

Multimediedesign, maj, 2024

Eksamen

Din
N**D**ungeons
dragons

Hold C, Gruppe 4 - Multimediedesign

Bjørn O. F. Kayser, cph-bk197@cphbusiness.dk

Ghadir H. Awada, cph-gh68@cphbusiness.dk

Gro D. Christensen, cph-gc71@cphbusiness.dk

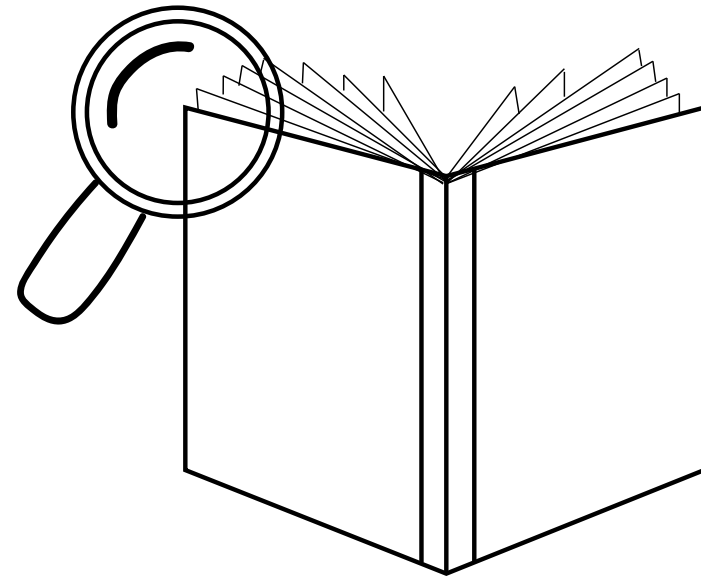
Luca E. Klæø, cph-lk364@cphbusiness.dk

Din DnD: <https://www.lucakl.dk> 

Github: <https://github.com/Lucaklaeoe/Sem-2-Eksamen.git> 

Anslag: 22.588 

Indhold



Vi har lavet en digital guide til rollespillet Dungeons and Dragons (herefter DnD). Vores guide er målrettet nye danske spillere, eftersom der ikke længere er nogen officielle danske sider for spillet. Mange af de eksisterende guides på engelsk er ikke brugervenlige for nye danske spillere, dels pga. en mulig sprogbarriere, og dels fordi længden på videoer og tekst kan fremstå overvældende.



Ensomhed blandt unge har været italesat i medierne flere gange de senere år. Det beskrives bl.a. at unge mennesker har sværere ved at finde sociale fællesskaber (Hansen, 2023). Derudover ses der en stigende interesse inden for brætspil. Interessen ses specielt ud fra mængden af brætspilscaféer, der dukker op i byerne (Jensen, 2018). Dette beskrives i en artikel trykt i JyskeVestkysten fra 2018 og siden da er der kommet endnu en brætspilscafé i Aarhus og en i Valby.

I forbindelse med dette havde brætspillet DnD et stort comeback i år 2020, og i 2021 var 24 % af spillerne mellem 20-24 år, mens 12% af spillerne var mellem 15 og 19 år (Corliss, 2021).

Hvis man vil spille DnD uden at have nogen erfaring inden for feltet, kræver det et par timers research og evt. køb af de officielle bøger og "gear".

Problemformulering

Hvordan kan man gøre DnD mere tilgængeligt for ensomme unge?

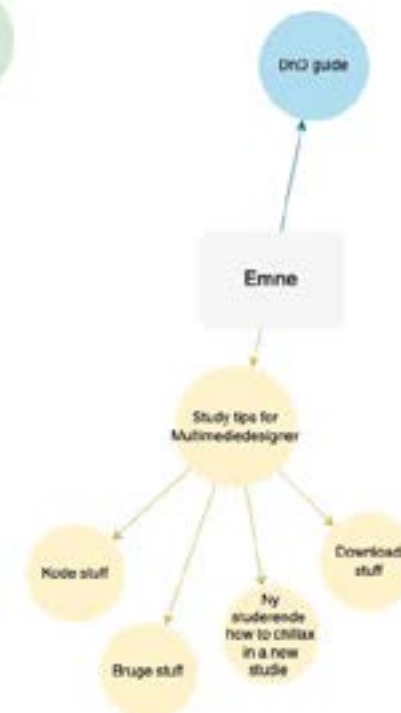
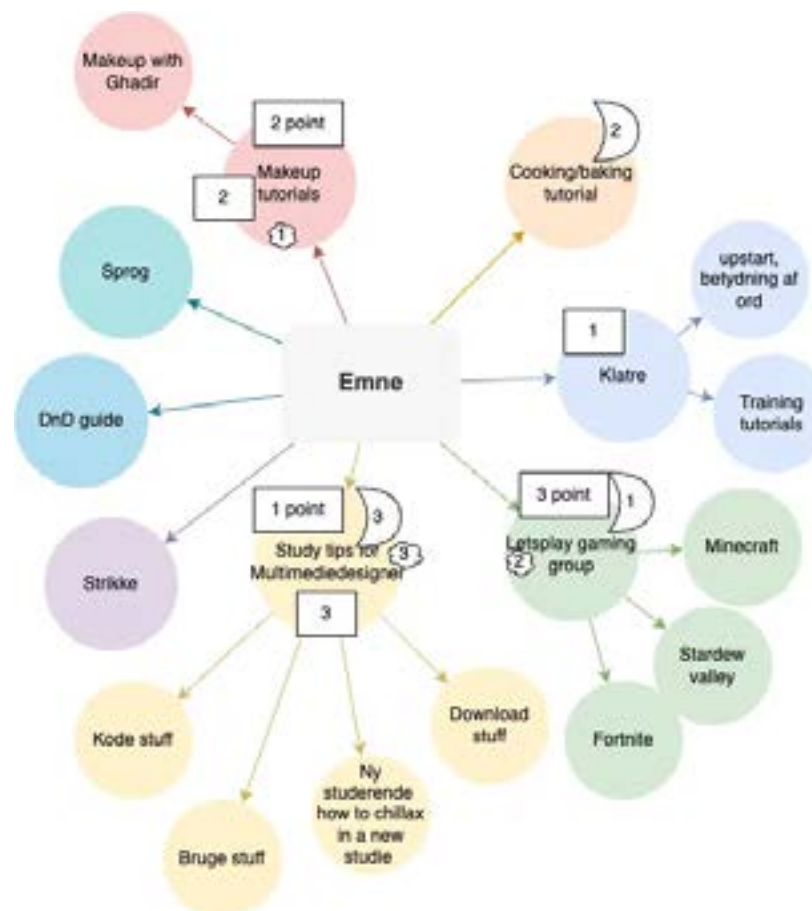


Brainstorm

Vores projekt startede med en brainstorm om vores emne.

Efter brainstormen brugte vi en prioriteringsmetode til at vælge vores endelige emne. Prioriteringen blev lavet ved at give point. Pointene blev bl.a givet på baggrund af eksisterende konkurrence, originalitet og bredde af emner.

Vi havde hver især henholdsvis 3, 2 og 1 point at give til de emner, vi mente opfyldte kravene bedst. Pointfordelingen resulterede i, at vi valgte at fortsætte med DnD.



OBS, PBS og WBS

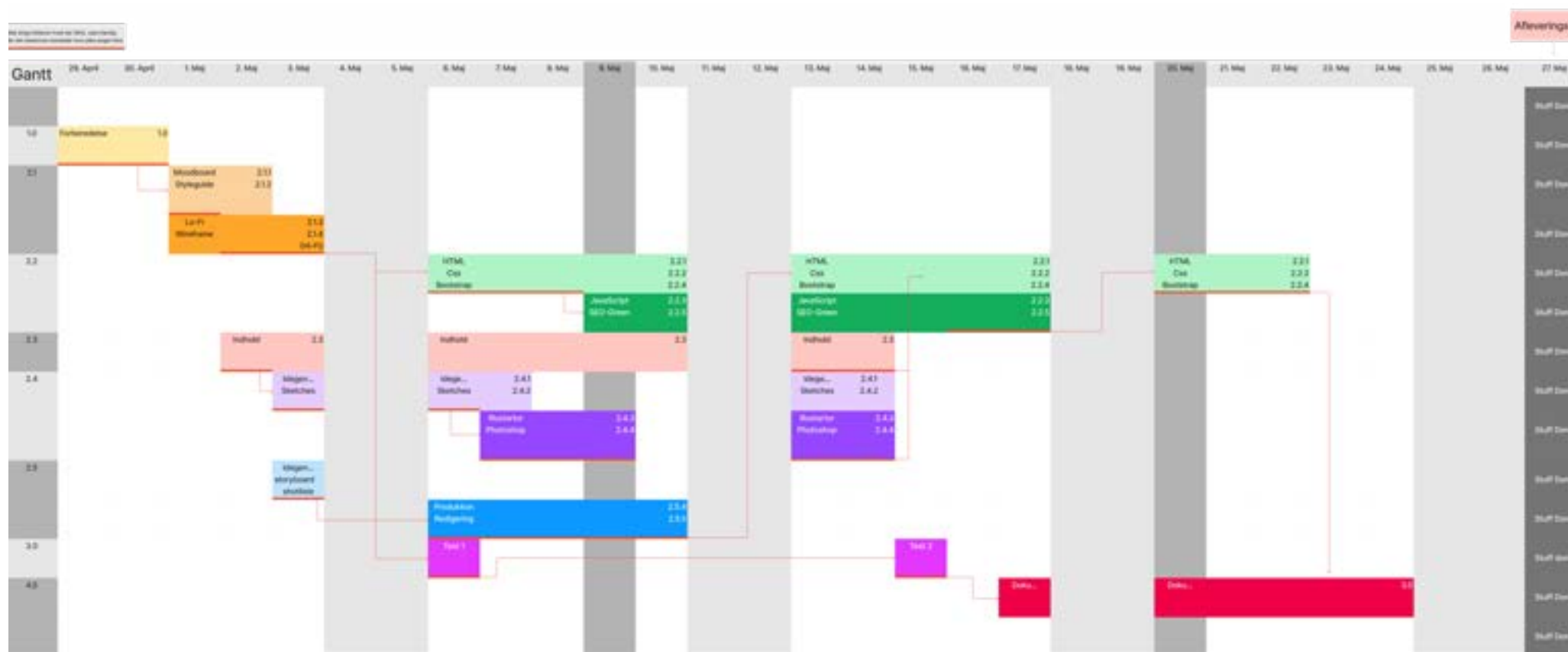
Inden vi gik i gang med projektet valgte vi at kigge på vores OBS (object breakdown structure), PBS (project breakdown structure) og WBS (work breakdown structure). Disse satte målet klart fra start og gav et overblik over projektet og arbejdet, der skulle laves for at nå i mål med vores ambition.



