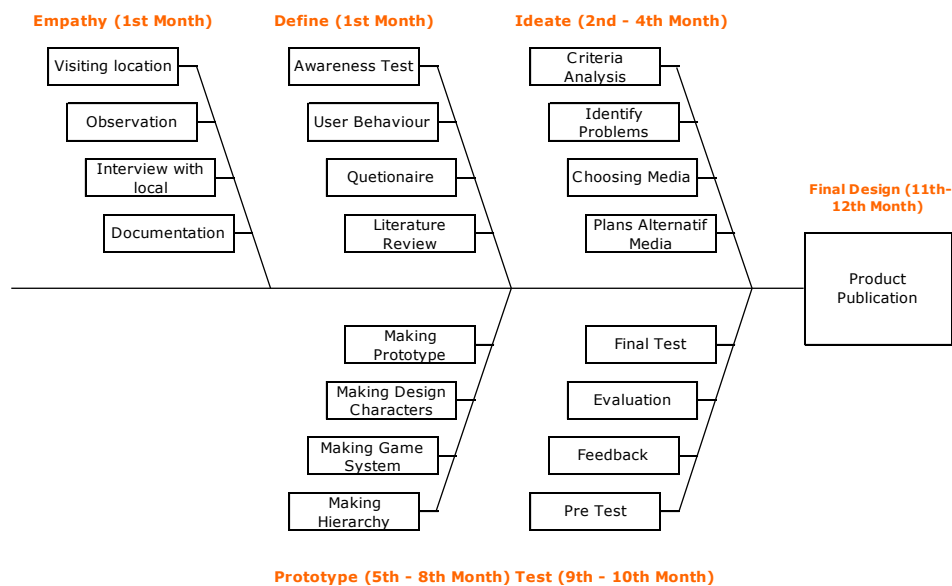
Menentukan media yang dapat menyelesaikan permasalahan secara efektif, selain itu juga merancang alternatif-alternatif desain yang sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik calon *user*.

4. *Prototype*

Merancang desain berdasarkan alternatif-alternatif yang telah terpilih. Desain dapat berupa sistem, konsep, hierarki, aset, dan purwarupa.

5. *Test*

Melakukan uji coba terhadap desain yang telah dirancang. Dari test ini didapatkan umpan balik dari calon *user* yang diujicobakan, umpan balik tersebut dapat digunakan sebagai saran desain sehingga desain dapat diperbaiki dan dioptimalkan



Gambar 1 Proses Perancangan GUI
(sumber: pribadi)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep Kreatif

Langlang Malang merupakan aplikasi yang berisi paduan kuliner di Malang Raya. Kuliner terbagi menjadi tiga kategori yaitu *streetfood*, restoran dan kafe. Desain GUI pada aplikasi Langlang Malang ini didominasi oleh warna merah. Ketika *user* menekan logo dari Langlang Malang maka akan muncul halaman *loading screen*.

Konsep Visual GUI Langlang Malang

Konsep visual dalam perancangan GUI untuk aplikasi Langlang Malang ini terdiri dari beberapa elemen antara lain elemen warna, tipografi, maupun kontrol UI.



Warna

Warna merupakan bentuk komunikasi non verbal. Warna adalah salah satu elemen penting yang mempunyai kekuatan dan penuh dengan makna. Secara psikologis, tanpa sadar warna dapat mempengaruhi perhatian pengguna sehingga secara terus-menerus untuk mengenali sesuatu misalkan merek, bahkan sebelum pengguna menyebutkan merek tertentu (Meghamala, 2016). Sebagai contoh antara lain CocaCola yang identik dengan warna merah atau Pepsi yang dominan dengan warna birunya.

Penggunaan warna pada desain GUI aplikasi Langlang Malang ini menggunakan warna dominan merah sesuai dengan konsep makanan. Dimana warna merah merupakan warna cocok untuk desain aplikasi panduan kuliner. Secara psikologi warna merah merupakan warna yang energik, semangat dan nafsu. Dalam konteks makanan merah dapat meningkatkan nafsu makan, merah juga identik dengan panas dan pedas. Oleh karena itu tidak mengherankan bahwa pada kemasan makanan cenderung menggunakan warna merah. Selain warna merah pada desain aplikasi ini juga menggunakan warna kuning.

Warna merah merupakan warna yang cenderung kuat. Warna merah memiliki impact yang sangat besar terhadap psikologi. Warna merah identik dengan peningkatan metabolisme, meningkatkan adrenalin dan dapat menghasilkan perasaan hangat (McLeod, 2016).

