

Perancangan Media Promosi Desain Aplikasi *Mobile* Tentang Tepung Mocaf Pengganti Tepung Terigu Pada UMKM Arum Ayu *Healthy Local Food*

Irene Hasian¹⁾, irene.hasian@trisaktimultimedia.ac.id Adi Segara²⁾,
adi.segara@trisaktimultimedia.ac.id

Ishma Safira³⁾
ishma.safira@trisaktimultimedia.ac.id

Program Studi Desain Komunikasi Visual¹⁾²⁾³⁾
Sekolah Tinggi Media Komunikasi Trisakti¹⁾²⁾³⁾

ABSTRACT

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are a category of small-scale businesses that are believed to be able to contribute to the Indonesian economy. One of the most preferred MSME businesses, even by young people, is the culinary business. One of them is MSME Arum Ayu Healthy Local Food as a supplier of gluten-free cassava flour (mocaf flour) in Tangerang Banten, in addition to selling raw materials for mocaf flour, it also provides a variety of Indonesian food made from tuber flour (gluten-free). Mocaf flour is a modification of cassava flour with a fermentation technique so that the resulting product has characteristics similar to wheat flour, soft white and no cassava taste so that the viscosity is better. Not many people are familiar with mocaf flour and its benefits and this is an obstacle for Arum Ayu Healthy Local Food SMEs in distributing their products. Therefore, Arum Ayu Healthy Local Food SMEs in carrying out promotions using online media mobile applications, where mobile applications are made with a visual approach in order to provide education about mocaf flour and build partnerships to expand business networks through resellers or drop shippers.

Keywords: *mocaf flour, mobile application design, Arum Ayu Healthy Local Food MSME*

ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kategori bisnis berskala kecil yang dipercaya mampu memberikan kontribusi terhadap perekonomian Indonesia. Salah satu bisnis UMKM yang paling banyak disukai, bahkan oleh kalangan muda adalah usaha kuliner. Salah satunya UMKM Arum Ayu *Healthy Local Food* sebagai penyalur tepung singkong bebas gluten (tepung mocaf) di Tangerang Banten, selain menjual bahan baku tepung mocaf juga menyediakan aneka pangan nusantara berbahan tepung umbi (*gluten-free*). Tepung mocaf merupakan modifikasi tepung cassava dengan teknik fermentasi sehingga produk yang dihasilkan memiliki karakteristik yang mirip dengan tepung terigu, putih lembut dan tidak ada rasa singkong sehingga viskositasnya lebih baik. Tidak banyak masyarakat yang mengenal tepung mocaf dan manfaatnya dan menjadi kendala dari UMKM Arum Ayu *Healthy Local Food* dalam mendistribusikan produknya. Oleh karena itu UMKM Arum Ayu *Healthy Local Food* dalam melakukan promosi menggunakan media online aplikasi *mobile*, dimana aplikasi *mobile* dibuat dengan pendekatan visual supaya dapat memberikan edukasi tentang tepung mocaf dan membangun kemitraan untuk memperluas jejaring bisnis melalui *reseller* atau *drop shipper*.

Kata Kunci: *tepung mocaf, desain aplikasi mobile, UMKM Arum Ayu Healthy Local Food*

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kategori bisnis berskala kecil yang dipercaya mampu memberikan kontribusi terhadap perekonomian Indonesia. (Manurung, 2008:2) Karena UMKM di Indonesia memiliki peran penting dalam hal penciptaan lapangan kerja (Ghalia Indonesia, 2009:1).

Salah satu Bisnis UMKM yang paling banyak digandrongi bahkan hingga kalangan muda sekalipun adalah usaha kuliner. Usaha kuliner bisa terbilang cukup menjanjikan karena mengingat setiap harinya semua orang membutuhkan makanan. Dilansir dari Badan Pusat Statistik (BPS) menyatakan, Salah satu sektor pendorong pertumbuhan ekonomi adalah industri makanan dengan share output tertinggi dibandingkan dengan 2 sektor lainnya yaitu pakaian dan kayu mencapai 24,67% meningkat 3,92% dibandingkan dengan triwulan I pada tahun 2018.

