

Henrik Løvdal Bjørbekk / Kandidat nr. 456,

Mark Daniel Reyes / Kandidat nr. 329,

Damian Aaby Præsthus / Kandidat nr. 411

Emnekode: BAO302

Emnenavn: Bachelorprosjekt

Oppdragsgiver: Fristil Record AS

Innleveringsdato: 15.05.25

Antall sider: 88 sider

Antall ord: 11803 ord

Tilgjengelighet: Fri  Begrenset

Høyskolen Kristiania

Webløsning for Fristil Records AS

Websolution for Fristil Records AS



Semester: vår 2025

Denne [oppgaven/bacheloroppgaven] er gjennomført som en del av utdannelsen ved Høyskolen Kristiania. Høyskolen er ikke ansvarlig for oppgavens metoder, resultater, konklusjoner eller anbefalinger.

<b>Sammendrag</b>	<b>5</b>
<b>1 Innledning</b>	<b>6</b>
1.1 Beskrivelse av prosjektet	6
1.2 Presentasjon av oppdragsgiver	7
1.3 Problemstilling	8
1.4 Oppdragsgivers mål	8
1.5 Gruppens mål	9
1.6 Omfang og avgrensninger	9
1.7 Teoretisk og forskningsmessig forankring	9
<b>2 Metode</b>	<b>12</b>
2.1 Lean UX som metodisk rammeverk	12
2.2 Alternativer til Lean UX	13
2.2.1 Fossefallmetoden	13
2.2.2 Scrum	14
2.3 Arbeidsflyt og prosjektstruktur	15
2.4 Innsiktssinnhenting og testing	17
2.4.1 Spørreundersøkelse	17
2.4.2 Prototyping	18
2.4.3 Brukertesting med målgruppen	20
2.5 Bruk av verktøy	21
2.5.1 Kanban-tavle (Trello)	22
2.5.2 Figma	23
2.5.3 Wix Studio	24
2.5.4 Avklaring om React og valg av Wix Studio	25
<b>3 Analyse og utforming</b>	<b>27</b>
3.1 Hypotese for MVP-testing	27
3.2 Krav til løsningen fra oppdragsgiver	28
3.3 Begrunnelse for metodevalg	29
3.3.1 Fordeler ved metodevalg	29
3.3.2 Utfordringer ved metodevalg	30
3.4 Design valg basert på innsikt	32
3.5 Testmetode	34
3.5.1 Rollefordeling	35

3.5.2 Innledende monolog	36
3.5.3 Brukeroppgaver	36
3.5.4 Avsluttende intervju	37
3.5.5 Dataregistrering (brukertesting)	37
3.6 Oppsummering av funn og anbefalinger	38
3.7 Drøfting	39
3.7.1 Videre arbeid	41
<b>4. Løsning</b>	<b>42</b>
4.1 Teknisk løsning	43
4.2 Innhold og informasjonsarkitektur	44
4.2.1 Landingsside	46
4.2.2 Artister	48
4.2.3 Om oss	49
4.2.4 Markedsføring	51
4.2.5 Live	52
4.3 Organisatorisk forankring	53
<b>5 Vurdering av Løsning</b>	<b>55</b>
5.1 Analyse av nettstedstrafikk	55
5.1.1 Tolkning av nøkkeltall	55
5.1.2 Trafikkilder og kanalstrategi	58
5.1.3 Enhetsbruk	59
5.1.4 Forbedringsmuligheter	60
5.2 Vurdering av nytte for bedriften	61
5.3 Vurdering av metode, verktøy og prosjektgjennomføring	61
5.3.1 Metodisk tilnærming og tilpasning	62
5.3.2 Verktøyvalg og teknisk rammeverk	63
5.3.3 Prosjektorganisering og samarbeid	63
5.3.4 Refleksjon og faglig læring	64
5.4 Teori i praksis og faglig refleksjon	64
5.4.1 Designvalg og visuell strategi	65
5.4.2 Teori i praksis og faglig modning	65
<b>6 Konklusjon</b>	<b>67</b>
6.1 Grad av måloppnåelse for prosjektgruppen	67

6.2 Grad av måloppnåelse for oppdragsgiver	68
6.3 Svar på problemstillingen	68
6.4 Avsluttende konklusjon	69
<b>Kilder:</b>	
<b>Referanseliste</b>	<b>70</b>
<b>Vedlegg</b>	<b>72</b>
Resultater fra spørreundersøkelsen	72
Brukertestplan for Fristil Records sin nettside	76
Resultater fra brukertest	79
GANTT Chart	88
Risikoplan	88

## Sammendrag

Dette bachelorprosjektet omfatter design og utvikling av en brukersentrert og responsiv webløsning for Fristil Records AS, et plateselskap med hovedvekt på russ- og ungdomsmarkedet. Hensikten med løsningen er å styrke selskapets digitale tilstedeværelse gjennom et visuelt og funksjonelt digitalt showcase, uten å erstatte eksisterende markedsføringskanaler i sosiale medier. Nettsiden er skreddersydd for målgruppen 16 - 19 år, med særlig vekt på mobiloptimalisering, brukervennlighet og visuell identitet. Prosjektet bygger på Lean UX-prinsipper og er gjennomført i tett samarbeid med oppdragsgiver. Innsikt er innhentet gjennom spørreundersøkelser, brukertesting og faglitteratur. Den ferdige løsningen er fleksibel, vedlikeholdbar og kan videreutvikles av Fristil Records i takt med fremtidige behov.

Lenke til nettside/løsning: <https://www.fristilrecords.no/>

## 1 Innledning

Dette kapittelet gir en overordnet introduksjon til bachelorprosjektet, og redegjør for rammene og utgangspunktet for utviklingen av en ny nettside for Fristil Records AS. Kapittelet presenterer prosjektets bakgrunn, mål og problemstilling, samt en introduksjon til oppdragsgiver og målgruppen. Videre beskrives prosjektets avgrensninger, teoretiske forankring og metodiske tilnærming. Samlet danner kapittelet et grunnlag for å forstå prosjektets hensikt, kontekst og faglige tilnærming.

### 1.1 Beskrivelse av prosjektet

Dette prosjektet omhandler utviklingen av en moderne og brukervennlig nettside for Fristil Records AS, et norsk plateselskap som spesialiserer seg på promotering av russeartister. Formålet med nettsiden er å styrke Fristils digitale tilstedeværelse og merkevareidentitet, med hovedfokus på ungdom i alderen 16 - 19 år som primærmålgruppe, samt selskapets samarbeidspartnere som sekundærmålgruppe. Behovet for en nettside begrunnes i at eksisterende digitale plattformer ikke fullt ut gjenspeiler selskapets profesjonelle standard og kreative profil.

Prosjektet gjennomføres med Lean UX-metodikken, en brukersentrert og iterativ tilnærming, og benytter verktøy som Figma, Wix, Trello og Google skjemaer. Målet er å skape en funksjonell nettside med rask lastetid, intuitiv navigasjon og responsivt design som er optimalisert for ulike digitale enheter.

Brukertesting spiller en sentral rolle i utviklingsprosessen. Kvalitative metoder som dybdeintervjuer og observasjonsstudier, samt kvantitative metoder som spørreundersøkelser og ytlesesanalyser, vil kontinuerlig informere designbeslutningene.

Prosjektgruppen vil arbeide tett med oppdragsgiver gjennom hele prosessen for å sikre at nettsiden er i samsvar med selskapets strategiske mål og merkevare. Brukertesting og innsiktsarbeid informerer våre designvalg, og prosjektet gjennomføres i nært samarbeid med oppdragsgiver.

## **1.2 Presentasjon av oppdragsgiver**

Fristil Records AS er et norsk musikklabel- og managementselskap som spesialiserer seg på promosing av noen av landets mest relevante og ettertraktede festmusikk-artister. Med en omfattende portefølje på over 400 låtutgivelser årlig, og en sentral rolle innen booking og arrangering av konserter og festivaler, har Fristil etablert seg som en nøkkelaktør i det norske musikkmarkedet, særlig innen ungdoms- og russekulturen.

Selskapet er svært synlig på digitale plattformer som Instagram og TikTok, hvor de aktivt deler innhold knyttet til sine artister, arrangementer og samarbeid. Gjennom partnerskap med Sony Music Entertainment Norway AS og The Orchard AS distribueres musikken deres på plattformer som Spotify, Apple Music og iTunes.

Fristil har som ambisjon å tilby eksklusive og attraktive artistopplevelser, både for store festivalarrangører og enkeltkunder som russ. For å styrke sin merkevare og profesjonalisere sin digitale kommunikasjon, ønsker selskapet nå å utvikle en moderne nettside som speiler deres kreative identitet og strategiske mål.

### 1.3 Problemstilling

*Hvordan kan vi designe og utvikle en funksjonell og engasjerende nettside som effektivt kommuniserer Fristil Records merkevare, samtidig som den ivaretar målgruppens behov for brukervennlighet, visuell appell og rask ytelse?*

Problemstillingen tar opp sentrale utfordringer i prosjektet, som balansen mellom estetisk appell og funksjonell brukervennlighet, samt behovet for optimal ytelse på tvers av digitale plattformer. Prosjektet skal være et digitalt showcase og er derfor avgrenset fra funksjoner som nettbutikk eller komplekse sosiale medie-integrasjoner.

Delmålene er:

- Å skape et moderne og ungdomsrettet visuelt uttrykk.
- Å sikre høy ytelse og mobiloptimalisering.
- Å utvikle en engasjerende og brukervennlig nettside som synliggjør Fristil og inviterer til utforskning og gjenbesøk.

Disse målene er førende for arbeidet og vil evalueres kontinuerlig gjennom brukertesting og ytelsesanalyser.

### 1.4 Oppdragsgivers mål

Fristil Records ønsker en profesjonell og visuelt konsistent nettside som reflekterer selskapets kreative profil og posisjon i markedet. Løsningen skal fungere som en visuell introduksjon og troverdig presentasjon av selskapets tjenester, artister og samarbeidspartnere. Nettsiden skal ikke erstatte selskapets sosiale medier, men

komplementere dem. I tillegg skal løsningen være responsiv, vedlikeholdbar og fleksibel for fremtidig utvikling.

### **1.5 Gruppens mål**

Vi har som mål å utvikle en brukervennlig og engasjerende nettside som møter Fristils behov for økt digital synlighet, samtidig som løsningen baseres på innsikt fra reelle brukere. I tillegg har gruppen et faglig læringsmål: å anvende metodisk og teoretisk kunnskap i praksis, og å utforske hvordan innsiktbasert utvikling kan bidra til høyere kvalitet i både funksjon og form. Gjennom prosjektet utvikler vi kompetanse innen interaksjonsdesign, visuell kommunikasjon, brukertesting og tverrfaglig samarbeid i møte med en reell kunde og et faktisk behov.

### **1.6 Omfang og avgrensninger**

Prosjektet inkluderer fem hovedsider: Hjem, Artister, Om oss, Markedsføring og Live. Disse er valgt i samarbeid med oppdragsgiver for å dekke kjernedelen av selskapets virksomhet. Komplekse funksjoner som booking og betalingssystem er bevisst utelatt. Mobiltilpasning og modulær oppbygning står sentralt for å sikre fremtidig videreutvikling.

### **1.7 Teoretisk og forskningsmessig forankring**

Prosjektet bygger på et tverrfaglig teoretisk rammeverk med forankring i interaksjonsdesign, visuell kommunikasjon og webutvikling. Sentralt står *Lean UX*:

*Applying Lean Principles to Improve User Experience* av Gothelf og Seiden (2013), som danner grunnlaget for den iterative og brukersentrerte prosessen vi har fulgt. Denne metodiske tilnærmingen har styrt både struktureringen av prosjektet og valg av verktøy, og har særlig påvirket beslutninger om tidlig prototyping, kontinuerlig testing og tverrfaglig samarbeid i teamet.

Teori om informasjonsarkitektur fra Nordbø (2022) har vært avgjørende for utviklingen av en intuitiv og målgruppetilpasset navigasjonsstruktur. Eksempelvis ble menyens oppbygning og antall hovedseksjoner utformet med bakgrunn i prinsipper for kognitiv belastning og hierarkisk oversikt, slik at brukeren raskt skulle finne relevant innhold med minimal anstrengelse.

Rogers et al. (2023) fremhever betydningen av å forstå brukeres mentale modeller i utvikling av interaktive systemer. Denne innsikten lå til grunn for valg av interaksjonsmønstre og plassering av nøkkelfunksjoner, som for eksempel navigasjonsmenyen på toppen, en interaktiv Spotify-spilleliste, samt anerkjente ikoner fra plattformer som Spotify, TikTok og Instagram for å styrke brukerens gjenkjennelse og engasjement.

Videre har vi tatt høyde for nyere forskning på ungdommers digitale vaner. Studien til Söderström, Carlsson og Mejtof (2019) viser at visuelt uttrykksfullt design ofte appellerer til unge brukere. Dette har vi balansert med prinsipper om brukervennlighet, oversikt, og resultert i en visuell strategi som kombinerer sterke estetiske virkemidler med funksjonell enkelhet.

I tillegg har Farrell (2024) sin forskning om betydningen av rask ytelse og mobiloptimalisering hatt direkte innvirkning på vår tekniske prioritering. For eksempel ble layouten optimalisert for mobilvisning, for å sikre god ytelse på enheter som dominerer i målgruppen.

Den teoretiske forankringen har bidratt til å forme både de overordnede rammene for prosjektet og de praktiske valgene som ble tatt gjennom design-, utvikling- og testfasene. Ved å støtte oss på relevant teori har vi kunnet utvikle en løsning som holder høy faglig kvalitet og er godt tilpasset målgruppens behov og forventninger.

## 2 Metode

Dette kapittelet redegjør for de metodiske valgene som la grunnlaget for utviklingen av webløsningen for Fristil Records AS. Prosjektet fulgte smidige prinsipper med Lean UX som hovedmetodikk og Kanban som styringsverktøy. I tillegg benyttet vi teknikker som spørreundersøkelser, prototyping og brukertesting, og verktøy som Figma, Trello og Wix Studio.

### 2.1 Lean UX som metodisk rammeverk

Lean UX er en brukersentrert og smidig metodikk som kombinerer prinsipper fra Lean Startup, design thinking og agile utvikling. Den bygger på å redusere sløsing, fremme tverrfaglig samarbeid og legge til rette for kontinuerlig eksperimentering. I stedet for omfattende kravspesifikasjoner, fokuserer metoden på rask prototyping og hyppig testing for å skape tidlig læring og verdi (Gothelf & Seiden 2013, s. XIII-XIV).

I tråd med Lean UX-prinsippene startet vi prosjektet med å utvikle lav- og høyoppløselige prototyper i Figma. Disse ble brukt til å konkretisere designkonseptet og sikre felles forståelse i teamet. Etter flere iterasjoner ble prototypen presentert for oppdragsgiver, og godkjent som grunnlag for videre arbeid.

Etter godkjenning gikk vi videre med å utvikle en Minimum Viable Product (MVP) i Wix. Denne fungerende løsningen ble testet med representanter fra målgruppen for å samle innsikt om brukeropplevelse og identifisere forbedringsområder. Tilbakemeldingene fra brukertestene la grunnlaget for videre justeringer og optimalisering.

Et viktig prinsipp i Lean UX er tverrfaglig samarbeid. Alle i teamet bidro i både design og utvikling, og oppdragsgiver var tett involvert gjennom hele prosessen. Dette sikret en

helhetlig løsning som kombinerte brukervennlighet med visuell kvalitet, og som kontinuerlig ble justert basert på tilbakemeldinger fra brukere og oppdragsgiver.

Tilnærmingen tillater også feil som læringskilde. Ved å validere ideer raskt og lære av det som ikke fungerte, kunne vi kontinuerlig forbedre løsningen. Denne iterative og eksperimenterende arbeidsformen var avgjørende for å utvikle en nettside som var både brukervennlig og visuelt tiltalende for målgruppen.

## 2.2 Alternativer til Lean UX

Før vi konkluderte med Lean UX som metodisk hovedspor, vurderte vi flere andre utviklingsmetoder. Det var viktig å finne en metode som best kunne støtte en smidig, tverrfaglig og iterativ utvikling av nettsiden for Fristil Records. Nedenfor oppsummeres vurderingene av to alternativer vi diskuterte; fossefallmodellen og Scrum.

### 2.2.1 Fossefallmetoden

Fossefall er en sekvensiell og lineær prosessmodell som tradisjonelt benyttes i programvareutvikling. Modellen er inndelt i adskilte faser (kravspesifikasjon, design, implementering, testing, osv.), hvor hver fase skal være avsluttet før neste påbegynnes. Fordelen er en tydelig struktur og at modellen kan fungere godt i prosjekter med stabile og klart definerte krav.

Metoden gir derimot lite rom for løpende brukerinvolvering eller tilpasning basert på tilbakemeldinger, siden alt planlegges i detalj på forhånd. Dette står i sterkt kontrast til designfagets natur, hvor iterasjon og fleksibilitet er avgjørende for et vellykket resultat.

Som Nordbø (2022, s. 86) påpeker, er det dessuten vanskelig å følge fossefall strengt i praksis fordi man ofte må gå tilbake og justere tidligere faser når nye innsikter dukker opp. Selv om moderne varianter av fossefall åpner for enkelte tilbakehopp, vurderte vi at modellen uansett ville bli for rigid for et kreativt og utforskende prosjekt.

## 2.2.2 Scrum

Scrum er et populært rammeverk innen smidig utvikling, kjennetegnet av korte iterasjoner kalt sprinter (typisk 1 - 4 uker) hvor teamet planlegger, utvikler, tester og leverer ny funksjonalitet jevnlig. Scrum tilbyr en tydelig struktur med definerte roller (Scrum Master, Product Owner, utviklingsteam) og seremonier (daglige møter, sprintplanlegging, sprintgjennomgang, retrospektiv). Dette rammeverket gir god forutsigbarhet og kontroll, og er utbredt i tverrfaglige team i IT-bransjen (Nordbø, 2022, s. 86).

