

Perancangan E-booklet Menu Interaktif Hikirin Daily untuk Mempermudah Akses Informasi Produk Bagi Pelanggan Self-Pickup

Amanda Septianingrum*, Ardiman Firmanda**

*Teknologi Rekayasa Multimedia, Politeknik Negeri Batam, Indonesia

**Teknik Informatika, Politeknik Negeri Batam, Indonesia

Article Info

Article history:

Received Jun 16th, 2026

Revised xxth, 2026

Accepted xxth, 2026

Keyword:

E-booklet Interaktif
Media Informasi Digital
Menu Digital
MDLC
SUS

ABSTRACT (10 PT)

The rapid development of digital technology has transformed the way consumers access product information, particularly in the food and beverage industry. Hikirin Daily, a culinary business in Batam, had not provided an independent information medium for customers using its self-pickup service. Product information was still distributed manually through Instagram and WhatsApp, resulting in limited accessibility and inefficiency. This study aimed to design and develop an interactive e-booklet as a digital menu information medium for Hikirin Daily using the Multimedia Development Life Cycle (MDLC) model. The e-booklet integrates menu information, product images, prices, descriptions, and interactive features, including navigation, ordering links, and supporting service links, into a single platform. A total of 30 respondents took part in assessing the developed product using the System Usability Scale (SUS), which produced an average score of 79.75, indicating good usability and an acceptable level of usability. This outcome indicates that the interactive e-booklet functions well as an effective digital medium for menu information, allowing self-pickup customers to access product information independently.

Corresponding Author:

Ardiman Firmanda,
Program Studi Teknologi Permainan,
Politeknik Negeri Batam,
Jl. Ahmad Yani, Tlk. Tering, Kec. Batam Kota, Kota Batam, Kepulauan Riau.
Email: ardiman@polibatam.ac.id

1. INTRODUCTION

Teknologi digital saat ini semakin berkembang dan turut mempengaruhi hampir seluruh sektor industri, tidak terkecuali sektor makanan dan minuman (F&B) [1]. Dampak ini mengubah pola konsumsi masyarakat secara signifikan, di mana konsumen kini bergantung pada internet, *social media*, dan *platform* digital untuk mencari informasi sebelum membuat keputusan pembelian [2]. Perubahan tersebut mendorong pelaku usaha kuliner untuk menyediakan informasi produk yang lebih mudah diakses dan dapat diperbarui. Salah satu penerapannya dapat diwujudkan dengan menggunakan menu digital yang memudahkan *update* informasi produk secara fleksibel dan dapat diakses kapan saja oleh pelanggan [3].

Hikirin Daily merupakan salah satu usaha kuliner di Batam yang berfokus pada produk bento dengan berbagai jenis layanan, yaitu *dine-in*, pemesanan melalui platform *aggregator*, dan *self-pickup*. Pada layanan *dine-in* dan platform *aggregator*, pelanggan dapat memperoleh informasi produk melalui media yang telah tersedia, seperti menu cetak dan aplikasi pemesanan daring. Berdasarkan hasil observasi di lapangan, layanan *self-pickup* belum didukung oleh media informasi menu yang dapat diakses pelanggan secara mandiri sebelum melakukan pemesanan. Penyampaian informasi pada layanan *self-pickup* masih dilakukan dengan mengirimkan foto menu melalui pesan instagram dan whatsapp. Mekanisme tersebut mengharuskan pelanggan menghubungi pihak operasional terlebih dulu untuk mendapatkan informasi terkait produk yang tersedia. Selain itu, penyampaian informasi melalui Instagram sering mengalami keterlambatan karena akun

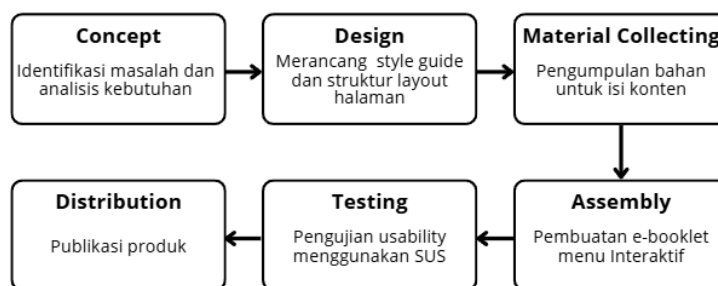
tersebut tidak dikelola secara langsung oleh pihak operasional outlet. Kondisi ini menyebabkan pelanggan belum dapat mengakses informasi produk atau informasi menu secara mandiri dan efisien.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, diperlukan media informasi digital yang dapat memperlihatkan informasi produk secara lengkap, mudah diakses, dan dapat digunakan secara mandiri oleh pelanggan. Media yang dapat digunakan yaitu *e-booklet* interaktif, *e-booklet* interaktif merupakan media digital berbentuk *booklet* yang bukan sekedar menampilkan informasi, tetapi juga memungkinkan pengguna berinteraksi dengan konten yang tersedia [4]. Beberapa penelitian sebelumnya telah memanfaatkan *e-booklet* sebagai media informasi digital. Dalam penelitian [5] mengembangkan media *e-booklet* yang difungsikan sebagai sarana penyebaran informasi digital kepada masyarakat. Selanjutnya, penelitian [6] memanfaatkan *e-booklet* sebagai media informasi yang mengombinasikan teks dan visual untuk meningkatkan penyampaian informasi kepada pembaca. Sementara itu, penelitian [7] mengembangkan *e-booklet* yang dilengkapi elemen interaktif seperti kuis dan *QR Code* untuk meningkatkan pemahaman pengguna terhadap informasi yang disampaikan.

Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut, *e-booklet* telah diterapkan pada berbagai bidang sebagai media penyampaian informasi dan edukasi digital. Namun, penelitian sebelumnya belum menerapkan *e-booklet* sebagai media informasi menu interaktif pada layanan *self-pickup* di sektor kuliner. Dari uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk merancang *e-booklet* menu interaktif Hikirin Daily sebagai pengganti menu cetak pada layanan *self-pickup*, mengembangkan *e-booklet* menu interaktif menggunakan model *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC), serta mengetahui tingkat *usability e-booklet* menu interaktif. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah R&D atau *Research and Development*, dengan mengacu pada model *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC) sebagai kerangka pengembangannya. Model ini membagi proses pengembangan menjadi enam tahapan dimulai dari *concept dan design*, dilanjutkan dengan *material collecting* dan *assembly*, hingga tahap terakhir berupa *testing*, dan *distribution*. Setelah selesai dikembangkan, *e-booklet* kemudian diuji melalui pendekatan *System Usability Scale* (SUS) untuk mengukur seberapa mudah *e-booklet* bisa digunakan oleh pengguna sehingga layak digunakan sebagai media informasi menu.

2. RESEARCH METHOD

Metode penelitian dan pengembangan (R&D) digunakan dalam penelitian ini, dengan *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC) sebagai model pengembangannya. MDLC memiliki enam tahap pengembangan, tahapan tersebut dimulai dari konsep, desain, mengumpulkan bahan, proses perakitan atau pembuatan, dilanjut dengan pengujian, hingga ke distribusi [8]. Keenam tahapan tersebut menjadi acuan dalam proses pengembangan *e-booklet* pada penelitian ini, sebagaimana diperlihatkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan MDLC

2.1 Concept

Dilakukan observasi dan wawancara untuk mengidentifikasi permasalahan serta kebutuhan dalam pengembangan *e-booklet* menu interaktif. Observasi dilakukan untuk mengetahui proses penyampaian informasi menu kepada pelanggan, media yang digunakan, serta kendala yang dihadapi dalam penyampaian informasi tersebut. Sementara itu, wawancara dilakukan dengan *Social Media Specialist* Hikirin Daily untuk memperoleh kebutuhan terkait konten, tampilan visual, penyajian informasi, serta fitur yang akan diterapkan pada *e-booklet*. Rincian aspek yang diamati selama observasi disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Aspek Observasi

No	Aspek yang Diobservasi	Tujuan
1	Media informasi menu yang digunakan	Mengetahui media yang digunakan untuk menyampaikan informasi produk kepada pelanggan

2	Proses penyampaian informasi menu	Mengetahui alur pelanggan memperoleh informasi menu
3	Ketersediaan informasi produk	Mengidentifikasi informasi yang tersedia bagi pelanggan
4	Kendala dalam penyampaian informasi	Mengidentifikasi permasalahan yang terjadi pada media yang digunakan
5	Penggunaan media sosial	Mengetahui peran Instagram dalam penyampaian informasi menu
6	Kebutuhan media informasi digital	Mengidentifikasi kebutuhan pengembangan media informasi baru

2.2 Design

Tahap desain mencakup beberapa kegiatan, yaitu menentukan format design, menyusun *style guides*, dan merancang tampilan layout untuk *e-booklet* menu interaktif. *Style guide* sendiri berfungsi sebagai pedoman yang menjaga agar tampilan tetap konsisten selama proses perancangan berlangsung, dengan memuat berbagai elemen visual sekaligus prinsip desain yang menjadi acuannya [9]. Pedoman ini mencakup palet warna, tipografi, elemen visual, dan elemen interaktif yang digunakan pada *e-booklet*.

2.3 Material Collecting

Proses pengumpulan seluruh materi pendukung serta informasi konten yang dibutuhkan dilakukan pada tahap ini. Informasi tersebut meliputi foto produk, nama menu, harga, deskripsi menu, video cara pemesanan, tautan platform online, serta informasi pendukung lainnya yang diperoleh dari tim operasional Hikirin Daily.

2.4 Assembly

Pada tahap *assembly*, *e-booklet* menu interaktif mulai dikembangkan berdasarkan *style guide* dan struktur *layout* yang telah dirancang sebelumnya menggunakan *platform* Canva. Setelah seluruh desain selesai dibuat, *e-booklet* diekspor ke dalam format PDF dan diunggah ke *platform* Heyzine untuk dikonversi menjadi *e-booklet* interaktif. Selanjutnya, ditambahkan berbagai elemen interaktif, seperti video, *hyperlink*, dan navigasi antar halaman, sehingga akses pengguna terhadap informasi maupun fitur yang ada menjadi lebih praktis.

2.5 Testing

Tahap testing bertujuan untuk menguji tingkat *usability* dari *e-booklet* menu interaktif Hikirin Daily, dilihat dari sudut pandang persepsi pengguna terhadap kemudahan penggunaannya. Instrumen yang dipakai dalam pengujian ini adalah *System Usability Scale* (SUS), dipilih karena sudah terbukti valid dan reliabel untuk mengukur *usability*, selain juga karena penggunaannya yang luas di berbagai penelitian sejenis, sebagaimana dikembangkan oleh Brooke (1996) [10]. Pada penelitian ini, dilakukan adaptasi terhadap pernyataan SUS dengan menyesuaikan istilah *system* menjadi *e-booklet* menu interaktif agar sesuai dengan konteks penelitian tanpa mengubah struktur maupun tujuan pengukuran *usability*. Pengujian ini melibatkan 30 responden yang mengisi kuesioner menggunakan skala Likert dengan rentang 1 sampai 5, mulai dari Sangat Tidak Setuju (1), Tidak Setuju (2), Netral (3), Setuju (4), hingga Sangat Setuju (5). Perbandingan antara pernyataan asli SUS dan pernyataan yang sudah disesuaikan untuk kebutuhan penelitian ini dirangkum dalam Tabel 2.

