

Reflektionstext

tillhörande examinationsuppgift

av Elina Samuelsson

GDB100 - Grafisk design för webb

Högskolan Väst

2022-11-04

Planering och förarbete

Efter att jag valt tema, *temat coverband*, och bestämt vilken typ av musik dem spelar funderar jag över vilken målgrupp lyssnarna tillhör (och om det finns fler än en målgrupp), och vad hemsidans syfte är.



Målgrupp(er)

Jag har bestämt att Baktakt i min examinationsuppgift spelar covers på 80-talets rockmusik och huvudmålgruppen för både dem och deras hemsida är då främst dem som växte upp under denna tidsperiod och känner igen musiken. En artikel i The Atlantic av Ted Gioia (2022) lyfter dock att ny musik stagnerar medan gammal musik är på uppsving, och att man oftare möter situationer där unga lyssnar på "retro" musik. Baktakt kan därför, trots sitt fokus på 80-talsrock även finna lyssnare yngre än de 60- och 70-talister som konsumerade musiken när den först släpptes.

Hemsidan kan för lyssnares skull innehålla exempelvis videoklipp eller ljudupptagningar från konserter, framtida konsertdatum, och om det är ett coverband med en större följarskara kanske även en webbshop eller eventuell egen diskografi.

En sekundär målgrupp, betydligt mindre än den första men minst lika viktig, är evenemangsarrangörer. Coverband får en majoritet av sina intäkter genom musikspelningar och en sida för kontakt/bokningar bör därför finnas.

För att representera målgrupperna har jag skapat två simpla proto personor (bifogade nedan).

	-Hög bekvämlighet med internet/teknologi. Surfar på internet vardagligen.		-Låg bekvämlighet med internet/teknik. Använder sällan datorn utanför jobbet. -Har aldrig bokat ett band förut. -Riktig fena på förhandling och ekonomi.
Marhwan		Peder	
Ålder: 32	Mål: Marhwan såg Baktakt på en stadsfestival och blev ett fan direkt. Han vill nu veta om dem spelar i närheten snart igen så han kan gå på fler spelningar.	Ålder: 55	Mål: Peder har tagit på sig att ordna med underhållning till företagets kickoff och är intresserad av bandet Baktakt och vill gärna komma i kontakt med dem för fler detaljer.
Yrke: Mjukvaruutvecklare		Yrke: Inköpschef	

Marhwan och Peder är fiktiva personer ämnade att från mina antaganden om målgrupperna representera möjliga besökare av Baktacts hemsida.

Peder tillhör en generation som inte växt upp med datorer och mobiltelefoner, och som med många andra i hans ålder eller äldre är han inte en van dator- och internetanvändare. Sidan

behöver därför vara tydlig och lättnavigerad, annars riskerar vi att Peder väljer ett annat band.

Marhwan växte upp runt tiden när internet blev tillgängligt för allmänheten att använda. Han har därför en djupare förståelse av både datorer och internet. Även han uppskattar en lättnavigerad hemsida, men för honom är innehåll och funktionalitet viktigare.

Idealt vill man skapa 3-6 proto personas (Laubheimer, 2020) men med uppgiftens storlek och antagna målgrupper i åtanke räcker det med två.

Proto personas är ett av dem snabbare sätten att sammanställa sin användarbas, men eftersom dem inte baseras på någon form av efterforskning eller statistik riskerar man dock att dem inte ger en verklighetsbaserad bild av de faktiska hemsidesbesökarna (ibid). Tidsramen gör dock att detta är det enda alternativet vi i examinationsuppgiften kan jobba med.