Vi vurderte Scrum som en aktuell tilnærming, siden det også er brukerorientert og iterativt. Likevel konkluderte vi med at Scrum ville kreve *mer struktur* enn det prosjektet vårt hadde rom for. Som studentgruppe med varierende timeplaner og begrenset tilgang til oppdragsgiver, trengte vi en arbeidsform som var mer fleksibel enn faste sprint-syklinger. Scrum forutsetter også dedikerte roller (som Scrum Master og Product Owner) og kontinuerlig tilgjengelighet for sprintmøter, noe som ikke passet vår organisering og hverdag. Vi hadde verken nok teammedlemmer til å fylle alle roller, eller mulighet for oppdragsgiver til å fungere som aktiv Product Owner i faste møter.

Ved å velge Lean UX fremfor Scrum kunne vi derfor jobbe mer flytbasert og tilpasse oppgaver og tempo etter tilgjengelighet og fremdrift. Dette ga oss større handlingsrom til å justere prioriteter fortløpende og reagere raskt på innsikt fra både oppdragsgiver og brukertesting. Scrum sin tydelige struktur måtte vike for Lean UX sin fleksibilitet i vårt

tilfelle, og det valget mente vi var riktig for å oppnå en løsning som treffer målgruppen effektivt innenfor de rammene vi hadde.

### **2.3 Arbeidsflyt og prosjektstruktur**

For å sikre god fremdrift og oversikt i prosjektet tok vi utgangspunkt i GANTT-diagrammet (se vedlegg 4 “GANTT Chart”) fra prosjektbeskrivelsen. Etter prosjektstart gjorde vi enkelte justeringer basert på ny innsikt og behov, og utarbeidet en oppdatert overordnet timeplan som bedre reflekterte arbeidsprosessene. Denne ble kombinert med en digital Kanban-tavle for å støtte den løpende oppgavestyringen. Timeplanen tydeliggjorde de ulike prosjektfasene og deres plass i tidsforløpet, mens Kanban-verktøyet ble brukt til løpende oppfølging av oppgaver og milepæler. Sammen bidro disse verktøyene til strukturert og smidig prosjektgjennomføring.

Fase	Mål
<b>Oppstart og innsiktsfase (Uke 1 - 3)</b>	Definering av prosjektmål, problemstilling og gjennomføring av brukerundersøkelse. Møter med oppdragsgiver ble avholdt for å avklare behov og forventninger.
<b>Design og prototyping (Uke 4 - 6)</b>	Utforming av konsept og visuelle skisser i Figma. Det ble laget interaktive prototyper som ble evaluert og revidert basert på innspill fra oppdragsgiver.
<b>Utvikling av MVP (Uke 7 - 9)</b>	Implementering av en fungerende prototype i Wix med fokus på kjernefunksjonalitet og mobiltilpasning. Kanban-tavlen ble brukt aktivt for å holde oversikt over arbeidsoppgavene.
<b>Brukertesting og iterasjon (Uke 10 - 11)</b>	Testing av MVP med representanter fra målgruppen. Observasjoner og tilbakemeldinger førte til målrettede forbedringer, som ble innarbeidet i prosjektets videre utvikling.

<b>Ferdigstillelse og overlevering (Uke 12)</b>	Finpass og feilretting. Nettsiden ble gjort klar for lansering, og det ble gjennomført opplæring av oppdragsgiver i bruk og vedlikehold av løsningen.
---	---

*(Figur 1 “Timeplan”)*

Kombinasjonen av en strukturert tidsplan og en dynamisk Kanban-tavle bidro til å holde prosjektet på riktig spor. Den visuelle oversikten over oppgaver og faser muliggjorde effektiv prioritering og justeringer underveis.

## 2.4 Innsiktssinnhenting og testing

Dette kapittelet beskriver hvordan vi samlet inn og anvendte brukerinnsikt for å informere design- og utviklingsprosessen. Vi startet med en kvantitativ spørreundersøkelse for å kartlegge målgruppens preferanser. Deretter utviklet vi en interaktiv prototype i Figma basert på funnene, som ble validert i dialog med oppdragsgiver. Til slutt gjennomførte vi brukertestning av en MVP i Wix med representanter fra målgruppen, for å avdekke forbedringsbehov og sikre en brukervennlig slutt løsning.

### 2.4.1 Spørreundersøkelse

Designprosessen startet med en kvantitativ spørreundersøkelse som vi lagde i “Google skjemaer”, rettet til målgruppen. Formålet med undersøkelsen var å avdekke hva ungdom verdsetter i en nettside for et plateselskap, både når det gjelder visuelt uttrykk

og ønsket innhold. Spørsmålene dekket blant annet preferanser for farger, layout, navigasjonsstruktur og innholdstyper som artistprofiler og musikkavspilling. Innsikten dannet grunnlaget for den innledende designfasen, og bidro til at prototypen ble bedre tilpasset brukernes forventninger (Nordbø 2022, s. 27).

Google Skjemaer var et hensiktsmessig verktøy, da det ga rask og enkel datainnsamling, samt oversiktlige grafer og eksportmuligheter for videre analyse. Dette samsvarer med prinsippene i Lean UX, som vektlegger tett kontakt med brukerne tidlig i utviklingsløpet for å redusere risiko og unngå å bruke tid på løsninger som ikke møter faktiske behov (Goethelf & Seiden, 2013, s. 7).

Spørsmålene i undersøkelsen dekket blant annet brukerens preferanser knyttet til design, navigasjon og brukervennlighet. Se vedlegg (*Resultater fra brukerundersøkelse*) for spørsmål og svar fra undersøkelsen.

## 2.4.2 Prototyping

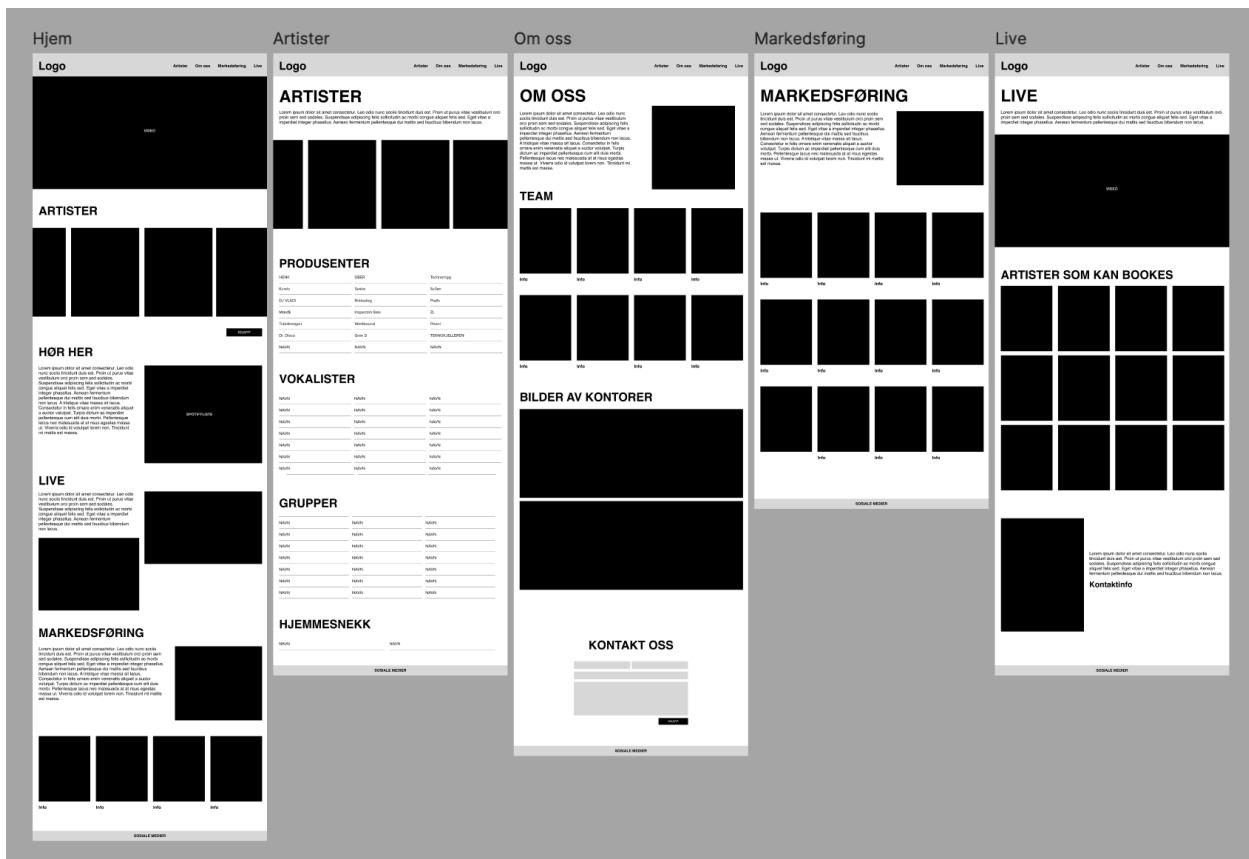
Basert på innsikten fra spørreundersøkelsen utviklet vi tidlige designskisser, etterfulgt av en interaktiv prototype i Figma. Vi startet med enkle wireframes som illustrerte nettsidens grunnstruktur og innholdselementer. Disse ble gradvis videreført til en høyoppløselig prototype som simulerte en realistisk brukeropplevelse, inkludert navigerbare sider og plassholdere for artistprofiler, musikkavspilling og øvrig innhold i tråd med målgruppens preferanser.

Prototypen ble validert gjennom tett dialog med oppdragsgiver. Gjennom flere runder med tilbakemelding og justering fikk vi bekreftet at løsningen var i samsvar med Fristil Records visjon og visuelle profil. Samarbeidet gjorde det mulig å avklare forventninger og forebygge misforståelser tidlig i prosessen, før implementeringen i Wix startet.

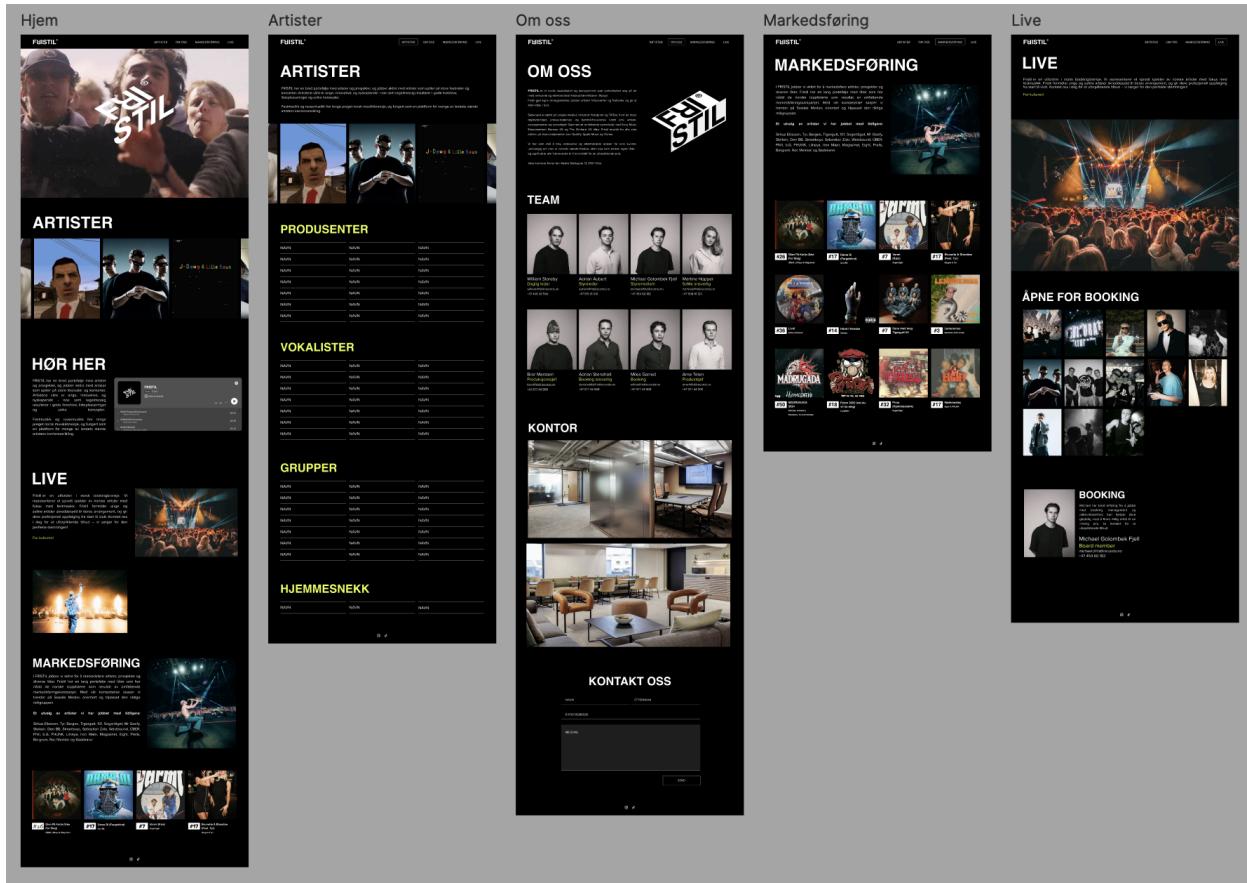
Prototypen fungerte også som et effektivt verktøy for intern koordinering. Den ga teamet en felles visuell referanse, noe som bidro til mer presis oppgaveløsning og reduserte risikoen for feil under utvikling. Ved å avdekke og korrigere designutfordringer tidlig, unngikk vi tidkrevende omarbeiding senere i prosjektet.

Lenke til prototype i Figma:

<https://www.figma.com/proto/Ap0vK8JLCbyQo5dqQ4SEbl/Bachelor-Prosjekt?node-id=0-1&t=QqwPNHjys2YZuXLw-1>



(Figur 2 "Wireframes")



(Figur 3 “Figma-Prototype”)

### 2.4.3 Brukertesting med målgruppen

Etter godkjenning av prototypen i Figma fra oppdragsgiver, ble det utviklet en fungerende MVP (Minimum Viable Product) i Wix som grunnlag for brukertesting. Denne ble testet av representanter fra målgruppen for å undersøke hvordan løsningen faktisk ble oppfattet og brukt. Målet var å avdekke brukeropplevelse, engasjement og eventuelle forbedringspunkter før lansering. Testene bygget på prinsippene i Lean UX

og brukersentrert design, hvor rask og konkret tilbakemelding fra faktiske brukere vektlegges for å muliggjøre tidlige justeringer og kontinuerlig forbedring.

Vi rekrutterte et mindre utvalg deltakere i riktig aldersgruppe. Under testene ble de bedt om å utføre konkrete oppgaver, som for eksempel: «*Naviger fra forsiden til en artistside*» eller «*Finn og bruk kontaktskjemaet*». Oppgavene var utformet for å dekke sentrale bruksområder, og deltakerne ble oppmuntrert til å tenke høyt og dele sine umiddelbare inntrykk underveis.

Etter brukeroppgavene gjennomførte vi korte, uformelle intervjuer for å utdype observasjonene. Tilbakemeldingene ble analysert, og vi registrerte både kvalitative innspill og kvantitative data (mer om dette i kapittel 3.5.5 Dataregistrering). Testene ga verdifull innsikt som dannet grunnlag for målrettede forbedringer av løsningen før overlevering.

## 2.5 Bruk av verktøy

I løpet av prosjektet benyttet vi en rekke digitale verktøy som støttet både planlegging, design og utvikling. Valgene ble gjort med utgangspunkt i prosjektets behov for smidighet, visuell kvalitet og bærekraftig vedlikehold. Verktøyene bidro til effektiv oppgaveløsning, godt samarbeid i teamet og en iterativ prosess som lot oss validere og forbedre løsningen fortløpende. I dette avsnittet beskriver vi hvordan vi brukte Trello, Figma og Wix Studio i praksis.

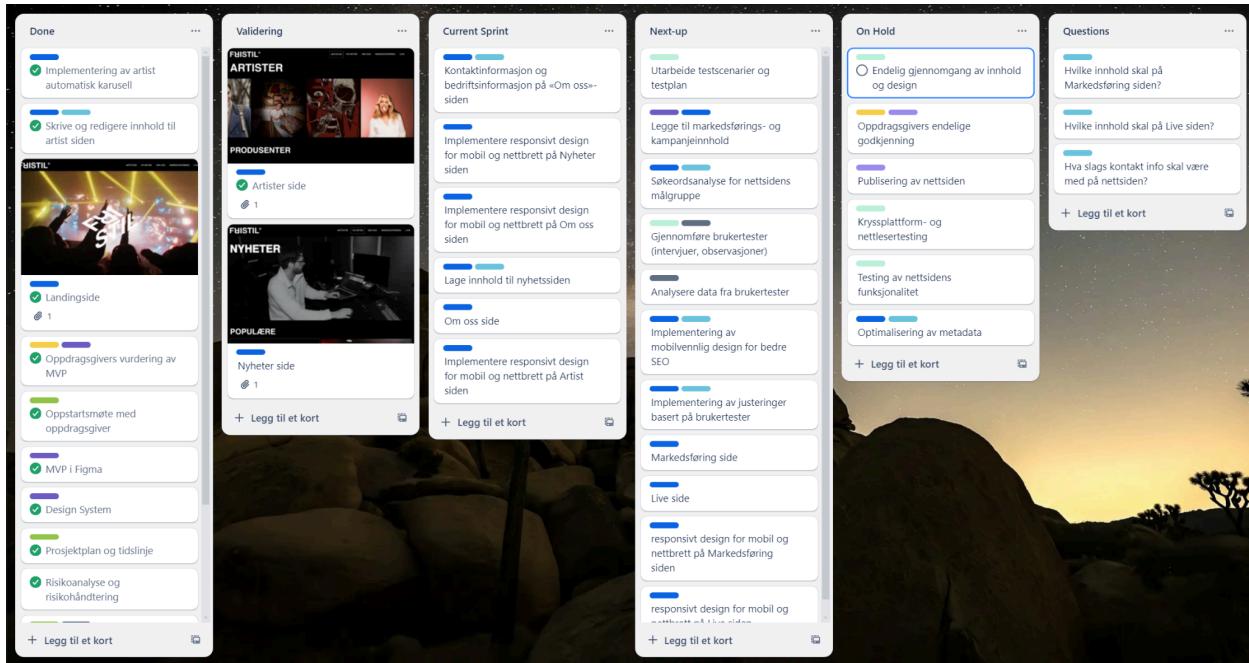
### 2.5.1 Kanban-tavle (Trello)

Vi benyttet Trello som vårt digitale Kanban-verktøy for å organisere oppgaver og sikre oversikt over fremdriften. Tavlen ble strukturert i kolonner som representerte ulike faser i arbeidsflyten, blant annet *Backlog*, *Neste steg*, *Pågående*, *Validering (av oppdragsgiver)*, *Fullført* og *På vent*. Hver oppgave ble registrert som et kort og flyttet mellom kolonnene i takt med prosesjonen.