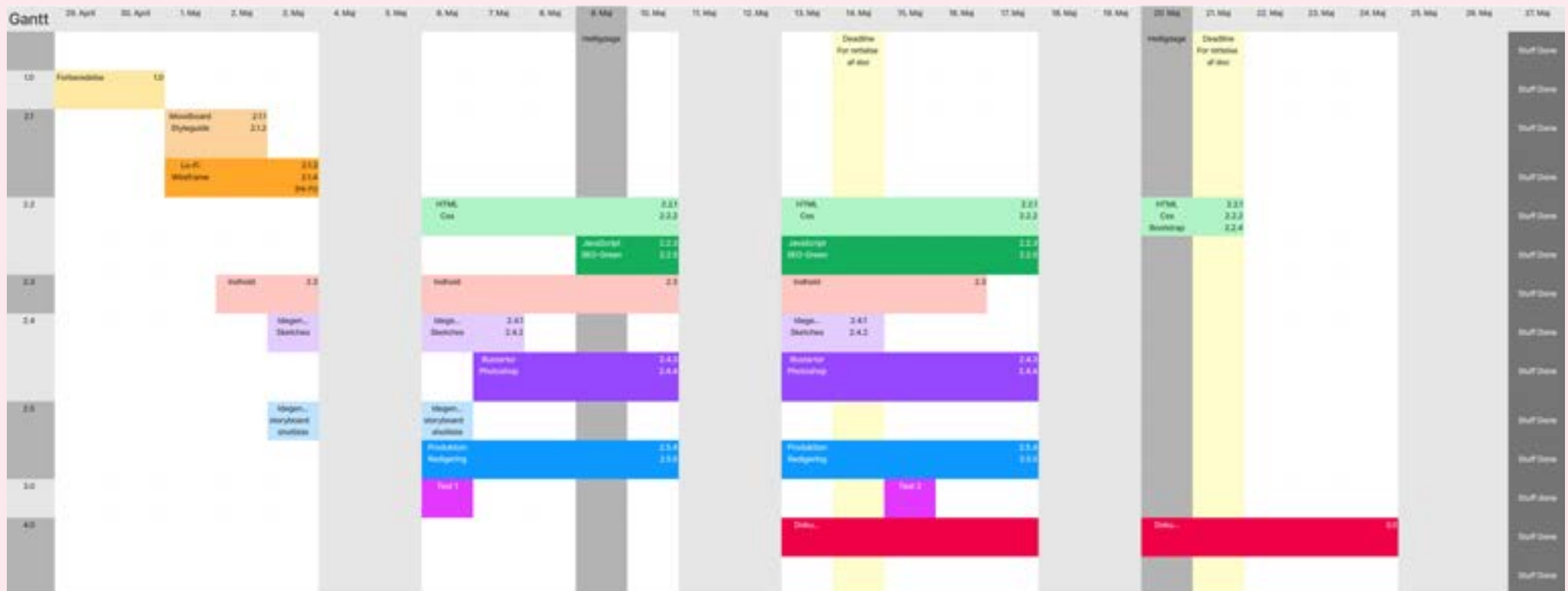
Gantt - Skema

Derudover udarbejdede vi et Gantt-skema for at skabe en tidsplan og konkretisere projektets delprocesser.

Målet er jf. vores OBS, at den forøgede tilgængelighed vil medføre et stigende antal spillere inden for DnD. I den virkelige verden, uden for dette eksamensprojekt, ville vi måle tilkomsten af nye, unge spillere gennem vores sociale medier de næste 3 år. Dette realiseres dog ikke i dette projekt.



Gantt - Skema opdateret

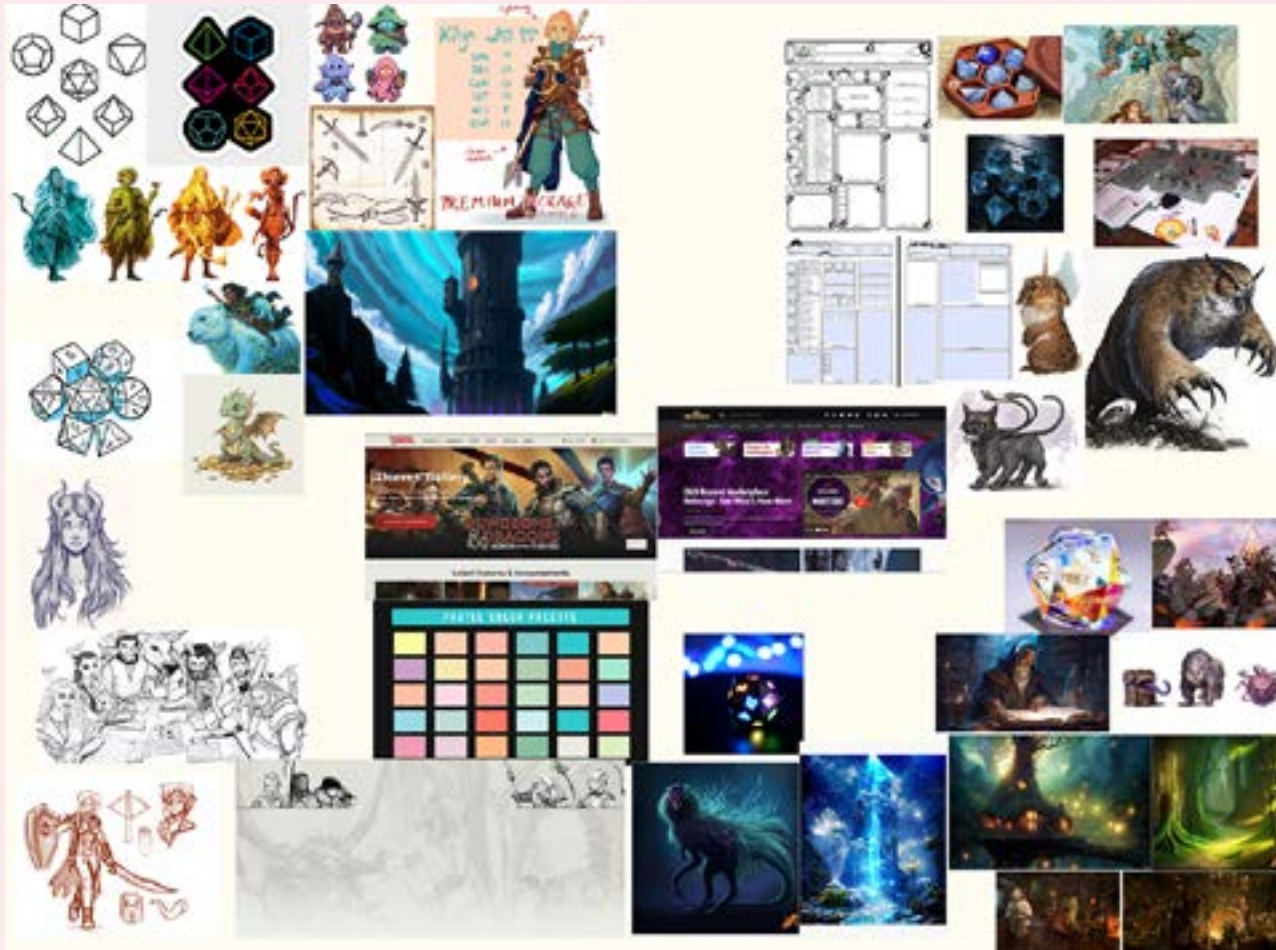


Målgruppe

Vores målgruppe er primært unge danskere i alderen 15-24 år. Dette har vi valgt, da der allerede er interesse for spillet i denne målgruppe. Den yngre del af vores målgruppe er den mindste procentdel af eksisterende DnD spillere (Corliss, 2021), og vi håber på at kunne gøre denne procentdel større ved at gøre viden om spillet mere tilgængeligt. Derudover prøver vi at ramme studerende, som har svært ved engelsk eller er helt uerfarne med rollespillet DnD. Efter valget af målgruppe, lavede vi en persona for vores målgruppe ud fra den information, vi havde. Dette giver os nogle psykologiske og demografiske mål på målgruppen. Udover dette bidrager personaen også med mål, udfordringer og user stories.