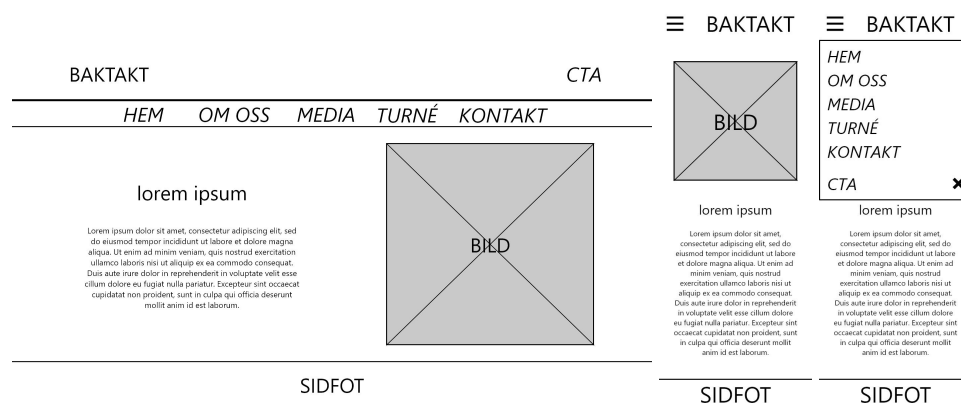
Wireframe

Sam Lester (2019) säger i en artikel för Medium att wireframes handlar om placeringen av innehållet. Han hävdar också att lägga tid på designelement i en wireframe slösar tid och skapar förvirring.

Jag följer hans exempel och fokuserar på funktion och placering, utan att ändra teckensnitt eller lägga till några färger.

Däremot frångår jag Lesters råd när det kommer till andra delar, eftersom han själv säger att artikeln huvudsakligen handlar om interaktiva wireframes. Till exempel har jag inte tydligt markerat ut knappar, eller vilken text som är länkar. Jag använder mig också av genererad text till det större stycket. Denna wireframe är inte till för att användas som fungerande prototyp och det känns därför inte nödvändigt.

Nedan är samtliga sidor till wireframen bifogade:




Startsida i desktop- och mobilt format.

BAKTAKT

CTA


HEM OM OSS MEDIA TURNÉ KONTAKT

Kommande spelningar




1A DECEMBER, 2022 Växjö Julmarknad

GRATIS




10E DECEMBER, 2022 Karlskrona Rockfestival

BILJETTER



14E DECEMBER, 2022 Headbangers Club, Kalmar

BILJETTER



19E DECEMBER, 2022 Företag ABs julfest, Malmö

PRIVAT


TIDIGARE SPELNINGAR

SIDFOT

BAKTAKT


CTA

HEM OM OSS MEDIA TURNÉ KONTAKT




1A DECEMBER, 2022 Växjö Julmarknad

GRATIS




10E DECEMBER, 2022 Karlskrona Rockfestival

BILJETTER



14E DECEMBER, 2022 Headbangers Club, Kalmar

BILJETTER



19E DECEMBER, 2022 Företag ABs julfest, Malmö

PRIVAT

Tidigare spelningar

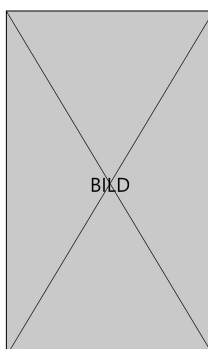
SIDFOT

Turnésida i desktop- och mobilt format.

BAKTAKT

CTA

HEM OM OSS MEDIA TURNÉ KONTAKT



Kontakt

Kontaktperson: Gustav Svensson
 Telefon: 070 - 12 34 567
 Epost: info@baktakt.se

Begär offert


Namn:
 Telefonnummer:
 Epost:
 Spelningens detaljer:

SIDFOT

BAKTAKT

CTA

HEM OM OSS MEDIA TURNÉ KONTAKT



Kontakt

Kontaktperson: Gustav Svensson
 Telefon: 070 - 12 34 567
 Epost: info@baktakt.se

Begär offert

Namn:
 Telefonnummer:
 Epost:
 Spelningens detaljer:

SIDFOT

Kontaktsida i desktop- och mobilt format.

Mina tankar kring varför jag valt att placera alla element som jag gjort följer under nedan rubriker.

Webbdesign

En väldesignad navigering är bland de viktigaste elementen för att behålla besökare på vår hemsida. Vanligtvis läser man av en hemsida från toppen till botten, och från vänster till höger (Babich, 2019), och således är en toppmeny ett vanligt förekommande och populärt alternativ.