Denne visuelle og fleksible løsningen ga teamet god oversikt over status, prioriteringer og avhengigheter. Det ble enklere å identifisere flaskehalsar og justere innsatsen der det trengtes. Vi benyttet funksjoner som etiketter, sjekklistar og frister for å spesifisere oppgavetyper (f.eks. design eller utvikling), dele opp større oppgaver og knytte dem til milepæler.

En stor fordel med Trello var måten det styrket samarbeidet vårt på, både internt og eksternt med oppdragsgiver. Hele teamet og oppdragsgiveren hadde tilgang til tavlen og kunne følge utviklingen i sanntid. Dette skapte tillit og åpenhet, og reduserte behovet for separate statusrapporter. I stedet for e-poster og manuell oppfølging, kunne alle enkelt sjekke Trello for å få oversikt. Plattformen krevde minimal opplæring og passet godt til vårt ønske om å bruke tiden på faktisk design og utvikling, i tråd med prosjektets

delmål om effektivitet og smidig arbeidsflyt.



(Figur 4 “Trello-Kanban”)

## 2.5.2 Figma

Figma ble benyttet som verktøy for design av prototypen. Med hjelp av verktøyets støtte for sanntidssamarbeid kunne teammedlemmer jobbe parallelt på samme filer, noe som muliggjorde en effektiv og tverrfaglig arbeidsflyt.

Tilbakemeldinger fra oppdragsgiver og funn fra intern testing ble løpende integrert i designet, og Figma gjorde det mulig å gjennomføre raske justeringer og umiddelbart vurdere effekten på helheten. Denne fleksibiliteten bidro til en iterativ prosess med kontinuerlig forbedring og minimerte risikoen for omfattende designendringer i senere faser.

Bruken av Figma var avgjørende for å oppnå en helhetlig og visuelt gjennomarbeidet løsning innenfor prosjektets tids- og ressursrammer. Verktøyet støttet dermed både målet om et profesjonelt visuelt uttrykk og delmålet om en smidig og effektiv designprosess.

### 2.5.3 Wix Studio

Til utvikling og publisering av den endelige nettsiden valgte vi å bruke Wix Studio. Dette er en web-byggerplattform som lar oss designe og implementere nettsider gjennom et visuelt grensesnitt, kombinert med mulighet for tilpasning via kode ved behov. Valget av Wix ble gjort i dialog med oppdragsgiver, og var strategisk begrunnet ut fra ønsket om å overlevere en løsning som både er teknisk robust og enkel for Fristil Records å vedlikeholde selv i fremtiden. Et viktig kriterium var nemlig at oppdragsgiver skulle kunne oppdatere innhold f.eks. legge til nye artister og justere enkle ting på nettsiden uten å være avhengig av utviklere.

Plattformen har et brukervennlig dra og slipp-grensesnitt for redigering av sider, slik at personer uten teknisk bakgrunn lett kan gjøre endringer. Samtidig fikk vi som utviklere de verktøyene vi trengte for å lage en profesjonell nettside. Blant funksjonalitetene vi hadde særlig nytte av, var:

- Responsivt design:  
Løsningen vi bygget ble automatisk tilpasset forskjellige skjermstørrelser (mobil, nettbrett, desktop) uten at vi trengte å kode dette fra bunnen av. Gitt at målgruppen i stor grad bruker mobil, var dette avgjørende.

- Designfleksibilitet:

Plattformen tilbyr en visuell editor med maler og elementer, men vi kunne også starte fra blank side og designe fritt. Vi fikk dermed tilpasset layout og stil helt etter våre ønsker, slik at nettsiden ble unik og reflekterte Fristil Records profil. Avanserte layoutelementer kunne implementeres uten tung koding.

- Høppig publisering:

Endringer på nettstedet kunne publiseres fortløpende med et enkelt klikk, noe som passet godt til vår iterative arbeidsflyt. Denne tilnærmingen muliggjorde raske justeringer og umiddelbar distribusjon til en testserver.

Wix Studio ga oss dermed verktøyene vi trengte for å utvikle en nettside som kombinerte visuelt sær preg med funksjonell kvalitet, innenfor en kort tidsramme. Samtidig står Fristil Records igjen med en løsning de selv kan drifte og videreutvikle, uten store kostnader. Plattformvalget støttet derfor både prosjektets mål om bærekraftig leveranse og ønsket om en effektiv utviklingsprosess.

#### **2.5.4 Avklaring om React og valg av Wix Studio**

I prosjektets planleggingsfase vurderte vi *React* som et mulig utviklingsrammeverk. Dette ble også reflektert i risikoplanen (se vedlegg “*Risikoplan*”). *React* er et kraftig verktøy som gir høy kontroll og fleksibilitet, men medfører også større krav til teknisk kompetanse, strukturert koding og tidkrevende testing. Det ble raskt tydelig at en *React*-baseret løsning ville være vanskeligere for oppdragsgiveren å vedlikeholde uten utviklerkompetanse.

Etter å ha veid fordeler og ulemper opp mot prosjektets rammer og oppdragsgiveres behov, besluttet vi derfor å benytte Wix Studio. Dette støttet både målet om rask og visuell utvikling, og det langsiktige behovet for vedlikeholdbarhet. Valget bidro samtidig til å redusere risiko knyttet til begrenset erfaring med React i prosjektgruppen.

Ved å velge Wix fremfor React kunne vi holde fokus på brukeropplevelse, designkvalitet og testing, uten å bruke unødig tid på teknisk infrastruktur. Plattformvalget fungerte dermed som et strategisk virkemiddel for å sikre effektiv utvikling, god brukervennlighet og en bærekraftig løsning for Fristil på sikt.

### 3 Analyse og utforming

I dette kapittelet redegjør vi for hvordan innsikt fra brukere og oppdragsgiver ble omsatt til konkrete design- og utviklingsvalg. Vi formulerer prosjektets hypotese, beskriver kravene til løsningen, begrunner metodevalgene, og viser hvordan funn fra innsiktsarbeidet påvirket utforming og testing. Avslutningsvis drøfter vi resultatene og skisserer muligheter for videre utvikling.

#### 3.1 Hypotese for MVP-testing

I tråd med Lean UX-metodikken har prosjektgruppen arbeidet hypotesedrevet, med mål om å skape målbare endringer fremfor å levere ferdige funksjoner eller spesifikasjoner. Der tradisjonelle UX-prosjekter ofte tar utgangspunkt i definerte krav og leveranser, tar Lean UX utgangspunkt i antakelser som formuleres som testbare hypoteser. Som beskrevet av Gothelf og Seiden (2013, s. 17), innebærer Lean UX en grunnleggende endring i tilnærmingen til designprosjekter, fra å fokusere på krav og leveranser til å utvikle og teste hypoteser basert på antakelser, med mål om å oppnå konkrete og målbare resultater.

*«Hvis nettsiden presenterer Fristil Records gjennom et visuelt konsistent og mobiloptimalisert design med tydelig navigasjon og integrasjon av kjente plattformer som Spotify og Instagram, vil målgruppen oppfatte selskapet som profesjonelt, og være mer tilbøyelige til å utforske innholdet og returnere til nettsiden.»*

Hypotesen bygger på innsikt fra spørreundersøkelsen og teori om ungdommers digitale vaner (Söderström et al., 2019, s. 93–94; Farrell, 2024, s. 34.), og reflekterer prosjektets delmål om å utvikle en engasjerende, brukervennlig og visuelt målgruppetilpasset løsning.

### **3.2 Krav til løsningen fra oppdragsgiver**

Selv om Lean UX vektlegger hypotesedrevet utvikling fremfor detaljerte kravspesifikasjoner, valgte vi å inkludere overordnede og funksjonelle krav definert av oppdragsgiver. Dette bidro til å sikre at løsningen svarte på strategiske behov og forretningsmål, samtidig som hypotesen og brukerinnsikt fikk styre den konkrete utformingen og prioriteringene underveis i prosessen.

Som nevnt i kapittel 1.4 har Fristil Records som overordnet mål å styrke sin digitale tilstedeværelse og profesjonelle identitet gjennom en ny, moderne nettside. Nettsiden skal fungere som et digitalt *showcase*, ikke som en del av selskapets salgstrakt og dermed ha hovedfokus på å presentere selskapets artister, tjenester og merkevarer på en engasjerende og visuelt tiltalende måte. Oppdragsgiveren har vært tydelig på at nettsiden skal bidra til å posisjonere selskapet som en seriøs aktør innen russ- og musikkbransjen, med særlig appell til vår definerte målgruppe. Samtidig må den formidle den kreative og energiske profilen som Fristil representerer.

Videre stilles det konkrete krav til brukeropplevelse og teknisk kvalitet. Nettsiden må ha rask lastetid, være fullt responsiv på tvers av enheter (mobil, nettrett og desktop), og tilby en intuitiv og enkel navigasjonsstruktur. Det er også ønskelig at løsningen legger til rette for fremtidig vekst og oppdatering, for eksempel ved at nye artister enkelt kan legges til. Løsningen skal i tillegg være i tråd med Fristil Records strategiske mål og bidra til å styrke selskapets omdømme blant både artister, samarbeidspartnere og sluttbrukere. Nettsiden skal ikke fungere som en kommersiell kanal for booking eller salg, men som en digital plattform som bygger tillit, synlighet og engasjement rundt merkevaren Fristil.

### **3.3 Begrunnelse for metodevalg**

Allerede i planleggingsfasen identifiserte vi behovet for en metodikk som kunne forene design og utvikling på en effektiv måte, i tråd med prosjektets mål (kap. 1). Valget falt på Lean UX kombinert med Kanban fordi denne kombinasjonen adresserer utfordringen med integrasjon mellom design og teknologi, samtidig som den gir oss den smidigheten vi trengte. Lean UX ble valgt da metoden er spesifikt utviklet for å kombinere smidig utvikling og design, og den hjelper team å fokusere på brukeren gjennom hele prosessen (Nordbø, 2022, s. 88). Kanban valgte vi for å forenkle prioritering av oppgaver og opprettholde en god oversikt over fremdrift; Kanban-tavlen ga både teamet og oppdragsgiveren en visuell, oppdatert status på alle oppgaver til enhver tid. Nedenfor utdypes fordeler og utfordringer ved disse metodevalgene, samt en drøfting av alternative metodikker vi vurderte.

#### **3.3.1 Fordeler ved metodevalg**

Lean UX og Kanban ga flere fordeler for prosjektgjennomføringen. Lean UX er en svært samarbeidsorientert metodikk som legger til rette for tverrfaglig arbeid og minimal dokumentasjon. Teamet kunne fokusere på å utvikle løsningen framfor å produsere omfattende kravspesifikasjoner, vi laget kun det som direkte bidro til læring og progresjon (Goethelf & Seiden, 2013, s. 4). Ved å involvere både designere, utviklere og oppdragsgiver tett i prosessen fikk vi et helhetlig perspektiv og bedre balanse mellom brukerbehov og forretningsmål.

I et prosjekt hvor både designmessige og kommersielle hensyn var viktige, bidro dette til mer gjennomtenkte beslutninger. Lean UX oppmuntrer også til å lansere tidlige prototyper og hente inn reell brukerinnsikt så snart som mulig. Rogers et al. (2023,

s. 497) påpeker at tidlig innsikt fra brukere danner grunnlag for raskere og mer målrettede iterasjoner. For oss betyddet dette at vi tidlig kunne validere konseptet mot målgruppen og justere kursen deretter, i stedet for å jobbe i blinde over lang tid.

Kanban-metodikken ga oss en kontinuerlig og transparent oppfølging av arbeidsoppgavene. En oppdatert Kanban-tavle gjorde det enkelt å se hva som til enhver tid pågikk, noe som forbedret kommunikasjonen i teamet. Det var også lettere å fordele belastningen jevnt og unngå at enkeltpersoner eller oppgaver ble sittende fast. Totalt sett opplevde vi at kombinasjonen av Lean UX og Kanban ga oss den nødvendige strukturen og fleksibiliteten for å levere en løsning i tråd med prosjektets mål.

### **3.3.2 Utfordringer ved metodevalg**

Selv om Lean UX og Kanban i stor grad fungerte godt for oss, støtte vi også på noen utfordringer underveis. Ingen metode er uten svakheter. En sentral utfordring med Lean UX er kravet om tett og kontinuerlig samarbeid mellom alle involverte, spesielt mellom teamet og oppdragsgiveren. I tradisjonelle prosjekter er det vanlig at kunden ”kaster prosjektet over gjerdet” til utviklingsteamet og først ser resultater ved ferdig levering.

Lean UX står i kontrast til dette ved å forvente kontinuerlig dialog og hyppig tilbakemelding. Gothelf og Seiden (2013) peker på at dette kan være utfordrende, særlig i større organisasjoner eller byråer hvor etablerte prosesser fremmer siloarbeid og leveransefokus fremfor samarbeid på tvers. De beskriver problemstillingen slik;

“Lean UX relies on cross-disciplinary collaboration. This can be difficult in big agencies, where process and ‘project phases’ encourage deliverables and departmental silos. Perhaps the most challenging obstacle is the client’s expectation to ‘throw it over the wall’ to the agency, then see the results when they’re ready” (Gothelf & Seiden, 2013, s. 117).

I vårt prosjekt erfarte vi denne utfordringen i praksis. Fristil Records var positivt innstilt til samarbeid, men hadde ikke alltid kapasitet til å delta aktivt i alle faser av utviklingsprosessen. Dette medførte at vi til tider måtte ta designbeslutninger uten umiddelbar tilbakemelding, noe som økte risikoen for feil eller misforståelser. For å redusere denne risikoen etablerte vi korte, hyppige innsjekksmøter og delte oppdaterte prototyper underveis, slik at oppdragsgiver kunne gi tilbakemelding og bekrefte at utviklingen gikk i riktig retning. Vi kommuniserte også tydelig at løsningen ikke ville være en endelig fasit, men et første steg i en videre utviklingsprosess. Det var avgjørende å kommunisere tydelig hvilken rolle løsningen skulle spille i den videre utviklingen, for å skape forståelse og aksept for Lean UX-prinsippet om kontinuerlig forbedring.

Lean UX stiller høye krav til intern disiplin i teamet. Når dokumentasjonen holdes på et minimum og beslutninger tas fortløpende, blir det avgjørende med god kommunikasjon og en felles forståelse for prosjektets mål og prioriteringer. I en travle periode erfarte vi at manglende logging av beslutninger førte til usikkerhet og behov for avklaringer. Som respons etablerte vi rutiner for å oppsummere viktige endringer etter hver arbeidsøkt.

Tilsvarende stilte Kanban-tavlen krav til kontinuerlig oppdatering for å gi et reelt bilde av prosjektets fremdrift. Vi erfarte at det var nødvendig med tydelig ansvar for å sikre at oppgavekort faktisk ble flyttet når status endret seg, ellers mistet verktøyet sin funksjon som styringsverktøy.

Til tross for disse utfordringene, vurderer vi at kombinasjonen av Lean UX og Kanban ga oss en metodisk ramme som støttet både fleksibilitet og fremdrift, forutsatt at den ble tilpasset teamets arbeidsmåte og oppdragsgiverens tilgjengelighet.

### 3.4 Design valg basert på innsikt

I arbeidet med å utvikle nettsiden for Fristil Records har vi basert designbeslutningene våre på en kombinasjon av innsikt fra oppdragsgiver og tilbakemeldinger fra målgruppen. Samling av kvantitative data fra spørreundersøkelsen, ga oss klar innsikt i hvilke designpreferanser, innholdstyper og navigasjonsmønstre som oppleves som mest relevante for unge brukere i vår målgruppe.

Resultatene fra undersøkelsen viste at brukerne vektla spesielt disse faktorer:

- Et profesjonelt og moderne design
- Et mørkt og minimalistisk design
- En kjent stil gjennom hele nettsiden
- Foretrekker bruk av meny og tydelige kategorier for å finne informasjon
- En intuitiv brukeropplevelse
- En mobilvennlig struktur

Mange respondenter uttrykte ønske om et rent og oversiktlig grensesnitt, med tydelige kategorier og rask tilgang til innhold som artistprofiler, Spotify-integrasjoner (f.eks. spillelister) og kontaktinformasjon. Dette samsvarer også med oppdragsgiverens krav om at nettsiden skal fungere som et digitalt showcase, ikke en del av en salgstrakt og samtidig støtte Fristil Records sin merkevarebygging overfor både samarbeidspartnere og brukere.