Salah satu UMKM yang berkecimpung dalam usaha makanan adalah UMKM Arum Ayu *Healthy Local Food*, yang mana UMKM ini adalah salah satu penyalur tepung singkong bebas gluten (tepung mocaf) di Tangerang, Banten. Dimana selain menjual bahan baku tepung mocaf, Arum Ayu *Healthy Local Food* juga menyediakan aneka pangan nusantara berbahan tepung umbi (*gluten free*).

Tepung mocaf sendiri merupakan modifikasi tepung cassava dengan teknik fermentasi sehingga produk yang dihasilkan memiliki karakteristik yang mirip dengan

terigu, yaitu putih, lembut, tidak berbau singkong dan viskositasnya lebih baik. Dengan karakteristik mirip dengan terigu, tepung mocaf dapat menjadi komoditas substitusi tepung terigu.

Tepung terigu merupakan salah satu bahan dasar kebutuhan rumah tangga dan industri-industri makanan. Tepung terigu banyak digunakan sebagai bahan dasar berbagai macam produk olahan, seperti mi, roti, kue, dan berbagai aneka makanan kecil. Tepung terigu telah menjadi bahan dasar baku yang telah banyak digunakan untuk menghasilkan berbagai macam produk makanan.

Tepung mocaf memiliki kandungan nutrisi yang berbeda dari tepung terigu. Perbedaan kandungan nutrisi yang mendasar adalah tepung mocaf tidak mengandung zat-gluten- zat yang hanya ada pada terigu. Tepung mocaf berbahan baku singkong memiliki sedikit protein, tepung mocaf lebih kaya karbohidrat dan memiliki gelasi yang lebih rendah dibandingkan tepung terigu. Tepung mocaf memiliki derajat viskositas (daya rekat), daya rehidrasi dan kemudahan melarut yang lebih baik. (Salim, E. 2011:10)

Adanya perlakuan fermentasi pada proses pembuatan tepung mocaf menyebabkan warna tepung lebih putih dibandingkan warna tepung singkong biasa. Proses fermentasi itulah yang menyebabkan tepung mocaf memiliki karakteristik dan kualitas hampir menyerupai tepung terigu. Dalam proses fermentasi terjadi penghilangan komponen penimbul warna seperti pigmen pada singkong kuning dan protein yang didapat menyebabkan warna

coklat saat pemanasan. Tanpa pemecahan selulosa proses pengolahan singkong hanya akan menghasilkan tepung galek dan aroma singkongnya pun masih kuat. Dengan perlakuan fermentasi didapatkan tepung mocaf yang bertekstur halus, warna lebih putih dan aroma singkong juga hilang.

Secara umum proses pembuatan tepung mocaf meliputi tahap-tahap antara lain penimbangan, pengupasan, pencucian, pemotongan, fermentasi, pencucian, pengeringan, penjemuran, penepungan, dan pengemasan. (Salim, E. 2011:42)

2. METODOLOGI PENELITIAN

Dasar metode penelitian yang dilakukan dalam kasus perancangan desain aplikasi *mobile* ini adalah: melakukan wawancara langsung dengan pemilik Arum Ayu *Healthy Local Food*, yaitu Herdinda Arum. Dari hasil wawancara, mendapatkan informasi mengenai Arum Ayu *Healthy Local Food*. Informasi yang didapat berupa profil Arum Ayu *Healthy Local Food*, sistem produksi, produk dan sarana promosi yang digunakan.

3. TINJAUAN TEORITIS

A. Aplikasi *Mobile*

Aplikasi adalah suatu program atau perangkat lunak yang siap untuk digunakan, diciptakan untuk melaksanakan suatu fungsi tertentu bagi pengguna jasa aplikasi serta penggunaan aplikasi lain yang dapat digunakan oleh suatu sasaran yang akan dituju. Aplikasi juga memiliki arti pemecahan

masalah yang menggunakan salah satu teknik pemrosesan data aplikasi yang biasanya berpacu pada sebuah komputasi maupun pemrosesan data yang diharapkan. (Juansyah, 2015: 2).

Aplikasi adalah satu unit perangkat lunak yang dibuat untuk melayani kebutuhan akan beberapa aktivitas. Banyak jenis aplikasi pada *smartphone* yang berfungsi untuk melayani kebutuhan aktivitas, diantaranya komunikasi antarmanusia, mencari informasi atau ilmu, untuk berbelanja, memutar musik ataupun video, melakukan kegiatan bisnis dan mengatur keuangan, utilitas dan produktivitas, membaca berita, *update* terbaru seputar olahraga, bermain *game* dan masih banyak lagi berbagai jenis aplikasi yang sedang dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan manusia. (Spath, 2018: 7).