Perelli (2021) rekommenderar att man använder sig av korta, beskrivande ord till varje menyalternativ. Hon hävdar också att man bör begränsa sig till max 7 alternativ per

menyrad, med som mest två rader av alternativ, eftersom mer än så kan bli överväldigande för hemsidans besökare.

Min sida har därför en toppmeny så att det första besökarna möter är bandets logga, och sedan navigeringen. Till en hemsida för ett coverband ser jag inget behov att ha en längre, mer invecklad meny och det räcker därför med en rad på fem alternativ.

Till en början hade jag tänkt använda mig av en hamburgerknapp som meny i mobilt format, och hade även detta som prototyp i min första inlämning. Jag var då säker på att trots mängden kritik mot en sådan lösning är stor var det viktigare att behålla ytan till andra element. Tran (2019) påpekar att hamburgerknappen är ett effektivt sätt att spara yta på.

Han åberopar dock att en hamburgermeny ger intrycket av att sidorna den innehåller inte upplevs som viktiga, att man ser minskat engagemang, och ineffektivitet som orsakerna till att den är "den mest hatade ikonerna" idag (ibid).

Inför den slutgiltiga inlämningen har jag istället valt att ha en meny som scrollar i sidled. Den tar upp mer plats, men precis som Tran indirekt säger får menyn mer vikt och betydelse.

På sidan finns också en Call to Action, i detta fall en knapp som leder till ett formulär där man kan anmäla sig till nyhetsbrev från bandet.

Call to Actions finns där för att leda besökarna till den slutpunkt där du vill ha dem, och en tydlig knapp gör det enkelt att engagera sig. Även från besökarsidan är CTAer förväntade och uppskattade på grund av den enkelhet dem presenterar (Martins, 2018).

Brödsmulor är något jag utelämnar på denna hemsida. Detta styrks av en artikel på Nielsen Norman Group som säger att brödsmulor på "platta" hemsidor som inte går djupare än 1-2 sidor är onödiga och icke användbara (Laubheimer, 2018).

Sidfoten har jag lämnat bar utöver länkar till bandets viktigaste sociala medier, samt Spotify. Odgers (2017) säger att sidfoten är en bra och förutsägbar plats att lämna sina länkar till sociala medier. Dem håller sig där ur vägen för CTAer och annat viktigt vi vill att hemsidans besökare engagerar med först, men när dem väl letar efter länkarna vet dem vart dem bör leta. Peer reviews kritiker pekar ut avsaknaden av innehåll i sidfoten, och detta berodde på att jag vid tillfället inte hunnit lägga till detta element i designen jag skickade hen.

Form och layout

Navigeringen har jag valt att lägga längst upp på sidan precis som många andra. Anledningen till att man gör så beror på att vi avläser webbsidor som vi läser böcker, från topp till botten, och från vänster till höger (Babich, 2019). Således är menyn och bandets logga det vi ser först.

Botten på den svarta bakgrunden som navigeringen går i hade fram tills peer review-kritiken kom in en fade ner till den bruna huvuddelen. Detta har jag efteråt valt att ändra eftersom kritiken, om än en personlig åsikt från kritikern, påpekar att det med för många starka effekter kan bli för mycket och att balansen är viktig. Toningen är nu borta och en skarp linje skiljer navigering och huvudinnehåll.

När det kommer till CTAns placering och design följer jag dem råd Perelli (2018) ger i sin artikel om CTA-misstag att undvika för att bygga upp en attraktiv knapp.

Bland annat rekommenderar hon att varje sida ska ha en CTA och att den bör finnas över sidans fold. Dem behöver inte vara densamma på varje sida, men i mitt fall har jag valt att behålla samma CTA över hela hemsidan.

I mobilt format fanns först min CTA i hamburgermenyn, men efter ändringarna ligger den nu under menyn, synlig hela tiden utan extra jobb för hemsidans besökare. Ord som *klicka*, *prenumerera*, *ring* eller *få* är aktiva, ledande ord som motiverar hemsidans besökare att agera. Man bör också hålla sig tydlig och kort. Knappens utseende är lika viktig för att besökaren ska agera, men den punkten fördjupar hon inte vidare.