Disse funnene påvirket designvalgene våre direkte. Med utgangspunkt i brukernes preferanser og kravspesifikasjonen fra oppdragsgiver valgte vi å utvikle en løsning med et mørkt, minimalistisk, med neonaksenter og visuelt gjennomført uttrykk. Layouten ble holdt ryddig, og innholdet er strukturert i fem hovedseksjoner. En slik struktur sikrer at

brukerne raskt finner frem til relevant informasjon, noe som også underbygger brukervennligheten. Samtidig har vi integrert kreative visuelle elementer som fremhever selskapets unike identitet, uten å svekke det oversiktlige grensesnittet. Eksempler på dette inkluderer store bilder av albumcovere og bakgrunnsvideoer som gir en dynamisk og engasjerende brukeropplevelse. Dette samsvarer med Goree et al. (2021, s. 12) sin bekymring for at visuell ensretting på nettet kan begrense fremtidige designers mulighet, og dermed hemme både kreativitet og innovasjon i webdesign.

I den tekniske utformingen av løsningen la vi vekt på rask ytelse og full responsivitet. For eksempel optimaliserte vi bildestørrelser og benyttet Wix Studio sine innebygde verktøy for mobiltilpasning, slik at besøkende laster raskt på ulike enheter. Dette er viktig for målgruppen og stemmer overens med nyere forskning som fremhever ytelse og mobiloptimalisering som suksessfaktorer (Farrell, 2024, s. 34).

Etter designfasen ble en fungerende MVP (Minimum Viable Product) implementert i Wix for å kunne teste faktisk bruk så raskt som mulig. Denne tilnærmingen følger Lean UX-modellens prinsipp om å hente inn kontinuerlig brukerinnnsikt framfor å utsette testing til etter fullført utvikling. Som Gothelf og Seiden (2013, s. 6) understreker;

*“The assumption in Lean UX is that the initial product designs will be wrong, so the goal should be to find out what’s wrong with them as soon as possible.”*

Før endelig lansering planla vi derfor en brukertest med representanter fra målgruppen for å validere at designet fungerte i praksis. Brukertestingen skulle gi oss ytterligere tilbakemeldinger og avdekke eventuelle svakheter ved løsningen som ikke ble fanget opp tidligere i prosessen.

### 3.5 Testmetode

Brukertestene ble gjennomført i et kontrollert miljø for å sikre pålitelighet i resultatene. Vi rekrutterte fire testdeltakere fra Fristils definerte målgruppe via nettverk og sosiale medier.

Selve testgjennomføringen fant sted på Fristil Records kontor, hvor vi hadde tilgang til stabilt internett og relevant utstyr. Hver deltaker gjennomførte testen individuelt. For å sikre innsikt i både desktop- og mobilopplevelsen, gjennomførte testdeltaker 1 og 2 brukertestene på en bærbar PC med oppdatert nettleser (Google Chrome), mens testdeltaker 3 og 4 benyttet mobiltelefoner med tilgang til en forhåndsvisning av nettsiden.

Brukertestene hadde som hovedformål å validere prosjektets sentrale hypotese, og gi innsikt i hvordan målgruppen oppfatter løsningen med hensyn til brukervennlighet, visuell appell og troverdighet. Vi undersøkte blant annet om integrasjonen av Spotify og et visuelt konsistent grensesnitt bidro til økt engasjement og interesse for innholdet, slik hypotesen forutsatte.

Teknisk forberedelse var viktig. I forkant av testene sikret vi at alt utstyr fungerte optimalt, vi testet internettforbindelsen, sørget for at nettleser og Wix-nettsiden var oppdatert, og at ingen kjente feil ville forstyrre testen. Slik kvalitetssikring minimerte risikoen for tekniske problemer og gjorde at vi kunne gjennomføre hver økt under like forhold.

### 3.5.1 Rollefordeling

Brukertesten ble hovedsakelig ledet av testlederen, som hadde ansvar for gjennomføringen, leste oppgavene og stilte oppfølgingsspørsmål underveis. Samtidig observerte og dokumenterte observatørene deltakernes handlinger, samt identifiserte eventuelle utfordringer de støtte på (Toftøy-Andersen & Wold, 2021, s. 43).

Roller	Ansvar
Testleder	Fører dialogen med testpersonen, leser testoppgavene, og bidrar til at testpersonen har en klar forståelse av oppgavene.
Observatør	Observatørene følger med på testpersonens gjennomføring av oppgavene og generell brukeratferd. Observasjoner og funn blir notert fortløpende.
Testperson	Gjennomfører oppgavene og gir tilbakemeldinger.

(Figur 5 “Tabell av rollefordeling under brukertest”)

### 3.5.2 Innledende monolog

Før brukertesting startet, tok vi en innledende monolog for å skape en trygg og komfortabel atmosfære for testdeltakerne. Våre deltakere var unge og vi var bevisste på at enkelte kunne føle seg sjenerete eller usikre, spesielt hvis de ikke hadde deltatt i en slik test tidligere. Derfor la vi vekt på en uformell og vennlig tone, der vi forklarte testens formål på en enkel og avslappet måte. Vi understreket at det ikke var brukerne som ble testet, men nettsiden, og at alle tilbakemeldinger, både positive og negative, var verdifulle. Videre oppmuntrte vi til ærlige tilbakemeldinger og stilte åpne spørsmål for å gjøre dem mer engasjerte. Målet var å senke terskelen for deltagelse og sikre at testpersonene følte seg trygge på å dele sine tanker og opplevelser underveis. (Se vedlegg *“Brukertestplan for Fristil Records sin nettside” for detaljer*)

### 3.5.3 Brukeroppgaver

I vedlegget *“Brukertestplan for Fristil Records sin nettside”* finnes en oversikt over oppgavene som ble brukt for å evaluere løsningen. Etter å ha definert testens formål, identifiserte vi nøkkelfunksjonalitetene som burde testes. Gjennom en idemyldring utviklet vi en liste over mulige oppgaver, som deretter ble prioritert for å sikre at de viktigste aspektene ved brukeropplevelsen ble undersøkt.

Målet var å teste de mest kritiske oppgavene for å vurdere brukergrensesnittets effektivitet og intuitivitet. Basert på dette utformet vi en rekke konkrete oppgaver som dekket hovedfunksjonene i nettsiden, inkludert navigasjon, interaksjon med innhold og tilgjengelighet på ulike enheter. Oppgavene besto av både lukkede og mer åpne spørsmål, noe som ga en balansert tilnærming til evalueringen og sikret innsikt i både spesifikke funksjoner og den generelle brukeropplevelsen.

### 3.5.4 Avsluttende intervju

Etter gjennomført brukertest gjennomførte vi et avsluttende intervju for å samle inn verdifulle tilbakemeldinger fra deltakerne. Formålet med dette intervjuet var å få innsikt i deres opplevelse av testen, hvilke oppgaver de opplevde som enkle eller utfordrende, samt hvilke forbedringer de mente kunne gjøre nettsiden mer brukervennlig.

Ved å stille åpne spørsmål om navigasjon, innhold og interaktivitet, fikk vi en dypere forståelse av hvordan nettsiden fungerer i praksis og hvilke områder som kunne optimaliseres. Spesielt la vi vekt på konkrete forslag til forbedringer, slik at vi kunne identifisere tiltak som direkte påvirker brukeropplevelsen positivt.

Slike kvalitative tilbakemeldinger gir viktig innsikt som ikke nødvendigvis kan fanges opp gjennom kvantitative målinger alene (Toftøy-Andersen & Wold, 2021, s. 69). Dette intervjuet var derfor avgjørende for å sikre at nettsiden møter målgruppens behov og forventninger på best mulig måte. (*Se vedlegg “Brukertestplan for Fristil Records sin nettside” for detaljer*)

### 3.5.5 Dataregistrering (brukertesting)

Under brukertesting samlet vi både kvantitative og kvalitative data for å få et helhetlig bilde av brukeropplevelsen på nettsiden. Denne kombinerte tilnærmingen gjorde det mulig å evaluere løsningen både målbart og opplevelsесbasert, i tråd med anbefalingene til Nordbø (2017, s. 99 - 100).

Den kvantitative dataen bestod av målbare parametere som tidsbruk på oppgaver, antall klikk for å finne informasjon, fullføringsrate og feilrate. Slike objektive data gjorde

det mulig å analysere hvor effektiv og intuitiv nettsiden var, og avdekket områder hvor brukerreisen kunne optimaliseres. Målingene ga presise og sammenlignbare resultater, som ble brukt til å identifisere trender og forbedringsområder i grensesnittet.

Parallelt registrerte vi kvalitative data gjennom observasjoner, samtaler og åpne spørsmål under og etter testene. Her la vi vekt på deltakernes verbale refleksjoner, kroppsspråk og kommentarer om hva de opplevde som enkelt, utfordrende eller forvirrende. Denne typen data ga oss verdifull innsikt i brukernes mentale modeller og oppfatninger, som tall alene ikke kunne avdekke.

Ved å kombinere kvantitative og kvalitative metoder fikk vi et nyansert og dyptgående grunnlag for evaluering av nettsiden. Dette styrket beslutningsgrunnlaget for videre forbedringer, og sikret at optimaliseringen tok hensyn til både effektivitet og brukeropplevelse.

### **3.6 Oppsummering av funn og anbefalinger**

Brukertesten avdekket flere relevante funn for å forbedre nettsiden. Generelt opplevde deltakerne løsningen som visuelt tiltalende og moderne, i tråd med innsikten fra spørreundersøkelsen. Navigasjonsstrukturen ble i hovedsak forstått intuitivt, og hovedseksjonene ble lett funnet. Dette tyder på at informasjonen er logisk organisert for førstegangsbrukere.

Testen ble også benyttet til å validere hypotesen vår om at et visuelt konsistent og mobiloptimalisert design med tydelig navigasjon og integrasjon av kjente plattformer ville gi målgruppen et profesjonelt inntrykk og øke sannsynligheten for videre utforskning og gjenbesøk. Resultatene støtter i stor grad denne antakelsen; Brukerne

ga uttrykk for at løsningen fremsto troverdig og appellerende, og flere deltagere navigerte aktivt rundt på siden etter å ha løst testoppgavene.

Samtidig ble det identifisert konkrete forbedringspunkter. Flere testpersoner brukte tid på å finne kontaktinformasjonen, noe som tyder på at denne enten er visuelt underprioritert eller suboptimalt plassert i strukturen. Det anbefales derfor å flytte kontaktskjemaet høyere opp på relevante sider, inkludere det i hovedmenyen, samt vurdere en sticky kontaktnapp på mobil og kontaktinfo i "footeren".

Videre uttrykte testpersonene et tydelig ønske om å kunne klikke seg videre til artistenes Spotify- eller sosiale medieprofiler. Den manglende interaktiviteten i artistseksjonen reduserte opplevd verdi og engasjement. Det anbefales derfor å gjøre denne seksjonen mer interaktiv ved å legge til klikkbare knapper eller ikoner til Spotify, Instagram og eventuelt TikTok.

(Se vedlegg “Resultater fra brukertest” og “Observasjoner, tolkninger og anbefalinger” for detaljer.)

### 3.7 Drøfting

I denne drøftingen vurderer vi også alternative metodiske og tekniske løsninger, og hvordan disse kunne påvirket resultatet. Resultatene fra analysen og brukertestene viser at vår metodiske tilnærming med tidlig kvantitativ kartlegging fulgt av kvalitativ testing, har vært effektiv for å utvikle en løsning som balanserer brukerbehov og forretningsmål. Spørreundersøkelsen ga et verdifullt beslutningsgrunnlag for informerte designvalg, mens brukertestene bekreftet hypotesene våre og avdekket mer detaljerte innsikter.

Designmessig valgte vi en minimalistisk visuell stil basert på tilbakemeldinger fra målgruppen og oppdragsgiver. Selv om forskning antyder at unge ofte foretrekker maksimalistiske og visuelle uttrykk (Söderström et al., 2019, s. 93–95), viste våre funn at brukervennlighet og oversiktighet ble vurdert som viktigere. Løsningen vår forsøker å balansere estetikk og funksjonalitet, og fremstår original og intuitiv uten å miste det profesjonelle preget.

Metodisk fungerte Lean UX svært godt i dette prosjektet, spesielt med tanke på raske iterasjoner og løpende brukerinvolvering. Selv om metoden forutsetter tett samarbeid med oppdragsgiver, erfarte vi at hyppige innsjekksmøter og deling av prototyper bidro til effektiv koordinering og felles forståelse. Kanban-systemet støttet flyten og hjalp oss å holde oversikt over oppgaver og prioriteringer underveis.

Vi vurderte også alternative løsninger, både metodisk og teknisk, før vi landet på Lean UX og Wix Studio. Tradisjonelle fossefallmetoder ble vurdert, men forkastet da de ikke tilbød fleksibiliteten og iterative arbeidsflyten som prosjektet krevde. Scrum ble også vurdert, men vi anså det som for rigid og krevende for en studentgruppe uten faste roller og dedikert Product Owner. På teknisk side vurderte vi plattformer som WordPress og Squarespace, men valgte Wix Studio fordi det kombinerte høy designfrihet med lav teknisk terskel for oppdragsgiver, som selv ønsket å kunne vedlikeholde løsningen videre.

Oppsummert viser evalueringen at nettsiden i stor grad oppfyller prosjektets mål om å være både engasjerende og funksjonell. Brukerfeedback har vært overveiende positiv, og identifiserte forbedringspunkter som ble adressert før lansering. I tillegg støtter funnene i stor grad prosjektets sentrale hypotese. I et langsiktig perspektiv vil det være nyttig å følge med på hvordan løsningen presterer over tid, og evaluere effekten på Fristils digitale tilstedeværelse. Prosessen viser hvordan en datadrevet, brukersentrert

metodikk kombinert med tilpasningsdyktige verktøy kan gi gode resultater, også med overføringsverdi til lignende prosjekter innen kultur- og underholdningsbransjen.

### 3.7.1 Videre arbeid

Selv om den utviklede nettsiden oppfyller kravene og har blitt positivt mottatt i testing, finnes det flere muligheter for videre arbeid som kan løfte løsningen ytterligere. For det første kunne det vært gjennomført en mer omfattende A/B-test eller kvantitativ analyse av brukeratferd etter lansering, for eksempel ved å ta i bruk analyseverktøy for å se hvilke deler av nettsiden som engasjerer mest over tid. Dette kunne gi mer pålitelig innsikt i faktiske bruksmønstre, og avdekket om designvalgene fungerer godt i praksis når nettstedet brukes av en større og mer variert brukergruppe.

For det andre er det rom for å utvide funksjonaliteten gradvis i tråd med oppdragsgivers framtidige behov, for eksempel ved å implementere en dynamisk *kalender for live-arrangementer* eller integrere flere sosiale medier for å øke brukerinvolveringen. Ethvert slikt tilskudd bør utvikles iterativt og testes med brukere, i tråd med prinsippene vi har fulgt i prosjektet.

Til sist vil det være viktig å følge med på tilbakemeldinger som dukker opp når nettsiden tas i bruk i større skala. Brukerpreferanser og teknologitrender endrer seg over tid, spesielt i en ung målgruppe. Vi anbefaler derfor at Fristil Records fortsetter med jevnlige brukerundersøkelser, innhenter statistikk om bruken av nettsiden, og foretar justeringer ved behov. Slik kontinuerlig forbedring vil sikre at løsningen forblir relevant, engasjerende og effektiv som selskapets digitale ansikt utad.

## 4. Løsning

I dette kapittelet presenteres den endelige løsningen utviklet for Fristil Records AS, med utgangspunkt i prosjektets overordnede mål som nevnt tidligere.

Nettsiden er utviklet med særlig vekt på brukervennlighet, responsivitet og visuelt uttrykk tilpasset Fristils målgruppe. Denne målgruppen stiller høye krav til både form og funksjon, og forventer en sømløs brukeropplevelse på tvers av plattformer og enheter. Derfor er det lagt stor vekt på å balansere moderne designprinsipper med rask lastetid, responsivitet, enkel navigasjon og høy grad av interaktivitet.

Løsningsutviklingen har fulgt en iterativ prosess med validering, testing og forbedring. Dette innebærer at innsikt fra både målgruppen og oppdragsgiveren har blitt løpende integrert i utviklingsløpet. Spørreundersøkelsen og kvalitative intervjuer har gitt verdifull informasjon om behov og preferanser, mens brukertesting har bidratt med tilbakemeldinger til den iterative designprosessen.

Nettsiden er strukturert i fem hovedseksjoner som speiler Fristils merkevare og tjenester. Hver seksjon er utformet med tanke på å kommunisere tydelig, inspirere tillit og styrke Fristils posisjon som en nytenkende aktør i den norske musikk- og bookingbransjen.

Videre i kapittelet presenteres den tekniske løsningen og den overordnede innholdsstrukturen, samt innsikten fra brukertesting og hvordan denne har påvirket utforming. Til slutt beskrives hvordan løsningen er forankret i Fristils interne arbeidsrutiner, slik at nettsiden kan vedlikeholdes og videreutvikles også etter prosjektets avslutning.

#### 4.1 Teknisk løsning

Den tekniske løsningen er utviklet med mål om å kombinere brukervennlighet, estetisk kvalitet og lav terskel for fremtidig vedlikehold. Arbeidet startet med utvikling av en høyoppløselig prototype i Figma, som dannet grunnlaget for implementeringen i Wix Studio. Plattformvalget ble gjort i samråd med oppdragsgiver og baserte seg på ønsket om en fleksibel og fremtidsrettet løsning som Fristil Records selv kunne forvalte uten behov for teknisk kompetanse.

Wix Studio ble valgt som utviklingsverktøy på grunn av dets visuelle redigeringsgrensesnitt, støtte for responsivt design og mulighet for tilpasning gjennom kode ved behov. Dette ga prosjektgruppen rom for å realisere det visuelle konseptet i tråd med målgruppens preferanser, samtidig som løsningen forble intuitiv og enkel å administrere for oppdragsgiver.