Tabel 2. Instrumen Pernyataan System Usability Scale (SUS)

No	Pernyataan SUS Asli	Pernyataan SUS yang telah disesuaikan
1	I think that I would like to use this system frequently.	Saya berpikir akan menggunakan e-booklet menu interaktif ini kembali ketika membutuhkan informasi menu.
2	I found the system unnecessarily complex.	Saya merasa e-booklet menu interaktif ini rumit untuk digunakan.
3	I thought the system was easy to use.	Saya merasa e-booklet menu interaktif ini mudah digunakan.
4	I think that I would need the support of a technical person to be able to use this system.	Saya memerlukan bantuan orang lain untuk menggunakan e-booklet menu interaktif ini.
5	I found the various functions in this system were well integrated.	Saya merasa fitur interaktif pada e-booklet menu ini berfungsi dengan baik.
6	I thought there was too much inconsistency in this system.	Saya merasa terdapat beberapa bagian pada e-booklet menu ini yang tidak konsisten.

7	I would imagine that most people would learn to use this system very quickly.	Saya merasa pengguna lain dapat memahami cara menggunakan e-booklet menu interaktif ini dengan cepat.
8	I found the system very cumbersome to use.	Saya merasa e-booklet menu interaktif ini membingungkan untuk digunakan.
9	I felt very confident using the system.	Saya merasa tidak mengalami hambatan saat menggunakan e-booklet menu interaktif ini.
10	I needed to learn a lot of things before I could get going with this system.	Saya perlu membiasakan diri terlebih dahulu sebelum menggunakan e-booklet menu interaktif ini.

Setiap pernyataan SUS digunakan untuk mengukur aspek *usability* tertentu pada *e-booklet* menu interaktif. Adapun aspek *usability* yang diukur pada setiap pernyataan ditunjukkan dalam Tabel 3.

Tabel 3. Aspek yang diukur per Indikator Pernyataan

No. Pernyataan	Aspek yang Diukur
1	Kepuasan pengguna terhadap e-booklet menu interaktif
2–3–8	Kemudahan menggunakan e-booklet untuk memperoleh informasi menu
4–7–10	Kemudahan memahami penggunaan navigasi dan fitur interaktif
5–9	Kemudahan menggunakan fitur interaktif (navigasi, video, dan tautan)
6	Konsistensi tampilan dan fungsi e-booklet

Rekap skor SUS dari setiap responden dihitung berdasarkan aturan penilaian bakunya. Untuk mendapatkan skor pernyataan bernomor ganjil, nilai jawaban responden dikurangi 1, sedangkan untuk pernyataan bernomor genap, skornya diperoleh dari angka 5 dikurangi nilai jawaban responden. Setelah skor ganjil dan genap terkumpul, seluruhnya dijumlahkan kemudian dikalikan 2,5 sehingga menghasilkan skor akhir SUS per responden. Untuk mendapatkan skor rata-rata dari seluruh responden, digunakan rumus berikut.

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n} [11]$$

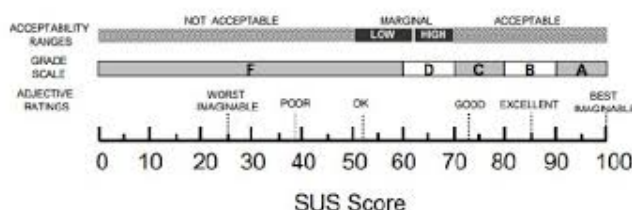
Keterangan:

$\bar{x}$ = skor rata-rata

$\sum x$ = jumlah skor SUS seluruh responden

n = banyak responden

Rentang skor SUS berkisar antara 0 sampai 100, dengan ketentuan jika total skor rata-rata semakin tinggi maka akan semakin baik pula tingkat *usability* yang dihasilkan. Untuk menerjemahkan hasil perhitungan tersebut, digunakan tiga kategori sekaligus, yaitu *Acceptability Range*, *Grade Scale*, dan *Adjective Rating*, yang penjelasannya divisualisasikan pada Gambar 2.



Gambar 2. Interpretasi Skor SUS

2.6 Distribution

Pada tahap distribution, *e-booklet* yang telah selesai dikembangkan didistribusikan dalam bentuk tautan yang dapat diakses oleh pelanggan sehingga pelanggan dapat lebih mudah untuk mendapatkan informasi menu secara praktis dan efisien melalui perangkat digital.

3. RESULT AND ANALYSIS

Dipaparkan hasil pengembangan dari *e-booklet* menu interaktif Hikirin Daily mengikuti alur tahapan dari model pengembangan yang digunakan dalam penelitian ini.

3.1. Concept

Hasil tahap konsep diperoleh dari pengamatan serta wawancara yang dilakukan untuk mengidentifikasi kondisi media informasi yang digunakan serta kebutuhan pengguna terhadap *e-booklet* menu interaktif Hikirin Daily.