När det kommer till utseendet på CTAn rekommenderar Marrs (2022) kontrasterande färger, och om möjligt färgerna orange eller grön.

Innan jag kom över Marrs artikel var färgen på min CTA densamma som bakgrundsfärgen. Hon tipsar om att man ska göra ett "kistest" på knappen för att se om den står ut tillräckligt för att dra uppmärksamhet. Den första knappen fick inte godkänt, så jag tänkte om och väljer att plocka den gröna färgen från mina två bilder och implementera den här. Den matchar nu färgerna Marrs hävdar har bäst resultat, och kontrasterar starkare mot resten av hemsidan.

Till knapparnas form har jag valt att matcha de övriga elementen på sidan och bara ha en lätt avrundning på kanterna.

På index-sidan (i desktopformat) är bilden och texten placerade efter fibonaccispiralen. Bilden representerar då den tätare delen av spiralen, och texten (främst rubriken) som då är placerad på spiralens linje. Även kontakt-sidan är baserad på fibonaccis spiral, fast inverterad.

Anledningen är att gyllene snittet, som Fibonaccispiralen är en produkt av, skapar en känsla av balans och harmoni när den används som hjälpmedel i designprocessen (Dhariwal, 2018).

På turné-sidan har jag använt mig av slutenhetens lag för att gruppera varje spelning och tillhörande information. På så vis förhindrar jag förvirring kring vilka detaljer som tillhör vilken spelning, eftersom slutenhetens lag säger att man skapar en association mellan olika element genom att gruppera dem genom att till exempel skapa kontrast mellan för- och bakgrund (Hensley, 2016). Jag använder mig av en drop shadow på varje ruta för att få denna effekt.

Formuläret på kontakt-sidan använder sig av närhetens lag för att förtydliga vilken rubrik som tillhör vilket fält.

Typografi

Till bandets logga har jag valt att gå på linjen synlig typografi. Idéen är att införliva känslan av sunkig, gammal rockmusik genom att använda sig av typsnitt på ett bildligt sätt (Bergström, 2021).

Även knapparna skulle till en början haft samma typsnitt, men efter kritiken från peer reviewen kom in blev det tydligt för mig att även om typsnittet upplevdes som effektivt i loggan, var den svårläst vid andra tillfällen. Nu matchar istället knapparna övrig text på hemsidan, men i fetstil för att den ska utmärka sig och fortfarande dra uppmärksamhet.

Till övrig text håller jag mig till ett annat typsnitt, en fyrkantigt designad sans-serif med rundade kanter som matchar de fyrkantiga inslagen på min hemsida.

Jag väljer att hålla ett luftigt radavstånd eftersom text på skärmar är svårare att läsa (ibid), och mer luft ger ögat en chans att vila. Sidan har även minimalt med text och aldrig mer än ett stycke åt gången av samma anledning.

När det kommer till textstorleken är målet att hålla en jämn läsbarhet över hela sidan. Bandets logga har den största storleken, för att utmärka sig mot övriga element. Alla sidans rubriker håller sedan samma storlek, inklusive navigeringsmenyns rubriker. Brödtexten på index- och kontaktsidorna håller samma storlek, medan texten på turné-sidan är något större.

Anledningen till att jag väljer att göra texten här större är för att jag inte klassificerar turné-sidans text som brödtext. Den bör också vara enkel att genomsöka på information och något större text gör detta enklare.

Jag har under designprocessen haft problem med fontstorlekarna i XD och baserat på sökningar online verkar detta vara ett återkommande problem specifikt om man använder sig av dokumentstorleken Webb 1920. Många upplever då att fontstorlekarna inte längre matchar med hur dem senare ser ut i utvecklingsprocessen.

Alla storlekar är istället valda baserat på tips från Kennedy (2021). Han lämnar specifika fontstorlekar som ofta används som standard men rekommenderar att man alltid granskar sin design i verklig storlek för att avgöra om texten kan ses som läsbar. Eftersom jag i detta fall inte kan lita på XDs textstorlekar var detta det bästa rådet jag kunde följa.