[indsæt persona]

Persona		
<div>Demografisk</div> <div> <div>Navn: Mads</div> <div>Alder: 20 År</div> <div>Område: Odense</div> <div>Erhverv: Pædagog-studerende</div> <div>Bolig: Studieboli</div> <div>Social Status: Single</div> </div> <div>  </div>		
<div>Psykografisk</div> <div> <div>Aktiviteter: Arbejder som deltids tjener</div> <div>Interesser: Film, Call of duty</div> <div>Holdninger: Mere SU</div> <div>Værdier: Fællesskab og venskab</div> <div>Livsstil: Aktive, social og frisk</div> <div>Politik: Liberal alliance</div> </div>		
<div>Bio</div> <div>Mads har travlt på studiet, og mangler en hyggelig og lettilgængelig hobby. En af hans venner vil gerne have ham med i en D&D kampagne.</div>	<div>Mål og Motivationer</div> <ul style="list-style-type: none"> Slappe af og komme væk fra hverdagen Være social sammen med venner Søger letforståeligt læremateriale. 	<div>Udfordringer</div> <ul style="list-style-type: none"> Mads har ikke mange penge til gode pige, udeboende og studerende Gider ikke læse udover studiet. Begrænset med tid til at sætte sig ind i nye ting.
<div>User Stories</div> <div> <div>Mads sætter fællesskabet højt og er derfor glad for at være sammen med venner på nye, anderledes og billige måder.</div> <div>Mads ønsker eventyr og fantasy, og ønsker at kunne finde en måde at hygge sig med vennerne, på en eventyr lystig måde.</div> <div>Efter lange dage på studiet gider Mads ikke læse lange forklarende tekster.</div> </div>		



Moodboard

Vi udarbejdede et moodboard for at få en fornemmelse af, hvordan vi godt kunne tænke os, at hjemmesiden skulle se ud. Vi startede alle i hver vores hjørne og arbejdede indad. Herefter præsenterede vi hver især, hvad vi havde sat på moodboardet og valgte derudfra, hvad der gav bedst mening for personaen. Moodboardet har derfor været vigtigt i udviklingsprocessen, da det fik vores tanker og ideer på samme spor.

Figma Moodboard

Styleguide

Med afsæt i moodboardet udarbejdede vi herefter en style guide for bl.a. font, farver og border radius. Fordi vi har valgt at kode selv, har det været meget vigtigt med en style guide; vi har alle kunne følge den, når elementer er blevet placeret i både prototypen og til sidst på hjemmesiden. Man kan diskutere, hvorvidt vores style guide faktisk er en style guide og ikke en styletile: På den ene side har vi som udgangspunkt "bare" samlet vores style-elementer ét sted, men på den anden side følger vi den som et regelsæt.

Farver

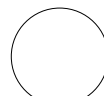
Core pallet



Hex: #FFA6B7
rgb: 255, 166, 183
hsl: 349, 100%, 83%



Hex: #53806A
rgb: 83, 127, 105
hsl: 151, 21%, 41%



Hex: #ffffff
rgb: 255, 255, 255
hsl: 0, 0%, 100%

Secondary pallet



Hex: #A6FFD4
rgb: 168, 255, 213
hsl: 151, 100%, 83%



Hex: #3c5d4d
rgb: 60, 93, 77
hsl: 151, 22%, 30%



Hex: #80535B
rgb: 127, 83, 91
hsl: 349, 21%, 41%



Hex: #A1D3FF
rgb: 163, 212, 255
hsl: 208, 100%, 82%

Border

Border radius: 6px



Border width: none



Font

Dette er system UI på windows
Dette er system UI semi bold på windows
Dette er system UI bold på windows

Dette er system UI på Mac
Dette er system UI semi bold på Mac
Dette er system UI bold på Mac

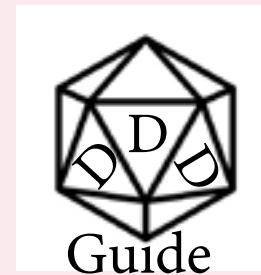
Logo



Logo

Da vi startede vores logo-designproces valgte vi at tage udgangspunkt i det tidligere moodboard. Vi brugte de sidste 30 minutter af en arbejdsdag på, at alle lavede et udkast til logo i Adobe Illustrator, og derefter snakkede vi om vores udkast.

Først dagen efter gik vi dybere ned i hvilke udkast, der skulle arbejdes videre med. I denne beslutningsproces brugte vi samme metode som ved vores emnevalg; vi satte hver især point ved de udkast, vi syntes bedst om. Det udvalgte udkast arbejdede vi videre med i Adobe Illustrator, så alle linier flugtede og farverne passede til hjemmesiden.



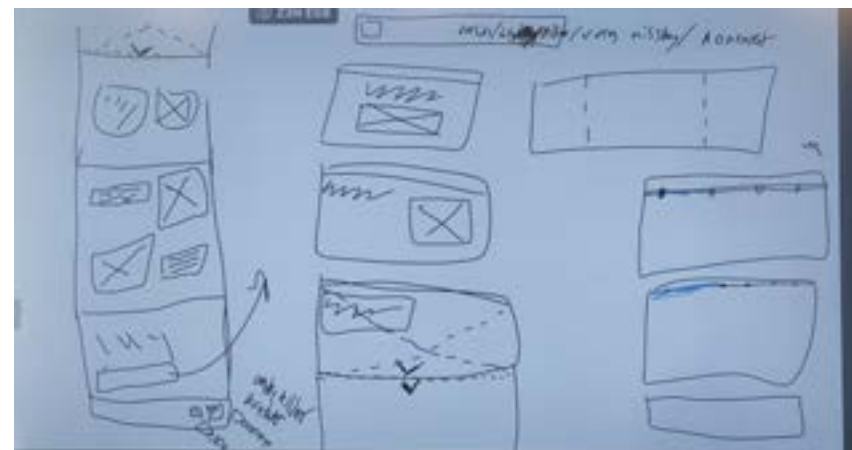
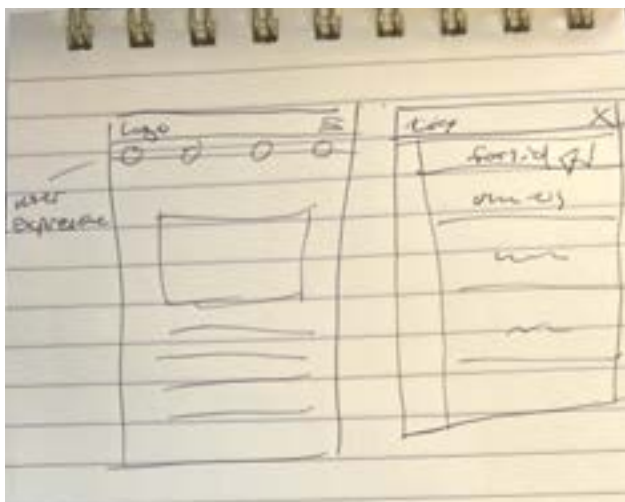
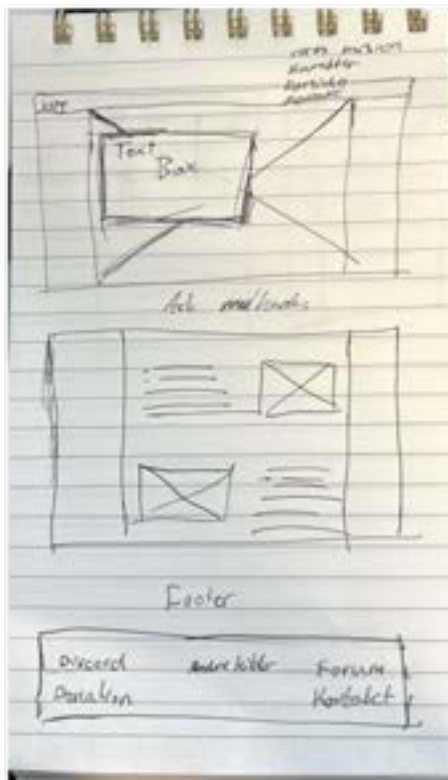
Wireframes