3.1.1 Observasi

Hasil observasi yang dilakukan di Hikirin Daily menunjukkan bahwa media informasi menu yang digunakan masih berupa menu cetak (*tent card*) yang ditampilkan pada Gambar 3. Selain itu, informasi menu kepada pelanggan juga disampaikan melalui pengiriman foto menu melalui instagram atau whatsapp. Informasi produk yang tersedia belum terintegrasi dalam satu media sehingga pelanggan perlu mengakses beberapa sumber untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan. Hal ini mengakibatkan akses informasi menu menjadi rumit dan memerlukan pengembangan *e-booklet* menu interaktif sebagai media informasi menu yang tentunya bersifat *accessible*.



Gambar 3. Menu Cetak Hikirin Daily

3.1.2 Wawancara

Wawancara dilakukan dengan *Social Media Specialist* Hikirin Daily untuk memperoleh informasi mengenai kebutuhan dalam pembuatan *e-booklet* menu interaktif. Ringkasan hasil wawancara dapat dilihat dalam tabel 4.

Tabel 4. Hasil Wawancara

No.	Aspek	No. Pertanyaan	Hasil Wawancara
1	Konten e-booklet	1–2	E-booklet memuat nama menu, foto produk, harga, deskripsi singkat, profil singkat brand, dan panduan pemesanan self-pickup.
2	Tampilan Visual	3–5	Tampilan dibuat menarik, modern, rapi, tidak membosankan, menggunakan warna sesuai identitas Hikirin Daily, serta jenis huruf yang mudah dibaca.
3	Elemen Visual	6–8	Menampilkan foto produk yang jelas, logo, maskot, penanda best seller, dan ikon lauk pada setiap menu.
4	Fitur Interaktif	9–12	Menyediakan panduan pemesanan, navigasi antar halaman, tombol WhatsApp untuk pemesanan self-pickup, tautan platform pemesanan online, Google Maps, Instagram, dan formulir customer feedback.
5	Harapan Produk	13	Diharapkan media e-booklet tidak sekedar menjadi daftar menu, tapi bisa menjadi media informasi yang menarik, mudah digunakan, informatif, serta membantu pelanggan dalam melakukan pemesanan.

Dari hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan, disusunlah konsep pembuatan *e-booklet* menu interaktif Hikirin Daily, sebagaimana dirangkum pada Tabel 5.

Tabel 5. Konsep Pengembangan

Aspek	Hasil
Tujuan Pengembangan	Mengembangkan e-booklet menu interaktif sebagai media informasi digital yang memudahkan pelanggan memperoleh informasi menu secara mandiri.
Sasaran Pengguna	Pelanggan Hikirin Daily yang ingin memperoleh informasi produk secara mandiri sebelum melakukan pemesanan.
Ruang Lingkup Konten	Nama menu, foto produk, harga, deskripsi menu, profil brand, informasi kontak, lokasi outlet, tautan platform pemesanan, dan customer feedback.

3.2. Design

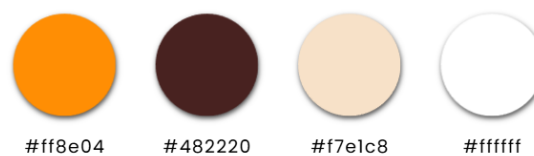
Pada tahap ini, peneliti merancang format desain, *style guide* dan *layout* dari *e-booklet* menu. Elemen *style guide* disini meliputi *colour palette*, tipografi, elemen visual, dan elemen interaktif.

3.2.1 Format Desain

Format desain *e-booklet* menggunakan ukuran 1680×2000 piksel dengan resolusi 203 dpi dan orientasi *portrait*. Format ini dipilih untuk menjaga kualitas visual serta meningkatkan keterbacaan informasi saat diakses melalui perangkat seluler.

3.2.2 Colour Palette

Colour Palette adalah kumpulan warna yang dikombinasikan secara terencana untuk menghasilkan keselarasan visual yang menarik dan memiliki karakter tertentu [12]. Pemilihan *Colour palette* pada *e-booklet* diambil pada maskot Hikirin Daily dengan menggunakan empat warna utama, yaitu oranye, krem, cokelat tua, dan putih. Implementasi *colour palette* ditunjukkan pada Gambar 4.



Gambar 4. *Colour Palette*

3.2.3 Tipografi

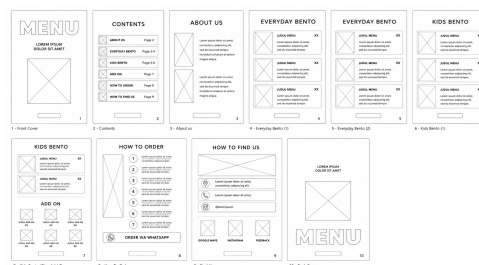
Tipografi adalah teknik pengelolaan dan penataan huruf dalam suatu ruang desain untuk menciptakan keterbacaan, kenyamanan visual, dan nilai estetika [13]. Mango AC digunakan pada judul untuk memberikan penekanan visual, sedangkan Gareth digunakan pada deskripsi menu karena mudah dibaca pada ukuran kecil. Pemilihan tipografi ditampilkan pada Gambar 5.



Gambar 5. *Typography*

3.2.4 Layout

Layout merupakan pengaturan atau penataan berbagai elemen visual dalam suatu media secara terencana untuk menghasilkan tampilan yang menarik dan terstruktur [14]. Perancangan tata letak *e-booklet* ditujukan agar keterbacaan meningkat sekaligus memberi kenyamanan bagi pengguna saat mengakses informasi menu. Adapun perancangan *layout* ditunjukkan pada Gambar 6.