Menurut Pressman & Bruce (2014:9), *mobile apps* atau *mobile application* merupakan program komputer yang khusus dibuat untuk dijalankan pada perangkat genggam ponsel atau tablet. Aplikasi yang telah dirancang khusus untuk *platform mobile* misalnya Android, iOS, atau Windows.

B. *User Interface* (UI)

User interface adalah cara program dan pengguna untuk berinteraksi. Dapat diartikan bahwa *user interface* merupakan cara pengguna untuk berinteraksi dengan komputer, *smartphone*, tablet atau perangkat lainnya yang berbentuk visual, mampu dimengerti oleh pengguna aplikasi tersebut, dan diprogram sedemikian rupa agar dapat terbaca oleh sistem dan dapat menjalankan

perintah yang tepat. (Thornsby, 2016: 8).

Desain *interface* merupakan proses kompleks yang melibatkan desainer, target audiens, dan client. Merupakan proses berulang, dengan fase penelitian pengguna, mengembangkan ide, mencoba, membangun dan melakukan pengujian lebih lanjut, semuanya berkontribusi dalam membuat desain interaktif untuk memperoleh pengalaman pengguna yang tepat. (Wood, 2014: 10).

User interface yang baik mampu memberikan pengalaman interaksi terhadap aplikasi dengan mudah oleh pengguna (*user friendly*) karena memiliki peranan penting pada sebuah aplikasi, yaitu sebagai penghubung antara pengguna dengan sistem aplikasi itu sendiri serta sebagai faktor kesuksesan aplikasi. Jika *user interface* pada aplikasi mudah digunakan, maka pengguna enggan untuk beralih pada aplikasi serupa, sebaliknya jika aplikasi memiliki *user interface* yang sulit untuk dipahami pengguna, maka besar kemungkinan aplikasi itu akan ditinggalkan. (Railean, 2017: 25).

Pada awal teknologi komputer dibuat, komputer dijalankan melalui perintah berupa teks yang menyulitkan pengguna awam karena memerlukan pengetahuan lebih untuk menjalani suatu perintah pada sistem. Hal ini memantik para ahli untuk mengembangkan sesuatu yang dapat digunakan hampir semua orang yang bahkan minim pengetahuan dalam menggunakan komputer untuk dapat mengoperasikan komputer secara praktis. Mcleod & Schell (2008: 34), pada bagian ini terjadi dialog antara program dan

pemakai, yang memungkinkan sistem pakar menerima instruksi dan informasi (*input*) dari pemakai, juga memberikan informasi (*output*) kepada pemakai.

Memiliki desain *user interface* yang baik merupakan suatu hal yang penting karena penggunaan perangkat smartphone tidak dapat dipungkiri sudah menjadi kebiasaan manusia sehari-hari pada umumnya. Kebutuhan desain dan pengembangan *user interface* yang mendukung tugas-tugas manusia dan dapat digunakan dengan mudah oleh berbagai jenis kalangan telah menjadi permasalahan yang penting. Dalam hal membangun citra merek, *user interface* yang baik dapat menghasilkan hasil positif, seperti meningkatnya jumlah pengguna, menumbuhkan kepercayaan terhadap aplikasi dan kepuasan pengguna yang secara tidak langsung menjadi promosi melalui mulut ke mulut. Selain itu tampilan sistem yang mudah dipahami membutuhkan waktu yang lebih sedikit untuk para pengguna mempelajari sebuah aplikasi dan menghindari stres ketika pengguna mengoperasikannya. (Stone dkk, 2005: 6).

C. Strategi Perancangan *User Interface*

Desain *interface* adalah proses kompleks yang melibatkan desainer, target pengguna, dan klien. Proses yang dilakukan secara berulang dengan fase dimulai dari riset calon pengguna, pencarian ide, uji coba terhadap ide, merancang dan uji coba rancangan. Proses-proses tersebut memberikan kontribusi untuk menghasilkan desain yang interaktif serta efektif. (Wood, 2014: 10).