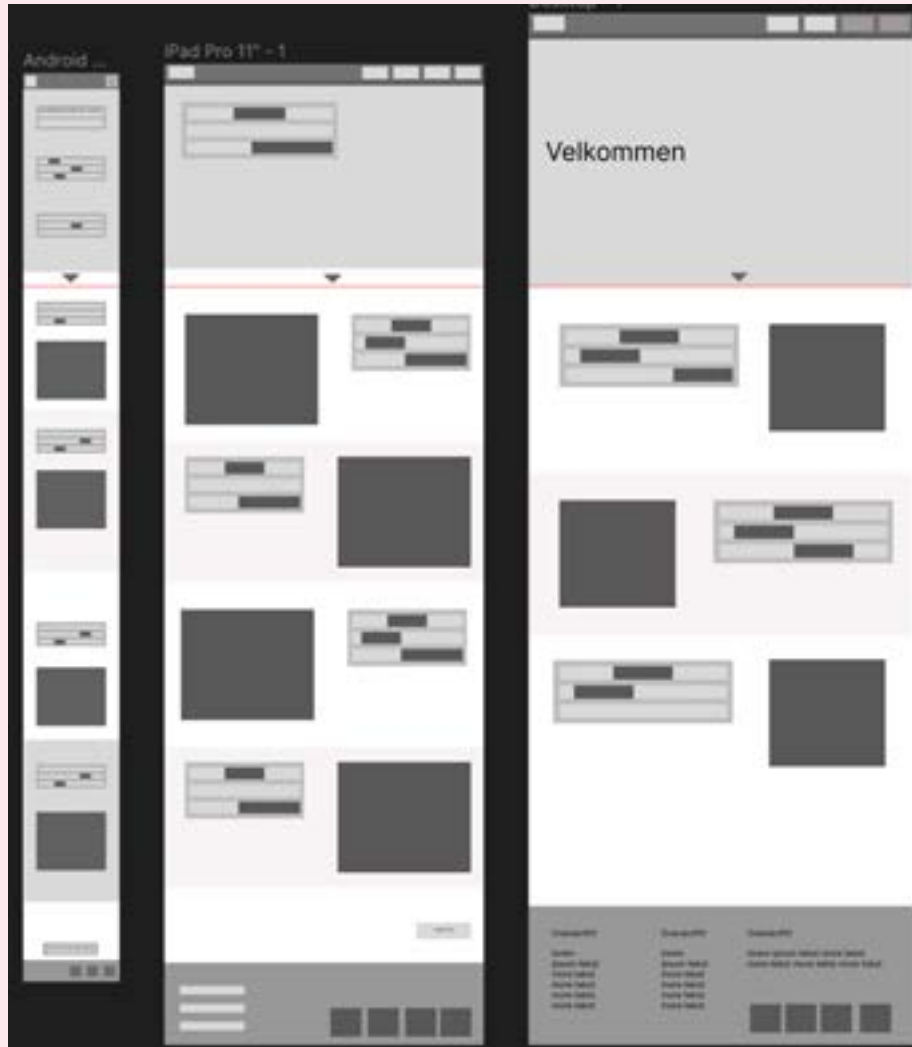
Her har vi tegnet nogle sketches på hvordan hjemmesiden skal se ud.

Vi har udarbejdet wireframes og nøje overvejet ideer til bl.a. layout og brugervenlighed.

Allerede her i processen blev vi enige om at en user journey var nødvendig. Tanken bag dette var at gøre hjemmesiden nem at navigere i, og vide hvor man befinder sig, og hvor langt der er tilbage på siden.

Denne del af processen har været nyttig til idegenerering og planlægning af figma wireframe samt prototypen vi udarbejder på figma.



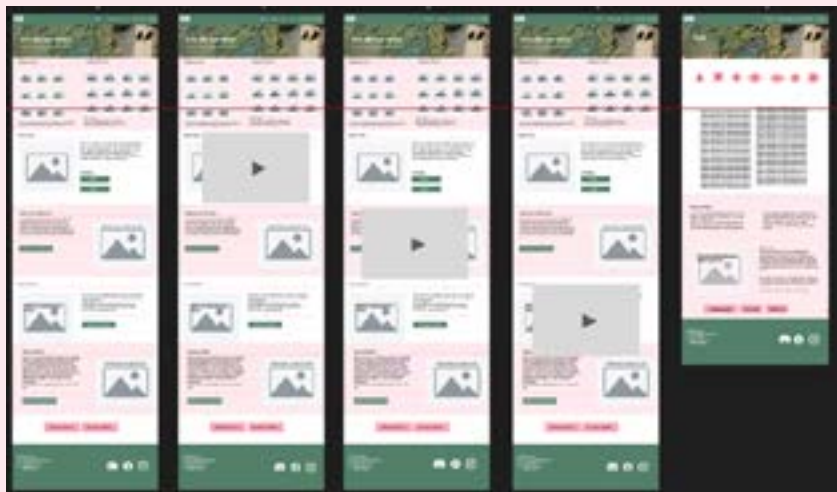
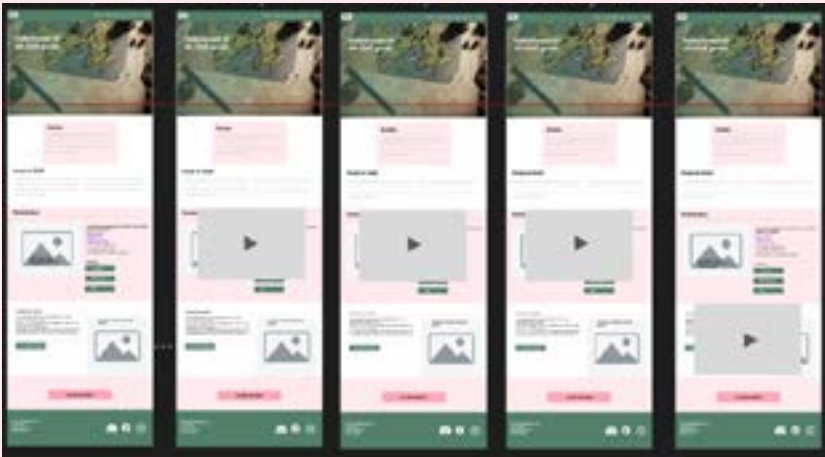


Figma

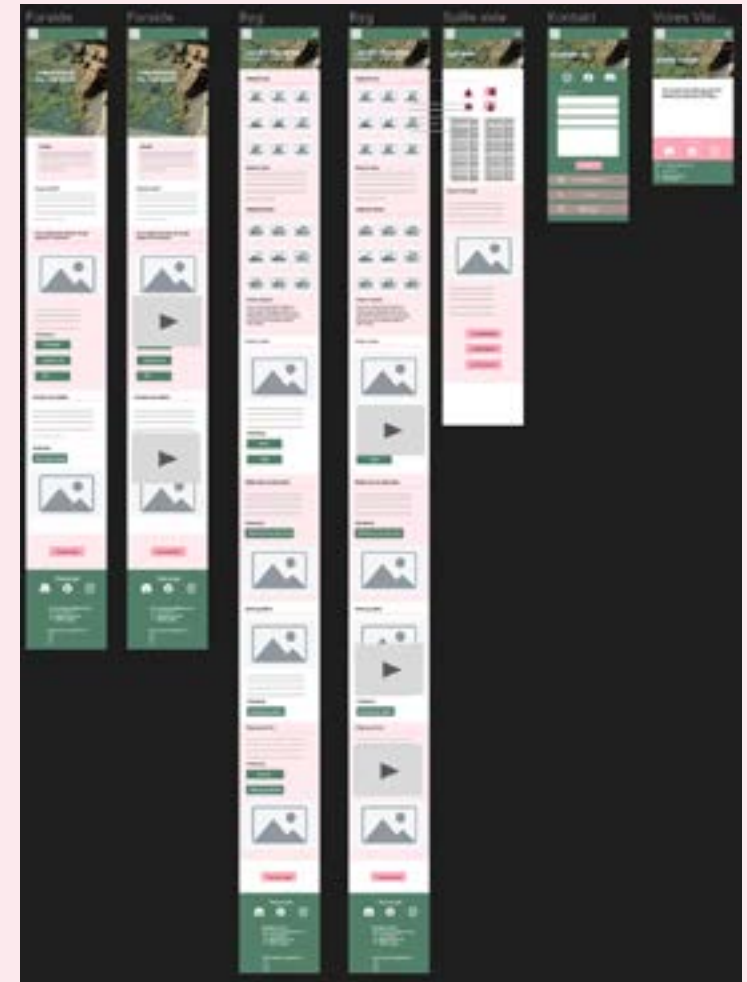
Vi har valgt at lave vores prototype på Figma, da det giver en meget præcis og detaljeret visualisering af, hvordan den endelige hjemmeside vil fungere og se ud. Dette inkluderer farver, typografi, billeder, layout og interaktive elementer. Det hjælper med at sikre, at designet opfylder vores forventninger og krav tidligt i processen. Derfor har vi lavet en High-fidelity prototype for at lave en brugertest. Brugere kan nemlig navigere gennem prototypen og give feedback på funktionalitet, layout og brugervenlighed. Det har været en nødvendig del af processen, da vi allerede her kan få indblik i mulige problemer og løsninger.