Gambar 6. *Layout*

3.2.5 Elemen Visual

Pemilihan elemen visual pada *e-booklet* meliputi maskot, logo Hikirin Daily, ikon lauk, dan penanda *best seller*. Maskot dan logo digunakan untuk memperkuat identitas visual Hikirin Daily, sedangkan ikon lauk berfungsi membantu pengguna mengenali jenis lauk utama pada setiap menu. Selain itu, penanda *best seller* digunakan untuk menyoroti menu unggulan sehingga memudahkan pelanggan dalam menentukan pilihan. Elemen visual pada *e-booklet* ditunjukkan pada Gambar 7.



Gambar 7. Elemen Visual

3.2.6 Elemen Interaktif

Elemen interaktif merupakan komponen yang ditambahkan pada *e-booklet* untuk meningkatkan kemudahan navigasi dan akses informasi bagi pengguna [15]. Elemen interaktif yang dimaksud pada penelitian ini memungkinkan pengguna berinteraksi secara langsung dengan media melalui animasi membalik halaman (*page flip*) saat membuka setiap halaman. Selain itu, pengguna dapat mengakses halaman tertentu melalui tautan navigasi, memutar video cara pemesanan, melakukan pemesanan melalui WhatsApp maupun *platform* pemesanan *online*, melihat lokasi outlet melalui Google Maps, mengunjungi media sosial Hikirin Daily, serta memberikan umpan balik melalui *customer feedback*.

3.3. Material Collecting

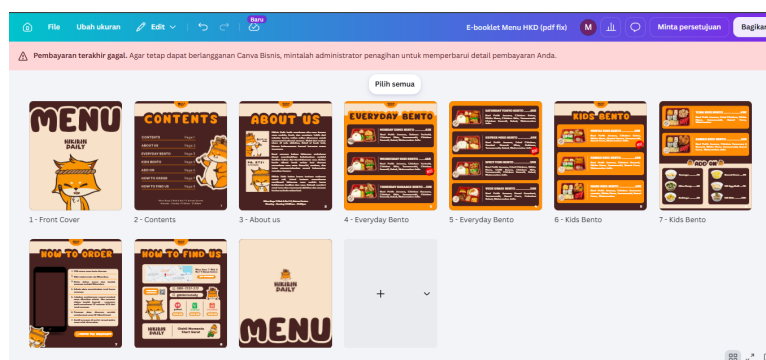
Didapatkan seluruh materi atupun bahan pendukung meliputi foto produk, nama menu, harga, deskripsi produk, video cara pemesanan, tautan Google Maps, tautan *customer feedback*, serta tautan menuju *platform* pemesanan daring seperti GrabFood, GoFood, dan ShopeeFood. Seluruh bahan tersebut digunakan sebagai konten utama dalam penyusunan *e-booklet* menu interaktif Hikirin Daily.

3.4. Assembly

Pada tahap ini, peneliti mulai menyusun seluruh komponen *e-booklet* menggunakan *platform* Canva. Setelah proses perancangan desain selesai, tahap selanjutnya adalah mengubah hasil desain tersebut menjadi *e-booklet* menu dalam format interaktif.

3.4.1 Proses Desain pada Aplikasi Canva

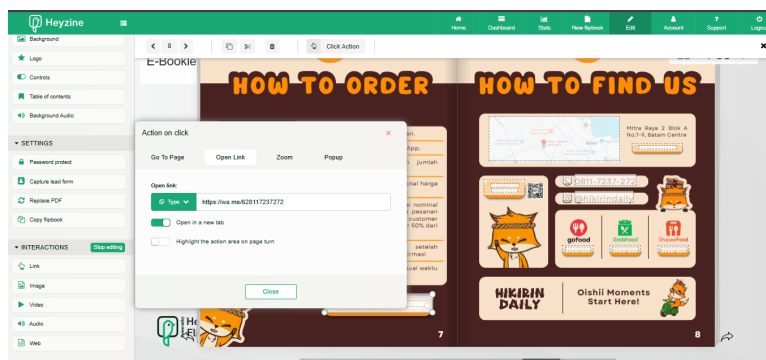
Pada tahap ini, seluruh bahan diintegrasikan ke dalam desain *e-booklet* menggunakan Canva sesuai dengan *layout* yang telah dirancang. Setelah seluruh halaman selesai disusun, desain diekspor ke dalam format PDF. Adapun proses desain ditampilkan pada Gambar 8.



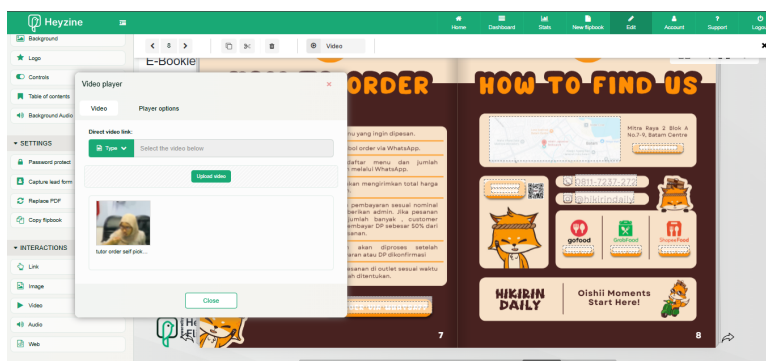
Gambar 8. Proses Desain E-booklet Pada Canva

3.4.2 Proses Pembuatan E-booklet Interaktif pada Platform Heyzine

File PDF hasil desain diunggah ke platform Heyzine untuk dikonversi menjadi *e-booklet interaktif*. Selanjutnya, ditambahkan berbagai *hyperlink* yang mengarah ke halaman tertentu maupun layanan eksternal, seperti WhatsApp, Instagram, Google Maps, platform pemesanan daring, formulir umpan balik pelanggan dan video cara pemesanan. Proses tersebut diperlihatkan dalam Gambar 9 dan Gambar 10.