Menurut Railean (2017: 64), strategi perancangan *user interface* diukur dari lima poin berikut, yaitu:

(1) *Time to Learn*

Seberapa lama waktu pengguna untuk mempelajari atau memahami *user interface* yang disuguhkan terutama pengguna-pengguna yang memiliki keterbatasan akan pengetahuan bahasa atau cara mengoperasikan suatu perangkat.

(2) *Speed of Performance*

Ketika merancang *user interface*, desainer harus memikirkan cara agar desain yang mereka buat tidak membuat performa aplikasi menurun dan membuat interaksi yang terdapat *user interface* tidak membuang-buang waktu pengguna.

(3) *Rate of Errors by Users*

Memperhatikan seberapa banyak jumlah dan jenis kesalahan ketika pengguna menggunakan *user interface* yang telah dirancang, karena desain *user interface* yang baik adalah tampilan yang dapat dimengerti hampir semua orang.

(4) *Retention Over Time*

Seberapa baik para pengguna mempertahankan pengetahuan atau ingatan mereka pada *user interface* yang telah dirancang. Retensi terkait dengan waktu pengguna untuk belajar *user interface* dan frekuensi penggunaan juga berperan penting.

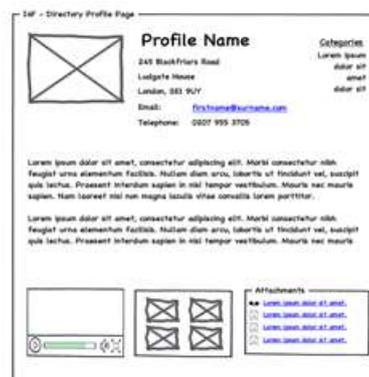
(5) *Subjective Satisfaction*

Kepuasan pengguna saat menggunakan *user interface* dalam berbagai aspek merupakan keuntungan pada sebuah aplikasi. Walaupun bersifat subjektif, tetapi memiliki dampak yang cukup besar yang

menjadi salah satu penentu kesuksesan pada sebuah aplikasi.

D. Wireframe

Wireframe situs web, yang juga dikenal sebagai skrip halaman, adalah panduan visual yang mewakili kerangka-kerangka sebuah situs web. Diciptakan untuk tujuan mengatur elemen agar bisa mencapai tujuan tertentu dengan sebaik-baiknya. Tujuannya biasanya menyesuaikan dari tujuan bisnis dan ide kreatif. *Wireframe* menggambarkan tata letak halaman atau pengaturan konten situs web, termasuk elemen antarmuka dan sistem navigasi, dan bagaimana mereka bekerja sama. Gambar rangka biasanya tidak memiliki gaya, warna, atau tipografi, karena fokus utamanya terletak pada fungsionalitas, perilaku, dan prioritas konten.



Gambar 1. Contoh Wireframe pada Web
Sumber: www.balsamiq.com

E. Jenis *Layout* pada Pola Tata Letak (*Layout Pattern*) pada *Wireframing Style*

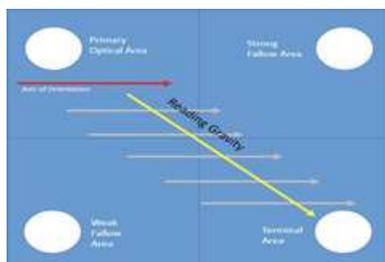
Keterkaitan penerapan pola tata letak dalam desain *wireframe* akan sangat menentukan tingkat kejelasan dan ketertarikan sebuah tampilan visual

halaman situs web oleh pengguna. Oleh karena itu, fungsi *storytelling* dari halaman situs web harus jelas dan benar-benar disusun untuk dapat menjadi pemandu dan pemecah permasalahan pengalaman bagi pengguna ketika berinteraksi dengan halaman situs web tersebut.

Menurut Steven Bradley secara umum terdapat tiga pola tata letak yaitu :

(1) Diagram Gutenberg

Diagram Gutenberg menggambarkan pola umum pergerakan mata ketika melihat informasi homogen yang terdistribusi secara merata. Diagram Gutenberg menunjukkan bahwa area yang kuat dan lemah berada di luar jalur gravitasi bacaan (*reading gravity*) dan menarik perhatian minimal kecuali ditekankan secara visual dalam beberapa cara, seperti penekanan pada elemen desain. Intinya di sini pengguna dapat mengontrol lintasan visual dari desain yang dibuat.