Low-Fi Figma prototype

Hi-fi Figma Wireframes



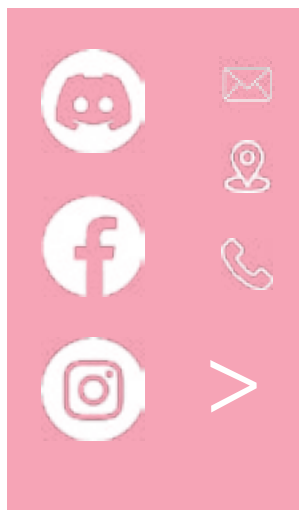
Hi-Fi PC Figma Prototype



Hi-Fi Mobile Figma Prototype

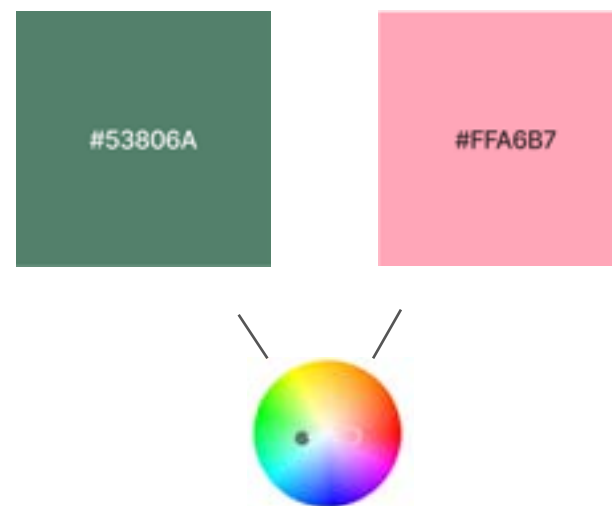
Designprincipper

Vi har fokuseret på at skabe en ren og enkel brugerflade, hvor navigationen er intuitiv. Brugerne skal nemt kunne finde det, de leder efter. Layoutet og funktionerne er designet til, at brugerne nemt kan finde vej rundt på hjemmesiden og forstå, hvordan de skal interagere med den. Dette inkluderer en navigation bar, logiske ikoner, såsom SoMe-ikoner, kontakt-ikoner, pile mm., og en samlet struktur, der følger brugernes forventninger og evt. tidligere erfaringer med lignende hjemmesider.



Tematisk sammenhæng

Farveskemaet har vi nøje udvalgt for at afspejle det magiske og eventyrlige univers i Dungeons and Dragons. Vi har brugt farverne #53806A (mørkegrøn) og #FFA6B7 (lyserød) som hovedfarver. Disse er komplementærfarver som tilsammen skaber en balance mellem det mystiske og det fantasifulde. Den mørkegrønne farve minder om naturens elementer og eventyrstemning, og den lyserøde farve tilfører energi og kreativitet. Sammen skaber disse farver en harmonisk og engagerende visuel oplevelse.



HTML og CSS

I starten af projektet talte vi om, hvilket værktøj vi ville bruge til vores løsning - og vi blev hurtigt enige om at kode hjemmesiden selv.

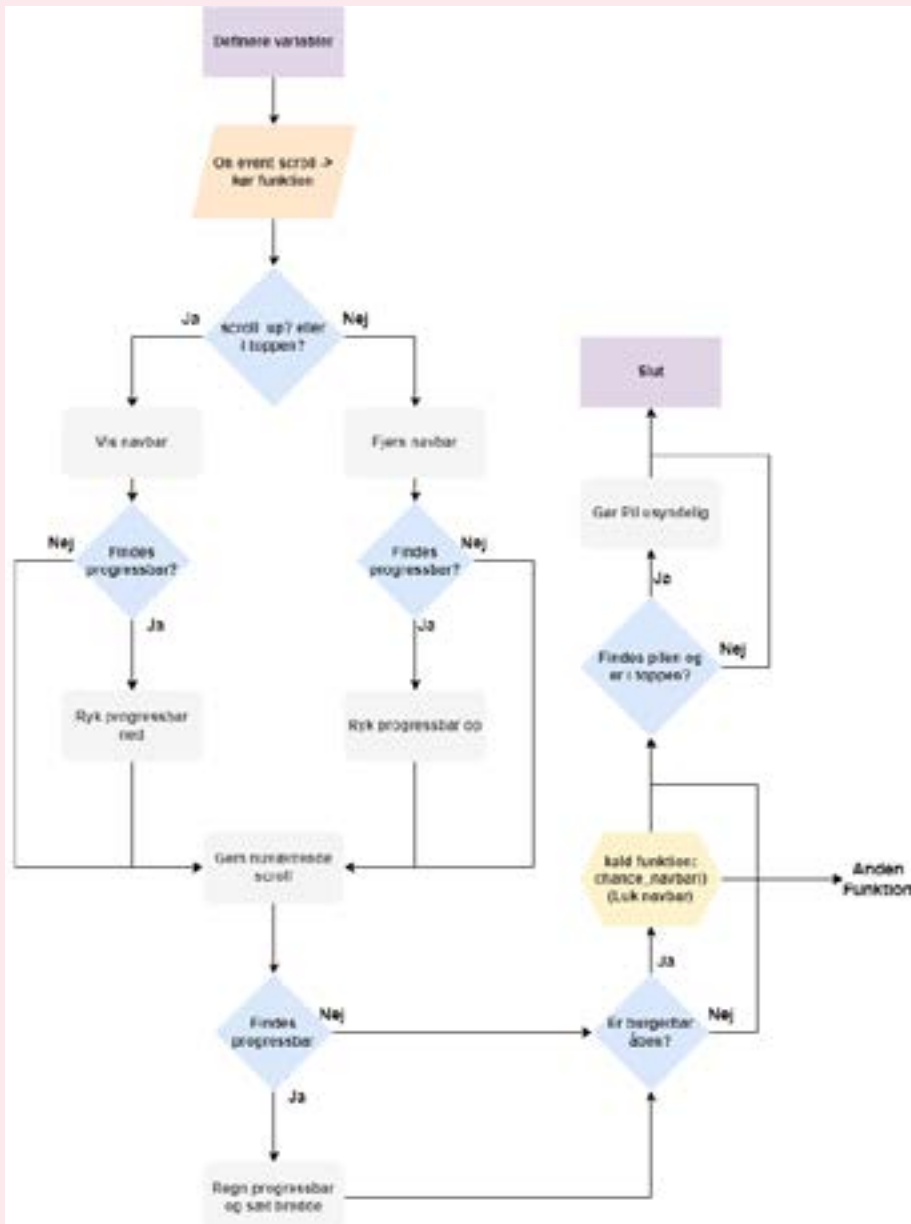
Vi har i vores CSS-fil valgt at have en lang sektion med root. Hvert element har sin egen farve i root, så det er lettere for os at ændre. Vi har prøvet at gøre vores stylesheet så overkommeligt som muligt ved at give de store (relevante) elementer deres helt egne sektioner med relevante Media Queries.

På denne måde får vi flere af den samme Media Query i vores CSS, men det er mindre forvirrende, fordi hvert element kun står ét sted på siden og ikke er delt op. Denne opdeling er optimal, når vi er flere, der arbejder på det samme samtidigt.

Udover at have ét stylesheet, har vi valgt at lave en separat fil til det Javascript, vi bruger. Det gør det lettere for os at få alle sider på hjemmesiden til at fungere ens, uden at få et langt stykke JavaScript i bunden.



Flowchart



JavaScript

Vi har, ligesom med vores CSS, valgt at holde os til ét script til JavaScript (herefter JS). Ved hjælp af JS har vi tilføjet ekstra funktionalitet til vores hjemmeside for at forbedre brugeroplevelsen. JS har gjort det muligt for os at skabe dynamiske elementer, interaktive funktioner og forbedret navigation. Sammen med CSS har JS bidraget til at gøre vores hjemmeside mere engagerende og brugervenlig.

Window-onscroll funktion

Herunder vil vi gennemgå de stykker JS kode, som er mest relevante:

```
20 var oldScroll;
21 const progressBar = document.getElementById("progressbar");
22 const progress = document.getElementById("progress");
23 const arrow = document.getElementById("arrow");
```

Ovenfor definerer vi vores variabler. Forskellen på "const" og "var" er, at vi får lov at ændre på "var" variabelen, men ikke på "const" variabelen, da den er konstant.

Vi har derefter en funktion, som bliver kaldt hver gang window.on-scroll eventet bliver aktiveret, dvs. hver gang man scroller på siden.



```
24 window.onscroll = function() {
25     //hvis gamle scroll er højere end nuværende scroll
26     //scroll up           bliver nede hvis du er i toppen
27     if(oldScroll > scrolly || scrolly < 60){
28         navbar.style.top = "0px";
29
30         if(progressbar){
31             progressBar.style.top = "69px";
32         }
33     }
34     //scroll down
35     else{
36         navbar.style.top = "-70px";
37
38         if(progressbar){
39             progressBar.style.top = "0px";
40         }
41     };
42     oldScroll = scrolly;
```

"If" statementet ovenfor fortæller os, hvilken retning brugeren scroller. Vi kan på den måde udnytte det til at sætte en værdi til vores navigation bar, som fortæller, at den enten skal vises eller gemmes. Udover dette har vi nogle sider, hvor vi ikke bruger progress baren. Men da scriptet her bliver brugt på alle sider, er vi nødt til at lave et tjek om progress baren findes.

Man kan i et "if" statement spørge om variabelen findes ved at sætte den ind. På den måde kan man sige, at den bliver brugt som en bool og dermed fortæller os om den er sand (findes) eller falsk (findes ikke). Til sidst gemmer vi den nuværende "scrolly", så vi kan måle om det er højere eller lavere end den næste "scrolly".

```
43 if(progressbar){
44     //User journey progress bar, when scroll
45     progress.style.width = Math.round((scrollY / (document.
46     body.scrollHeight - window.innerHeight)) * 100) + "%";
47 }
```

Måden, vi opdaterer vores progress bar, er ved at ændre på dens bredde (width). Vi sætter bredden til at være det samme som vores procentvise længde ned af siden. Vi får den procentvise længde ved at tage "scrollY" variabelen, som beskriver hvor langt vi er på y-aksen i px, og dividere den med længden af siden i px. Længden af siden i px findes ved at tage længden og trække den fra skærmens højde, da "scrollY" går ud fra skærmens top. Til sidst afrunder vi resultat og multiplicerer det med 100, så vi får en procent. Dette gør også, at vi er sikre på at få 100% i stedet for 99.98%, når vi rammer bunden.

```
47 //lukker navbar hvis den er åben
48 if(!burgerbar){
49     chance_navbar();
50 }
```

Hvis du er på telefonen, kan man åbne burgerbaren. I ovenstående JS spørger vi, om burgerbaren er falsk og hvis den er, så kører funktionen "chance_navbar()", som derfor må lukke burgerbaren, da den kun kan kalde i et tilfælde. Vi har også lavet et flowchart, som beskriver hele window.onscroll funktionen.