Ytelsen ble vurdert som et sentralt kvalitetskriterium, spesielt med tanke på målgruppens bruksmønster. I tillegg ble tredjepartsinnhold som Spotify-widgeter evaluert og justert for å sikre at integrasjonene ikke drastisk reduserte lastetid eller brukeropplevelse.

For å sikre at nettsiden er tilgjengelig og følger universell utforming, ble det lagt vekt på sentrale prinsipper i henhold til WCAG 2.1-retningslinjene. Dette inkluderte tiltak som god kontrast mellom tekst og bakgrunn (suksesskriterium 1.4.3), tydelig og lesbar typografi (1.4.4), semantisk oppbygging av innholdet (1.3.1), samt enkel og intuitiv navigasjon (2.4.5) (World Wide Web Consortium [W3C], 2018). Disse tiltakene ble implementert i best mulig grad innenfor plattformens tekniske begrensninger.

WCAG 2.1 er bygget opp av fire overordnede prinsipper: mulig å oppfatte, mulig å betjene, forståelig og robust. Disse prinsippene støttes av 13 retningslinjer og 78

testbare suksesskriterier, som gir en strukturert tilnærming til universell utforming av nettinnhold.

Ved å følge disse retningslinjene, bidrar nettstedet til å gjøre innholdet mer tilgjengelig for alle brukere, inkludert personer med nedsatt funksjonsevne. Dette er i tråd med internasjonale standarder og norske krav til universell utforming av IKT-løsninger. (Digitaliseringsdirektoratet, u.å.).

Avslutningsvis ble det utarbeidet en intern redaktørveiledning og gitt opplæring til en utpekt person hos Fristil Records. Dette sikrer at nettsiden enkelt kan oppdateres, for eksempel ved å legge til nye artister, oppdatere innhold eller publisere nyheter, uten behov for ekstern bistand.

## **4.2 Innhold og informasjonsarkitektur**

Nettsiden for Fristil Records er strukturert rundt fem hovedseksjoner, definert i tett samarbeid med oppdragsgiver og tilpasset selskapets kjernevirksomhet. Hensikten har vært å etablere en oversiktig og informativ struktur som raskt formidler hvem Fristil er og hva de tilbyr, uten å overbelaste brukeren med informasjon. Dette samsvarer med anbefalinger om å unngå overflod av visuelle og tekstlige elementer som kan skape distraksjon og redusere brukerens evne til å fokusere på det mest relevante (Rogers et al., 2023, s. 110).

Hjem-siden fungerer som nettstedets visuelle inngangsport og etablerer umiddelbart et førsteinntrykk av Fristils identitet. Ved hjelp av grafiske virkemidler som fargebruk, typografi, ikoner og visuelle komposisjoner skapes et uttrykk som både er særegent og gjenkjennelig. Dette setter tonen for resten av brukeropplevelsen, og bidrar til at siden

oppleses som både tiltalende og profesjonell ved første besøk, i tråd med anbefalingene til Rogers et al. (2023, s. 223).

Artist-siden presenterer Fristils utvalgte artister. Hver artist vises med bilde og navn, og med lenke til Spotify-profilen. Her er det lagt vekt på visuell fremstilling, da artistprofilene er en sentral del av selskapets merkevare.

Om oss-siden forklarer hvem Fristil Records er, hvilken bakgrunn selskapet har, og hva de jobber med. Teksten er formulert på en måte som kombinerer profesjonalitet med tilgjengelighet, og skal gi et tillitsvekkende inntrykk til potensielle samarbeidspartnere.

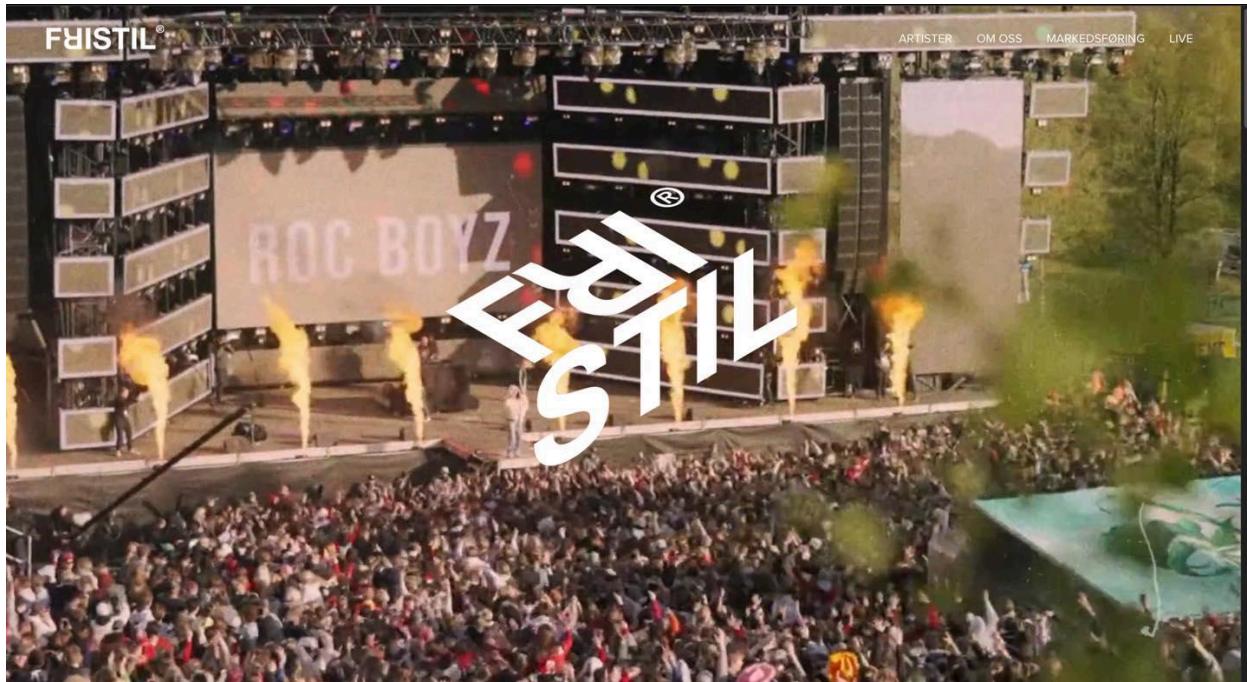
Markedsføring-siden gir en enkel oversikt over tjenestene selskapet tilbyr innen promotering og synlighet for artister. Innholdet er strukturert slik at det raskt skal gi leseren innsikt i hva Fristil kan bistå med.

Live-siden presenterer tilgjengelige artister for live-opptredener, samt kontaktinformasjon til personen med ansvar for booking. Siden har en mer visuell og stemningsskapende funksjon som underbygger selskapets tilknytning til liveopplevelser.

Strukturen er bygd opp med et tydelig hierarki og navigasjonsmeny som er konsistent på tvers av enhetene. Dette gir brukeren en forutsigbar og sømløs opplevelse, og bidrar til å redusere kognitiv belastning.

Gjennom hele informasjonsarkitekturen (IA) er det lagt vekt på å formidle et moderne, ungdommelig og profesjonelt uttrykk i tråd med både målgruppens preferanser og Fristil sin visuelle identitet.

#### 4.2.1 Landingsside



(Figur 6 “Landingssiden”)

Landingssiden er det første brukeren ser som da er førsteinntrykket, og har derfor vært viktig å få riktig. Her skal man raskt forstå hvem Fristil Records er, samtidig som siden setter tonen for resten av opplevelsen. Vi ønsket å gi et tydelig førsteinntrykk som både er visuelt sterkt og enkelt å navigere i.

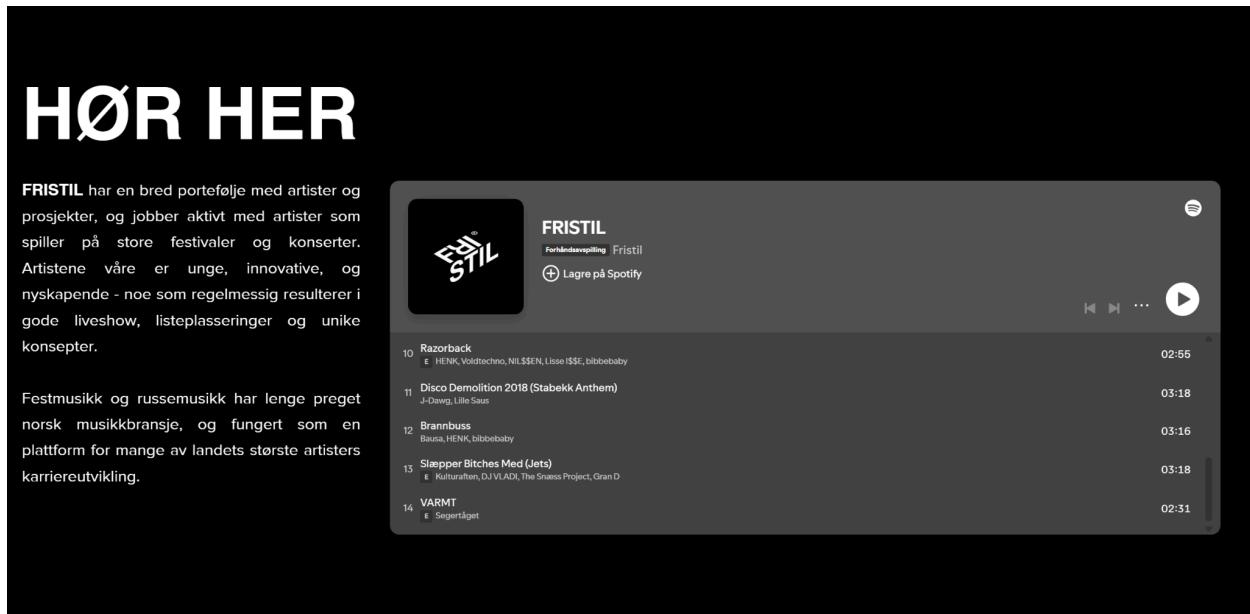
Vi har brukt Fristils visuelle profil gjennom hele siden med logo, farger og typografi som skaper gjenkjennelse og understreker selskapets identitet. Store bilder og tydelige tekstelementer gjør at innholdet kommer godt frem uten å virke overveldende.

Målet har vært å gjøre det enkelt for brukeren å forstå hva Fristil gjør, og samtidig få lyst til å utforske videre. Derfor har vi valgt å ikke inkludere forstyrrende elementer som

bannere eller pop-ups, men heller fokusere på et ryddig og intuitivt oppsett.

Navigasjonen er lagt i toppmenyen, som fungerer godt både på mobil og desktop.

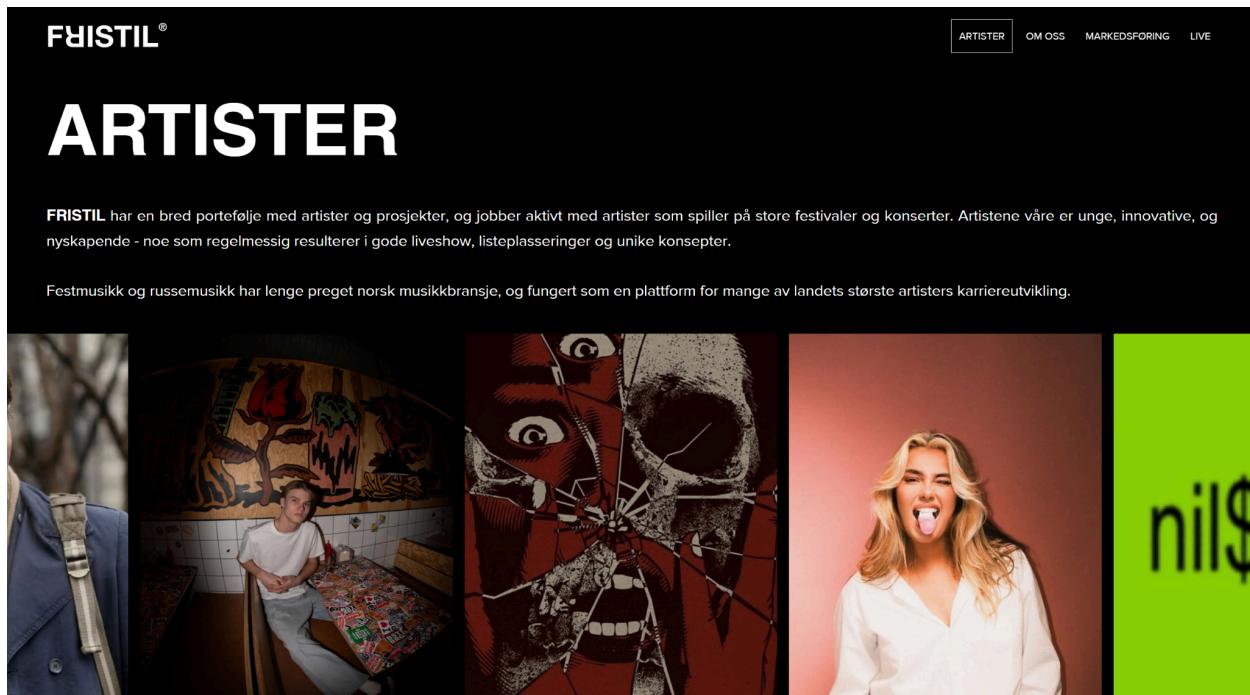
Den interaktive Spotify-spillelisten fungerer som en form for kognitiv avlastning, der brukeren får direkte tilgang til artistenes musikk uten å måtte søke manuelt. Dette er i tråd med prinsippet om *cognitive offloading*, hvor teknologiske løsninger kan redusere brukerens behov for å huske eller navigere aktivt (Rogers et al., 2023, s. 130).



(Figur 7 “Spotify spilleliste”)

Du vil få en rask oppsummering av alle seksjonene på nettsiden på landingssiden, slik at besøkende forstår hva de skal trykke på i menyen hvis de lurer på noe spesifikt.

#### 4.2.2 Artister



(Figur 8 “Artister”)

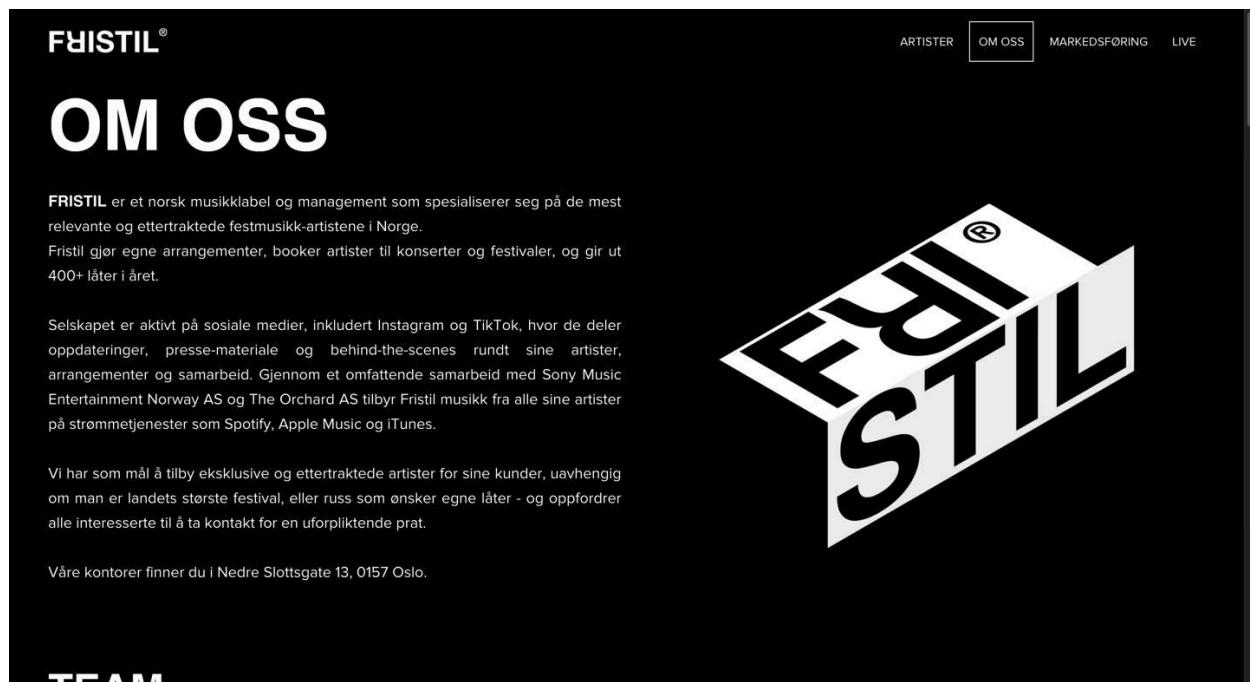
Artist-siden er laget for å gi en oversikt over alle Fristils sine artister. Her var det viktig å finne en god balanse mellom et profesjonelt uttrykk og en enkel, visuelt tiltalende presentasjon. Målet har ikke vært å gi full biografi eller detaljert informasjon, men heller å vise frem artistene på en måte som speiler Fristils merkevare og appellerer til målgruppen.

For å skape et dynamisk og engasjerende uttrykk, valgte vi å implementere en “infinity loop” som kontinuerlig viser frem de mest sentrale artistene. Dette gjør det enkelt for brukerne å få et raskt overblikk over hvem Fristil jobber med.

I tillegg har vi plassert en Spotify-logo ved siden av hver artist. Når brukeren klikker på logoen, blir de sendt direkte til artistens Spotify-profil. Dette gir en sømløs overgang fra nettside til musikkplattform, og gjør det enkelt for brukerne å utforske artistens tidligere utgivelser.

Siden er bygd opp på en måte som gjør det enkelt å oppdatere innholdet og legge til nye artister ved behov. Dette gir fleksibilitet for oppdragsgiver og sikrer at siden kan vokse i takt med selskapets utvikling.