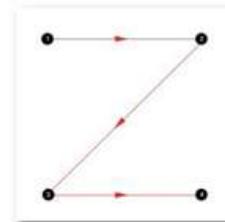
Gambar 2. Diagram Gutenberg
Sumber: <http://www.vanseodesign.com>

Pada gambar 2 penekanan pada pola ini adalah pada *primary optical area* kemudian menuju ke arah Terminal area atau area akhir melalui lintasan gravitasi bacaan (*reading gravity*), korelasi antara arsitektur informasi yang merupakan bagian dari fungsi dengan penerapan pola tata letak diagram Gutenberg.

(2) Pola-Z

Mengindikasikan lebih banyak lintasan melengkung yang berlawanan dengan lintasan miring yang kuat. Pola Z sering digunakan pada jenis halaman situs web yang memiliki struktur informasi yang sama dan berulang, seperti halaman situs web berita. Desain *wireframe* pada halaman situs web dengan pola ini memiliki orientasi visual secara horizontal terlebih dahulu kemudian diikuti dengan orientasi secara vertikal, kemudian akan berulang pada informasi selanjutnya.

Pola Z sering digunakan pada jenis halaman situs web yang memiliki struktur informasi yang sama dan berulang, seperti halaman situs web berita. Desain *wireframe* pada halaman situs web dengan pola ini memiliki orientasi visual secara horizontal terlebih dahulu kemudian diikuti dengan orientasi secara vertikal, kemudian akan berulang pada informasi selanjutnya.



Gambar 3. Pola-Z
Sumber: <https://vanseodesign.com>

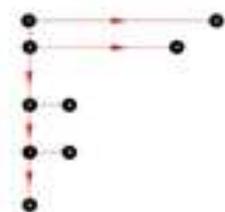
(3) F-Layout

Seperti namanya, pola-F memiliki pola susunan, seperti huruf F. Seperti pola lainnya, jalur visual mata mulai dari kiri-atas, bergerak horizontal ke kanan-atas dan kemudian kembali ke tepi kiri sebelum melakukan pergerakan horizontal ke kanan.

Penerapan pola F ini pada *wireframe*

akan memberikan orientasi pengguna untuk melihat visual secara umum secara vertikal, namun tetap dapat membaca informasi secara horizontal sehingga meskipun informasi tersusun secara horizontal, tetapi seolah-olah terpisah antara satu dan lainnya, artinya setiap baris kelompok informasi memiliki area visualnya sendiri.

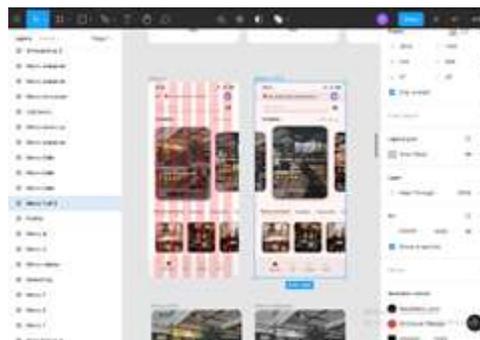
Informasi penting harus ditempatkan di bagian atas pada desain situs web di mana biasanya akan dibaca terlebih dahulu. Informasi yang lebih sedikit harus ditempatkan di sepanjang tepi kiri desain, di sini gerakan mata horizontal akan dipadukan dengan gerakan mata vertikal sedikit demi sedikit. Dapat diartikan secara psikologis bahwa orang biasanya tidak membaca secara *online*, namun yang pasti dilakukan pertama kali adalah membaca atau memindai alur visual.



Gambar 4. Pola-F
Sumber: <http://www.vanseodesign.com>

F. Grid pada Mobile

Sistem *grid* membantu menyelaraskan elemen halaman berdasarkan kolom dan baris yang diurutkan. Saya menggunakan struktur berbasis kolom ini untuk menempatkan teks, gambar, dan fungsi secara konsisten di seluruh desain. Setiap elemen memiliki tempatnya yang dapat kita lihat secara instan dan direproduksi di tempat lain.