Github

SEO

For at optimere for SEO (Search Engine Optimization) valgte vi nogle ord vi kunne tænke os at blive slået op på. Her valgte vi bl.a. "Din DnD", "DnD begynder guide" og "Din DnD guide". Disse valgte vi fordi det er navnet på hjemmesiden, men også fordi vi ikke ville bruge "dungeons and dragons" navnet da der nok er alt for meget konkurrence på disse ord.

Vi har derfor fyldt "alt" og "title" attribut med ord som "Din DnD begynder guide popup" og "Din DnD terninger for Begynder". Udover dette har vi i "head" lavet en meta description text samt en "title" på siden. Vi har også sørget for at der kun er en h1 overskrift og at den indeholder "Din DnD".



Miljøvenlig hjemmeside

Fra start, har vi overvejet at have fokus på en mere miljøvenlig hjemmeside. Derfor har vi tjekket størrelsen på vores billeder, videoer samt koden, og hvor meget CO2 udledningen er skyld i. Alle vores billeder er enten "webp" eller "png" -filtyper. Vi har prøvet så vidt muligt at holde os til "webp", da dette format fylder mindst ift. andre formater. Vi var dog stadig nødt til at bruge "png"-filtypen, da vi gerne ville have nogle af vores billeder og elementer med gennemsigtige baggrund. Alle vores billeder er blevet kørt igennem hjemmesiden tinypng som gennemsnitlig har taget ca 50% af filstørrelsen.

Til videoerne har vi brugt freeconvert - videocompression, hvor vi har formået at halvere filstørrelsen.

Vi har kørt hjemmesiden igennem ecograder, som har kunne hjælpe os med at liste de muligheder vi har, for at komprimere elementer på hjemmesiden.

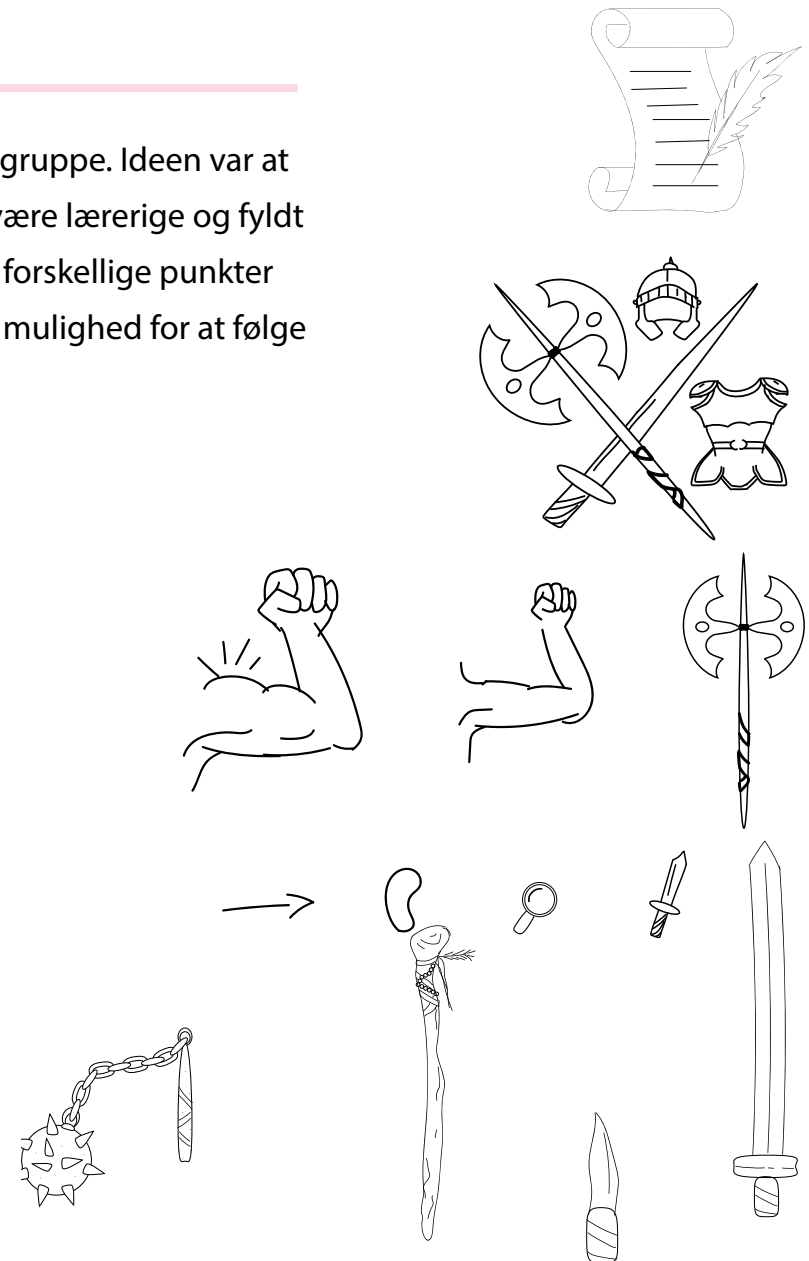
TinyPNG

Ecograder



Ideudvikling og koncept

I denne proces startede vi med at diskutere, hvordan vi tilpasser videoerne til vores målgruppe. Ideen var at gøre det enkelt og nemt, uden for mange forstyrrelser. Vi ønskede, at videoerne skulle være lærerige og fyldt med informationer om spillet. En af ideerne var at have en 'maskot', der fortæller om de forskellige punkter samtidigt med, at der også var tekst og illustrationer. På denne måde vil brugeren have mulighed for at følge med i det, der bliver sagt.



Manus, storyboard & shotliste

Til denne del startede vi med at skrive punkter til, hvad vi gerne vil undervise i gennem disse videoer, herunder karakterark, terninger og stats. Herefter skitserede vi nogle idé-eksempler på videoerne. Storyboard blev derefter tegnet og gjort klar til, at vi kunne begynde på manus og shotliste.

Til shotlisten gjorde vi elementer og illustrationer klar til videoerne ved brug af Adobe Illustrator. Her blev filerne gemt i png-format, da vi ønskede at bruge dem uden en baggrundsfarve.

Til manus har vores fokus været på at holde det kort og fyldt med information om emnet. Vi valgte at benytte os af murf.ai, som er en cloud-baseret AI-stemme, som har genereret voiceoveren til vores videoer ud fra manuskriptet.



et billede af et karakterark.
Cirkel rundt om ord/områder, mens voiceover forklare kort og hvad der sker på karakter arket.

Terninger der spilles. evt zoom ind på enkelte terninger der beskriver hvilke terning der bruges.



(ide til video til how to play: ikon-er/figurer der glider ind i billedet for hvert step af spillet. figurerne behøves ikke at have bevægelse. talebobler kan bruges.

Morf Ai

Manus



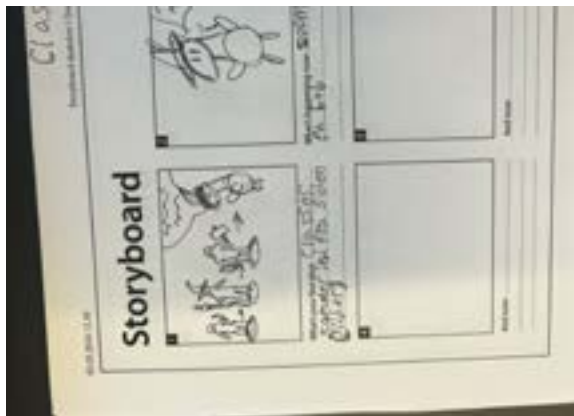
Race:

Maskot beskriver hvad en race er



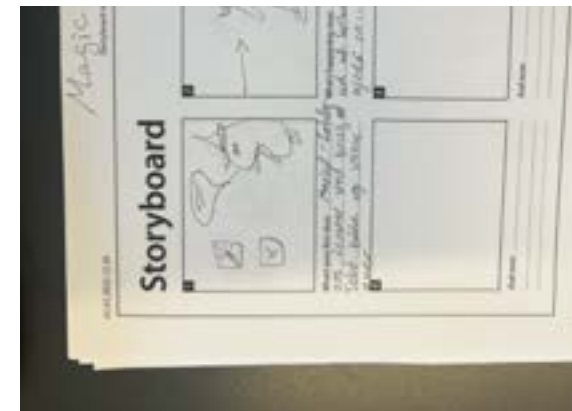
Armor & weapons

Maskot beskriver hvad det er



Classes:

Maskot beskriver hvad det er

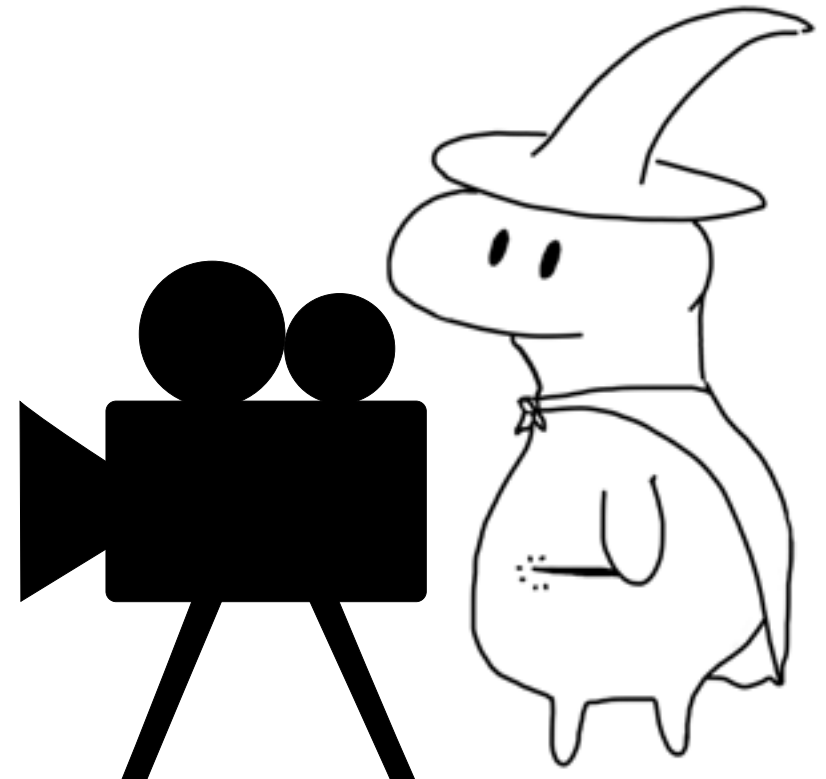


Magic & action:

Maskot taler og beskriver hvad det er.

Filmiske virkemidler

Til denne del startede vi med at skrive punkter til, hvad vi gerne vil undervise i gennem disse videoer, herunder karakterark, terninger og stats. Herefter skitserede vi nogle idé-eksempler på videoerne. Storyboard blev derefter tegnet og gjort klar til, at vi kunne begynde på manus og shotliste.

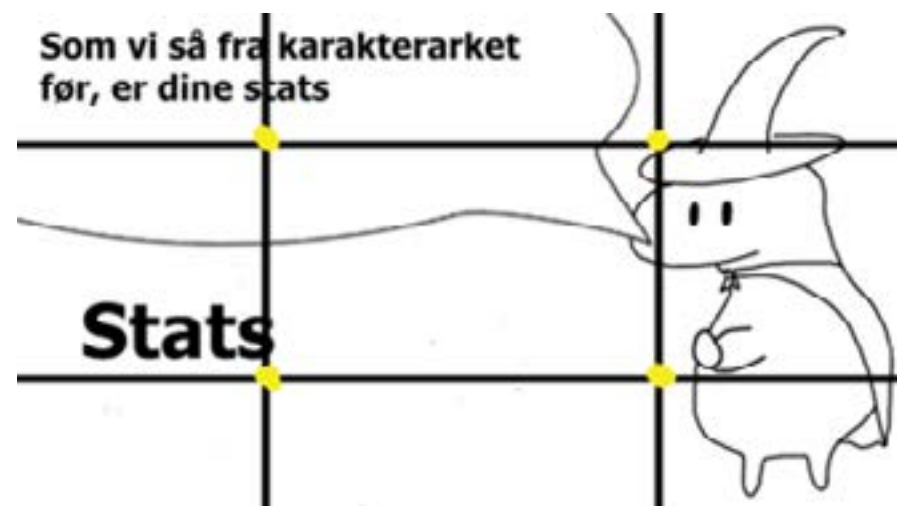


Det gyldne snit

Vores karakter står i det gyldne snit for at skabe en balance i billedet og en harmonisk følelse, eftersom videoen er meget informationsorienteret. Det er vigtigt at skabe denne overskuelige og behagelige oplevelse for seerne, fordi intentionen er at have deres opmærksomhed igennem alle videoerne, så de får den information, de har brug for at kunne spille DnD.

Farver

Videoerne er primært udarbejdet i sort og hvid med få opståelser af gul. Hensigten med dette var at tydeliggøre informationsvideoen uden for mange distraktioner.



Animation

Animation har mange forskellige fordele, når det kommer til at skulle fortælle en historie eller videregive information. Vores begrundelse for at vælge animation frem for virkelig video var, at vi gennem animation allerede har skabt et fantasiunivers og derigennem tydeliggør, at kun fantasien kan sætte grænser for, hvad der er muligt i DnD. Ved at bruge animation viser vi også en imaginær ide om den verden, vi kalder for DnD. Det kan motivere nye spillere til at fantasere videre. Animationerne er relativt simplistiske, hvilket er med til at skabe et overblik og tydeliggøre over for seerne, at det faktisk ikke er så kompliceret at starte ud med DnD.

Voiceover

Fordi vi har at gøre med animation er der tale om voiceover, hvilket er med til at give vores karakter udtryk og skabe personlighed. Dette gør, at seerne kan skabe en relation til vores karakter.

Monolog

Den monologiske tilgang er den byggesten, alle vores videoer er funderet på, hvilket kan være lidt tvetydigt fra et læringsperspektiv, da målet er at få seeren inddraget i det univers, vi kalder for DnD. Vi valgte at bruge den monologiske tilgang, fordi den kan videregive information kort og kontant med mulighed for kreative indvendinger.

Lydeffekter

Vi har benyttet os af "swish" og "wush" lydeffekterne til elementer, der glider ind i billedet (framen) i høj fart. Dette skaber dynamik og variation i videoen, og dermed øger seernes interesse. Lydene hjælper seerne til at forstå hvornår fokuset skal skiftes til det nye emne og nye elementer.

Vi har foretaget to brugertest under vores projektproces. I første og anden brugertest fik vi påpeget elementer, der kunne optimere brugervenlighed. Disse ting har vi prøvet at tage højde for i den nyeste version af "Din DnD guide"

Første test

Vores første test blev udført med vores Figma Hi-Fi model. Dette valgte vi at gøre allerede tidligt i processen, fordi vi vil fange nogle af de fejl, som vi ikke selv havde tænkt over. Udover dette vil andre også kunne komme med forbedringer, da vi muligvis havde stirret os blinde på designet af hjemmesiden. Vi valgte, at testpersonerne i den første test skulle være medstuderende, da de ligesom os har erfaring med og viden inden for emnet. Denne testmetode er også kendt for "quick and dirty" (User testing, n.d.), da den ikke tager udgangspunkt i vores forarbejde, men blot har til formål at generere hurtige input fra andre.

Testen foregik ved, at vi gav testpersonerne et link til at kunne klikke rundt på både mobil- og computerversionen af Hi-Fi modellen. Vi hørte derefter, hvad deres første intuition var i forhold til forbedringer og fejl. Testpersonerne udtrykte bl.a. at vi med fordel kunne:

- rykke forside-pilen længere op, så den blev mere tydelig.

- tydeliggøre, at man klikker ind på en video, når man klikker på en forklaringsknap

- gøre, at videoen afspiller automatisk

Udover dette ville vi gerne høre lidt mere om deres tanker i forhold til terningerne og spillesiden generelt. Her foreslog de, at vi skulle tydeliggøre, at man kan slå med terningerne. Derudover blev der kommenteret på farvepaletten, hvilket de mente fungerede godt til siden samt indholdet.

Anden test

Vores anden test blev udført som en "tænke-højt-test" (Københavns Universitet, n.d.). Her brugte vi igen medstuderende, dog var vi mere opmærksomme på, at deres alder lå inden for vores målgruppe. Desuden prøvede vi bevidst at teste på nogle, som ingen kendskab havde til spillet. **(Se test bilag)**

Vi ønskede at teste hjemmesiden, da vi havde kodet og designet alle sider, for at genoverveje relevante punkter og evt mangler. Hovedpunkterne i testen var derfor:

Brugervenlighed

Indhold

Design og Layout

Ydeevne

Først ville vi høre, om testpersonen, vi spurgte, var indenfor den gældende målgrupp. Derfor starter vi med at spørge ind til alder og om de havde spillet DnD før. Vi fik dem derefter til at "tænke højt", før de kiggede videre på siden. Vi stillede til sidst testpersonerne nogle spørgsmål, som vedrører dele af siden.

Test Svar

Efter vores anden test har vi analyseret testpersonernes svar på vores spørgsmål og opsat en liste over "opgaver", som skulle laves/forbedres.