Gambar 9. Penambahan Hyperlink di Heyzine



Gambar 10. Penambahan Video di Heyzine

3.4.3 Hasil Akhir E-booklet Menu Interaktif

Hasil akhir *e-booklet* terdiri atas 10 halaman yang memuat berbagai informasi produk. Beberapa halaman juga dilengkapi elemen interaktif yang memungkinkan pengguna berinteraksi dengan *e-booklet*. Adapun fungsi, isi, dan interaktivitas pada masing-masing halaman dijelaskan sebagai berikut.

1. Halaman Cover

Halaman ini terdiri dari bagian depan sebagai pembuka dan bagian belakang sebagai penutup *e-booklet* menu. Halaman cover ditampilkan pada Gambar 11.



Gambar 11. Halaman Cover

2. Halaman Contents dan About Us

Halaman ini memuat daftar isi berupa navigasi antar setiap halaman serta profil singkat dari Hikirin Daily. Pada halaman contents terdapat interaktivitas dimana pengguna dapat mengakses halaman yang diinginkan melalui tautan navigasi sehingga memudahkan perpindahan antar halaman. Halaman ini ditampilkan pada Gambar 12.



Gambar 12. Halaman Contents dan About Us

3. Halaman Everyday Bento

Pada halaman ini ditampilkan informasi seluruh menu everyday bento. Informasi berupa nama menu, harga, serta deskripsi menu. Halaman everyday bento ditunjukkan pada Gambar 13.



Gambar 13. Halaman Everyday Bento

4. Halaman Kids Bento dan Add On

Pada halaman ini ditampilkan informasi seluruh menu kids bento serta add on yang tersedia. Informasi berupa nama menu, harga, dan deskripsi menu sebagaimana ditampilkan pada Gambar 14.



Gambar 14. Halaman Kids Bento dan Add On

5. Halaman How To Order dan How To Find Us

Pada halaman How To Order terdapat interaktivitas dimana pengguna dapat memutar video panduan pemesanan serta melakukan pemesanan melalui tautan WhatsApp yang tersedia. Sementara itu, pada halaman How To Find Us, pengguna dapat mengakses lokasi outlet melalui Google Maps, mengunjungi Instagram Hikirin Daily, melakukan pemesanan melalui platform pembelian online, serta memberikan umpan balik melalui customer feedback yang selengkapnya ditampilkan pada Gambar 15.



Gambar 15. Halaman How To Order dan How To Find Us

3.5 Testing

Sebelum dilakukan pengujian *usability*, *e-booklet* menu interaktif yang telah dikembangkan terlebih dahulu ditinjau oleh *Social Media Specialist* Hikirin Daily sebagai narasumber penelitian. Hasil peninjauan menunjukkan bahwa isi dan fitur-fitur dalam *e-booklet* dinilai telah memenuhi kebutuhan sehingga tidak diperlukan revisi lebih lanjut. Setelah dinyatakan sesuai, *e-booklet* tersebut lalu masuk ke tahap pengujian *usability* dengan menggunakan metode SUS.

Sebanyak 30 responden yang memenuhi kriteria penelitian, yaitu pernah melakukan pembelian di Hikirin Daily, dilibatkan dalam pengujian *System Usability Scale* (SUS). Selanjutnya, dua aspek dijadikan dasar pengelompokan responden pada tahap ini, yaitu jenis kelamin (gender) dan usia dengan rinciannya tersaji pada Tabel 6.

Tabel 6. Karakteristik Responden

Karakteristik	Jumlah	Persentase (%)
Gender		
Perempuan	19	63,3
Laki - laki	11	36,7
Usia		
< 20 tahun	1	3,3
21 - 30 tahun	26	86,7
31 - 40 tahun	2	6,7
41 - 50 tahun	1	3,3

Data pada Tabel 6 memperlihatkan bahwa responden berjenis kelamin perempuan menjadi mayoritas, yakni 19 orang atau setara 63,3%, sementara responden laki-laki tercatat sebanyak 11 orang atau 36,7% dari total keseluruhan. Dilihat dari sisi usia, kelompok 21 sampai 30 tahun menjadi yang paling banyak dengan 26 orang atau 86,7%. Di luar kelompok tersebut, terdapat 1 responden berusia di bawah 20 tahun setara 3,3%, 2 responden pada rentang 31 sampai 40 tahun atau 6,7%, dan 1 responden pada rentang 41 sampai 50 tahun setara dengan 3,3%.