#### 4.2.3 Om oss



(Figur 9 “Om oss”)

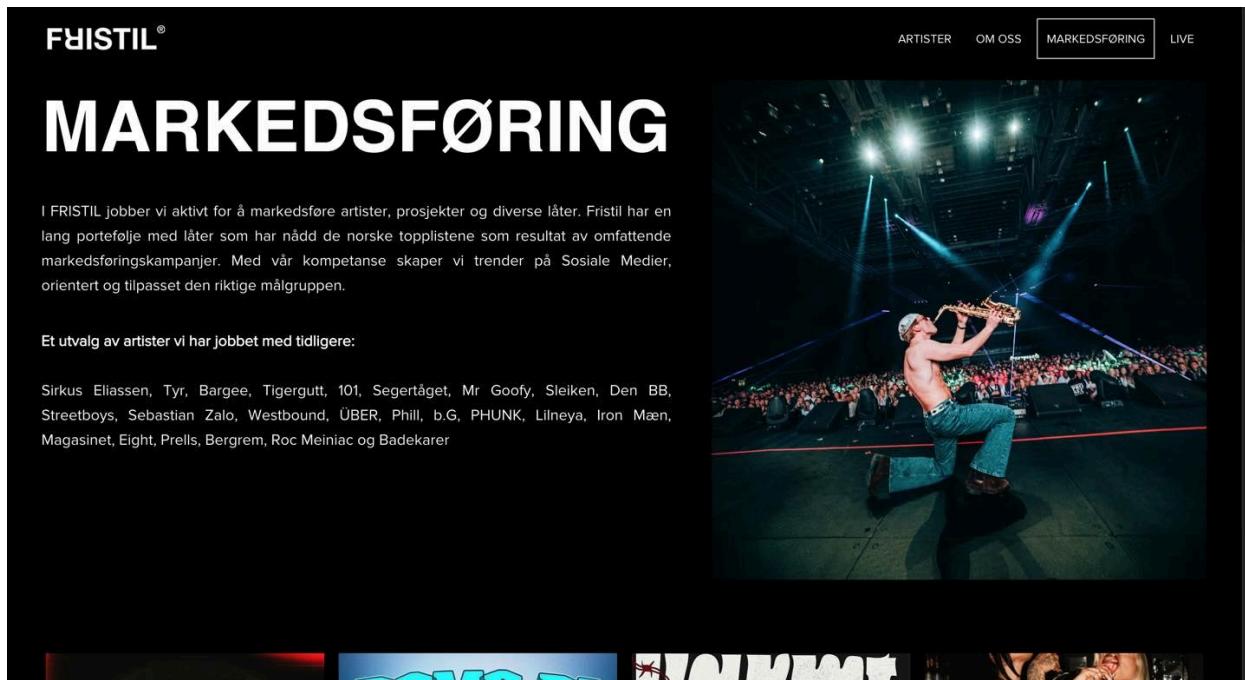
Om oss-sidens mål har vært å gi et ærlig og engasjerende innblikk i hvem Fristil er, både som selskap og som kulturformidler. I tett samarbeid med oppdragsgiver har vi utarbeidet en side som forteller historien om Fristil hva de står for, hva de gjør, og ikke minst hvem menneskene bak er.

Fristil Records er ikke et tradisjonelt plateselskap. De jobber i krysningspunktet mellom festmusikk, russekultur og digital promosing, og har etablert seg som et samlingspunkt for unge, fremadstormende artister. Selskapet produserer flere hundre låter årlig og er til stede på både små og store scener, fra lokale russefester til store festivalopptredener. Dette ønsket vi å få fram gjennom en tekst som balanserer profesjonalitet med en folkelig tone, slik at både samarbeidspartnere og målgruppen føler seg inkludert.

Vi har også valgt å nevne det tette samarbeidet Fristil har med aktører som Sony Music og distribusjonsselskapet The Orchard. Dette styrker profilen deres og viser at de opererer på et høyt profesjonelt nivå.

En viktig del av siden er også menneskene bak Fristil. Derfor har vi inkludert kontaktinformasjon og rollebeskrivelser for nøkkelpersoner i selskapet. Dette skaper nærbetennhet og tilgjengelighet, og gjør det enklere for brukere å ta kontakt. Stilen er ungdommelig og ryddig, med tydelige visuelle grep som styrker helhetsopplevelsen.

#### 4.2.4 Markedsføring



(Figur 10 “Markedsføring”)

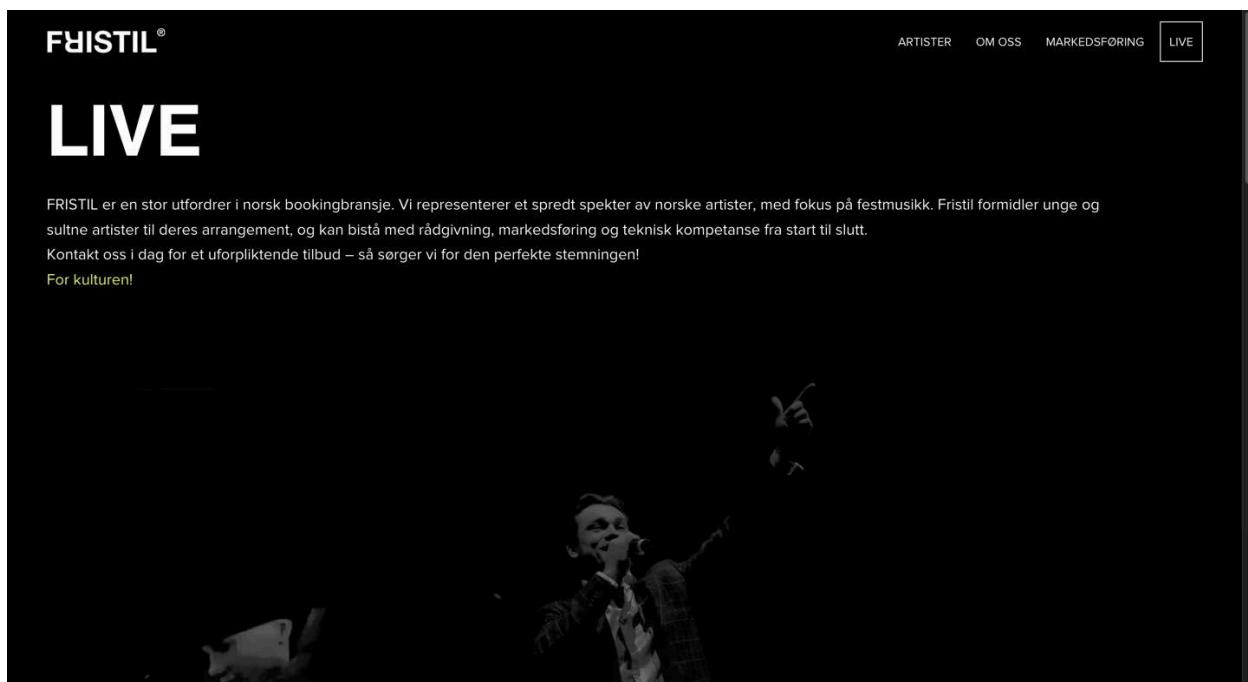
Seksjonen «Markedsføring» ble utviklet for å vise hvordan Fristil Records jobber aktivt med promotering av sine artister og utgivelser. I samarbeid med oppdragsgiver ønsket vi å vise at markedsføring er en integrert og strategisk del av selskapets kjernevirksemhet.

Innholdet på siden presenterer konkrete eksempler på låter og artister som har oppnådd listepllasseringer som et resultat av selskapets markedsføringsarbeid. Dette gir troverdighet og fungerer som bevis på at metodene deres fungerer. Vi ønsket derfor at teksten skulle være både beskrivende og inspirerende, og dermed speile Fristils evne til å skape trender og engasjere ungdom på deres premisser.

Designmessig valgte vi en visuell stil som fremhever dynamikk og energi, i tråd med målgruppens preferanser og med Fristils profil som et ungdomsrettet og innovativt selskap. Vi benyttet også grafiske elementer som trekker oppmerksomheten mot resultatene av kampanjene som topplasseringer og artistnavn uten å overbelaste siden med informasjon.

Ved å kombinere tekst, visuelle uttrykk og konkrete eksempler, gir «Markedsføring»-siden en helhetlig fremstilling av hvordan Fristil arbeider strategisk og kreativt for å posisjonere sine artister. Dette er en side som både informerer og bygger tillit hos potensielle samarbeidspartnere og nye artister.

#### 4.2.5 Live



(Figur 11 “Live”)

Live-siden er laget for å gi brukeren et klart bilde av hva Fristil Records kan tilby innen arrangementer og konserter. Målet er å formidle helhetlige opplevelser som kombinerer profesjonalitet med entusiasme.

Besøkende får raskt oversikt over hvilke artister som kan bookes, noe som gir inspirasjon og gjør det enklere å finne rett profil til sitt arrangement. Vi har lagt vekt på at det skal være enkelt å ta kontakt. Derfor er kontaktinformasjon lett tilgjengelig, og språkføringen er imøtekommende og lavterskel. Siden er utformet for å skape engasjement, samtidig som innholdet er lett å finne fram i.

#### **4.3 Organisatorisk forankring**

For å sikre at nettsiden kan leve videre som et dynamisk og oppdatert kommunikasjonsverktøy for Fristil Records, ble det lagt til rette for organisatorisk forankring og selvstendig drift av løsningen. Dette var et viktig aspekt ved leveransen, ettersom selskapet ikke har intern utviklingskapasitet og har behov for en lavterskel løsning for fremtidig vedlikehold.

Tiltak som er iverksatt for organisatorisk forankring inkluderer:

- Redaktørtilgang er gitt til en utpekt ressurs hos Fristil, som har fått opplæring i Wix Studio-grensesnittet. Dette gjør det enkelt å oppdatere innhold, legge til artister og justere seksjoner etter behov, uten behov for teknisk bistand.
- Det er anbefalt en rutine for kvartalsvis gjennomgang av nettsiden, hvor Fristil vurderer om innholdet fortsatt er oppdatert, relevant og i tråd med selskapets utvikling og artistportefølje.

- Sikkerhetskopiering og versjonskontroll håndteres av Wix-plattformen automatisk, og gir mulighet til å rulle tilbake endringer dersom det skulle oppstå feil eller uønskede resultater.

Gjennom disse tiltakene er det lagt til rette for at nettsiden skal kunne være et *levende, fleksibelt* og *bærekraftig* verktøy, som Fristil selv kan videreutvikle i takt med selskapets vekst og ambisjoner.

## 5 Vurdering av Løsning

I dette kapittelet presenteres og vurderes den nye nettsiden for *Fristil Records* med utgangspunkt i faktisk bruk, nytte for oppdragsgiver, metodisk tilnærming og teoretisk forankring. Målet er å belyse hvordan løsningen fungerer i praksis og hvordan den plasserer seg i en faglig kontekst.

### 5.1 Analyse av nettstedstrafikk

Analysen i dette kapittelet baserer seg på tre datasett eksportert fra Wix Analytics, som dekker perioden fra publisering 1. april til 30. april 2025:

- Daglig trafikkdata: sidevisninger, nettstedsøkter, unike besøkende, økt lengde og fluktfrekvens.
- Trafikkilder: fordelt på kanal og trafikkkategori.
- Enhets typer: statistikk gruppet på mobil og PC.

Formålet med analysen er å vurdere hvordan nettsiden har blitt tatt i bruk etter lansering, samt å identifisere bruksmønstre, styrker og svakheter.

#### 5.1.1 Tolkning av nøkkeltall

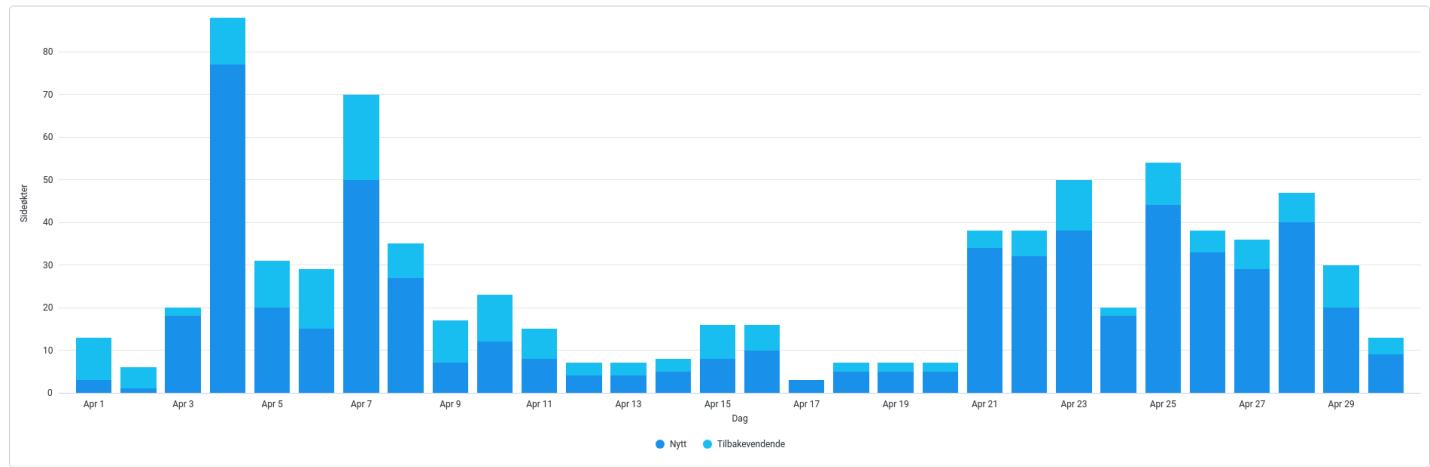
I løpet av april 2025 har nettsiden generert følgende aktivitet:

- Totale sidevisninger: 1 783
- Totale økter: 789
- Totalt antall unike besøkende: 664

- Gjennomsnittlig fluktfrekvens: 52,6 %
- Gjennomsnittlig økt-lengde: 2 min, 55 sek.

#### Traffic Over Time

Velg en tidsperiode is in the last 30 days Grupper etter is Døgn Velg et mål is Sideøkter Delt etter is Type besøkende Exclude bots is Ja



Generated by Looker on April 30, 2025 at 1:57 PM UTC

(Figur 12 “Traffic Over Time”)

Aktiviteten på nettsiden den første måneden etter lansering overgikk forventningene våre. Totalt ble det registrert 1 783 sidevisninger fordelt på 789 økter og 664 unike besøkende. Dette tyder på at lanseringen har skapt god synlighet og interesse, og at nettsiden raskt har klart å trekke til seg relevant trafikk gjennom etablerte kanaler som sosiale medier og direkte deling.

Tallene viser også hvordan brukerne bruker nettsiden. I gjennomsnitt besøker hver unik bruker siden 1,19 ganger, noe som tyder på at noen kommer tilbake, mens de

fleste bare har vært innom én gang. I lys av nettsidens funksjon som et digitalt showcase fremfor en interaktiv plattform, er ikke dette uventet. Likevel er det ønskelig at siden oppleves så engasjerende at den motiverer til gjentatte besøk, særlig for en målgruppe som i stor grad orienterer seg digitalt.

Fluktfrekvensen på 52,6 % kan tolkes som et tegn på lavt engasjement, noe som potensielt indikerer at mange brukere ikke finner innholdet relevant eller interessant nok til å utforske videre. Det er imidlertid viktig å forstå denne statistikken i kontekst. For mange brukere kan et raskt besøk, hvor de finner det de leter etter, for eksempel en artistprofil, en spotifylenke eller kontaktinformasjon, være tilstrekkelig. En høy fluktfrekvens er derfor ikke nødvendigvis negativ, men bør følges opp med kvalitative undersøkelser for å avdekke om frafallet skyldes måloppnåelse eller manglende relevans.

Når det gjelder økt lengde, viser gjennomsnittet på 2 minutter og 55 sekunder, kombinert med et snitt på 2,26 sider per økt, at mange brukere tar seg tid til å utforske mer enn kun forsiden. Dette antyder at innholdet oppleves som relevant for enkelte, og at nettsiden engasjerer til videre navigasjon. Samtidig peker tallene på et forbedringspotensial. For å holde på brukerne lenger og øke dybden i interaksjonen, bør det satses på sterkere call-to-actions, samt mer engasjerende innhold.

Sett i lys av prosjektets hypotese, at et visuelt konsistent og mobiloptimalisert design med tydelig navigasjon og integrasjon av kjente plattformer ville bidra til økt profesjonell oppfatning og engasjement, gir trafikkdataene en delvis bekreftelse. Det at brukerne i gjennomsnitt besøker over to sider per økt og tilbringer nær tre minutter på nettsiden, tyder på at en andel av målgruppen opplever innholdet som relevant og verdt å utforske. Samtidig antyder fluktfrekvensen og den relativt lave andelen gjentatte besøk at hypotesens forventning om vedvarende engasjement og gjenbesøk bare delvis er

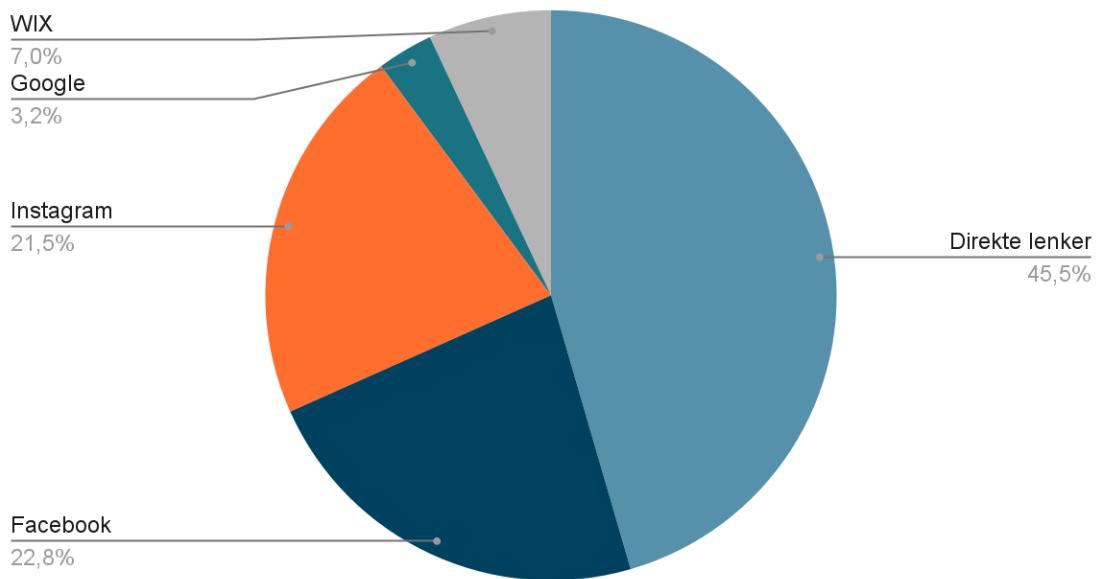
innfridd. Dette understreker viktigheten av kontinuerlig arbeid med å holde innholdet oppdatert og relevant for målgruppen, noe som det er lagt godt til rette for gjennom valget av Wix som publiseringstøy, hvor nye seksjoner enkelt kan legges til ved behov.