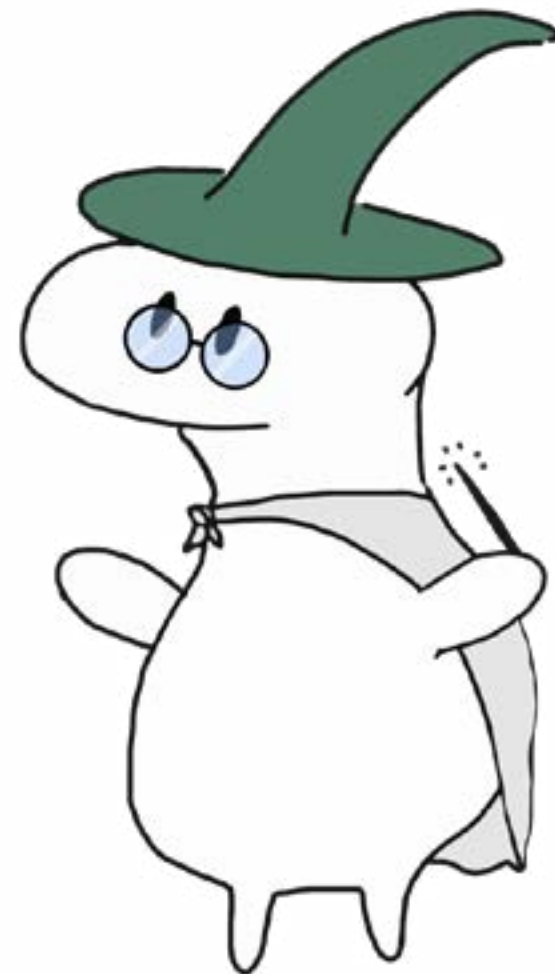
1. Mere padding/margin
2. Tilføjelse af tilbageknap
3. Større knapper
4. Større titler
5. "Fixe" telephone-terning: Terningen skal flexe i stedet for at scrolle
6. Indhold måtte gerne tage mere plads på siden
7. Indrykning af overskrift længere til højre
8. Markering af, hvor du er i navigation bar
9. Tilføjelse af overskrifter til terninger
10. Hurtigere navigationsbar
11. Mere Bob (maskotten); de kunne godt lide maskotten i videoerne
12. Ændring af forside navn til "Start" i stedet for "forside"

Der er mange ting vi gerne ville have haft med, hvis vi havde haft længere tid til at arbejde med projektet. Knapper der tydeligt viser at man kan lukke beskrivende tekst, muligheden for at uploade et billede til spillernes karakterark, og mere raffinerede billeder.

Det sagt, betyder det ikke at vi ikke var tilfredse med vores arbejde. Det Gantt-skema, vi lavede i starten af vores proces, har hjulpet os gevaldigt og er kun blevet ændret marginalt. Ingen har været forvirrede over hvad der skulle laves hvornår, og hvad vi manglede. Dette blev hjulpet af at vi har skrevet logbog, og hver dag skrev hvad der blev lavet, og snakket om. (Her har vi skrevet vores feedback.) Dertil har vi som gruppe vejet op for hinandens styrker og svagheder.

Det sværeste i processen har været at finde et emne til projektet. Vi havde mange emner oppe og vende, men efter vejledning fandt vi ud af, at der ikke var nok kød på mange af dem. Derudover skulle vi alle gerne kunne være engagerede for emnet.

På vores side for karakter byg, mangler vi en knap der gør at vores beskrivende tekst for racer og klasser tydeligt kan lukkes, når der trykkes på den. Derudover står kasserne med billederne i, ikke på række fordi kasserne for racer er højere end kasserne for klasser. Derudover ville det være fedt hvis vi havde haft tid til at gøre, så de valgte felter huskes senere på spilsidens karakterark. På spilsiden mangler vi desuden et billede af vores maskot Bob, som ellers bliver vist på alle andre sider.





Derudover har vi overvejet, hvorvidt vi mangler en knap mellem de to sider "Vores Vision", og "Kontakt", for en lettere bevægelse mellem siderne. Primært fordi det er et element vi har tidligere på siden.

Vores test har ikke været udført helt korrekt. Dette ville vi have været mere opmærksomme på, da vi udførte vores tests, hvis vi havde vidst mere. Derfor er vores "tænke-højt-test" en smule mangelfuld. Derudover burde vores testpersoner have været spredt mere ud over vores målgruppe, for at få mere varieret feedback. Det gør at det primært er den ældre del af målgruppen som er blevet repræsenteret. På det punkt, er det et problem at vi har valgt en målgruppe som er udenfor vores egen aldersgruppe, da vi ikke kender mange i den yngre del af målgruppen. Vi mener dog at denne del af målgruppen er ligeså relevant som den ældre.

Vi har brugt forskellige AI til at genere både billeder, men også stemmen til vores videoer. AI er et fantastisk værktøj, men kan også være meget begrænsende, ift at den ikke er god til at lave hænder, fødder, øjne, eller skifte sprog midt i oplæsningen. Murf AI, vi har brugt til stemmen i vores videoer, kan ikke skifte mellem sprog og toneleje, som hvis det er et rigtigt menneske der har læst op af et manus.

Vores projekt har fokuseret på at skabe en brugervenlig digital guide til Dungeons and Dragons (DnD), med formålet at gøre spillet mere tilgængeligt for nye danske spillere, især de unge i alderen 15-24 år, som måske føler sig ensomme og søger sociale fællesskaber. Ved at udvikle en dansk hjemmeside med korte og informerende tekster samt billedillustrationer og forklarende videoer, har vi sigtet mod at overvinde sprogbarrierer og gøre dette lettere for nye spillere, at komme i gang med DnD, uden at blive overvældet af information.

Projektet blev gennemført med en grundig planlægning ved brug af OBS, PBS, WBS og Gantt-skema, som hjalp os med at strukturere arbejdet og holde tidsplanen. Vi har også brugt brugertests til at sikre, at vores løsning er brugervenlig og imødekommer målgruppens behov. Gennem tests og feedback har vi løbende forbedret vores prototype og design.

Trods de begrænsninger vi mødte, såsom tidsmangel og tekniske udfordringer, er vi tilfredse med resultatet. Vores samarbejde i gruppen har været effektivt og velorganiseret, hvilket har bidraget til et produkt, der potentielt kan hjælpe med at mindske ensomheden blandt unge ved at give dem en platform, hvor de kan engagere sig i DnD og finde nye fællesskaber.

Selvom der stadig er forbedringer, vi havde ønsket at implementere, såsom at optimere billeder og yderligere forbedre funktioner, mener vi, at vores projekt viser et solidt grundlag for, at gøre DnD mere tilgængeligt for nye spillere og opfordre dem til at deltage i spillets sociale og kreative univers.

Character Races for Dungeons & Dragons (D&D) Fifth Edition (5e). (n.d.). D&D Beyond. Retrieved May 21, 2024, from <https://www.dndbeyond.com/races>

Classes. (n.d.). DnD Beyond. Retrieved May 21, 2024, from <https://www.dndbeyond.com/classes>

Corliss, C. (2021, May 19). Dungeons and Dragons Infographic Shows How Popular the Game Has Become. Game Rant. Retrieved May 13, 2024, from <https://gamerant.com/dungeons-and-dragons-infographic-2021/>

Ecograder. (n.d.). Ecograder. Retrieved May 23, 2024, from <https://ecograder.com>

Hansen, N. N. (2023, December 2). Nyt studie nuancerer fortællingen om unge og ensomhed. DR. <https://www.dr.dk/nyheder/indland/nyt-studie-nuancerer-fortaellingen-om-unge-og-ensomhed>

Hanson, K. (2024, March 25). 5 Reasons Your Child (and You!) Should Play Dungeons & Dragons. ParentMap. Retrieved May 25, 2024, from <https://www.parentmap.com/article/5-reasons-your-child-and-you-should-play-dungeons-dragons>

Holst, A. B. (2023, 8 18). Home Forside Modtag pressemeddelelser Kunder Om Via Ritzau Bliv kunde DUF - Dansk Ungdoms Fællesråd Over halvdelen af unge vil bruge mindre tid på sociale medier. Ritzau. <https://via.ritzau.dk/pressemeddelelse/13711967/over-halvdelen-af-unge-vil-bruge-mindre-tid-pa-sociale-medier?publisher-id=13559599&lang=da>

Jackson, H. T., & Rask, M. Y. (2018, November 25). Flere søger hjælp: Hver 10. ung føler sig ensom. Fyns Amts Avis. <https://faa.dk/svendborg/flere-soeger-hjaelp-hver-10-ung-foeler-sig-ensom>

Jensen, S. L. (2018, Maj 18). Genopstået: Brætspillet giver unge en velfortjent pause fra den teknologiske virkelighed. Jyske Vestkysten. <https://jv.dk/danmark/genopstaaet-braetsspillet-giver-unge-en-velfortjent-pause-fra-den-teknologiske-virkelighed>

Københavns universitet. (n.d.). Brugertest – Værktøjskassen til innovation og entreprenørskab i undervisningen. Værktøjskassen til innovation og entreprenørskab i undervisningen. Retrieved May 21, 2024, from <https://innovation.sites.ku.dk/metode/brugertest/>

Tinify. (n.d.). TinyPNG – Compress WebP, PNG and JPEG images intelligently. Retrieved May 23, 2024, from <https://tinypng.com>

User testing. (n.d.). Quick and dirty testing. UserTesting. Retrieved May 21, 2024, from <https://www.usertesting.com/glossary/q/quick-and-dirty-testing>

Video Compressor | Reduce Video File Size Online. (n.d.). FreeConvert. Retrieved May 23, 2024, from <https://www.freeconvert.com/video-compressor>

Wikidot. (n.d.). DND 5th Edition. DND 5th Edition: Frontpage. Retrieved May 3, 2024, from <http://dnd5e.wikidot.com/#toc2>