Tahap pengujian selanjutnya dilakukan dengan cara mempersilakan setiap responden untuk membuka *e-booklet* menu interaktif Hikirin Daily, mencoba fitur-fitur yang ada di dalamnya, lalu mengisi kuesioner SUS yang berisi 10 butir pernyataan. Rincian hasil pengujian tersebut dirangkum pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil Pengujian SUS

Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	Jumlah	Jumlah x 2,5
R1	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	28	70
R2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	75
R3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39	97,5
R4	4	2	4	2	4	0	4	0	4	3	27	67,5
R5	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	20	50
R6	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	33	82,5
R7	4	2	4	1	3	0	4	0	2	2	22	55
R8	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	37	92,5
R9	4	3	4	4	4	4	4	4	4	1	36	90
R10	3	2	3	1	3	2	3	2	3	1	23	57,5
R11	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	28	70
R12	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	35	87,5
R13	4	3	4	2	3	3	4	3	4	2	32	80
R14	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	36	90

R15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	100
R16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	100
R17	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38	95
R18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	100
R19	3	3	4	3	3	4	4	3	3	0	30	75
R20	4	0	3	0	3	0	4	0	3	1	18	45
R21	4	1	4	1	4	1	4	3	3	1	26	65
R22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	100
R23	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39	97,5
R24	3	1	3	2	3	2	3	1	1	1	20	50
R25	4	3	3	2	4	1	4	4	4	2	31	77,5
R26	4	3	4	2	3	3	3	4	3	1	30	75
R27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	100
R28	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	34	85
R29	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	35	87,5
R30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	75
Skor Rata-rata											79,75	

Tabel 7 menyajikan skor SUS setiap responden berdasarkan hasil pengolahan jawaban pada 10 pernyataan SUS (P1–P10), jumlah skor yang diperoleh, serta nilai akhir SUS yang didapatkan dari hasil perkalian jumlah skor dengan faktor 2,5. Dari hasil pengolahan seluruh skor didapatkanlah skor rata-rata SUS yaitu 79,75.

Jika diinterpretasikan, skor 79,75 tersebut masuk ke kategori *Acceptable* pada *Acceptability Range* memperoleh *Grade C* pada *Grade Scale*, dan tergolong *Good* pada *Adjective Rating*. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *e-booklet* menu interaktif Hikirin Daily memiliki tingkat *usability* yang baik sehingga layak digunakan sebagai media informasi produk bagi pelanggan.

3.6 Distribution

Hasil akhir dari tahap *distribution* berupa tautan digital yang dapat langsung dipakai untuk menyampaikan informasi produk kepada pelanggan. Lewat tautan tersebut, pelanggan bisa mengakses informasi menu kapan saja secara mandiri melalui perangkat digital masing-masing. Akses menuju *e-booklet* interaktif Hikirin Daily dapat dilakukan melalui tautan berikut (E-booklet menu interaktif Hikirin Daily).

4. CONCLUSION

Penelitian ini berhasil merancang dan mengembangkan *e-booklet* menu interaktif sebagai media informasi digital untuk layanan *self-pickup* di Hikirin Daily menggunakan metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC). Produk *e-booklet* menu interaktif ini memuat informasi menu serta fitur interaktif berupa navigasi antar halaman, video cara pemesanan, tombol WhatsApp, tautan *platform* pemesanan daring, Google Maps, Instagram, dan *customer feedback* sehingga akses *customer* menjadi lebih mudah serta bisa dilakukan secara mandiri.

Pengujian yang dilakukan menggunakan metode *System Usability Scale* (SUS) terhadap 30 responden dengan kriteria pernah melakukan pembelian di Hikirin Daily menghasilkan nilai rata-rata 79,75. Hasil interpretasi menunjukkan bahwa *e-booklet* termasuk dalam kategori *Acceptable* pada *Acceptability Range*, memperoleh *Grade C* pada *Grade Scale*, dan berada pada kategori *Good* pada *Adjective Rating*. Temuan ini mengindikasikan bahwa *e-booklet* menu interaktif Hikirin Daily sudah memiliki tingkat *usability* yang memadai atau baik, sekaligus layak dijadikan sebagai media penyampaian informasi produk bagi pelanggan *self-pickup*.

Untuk pengembangan selanjutnya, dapat mengembangkan *e-booklet* dengan menambahkan fitur yang lebih interaktif, seperti integrasi sistem pemesanan secara langsung atau pembaruan informasi produk secara *real-time*, sehingga dapat meningkatkan kemudahan akses informasi dan mendukung efektivitas layanan pada sektor kuliner.

ACKNOWLEDGEMENTS

Penyusunan penelitian ini tidak luput dari dukungan berbagai pihak, sehingga penulis sangat berterimakasih untuk yang pertama kepada Bapak Ardiman Firmada sebagai dosen pembimbing karena telah banyak mengarahkan dan meluangkan waktunya sejak awal sampai selesainya penelitian ini. Tidak lupa, penulis juga menyampaikan apresiasi ke pihak Hikirin Daily yang telah bersedia memberikan izin, informasi, dan dukungan penuh selama penelitian berlangsung. Terakhir, untuk seluruh responden yang telah berpartisipasi dalam pengujian *usability e-booklet* menu interaktif Hikirin Daily dengan meluangkan waktunya, penulis menyampaikan rasa terima kasih, karena kontribusi tersebut turut membantu terselesaikannya penelitian ini.