Oppsummert viser nøkkeltallene at nettsiden har etablert en god start, både når det gjelder besøkstall og innledende bruksmønstre. Det er et solid utgangspunkt å bygge videre på. Ved å kombinere løpende trafikkmålinger med innsikt fra brukertesting og kvalitative tilbakemeldinger, vil det være mulig å justere løsningen i tråd med målgruppens behov og digitale vaner.

### **5.1.2 Trafikkilder og kanalstrategi**

Bruksdata fra Wix Analytics viser at trafikken til nettsiden i stor grad kommer fra sosiale medier og direkte lenker, særlig gjennom kampanjer på plattformer som Instagram og Facebook. Dette samsvarer med Fristils eksisterende kommunikasjonspraksis, og bekrefter at nettsiden fungerer som en utvidelse av selskapets digitale tilstedeværelse.

Den høye andelen av direkte trafikk tyder på aktiv deling av lenker, mens Facebook og Instagram bidrar betydelig. Lavere tall fra søkemotorer antyder at siden foreløpig har begrenset organisk synlighet, noe som er naturlig kort tid etter lansering.

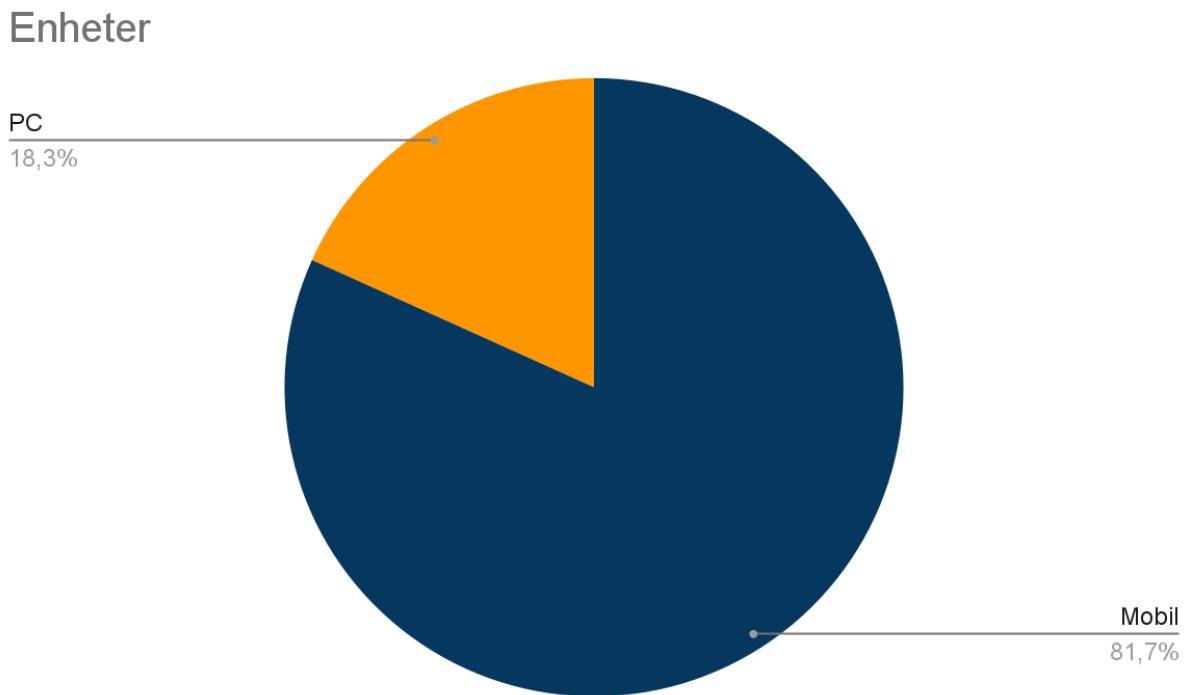
**Trafikkilder**

(Figur 13 “Trafikkilder”)

(Sektordiagram av trafikkilder)

### 5.1.3 Enhetsbruk

Over 80 % av brukerne besøkte siden via mobil, noe som underbygger antagelsen om at målgruppen, foretrekker mobile enheter. Den høye mobilandelen gir støtte til designbeslutningen om å prioritere mobilversjonen, men forsterker samtidig kravene til enkel navigasjon og effektiv innholdsformidling.



(Figur 14 “Enheter tatt i bruk”)

#### 5.1.4 Forbedringsmuligheter

Selv om nettsiden har hatt en god start etter lansering, peker trafikkdataene på flere forbedringspunkter. Den høye andelen mobiltrafikk stiller krav til optimalisert navigasjon og tydelig innholdshierarki. For å redusere fluktfrekvensen og øke antall gjentatte besøk, kan nettsiden styrkes med mer engasjerende innhold, som interaktive elementer og tydelige call-to-actions.

Trafikken er i hovedsak avhengig av sosiale medier og direkte lenker. For å øke den langsiktige synligheten bør det satses på bedre søkemotoroptimalisering (SEO) gjennom målrettet arbeid med metadata og tekstinnehold.

Samlet sett bør videreutviklingen fokusere på økt relevans og brukerverdi, særlig med tanke på mobilbruk og gjentatt bruk.

## **5.2 Vurdering av nytte for bedriften**

Nettsiden har bidratt til å styrke Fristils digitale tilstedeværelse og fungerer som en showcase for nye samarbeidspartnere, artister og kunder. Oppdragsgiver har uttrykt tilfredshet med løsningen, som fremstår som fleksibel, enkel å vedlikeholde og godt egnet for videreutvikling.

Gjennom en egen digital plattform har Fristil fått større kontroll over hvordan merkevaren fremstår utad, noe som er strategisk verdifullt i en bransje der synlighet ofte styres av tredjepartsplattformer. Muligheten for å utvide nettsiden med eksempelvis blogg, nettbutikk eller flerspråklig innhold gir selskapet rom for videre vekst og økt engasjement hos målgruppen.

## **5.3 Vurdering av metode, verktøy og prosjektgjennomføring**

Kvaliteten på den ferdige løsningen er et resultat av samspillet mellom metodiske valg, teknologisk rammeverk og samarbeidsformer. I dette kapittelet vurderes hvordan prosessen med utvikling, testing og koordinering ble håndtert, og hvordan disse faktorene har påvirket både sluttproduktet og teamets arbeidsflyt. Drøftingen bygger på etablerte designmetoder, erfaringer med prosjektstyring og bruk av digitale verktøy, og har som mål å belyse både styrker og utfordringer sett i lys av relevant teori og praksis.

### **5.3.1 Metodisk tilnærming og tilpasning**

Prosjektet tok utgangspunkt i Lean UX, en tilnærming som søker å avdekke produktets verdi raskere, gjennom samarbeid i tverrfaglige team, redusert vekt på omfattende dokumentasjon og økt fokus på å bygge en felles forståelse av brukeropplevelsen som skal designes (Gothelf & Seiden, 2013, s. 7). Dette var spesielt hensiktsmessig i et studentdrevet utviklingsløp preget av utforskning, fleksibilitet og begrensede ressurser. Brukertesting av MVP-en ga verdifull innsikt som påvirket både informasjonsstruktur og visuell utforming, og bidro til å kvalitetssikre løsningens relevans for målgruppen.

Selv om prosjektgruppen var liten, ble ansvar fordelt jevnt, og alle deltok aktivt i både design og utvikling. I tillegg ble oppdragsgiver involvert i sentrale beslutninger og godkjenninger, noe som bidro til felles eierskap og relevans i leveransen. Dette samsvarer med Lean UX sin vektlegging av tverrfaglige team og delt eierskap til løsningen (Gothelf & Seiden, 2013, s. XIV).

Begrenset tilgjengelighet hos oppdragsgiver førte til at enkelte beslutninger måtte tas selvstendig, men dette førte også til styrket refleksjon og læring i teamet. Den fleksible strukturen i Lean UX tillot oss å tilpasse fremgangsmåten underveis og reagere raskt på ny innsikt fra brukertester og analyseverktøy. Dette viser hvordan Lean UX fungerer som et rammeverk for kontinuerlig læring, samtidig som det legger til rette for smidig og brukersentrert utvikling.

Sammenlignet med mer rigide metoder som fossefallmodellen eller tradisjonell Scrum, fremsto Lean UX som bedre egnet for vår arbeidssituasjon, særlig i lys av prosjektets rammer med en liten studentgruppe, begrensede ressurser og behov for hyppige iterasjoner og løpende tilpasning. Som beskrevet av Gothelf og Seiden (2013, s. 124), er Lean UX utviklet nettopp for å håndtere usikkerhet i produktdesign, ved å kombinere

prinsipper fra Lean Startup, agil utvikling og design thinking for å redusere overflødighet og styre prosessen mot et resultat forankret i konkret innsikt.

Samlet sett vurderer vi Lean UX som en hensiktsmessig metodisk tilnærming for dette prosjektet. Metodikken har lagt til rette for kontinuerlig forbedring av løsningen, samtidig som den har styrket vår kompetanse i praktisk samhandling mellom design, utvikling og evaluering.

### **5.3.2 Verktøyvalg og teknisk rammeverk**

Verktøyene ble valgt med tanke på tilgjengelighet, samarbeid og lav teknisk terskel for oppdragsgiver. Figma fungerte svært godt i designarbeidet og muliggjorde både iterasjon og effektiv deling med Fristil.

Utviklingen i Wix Studio ble gjort etter ønske fra oppdragsgiver. Plattformens brukervennlighet og fleksibilitet gjorde det mulig å levere en løsning som Fristil selv kan vedlikeholde, til tross for noen tekniske begrensninger knyttet til koding og tilpasning.

### **5.3.3 Prosjektorganisering og samarbeid**

Organiseringen av prosjektet var preget av tverrfaglig samarbeid, hvor gruppen i stor grad jobbet uten formelle rolleinndelinger. Denne arbeidsformen ga fleksibilitet, men forutsatte tett kommunikasjon og felles eierskap til løsningen.

Samarbeidet med oppdragsgiveren var konstruktivt, men krevde tilpasninger grunnet begrenset kapasitet. Hyppige innsjekker og visuelle prototyper ble viktige verktøy for å sikre at vi holdt oss i tråd med forventningene. Prosjektstyringen ble gjort med

utgangspunkt i en Kanban tavle, som viste seg bedre egnet enn Scrum for vår situasjon, gitt teamets størrelse og behov for fleksibilitet.

#### **5.3.4 Refleksjon og faglig læring**

Prosjektet har gitt verdifull erfaring med praktisk bruk av brukersentrert metodikk og smidig utvikling. Vi har lært å kombinere lav- og høyoppløselige prototyper med datadrevede, og hvordan man jobber målrettet med en MVP-basert iterasjonsprosess.

Erfaringen med reell oppdragsgiver bidro også til økt forståelse for organisatoriske rammer og realiteter i profesjonelle designprosesser. I etterkant ser vi at tydeligere dokumentasjon av designbeslutninger kunne styrket det analytiske grunnlaget i rapportfasen. Tilsvarende kunne en tidligere klargjøring av gjensidige forventninger forbedret samarbeidet ytterligere.

Samlet sett viser prosjektet hvordan kombinasjonen av smidige metoder, hensiktsmessige verktøy og god teamdynamikk kan danne grunnlaget for å utvikle en løsning med både funksjonell og strategisk verdi.

### **5.4 Teori i praksis og faglig refleksjon**

For å vurdere prosjektets faglige forankring, er det viktig å undersøke hvordan relevant teori er blitt anvendt i praksis. Dette kapittelet belyser hvordan rammeverk innen interaksjonsdesign, UX-metodikk og visuell kommunikasjon har preget designvalg og arbeidsprosess. Videre drøftes hvordan denne anvendelsen har bidratt til faglig utvikling og styrket forståelsen for brukersentrert design i en praktisk kontekst.

### **5.4.1 Designvalg og visuell strategi**

Den visuelle utformingen av nettsiden ble utviklet med teoretisk forankring i prinsipper for kontrast, hierarki og balanse. Designet kombinerer en mørk, ekspressiv estetikk med tydelig typografisk struktur og høy lesbarhet. Målet har vært å formidle Fristil som et kreativt, men profesjonelt musikkmiljø med sterk visuell identitet.

Valgene er støttet av forskning som viser at unge brukere responderer positivt på estetisk uttrykksfulle grensesnitt, særlig i sammenhenger som involverer kunst, musikk og kulturformidling (Söderström et al., 2019 s. 95). Samtidig er det tatt høyde for funnene til Goree et al. (2021), som dokumenterer en økende visuell homogenisering av nettsider de siste tiårene, en utvikling som ifølge Goree kan begrense fremtidige designers mulighetsrom og hemme kreativitet og innovasjon (Goree et al., 2021, s. 13). Ved å utfordre etablerte estetiske mønstre søker løsningen å fremstå som et tydelig og originalt alternativ i en standardisert, digital musikkverden. En slik posisjonering kan bidra til å styrke Fristils merkevare, men stiller samtidig krav til vedlikehold og kontinuerlig brukertesting for å sikre både brukervennlighet og varig relevans.

### **5.4.2 Teori i praksis og faglig modning**

Gjennom dette prosjektet har vi erfart hvordan teoretiske modeller og faglige prinsipper kan operasjonaliseres i praksis, og hvordan innsikt fra forskning kan omsettes til konkrete designbeslutninger. Dette har skjerpet vår evne til å jobbe metodisk og reflektert, og gitt økt forståelse for kompleksiteten i brukersentrert utvikling.

Prosjektet har samtidig gitt verdifull erfaring i å balansere faglige idealer med praktiske forhold, og i å foreta prioriteringer innenfor reelle rammebetingelser. Det å navigere mellom teori, brukernes behov og oppdragsgivers interesser har styrket vår profesjonelle dømmekraft og utvidet vår verktøykasse som interaksjonsdesignere. Det ferdige produktet representerer en funksjonell løsning, samtidig som det uttrykker faglig utvikling og en helhetlig forståelse av design som en integrert prosess mellom mennesker, teknologi og kontekst.

## 6 Konklusjon

Dette kapittelet oppsummerer prosjektets måloppnåelse og vurderer hvorvidt resultatet svarer til både prosjektgruppens læringsmål og oppdragsgiverens behov. Prosjektets overordnede mål har vært å utvikle en brukervennlig og visuelt engasjerende nettside for Fristil. Løsningen skulle fungere som et digitalt showcase som styrker selskapets merkevare og synlighet, uten å inngå som en del av en tradisjonell salgstrakt. For prosjektgruppen var målsetningen todelt: å levere en profesjonell og funksjonell løsning i tråd med oppdragsgiverens forventninger, og samtidig oppnå faglig utvikling gjennom praktisk anvendelse av metoder og teori innen brukersentrert design, webutvikling og prosjektgjennomføring.

### 6.1 Grad av måloppnåelse for prosjektgruppen

Prosjektgruppen har i stor grad nådd sine mål slik de er formulert i kapittel 1.5. Gjennom hele prosessen har vi arbeidet brukersentrert og iterativt, med Lean UX som metodisk rammeverk. Dette har gjort det mulig å utvikle en løsning basert på reell brukerinnsikt, identifisert gjennom spørreundersøkelser, brukertesting og trafikkdataanalyse.

Designbeslutningene er informert av både målgruppens preferanser og Fristils visuelle profil. Resultatet er en nettside som fremstår som strukturer, mobiltilpasset og estetisk konsistent, og som gir et profesjonelt inntrykk på tvers av enheter og brukergrupper.

Prosjektet har også gitt betydelig faglig utbytte. Vi har arbeidet tverrfaglig, anvendt teori i praksis, og utviklet forståelse for hvordan innsikt og metodisk refleksjon bidrar til å skape relevante digitale løsninger i en profesjonell kontekst.

## 6.2 Grad av måloppnåelse for oppdragsgiver

Løsningen som er utviklet, oppfyller i stor grad Fristils behov for en profesjonell, vedlikeholdbar og visuelt særpreget nettside. Plattformen fungerer som en digital presentasjon av selskapets artister og tjenester, og styrker Fristils synlighet uten å erstatte eksisterende kanaler.

Det er lagt til rette for fleksibel videreutvikling gjennom bruk av Wix Studio, som gir oppdragsgiver mulighet til å redigere innhold uten teknisk kompetanse.

Artistpresentasjon, visuell stil og navigasjonsstruktur er tilpasset både merkevaren og målgruppen.

Tilbakemeldinger fra Fristil har vært positive, både når det gjelder funksjonalitet, estetisk uttrykk og samarbeidsprosessen. Nettsiden fremstår som et bærekraftig og verdiskapende verktøy i selskapets videre digitale arbeid.