Gambar 5. Contoh Grid pada Mobile
Sumber: <https://vanseodesign.com>

Manfaat menggunakan grid:

1. Membuat konten menjadi lebih rapi
2. Mempermudah designer
3. Konsistensi jarak antar elemen lebih terjaga.
4. Mempermudah developer untuk mengonversikan desain menjadi website

4. PEMBAHASAN

A. Tahap Perancangan

Tahapan Pertama adalah perancangan konsep, dengan melakukan riset latar belakang dari klien yaitu Arum Ayu *Healthy Local Food*. Kemudian dilanjutkan dengan penentuan *Key visual* dan *keyword*.

Tahapan kedua adalah menggambarkan sketsa desain aplikasi *mobile* dengan menggunakan menggunakan pola tata letak Gutenberg, tata letak pola-Z, dan tata letak pola-F.

Tahapan ketiga adalah pemilihan warna yang akan digunakan yaitu warna tersier yang bersifat netral seperti warna-warna hangat: *orange*, *cream*, *soft grey* untuk kesan kedamaian, warna hijau dan

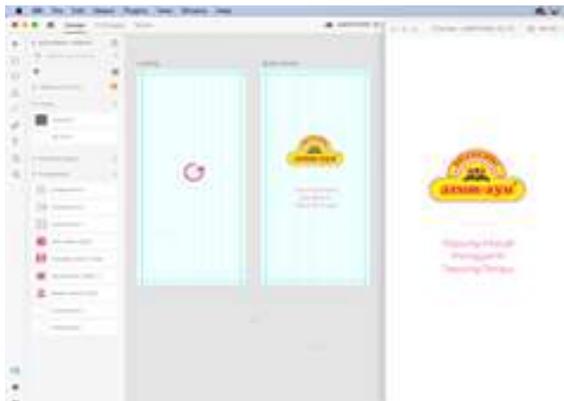
biru untuk kebijaksanaan, warna kuning untuk keceriaan, dan warna pink itu sendiri sebagai *branding* dari Arum Ayu *Healthy Local Food*.

Tahapan keempat adalah *font* yang digunakan secara keseluruhan berjenis sans serif agar mudah dibaca dan tidak terlalu kaku dengan sudut yang lembut untuk menimbulkan kesan yang bersahabat dan dapat dipercaya, menggunakan montserrat Font Family yaitu Monserrat Bold yang digunakan untuk highlight penting, medium untuk sub teks dan regular untuk *body text*.

Tahapan kelima adalah merancang Ikon-ikon untuk memudahkan audiens dalam melakukan pembacaan informasi, bentuknya diadaptasi dari berbagai referensi. Gaya desain yang digunakan dalam pembuatan ikon-ikon informasi adalah vektor yang kemudian dilanjutkan dengan pewarnaan dari *color pallete*.

(1) Visualisasi Desain

a) *Splash Screen*



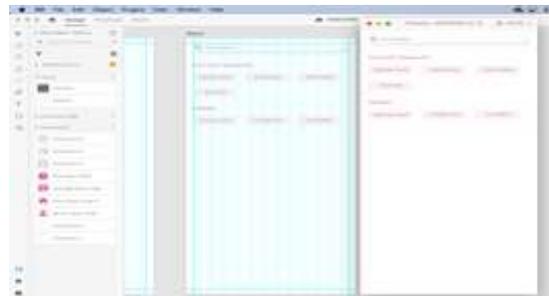
Gambar 6. Desain Splash Screen
Sumber: Aset Pribadi