TABEL I NILAI RGB PADA WARNA

Warna	RED	GREEN	BLUE
	137	21	34
	252	176	64

Tipografi

Pada desain aplikasi GUI “Langlang Malang” didominasi dengan penggunaan font Helvetica. Font Helvetica merupakan jenis font sans serif dimana font ini tidak memiliki serif pada setiap ujung hurufnya. Font Helvetica adalah font yang netral yang dapat diaplikasikan ke berbagai projek desain. Font ini memiliki karakteristik yaitu kontras yang rendah antara masing-masing garisnya. Font ini sederhana dalam bentuk maupun proporsi. Font Helvetica adalah font yang sangat populer di dunia desain misalnya diaplikasikan di logo Nestle, American Apparel, American Airlines, dan sebagainya.

Kontrol UI

Kontrol UI merupakan tab yang terdapat pada toolbar aplikasi Langlang Malang. Kontrol UI ditentukan menjadi tiga jenis alternatif, antara lain: tab dengan icon, tab dengan teks dan tab dengan icon dan teks.

Desain User Interface

TABEL 2 DESAIN GUI PADA APLIKASI LANGLANG MALANG

GUI 1	GUI 2	GUI 3
-------	-------	-------

		
<p>Halaman muka pada desain aplikasi ponsel pintar Langlang Malang. Menggunakan latar belakang warna merah serta logo.</p>	<p>Terdapat menu utama pada “home” yaitu menu streetfood, restoran dan kafe. Menu selanjutnya adalah “kategori” yang mengarahkan pada tombol hemat, dekat saya, dinner, menu sehat, buka 24 jam dan promo. Menu terakhir yaitu pencarian terakhir.</p>	<p>Tampilan halaman aplikasi Langlang Malang ketika user menyorot pada tombol resto maka akan muncul pilihan nama-nama restoran.</p>

GUI 4	GUI 5	GUI 6
-------	-------	-------

<p>Apabila user tekan nama restoran “Oura” maka akan muncul tampilan seperti diatas berupa foto dari restoran tersebut serta rating dari pengunjung. Pada halaman ini terdapat menu profil yang menjelaskan informasi alamat, jam buka dan nomor telepon.</p>	<p>Ketika user tekan tombol “menu” maka akan muncul daftar menu restoran tersebut dilengkapi dengan informasi harga.</p>	<p>Ketika user tekan “galeri” maka akan muncul foto tentang desain interior maupun eksterior serta suasana di restoran tersebut.</p>

SIMPULAN

Dari penjabaran dari subbab sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam membuat desain *Graphical User Interface* pada aplikasi panduan kuliner perlu memperhatikan beberapa aspek penting terkait konsep desain meliputi pemilihan warna, tipografi, pemilihan bentuk icon, serta layout tampilan. Untuk pengembangan lebih lanjut dapat dikaji lebih lanjut mengenai penerapan *Graphical User Interface* dalam aplikasi ponsel pintar serta efektifitas penggunaan desain *Graphical User Interface* aplikasi ketika digunakan oleh para pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, A.T & Pangestuti Endriana. (2017). Peran Kuliner Dalam Meningkatkan Citra Destinasi Pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol 50. No.1 hal 153
- Besra, Eri. (2012). Potensi Wisata Kuliner dalam Mendukung Pariwisata di Kota Padang. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis* Vo 12 No 1.
- Brown, Tim. Katz, Barry. (2009). *Change By Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovations*. New York: HarperCollins Publishers.
- Hjalager, A. dan Greg Richard. (2002). *Tourism and Gastronomy*. London: Routledge MPG Books.
- Khairurrizqi. dkk. (2015). Perancangan *Graphical User Interface* “Si Jambe” Sebagai Media Pembelajaran di Jambi. *E-pocceeding of Art & Design* Vol. 2 No. 1 hal 171
- Lazuardi, Mandra. (2015). *Ekonomi Kreatif: Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025 Rencana Pengembangan Kuliner Nasional 2015-2019*. Jakarta: PT. Republik Solusi
- Mcleod, June. (2016). *Color Psychology Today*. UK: John Hunt Publishing Ltd
- Meghamala, et all. (2016). Color and It’s Significance. *The International Journal of Indian Psychology*. Volume 3 issue 2 No.7
- Prasiasa, D. (2013). *Destinasi Pariwisata Berbasis Masyarakat*. Jakarta : Salemba Humanika