

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membuat konsep dan mengimplementasi alat ukur visual yang disebut *Visual Aesthetic Evaluation* (VAE) dengan mengadopsi metode *heuristic evaluation* (HE) menggunakan parameter *design principle* yang disesuaikan dengan visual pada *user interface* (UI) *self-service Kiosk* (SSK) McDonald's di Indonesia. Pendekatan kualitatif dan kuantitatif diterapkan dengan berbagai metode. Pertama, dilakukan observasi SSK McDonald's untuk mengetahui situasi sosial, lingkungan *user experience* (UX) terhadap objek penelitian dalam hal ini visual pada UI SSK McDonald's. Kedua, menentukan parameter visual dan membuat alat ukur visual VAE dengan metode *card sorting*. Ketiga, melakukan evaluasi permasalahan visual pada UI SSK McDonald's menggunakan VAE. Keempat, melakukan analisis *brand* terhadap permasalahan visual yang ditemukan. Hasil analisis *card sorting* menghasilkan dari 10 *design principle* yaitu *context*, *continuation*, *consistency*, *hierarchy*, *chunking*, *simplicity*, *balance*, *alignment*, *contrast* dan *space*. Kemudian, hasil VAE pada SSK McDonald's ditemukan sebanyak 180 temuan permasalahan visual dengan rincian *severity rating* 36 *cosmetic*, 71 *minor*, 73 *major* dan 0 *catastrophe*. Masalah terbesar yang mendekati *major* ada pada *continuation* dengan nilai 2,8, *chunking* 2,64 dan *hierarchy* 2,56. Lalu, hasil analisis *brand* menemukan beberapa temuan dan rekomendasi dari VAE yang kontradiktif. Oleh sebab itu hasil rekomendasi perbaikan desain yang didasarkan oleh permasalahan visual juga perlu mempertahankan perspektif *brand* McDonald's.

Kata kunci: *Visual Aesthetic Evaluation, Brand, Design Principle, Self-Service Kiosk, User Interface, Card Sorting*