b) Home



Gambar 7. Desain Home
Sumber: Aset Pribadi

c) Search



Gambar 8. Desain Search
Sumber: Aset Pribadi

d) Informasi



Gambar 9. Desain Informasi
Sumber: Aset Pribadi

e) Bantuan



Gambar 10. Desain Home
Sumber: Aset Pribadi

f) Notifikasi



Gambar 11. Desain Notifikasi
Sumber: Aset Pribadi

g) Semua Produk



Gambar 12. Desain Semua Produk
Sumber: Aset Pribadi

h) Produk Tepung



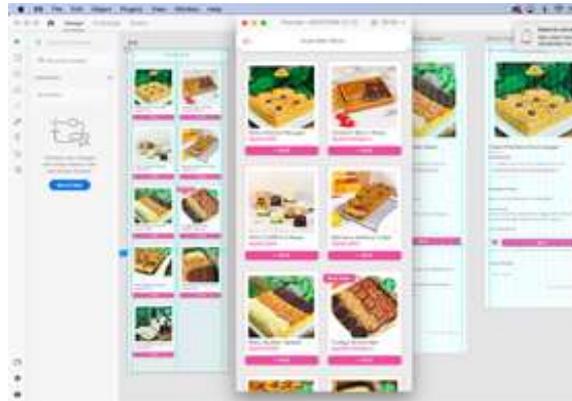
Gambar 13. Desain Produk Tepung
Sumber: Aset Pribadi

i) Cemilan dan Makanan Ringan



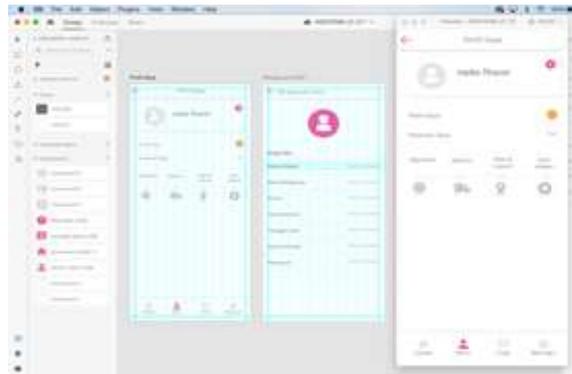
Gambar 14. Desain Aplikasi *Mobile*
Sumber: Aset Pribadi

j) Kue dan Bolu



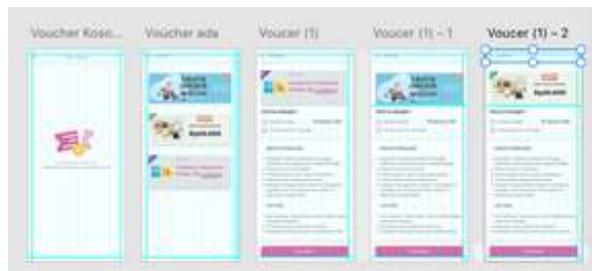
Gambar 15. Desain Kue dan Bolu
Sumber: Aset Pribadi

k) Profil Saya



Gambar 16. Desain Profil Saya
Sumber: Aset Pribadi

l) Voucher



Gambar 17. Desain Voucher
Sumber: Aset Pribadi

5. SIMPULAN

Perancangan Visual memberikan informasi yang jelas dan informatif kepada masyarakat tentang keunggulan tepung mocaf yang dapat menggantikan posisi tepung terigu, serta meningkatkan penjualan dan pelanggan baru untuk UMKM Arum Ayu *Healthy Local Food*.[]

DAFTAR PUSTAKA

- Ambrose, G., & Harris, P. 2009. *Basic Design: Design Thinking*. London: AVA Publishing SA.
- Arhipova, A. 2018, Diakses 18 Mei 2019. *Information Architecture. Basics for Designers*. Diambil kembali dari Tubik Studio: <https://tubikstudio.com/information-architecture-basics-for-designers/>
- Banga, C., & Weinhold, J. 2014. *Essential Mobile Interaction Design*. Crawfordsville: Pearson Education, Inc.
- Fauzia, S., Agustin, F. E., Syaripudin, U., & Ichsani, Y. 2016. *Perancangan Prototype Tampilan Antarmuka Pengguna Aplikasi Web Kamardagang.com dengan Teknik Flat Design pada PT. Selaras Utama Internasional*. Jurnal Teknik Informatika Vol. 9 No. 2.
- Saifulloh, & Asnawi, N. 2015. *Evaluasi Desain Antarmuka dengan Pendekatan Kemudahan Pengguna*. Jurnal Ilmiah DASI Vol 16 No. 4, 55-58.
- Shneiderman, Plaisant, Cohen, Jacobs, & Elmqvist. 2016. *Designing the User interface: Strategies for Effective Human-Computer Interaction*. Harlow: Typeset.
- Supriyono, R. 2010. *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: C.V. Andi Offset.
- Thornsby, J. 2016. *Android UI Design: Plan, Design and Build Engaging User interfaces for Your Android Applications*. Birmingham: Packt Publishing Ltd.