Färg

Färgen brun förknippas med många saker beroende på sammanhanget. Brun i och med sin koppling till jorden inger en känsla av styrka, värme och motståndskraft. I större mängder kan dock brun tolkas som isolering och ensamhet (Cherry, 2020), något jag försökt undvika genom att välja en brun med inslag av orange som är en glad färg. Tanken är att musikens styrka ska återges i hemsidans bakgrund, samtidigt som färgen brun bildligt känns lite skitigare och matchar känslan som bandet har.

Färgen brun särskiljer dessutom hemsidan med många av 80-talets rock- och metalband som nästintill alla använder sig av exklusivt mörktonade bakgrunder.

Valet av den gröna färgen diskuterades ovan i samband med designen på CTA-knappen. Övriga är neutrala färger jag använt för att accentuera och skapa dimension på sidan.

Digital bild

Hemsidan använder sig huvudsakligen av två bilder med minimal redigering då originalen matchade min vision ganska väl. Båda är vad Bergström (2021) kategoriserar som retoriskt presentativa bilder. Båda bilder föreställer en musiker i motljus, på en scen, framför en publik. Det är dock kompositionen som gör dem intressanta.

Indexsidans bild specifikt är beskuren för att sätta musikern i mitten och lamporna i ett symmetriskt mönster ovanför. För att bryta symmetrin och behålla dynamik i bilden har jag lämnat publikens händer i nedre kant.

Kontaktsidans bild är redigerad i samma stil, men här finns endast en lampa och möjligheten till symmetri saknas. Här är objektet även närmare kameran och blir mer intim (ibid), ett steg som känns rimligt när sidans syfte är att öppna en dialog.

De fyra kartbilderna har en lätt färgbeläggning för att dem ska matcha sidan bättre. I oredigerat format upplevdes dem sakna samband med sidans design.

Avslutning

(berätta om helheten, hur allt hänger ihop. Berätta gärna även vad du är nöjd med, och vad du kunnat göra bättre)

Visuellt var målet att spegla 80-talets rebelliska motståndskraft utan att göra hemsidan otillgänglig för hemsidans besökare. Detta var min stora utmaning i denna uppgift, då jag känner mig mindre självsäker i den visuella designen jämfört med funktionell design. Jag är stolt över den ansträngning jag lagt ner för att hemsidan ska se snygg ut, men upplever själv att något saknas. Vad detta saknade något skulle vara vet jag dock inte, men jag hoppas att kunna bygga upp förmågan att se detta bättre allteftersom denna utbildning fortgår, och vidare i arbetslivet efteråt. Bara genom den peer review jag fick har jag redan hunnit lära mig flera nya saker.

Viktigast av allt, i alla fall enligt Friedman (2021) på Smashing Magazine, är dock funktionaliteten och innehållet. Här känner jag mig väldigt nöjd med den prestation jag gjort. Med Peder och Marhwan som stöd har jag kunnat fokusera in på vad hemsidans huvudfunktioner är och göra dem så tillgängliga det går. Det är svårt att kvalitetstesta sig själv, men många av hemsidans designmönster är beprövade och familjära och borde därför leda hemsidans besökare dit dem vill nå väl.

Källor

Textreferenser

Babich, N. (2019). *Website and App Navigation Design Best Practices*. Tillgänglig: <https://xd.adobe.com/ideas/process/information-architecture/website-navigation-design-best-practices/> [2022-10-30].

Bergström, B. (2021). *Effektiv Visuell Kommunikation*. 12. uppl. Stockholm: Carlsson Bokförlag.

Cherry, K. (2020). *The Color Psychology of Brown*. Tillgänglig: <https://www.verywellmind.com/the-color-psychology-of-brown-2795816> [2020-11-02].

Dhariwal, S. (2018). *Fibonacci Sequence Adding A Wonderful Dimension To Web Designing!* Tillgänglig: <https://www.addwebsolution.com/blog/fibonacci-sequence-adding-wonderful-dimension-web-designing/> [2022-11-02].