REFERENCES

- [1] N. Sofiana, A. R. Ichwanto, Z. Meilany, and R. Ripai, "Strategi Digitalisasi Bisnis Kuliner melalui Pengembangan UI/UX Sistem Kasir di Amaranthy Café and Resto," *Blend Sains J. Teknik*, vol. 4, no. 1, pp. 82–91, Jul. 2025, doi: <https://doi.org/10.56211/blendsains.v4i1.979>
- [2] B. N. W. Harita, I. R. Handini, T. S. S. P. Wisnu, and D. S. P. Pradana, "Perilaku Konsumen dan Digital Marketing: Menyelami Dinamika Dunia Konsumsi Era Digital," *Jurnal Keuangan dan Manajemen Terapan*, vol. 6, no. 2, pp. 135–147, May 2025. [Online]. Available: <https://ejournals.com/ojs/index.php/jkmt>
- [3] B. A. Yudianto et al., "Implementasi REST API Menggunakan Bahasa Go untuk Optimalisasi Manajemen Menu dan Pemesanan," *J. Riset dan Aplikasi Mahasiswa Informatika (JRAMI)*, vol. 6, no. 02, pp. 384–393, 2025, doi: <https://doi.org/10.30998/jrami.v6i02.13367>
- [4] G. Gunawan, S. Sunarto, D. J. Prihadi, A. Nurhayati, dan F. Kristhiadi, "Digital E-Booklet as an Innovative Promotional Media for Gravity Adventure Rafting Tourism in Pangalengan Regency," *Jurnal Pariwisata Nusantara (JUWITA)*, vol. 4, no. 2, pp. 111–123, Aug. 2025, doi: <https://doi.org/10.20414/juwita.v4i2.13393>
- [5] A. Mahatma and M. Setyawan, "Perancangan E-Booklet Sebagai Media Informasi Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni Surakarta," *Misterius: Publikasi Ilmu Seni dan Desain Komunikasi Visual*, vol. 2, no. 1, pp. 213–233, Mar. 2025. doi: <https://doi.org/10.62383/misterius.v2i1.563>
- [6] S. Rahmanida and T. Hidayatullah, "E-booklet Sebagai Media Informasi Mengenai Fenomena Cancel Culture di Media Sosial," *DIVACATRA: Jurnal Penelitian Mahasiswa Desain*, vol. 3, no. 2, pp. 151–170, Okt. 2023. doi: <https://doi.org/10.34010/divagatra.v3i2.11298>
- [7] I. M. Inayati, Sunarto, A. P. Dhahiyat, D. J. Prihadi, and S. B. Annida, "Merancang Media Edukasi Digital: Pendekatan Design Thinking dalam Pengembangan E-Booklet Ekowisata Mangrove," *TOBA: Journal of Tourism, Hospitality and Destination*, vol. 4, no. 4, pp. 397–404, Nov. 2025. doi: <https://doi.org/10.55123/toba.v4i4.6479>
- [8] M. Sayuti, M. L. Rasyid, dan R. Usman, "Perancangan UI/UX Design Website PT. Nazea Teknologi," *Jurnal Sains Informatika Terapan (JSIT)*, vol. 4, no. 3, pp. 625–633, Okt. 2025, doi: <https://doi.org/10.62357/jsit.v4i3.789>
- [9] R. B. Sikumbang and F. Suandi, "Analisis Dan Perancangan User Interface Situs Web PT. ACW Tour And Travel Menggunakan Metode Design Thinking," *Journal of Applied Multimedia and Networking (JAMN)*, vol. 9, no. 2, pp. 19–29, Des. 2025. doi: <https://doi.org/10.30871/jamn.v9i2.10679>
- [10] B. Satrio, V. I. Dewi, dan N. A. Herawati, "Analisis Usability E-Modul Pencemaran Lingkungan Menggunakan Metode System Usability Scale (SUS)," *PINTER: Jurnal Pendidikan Teknik Informatika dan Komputer*, vol. 9, no. 2, pp. 11–20, Des. 2025, doi: <https://doi.org/10.21009/pinter.9.2.2>
- [11] S. N. Kholifah, N. Heryana, and H. B. Nugraha, "Analisis Usability pada Aplikasi Himfo Menggunakan Metode System Usability Scale (SUS) (Studi Kasus Himpunan Mahasiswa Teknik Informatika Unsika)," *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, vol. 7, no. 2, pp. 1416–1422, Apr. 2023. doi: <https://doi.org/10.36040/jati.v7i2.6781>
- [12] S. Suliswaningsih, A. P. Kuncoro, A. N. Ikhsan, M. T. Jamil, dan S. Sani, "Penerapan Multi-Palette Color untuk Pemberian Saran Pemilihan Warna Tema Desain Visual Vektor," *Infotekmesin*, vol. 15, no. 1, pp. 33–37, Jan. 2024, doi: <https://doi.org/10.35970/infotekmesin.v15i1.2081>
- [13] I. M. M. Mirza, "Efektifitas Implementasi Tipografi dalam Desain Grafis Berdasarkan Perspektif Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) di Indonesia," *Jurnal Visual Ideas*, vol. 2, no. 2, pp. 70–75, Agst. 2022, doi: <https://doi.org/10.33197/visualideas.vol2.iss2.2022.908>

- [14] D. Jurnisa, W. Pramesti, A. Rosad, dan H. Tria Pratiwi, "Analisis Desain Layout Majalah Sekolah Alternatif SMP Mutual Kota Magelang dan Relevansinya Terhadap Literasi Pembelajaran Bahasa Indonesia," *Jurnal Bastra*, vol. 11, no. 2, pp. 926-934, Apr. 2026. doi: <https://doi.org/10.36709/bastra.v11i2.2647>
- [15] R. Rahmawati, Y. Yusnidar, I. Miharti, K. Kriswantoro, dan F. Ekaputra, "Pengembangan Media Pembelajaran E-Booklet Interaktif Berbantuan Flipbook Berorientasi Kemampuan Berpikir Kritis pada Materi Sistem Koloid di SMA," *JagoMIPA: Jurnal Pendidikan Matematika dan IPA*, vol. 6, no. 1, pp. 65–77, 2026, doi: <https://doi.org/10.53299/jagomipa.v6i1.3645>