Friedman, V. (2021). *10 Principles of Good Web Design*. Tillgänglig: <https://www.smashingmagazine.com/2008/01/10-principles-of-effective-web-design/> [2022-11-04].

Gioia, T. (2022). *Is Old Music Killing New Music?* Tillgänglig: <https://www.theatlantic.com/ideas/archive/2022/01/old-music-killing-new-music/621339/> [2022-10-24].

Henley, J. (2016). *Improve Your Designs With The Principles Of Closure And Figure-Ground (Part 2)*. Tillgänglig: <https://www.smashingmagazine.com/2016/05/improve-your-designs-with-the-principles-of-closure-and-figure-ground-part-2/> [2022-11-02].

Kennedy, E. D. (2021). *The Responsive Website Font Size Guidelines*. Tillgänglig: <https://www.learnui.design/blog/mobile-desktop-website-font-size-guidelines.html> [2022-11-03].

Laubheimer, P. (2018). *Breadcrumbs: 11 Design Guidelines for Desktop and Mobile*. Tillgänglig: <https://www.nngroup.com/articles/breadcrumbs/> [2022-10-30].

Laubheimer, P. (2022). *3 Proto Persona Types: Lightweight, Qualitative, and Statistical*. Tillgänglig: <https://www.nngroup.com/articles/persona-types/> [2022-10-24].

Lester, S. (2019). *What Makes a Good Wireframe?* Tillgänglig: <https://medium.com/inktrap/what-makes-a-good-wireframe-715a13d410e5> [2022-10-27].

Marrs, M. (2022). *17 Best Practices for Crazy-Effective Call-To-Action Buttons*. Tillgänglig: <https://www.wordstream.com/blog/ws/2015/02/20/call-to-action-buttons> [2022-10-31].

Martins, K. (2018). *3 Reasons a Call to Action is Important*. Tillgänglig: <https://www.vizion.com/blog/3-reasons-call-action-important/> [2022-10-30].

Odgers, T. (2017). *Where to Start Placing Social Media Icons on Your Website*. Tillgänglig: <https://www.checkfront.com/blog/where-to-put-social-media-icons-on-your-website/> [2022-10-31].

Perelli, R. M. (2021). *10 Best Practices for Website Navigation*. Tillgänglig: <https://www.godaddy.com/garage/10-best-practices-for-website-navigation/> [2022-10-30].

Perelli, R. M. (2018). *8 Costly Call-to-Action Mistakes You're Making on Your Website*. Tillgänglig: <https://www.godaddy.com/garage/8-costly-call-to-action-mistakes-youre-making-on-your-website/> [2022-10-30].

Tran, T. H. (2019). *10 pros and cons of the hamburger menu (with examples)*. Tillgänglig: <https://www.invisionapp.com/inside-design/pros-and-cons-of-hamburger-menus/> [2022-10-30].

Bildkällor

Karta Kalmar. Tillgänglig: <https://www.openstreetmap.org/search?query=Kalmar> [2022-10-31].

Karta Karlskrona. Tillgänglig: <https://www.openstreetmap.org/search?query=Karlskrona> [2022-10-31].

Karta Malmö. Tillgänglig: <https://www.openstreetmap.org/search?query=Malm%C3%B6> [2022-10-31].

Karta Växjö. Tillgänglig: <https://www.openstreetmap.org/search?query=V%C3%A4xj%C3%B6> [2022-10-31].

Muller, P. (2019). *Ej namngiven*. Tillgänglig: https://unsplash.com/photos/Fh-Q-xfdh_o [2022-10-19].

Picchiottino, D. (2021). *Ej namngiven*. Tillgänglig: <https://unsplash.com/photos/6F5ct471oRk> [2022-10-19].

Porträtt "Marhwan". Tillgänglig: <https://thispersondoesnotexist.com/> [2022-10-20].

Porträtt "Peder". Tillgänglig: <https://thispersondoesnotexist.com/> [2022-10-20].