## 6.3 Svar på problemstillingen

Problemstillingen for prosjektet var: *Hvordan kan vi designe og utvikle en funksjonell og engasjerende nettside som effektivt kommuniserer Fristils sitt merkevare, samtidig som den ivaretar målgruppens behov for brukervennlighet, visuell appell og rask ytelse?*

Gjennom en innsiktbasert og smidig tilnærming har vi utviklet og validert løsningen i tett dialog med både oppdragsgiver og målgruppen. Spørreundersøkelsen ga grunnlag for å forstå brukernes preferanser, mens brukertestene avdekket konkrete forbedringsområder. Designvalgene, som mørkt tema, tydelig typografi og enkel navigasjonsstruktur, er et resultat av denne innsikten.

Teknologivalget Wix Studio sikrer både fleksibilitet og lav terskel for fremtidig innholdsforvaltning. Løsningen er tilpasset mobil, lastes raskt og bygges opp under Fristils visuelle identitet. Trafikkdata fra den første driftsperioden viser at nettsiden skaper trafikk og engasjement, særlig blant mobilbrukere.

Med utgangspunkt i brukertesting, trafikkdata og en helhetlig vurdering, konkluderer vi med at prosjektet i stor grad besvarer den opprinnelige problemstillingen. Nettsiden formidler Fristils merkevare på en tydelig og engasjerende måte, samtidig som den gir en brukervennlig og målgruppetilpasset opplevelse.

#### **6.4 Avsluttende konklusjon**

Prosjektet vurderes som faglig og praktisk vellykket. Den ferdige nettsiden fungerer som en helhetlig og profesjonell løsning som styrker Fristils digitale profil, og imøtekommmer både målgruppens forventninger og oppdragsgivers strategiske behov.

Gjennom arbeidet har prosjektgruppen utviklet solid kompetanse innen brukersentrert design, smidig arbeidsmetodikk og tverrfaglig samarbeid. Prosessen har vist hvordan innsiktssdrevet arbeid, testing og kontinuerlig iterasjon styrker kvaliteten i digitale utviklingsprosjekter.

Nettsiden utgjør et solid og tilpasningsdyktig grunnlag for Fristils videre digitale satsing. Prosjektet viser samtidig hvordan innsiktbasert og faglig forankret interaksjonsdesign kan skape reell verdi for både sluttbrukere og organisasjoner.

**Kilder:****Referanseliste**

Digitaliseringsdirektoratet. (u.å.). *Tilsynet for universell utforming av IKT*. Hentet 3. mai 2025, fra <https://www.uutilsynet.no/>

Farrell, J. (2024, Mai 31). *Development of a Website Page Redesign and SEO enhancement to increase Website Visibility and Brand Awareness for students and employers across the UK at The Talent Tap charity*. Google Scholar. Hentet Januar 17, 2025, fra [https://eprints.chi.ac.uk/id/eprint/7659/1/23\\_AY\\_BML301\\_001\\_A\\_2002767\\_8590\\_04\\_1%20\(1\).pdf](https://eprints.chi.ac.uk/id/eprint/7659/1/23_AY_BML301_001_A_2002767_8590_04_1%20(1).pdf)

Goree, S., & et al.. (2021, Mai 07). *Investigating the Homogenization of Web Design: A Mixed-Methods Approach*. ACM Digital Library. Hentet Januar 17, 2025, fra <https://dl.acm.org.egms.idm.oclc.org/doi/10.1145/3411764.3445156>

Goethelf, J. (2013). *Lean UX: Applying Lean Principles to Improve User Experience* (J. Seiden, Ed.). O'Reilly Media, Incorporated.

Kaley, A., & Krause, R. (2023, April 2). *Lean UX & Agile Glossary*. NN group. Retrieved Februar 12, 2025, from <https://www.nngroup.com/articles/agile-glossary/>

Nordbø, T. (2022). *Introduksjon til Interaksjonsdesign* (2. ed.). Universitetsforlaget.

Rogers, Y., Sharp, H., Preece, J., & Preece, J. (2023). *Interaction Design: Beyond Human-Computer Interaction*. Wiley.

Söderström, U., & et al. (2019, September 10). *Comparing Millennials View on Minimalism And Maximalism in Web Design*. ACM Digital Library. Hentet Januar 18, 2025, fra <https://dl.acm.org.egms.idm.oclc.org/doi/10.1145/3335082.3335104>

World Wide Web Consortium (W3C). (2018). *Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.1*. <https://www.w3.org/TR/WCAG21/>

## Vedlegg

### Resultater fra spørreundersøkelsen

Spørreundersøkelse: Hva ser du etter i en nettsiden for et plateselskap

B I U ↲ ✖

Hei! Vi er en studentgruppe ved Høyskolen Kristiania som jobber med en bacheloroppgave og utvikler en ny nettside for Fristil Records, et plateselskap som jobber med booking av populære russeartister.

Vi ønsker å lage en nettside som passer målgruppen best mulig, og derfor setter vi stor pris på at du tar deg tid til å svare på denne korte undersøkelsen. Det tar bare 2–3 minutter, og svarene dine hjelper oss med å forstå hva du synes er viktig på en nettside for et plateselskap.

Undersøkelsen er anonym, og det finnes ingen riktige eller gale svar. Vi vil bare høre din mening!

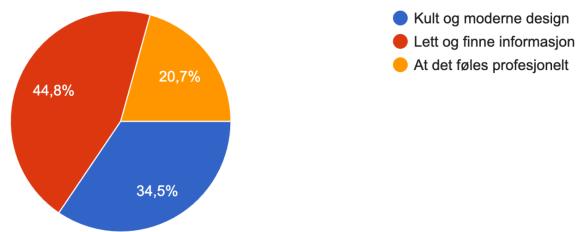
Tusen takk😊

B I U ↲ ⏪ ⏫ ⏪ ⏫ ✖

(Figur 15 “Info om spørreundersøkelsen”)

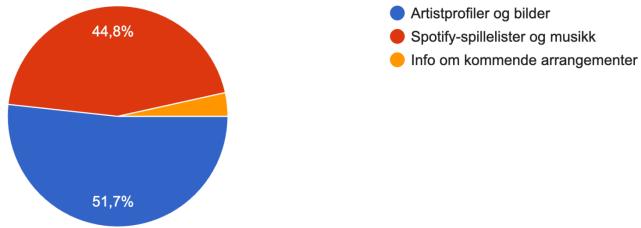
Hva er viktigst for deg på en nettside for et plateselskap?

29 svar



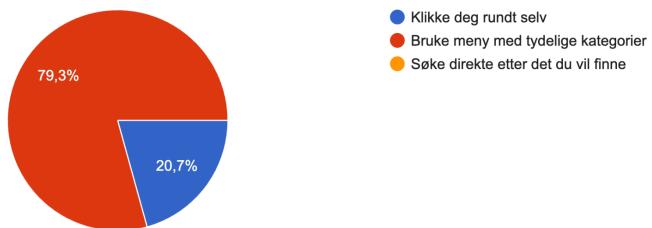
(Figur 15.1 “Innsikt fra spørsmål 1”)

Hva slags innhold synes du er mest interessant å se på en slik nettside?  
29 svar



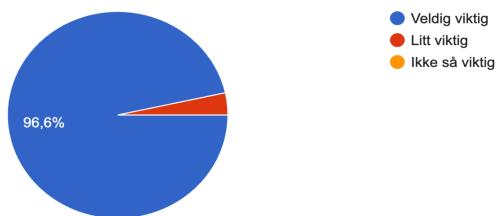
(Figur 15.2 "Innsikt fra spørsmål 2")

Hvordan foretrekker du å finne informasjon på nettsider?  
29 svar



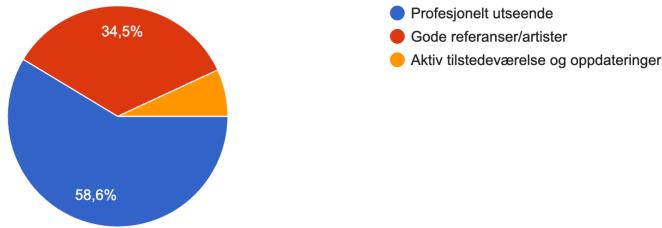
(Figur 15.3 "Innsikt fra spørsmål 3")

Hvor viktig er det for deg at nettsiden fungerer bra på mobil?  
29 svar



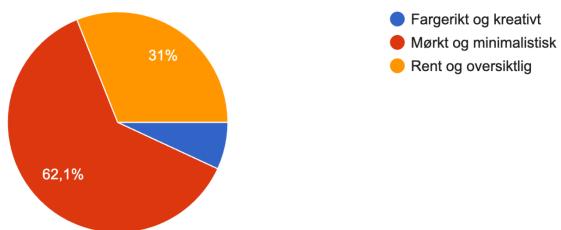
(Figur 15.4 "Innsikt fra spørsmål 4")

Hva gjør at du stoler på et plateselskap ut fra nettsiden deres?  
29 svar



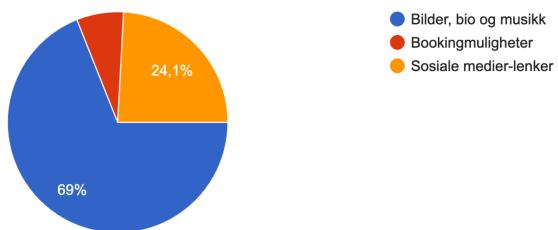
(Figur 15.5 “Innsikt fra spørsmål 5”)

Hvilket visuelt uttrykk liker du best for nettsider som handler om musikk?  
29 svar



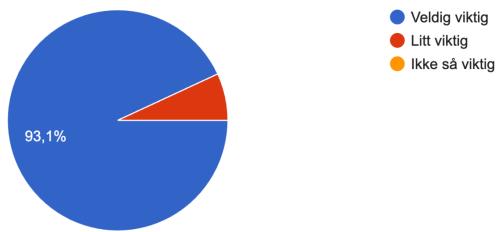
(Figur 15.6 “Innsikt fra spørsmål 6”)

Hva forventer du å finne på en artistseite?  
29 svar



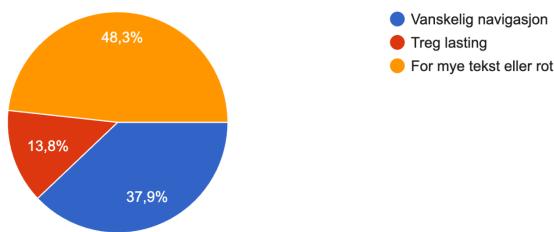
(Figur 15.7 “Innsikt fra spørsmål 7”)

Hvor viktig er det at du kjenner deg igjen i stilten på nettsiden?  
29 svar



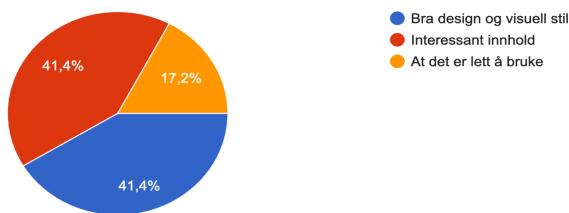
(Figur 15.8 "Innsikt fra spørsmål 8")

Hva irriterer deg mest på nettsider?  
29 svar



(Figur 15.9 "Innsikt fra spørsmål 9")

Hva vil gjøre at du blir værende på en nettside lenger?  
29 svar



(Figur 15.10 "Innsikt fra spørsmål 10")

## **Brukertestplan for Fristil Records sin nettside**

### **Formål**

Brukertesten har som mål å evaluere nettsidens brukervennlighet og identifisere eventuelle forbedringsområder. Testen vil undersøke hvor effektivt brukerne navigerer på nettsiden, finner relevant informasjon om artister, markedsføring, live/booking og generelt om Fristil, samt forstå selskapets tjenester.

### **Testområder**

Brukertesten vil fokusere på følgende funksjonaliteter:

- **Navigasjon:** Hvor enkelt brukerne finner frem til ulike seksjoner på nettsiden, som *Artister*, *Om oss*, *Markedsføring* og *Live*
- **Brukeropplevelse:** Om brukeren får en sømløs opplevelse ved besøk av nettsiden
- **Responsivt design:** Hvordan nettsiden fungerer på to ulike enheter, mobil og desktop.

### **Testsystem**

Nettsiden til Fristil Records, utviklet i Wix, vil være gjenstand for testing.

### **Testpersoner**

Målgruppen for testen er ungdommer i alderen 16 - 19 år, ettersom dette samsvarer med Fristils sin primære brukergruppe.

### **Teststed og utstyr**

Testing vil foregå ved Fristils kontor, hvor nødvendig utstyr og internett er tilgjengelig.  
Testdeltakerne vil benytte:

- Gitt mobile enheter med tilgang til forhåndsvisning av nettsiden for testing av mobil-versjon og vurdere nettsidens responsivitet.
- En bærbar datamaskin for testing av desktop-versjonen.

## Oppgaver

Testpersonene vil utføre konkrete oppgaver for å vurdere nettsidens funksjonalitet:

1. Fra hjemmesiden, nавигer deg til artist siden.
2. Fra artist siden, nавигer deg tilbake til hjemmesiden.
3. Finn oversikten over vokalister til Fristil
4. Kontakt Fristil Records via nettsiden.
5. Naviger til Fristil Records Spotify-spilleliste.
6. Finn artister som kan bookes live
7. Finn frem hvem som har ansvar for booking av live-arrangementer
8. Finn fram kontakt info til Head of Production i Fristil
9. Finn frem til Fristil sin Instagram og TikTok
10. Finn frem avsnittet og artister fristil har markedsført som har endt opp på topplistene

## Avsluttende intervju:

1. Hvordan syns du det gikk?
2. Var det noe du synes var vanskelig?
3. Var det noe du synes var lett?

4. Har du noen forbedringsforslag?
5. Er dette et produkt du kunne anbefalt videre eller brukt selv?

### **Testgjennomføring og deltagere**

Brukertesten vil involvere følgende roller:

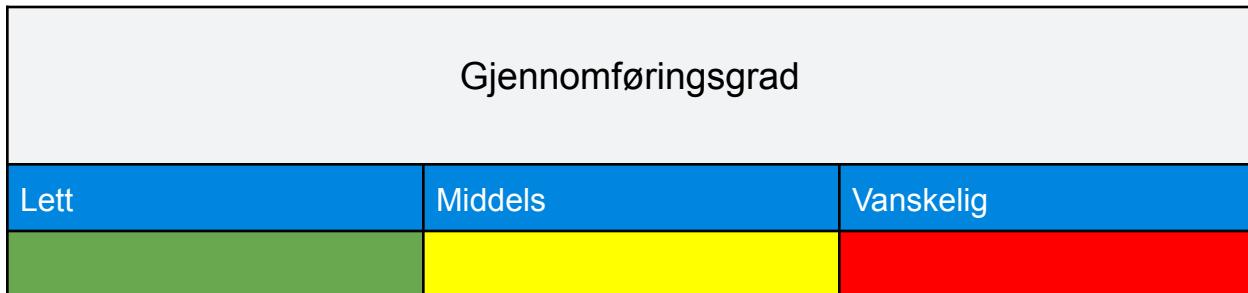
- **Testleder:** Styrer testprosessen og stiller spørsmål.
- **Testperson:** Gjennomfører oppgavene og gir tilbakemeldinger.
- **Observatør:** Noterer observasjoner og brukeratferd.

### **Formidling av funn**

Etter gjennomføring av brukertestene vil funnene bli dokumentert og presentert i en skriftlig testrapport.

## Resultater fra brukertest

Tabellene for brukertesting viser hvordan to testpersoner har løst konkrete oppgaver på både desktop- og mobilversjonen av Fristil Records sin nettside. Hver tabell er organisert etter oppgavenummer, kort beskrivelse av oppgaven, resultatet for hver testdeltaker og observasjoner underveis.



(Figur 16 “Gjennomføringsgrad”)

Resultater av utføring (Desktop versjon)				
Oppgave #	Kort beskrivelse	Resultat Testdeltager 1	Resultat Testdeltaker 2	Observasjon
1	Navigere til "Artister" fra forsiden			Begge deltakerne finner raskt "Artister" i navbaren

2	Gå tilbake til forsiden fra "Artister"			Begge deltok i bruk logoen for å navigere seg tilbake til landingsiden
3	Finne oversikt over vokalister			Deltaker 1 lette først på landingssiden før de fant riktig seksjon under "Artister". Deltaker 2 fant frem lett.
4	Kontakte Fristil via nettsiden			Noe utfordring for deltaker 1 med å finne kontaktskjema. Forsinkelsen skyldtes manglende tydelighet i menyvalget. Deltaker 2 fant frem raskt ved å scrolle litt på "Om oss"
5	Navigere til Spotify-spille liste			Deltaker 1 frem raskt på landingssiden. Deltaker 2 lette litt

				lenger og klikket seg inn på “Artist” først.
6	Finne artister som kan bookes live			Deltaker 1 fant frem enkelt ved bruk av navigasjonsbaren. Deltaker 2 trodde først dette lå på “Artist” siden, men skjønte etterhvert at det lå på “Live” siden.
7	Finn frem hvem som har ansvar for booking av live-arrangementer			Deltakerne fant lett frem dette nederst på “Live” siden.
8	Finne kontaktinfo til Head of Production			Informasjonen var synlig og lett tilgjengelig

9	Finne Fristils Instagram og TikTok			Tydelige lenker i footer
10	Finne hvilke artister Fristil har markedsført som har nådd topplistene			Lå tydelig fremhevet på forsiden

(Figur 16.1 “Resultater av utføring “Desktop-versjon”)

Resultatene fra **desktopversjonen** viser at testpersonene generelt fant frem på nettsiden uten store vanskeligheter, men enkelte oppgaver, som å finne kontaktskjemaet, var mindre intuitive. Observasjoner noterer hvordan deltakerne navigerte (f.eks. bruk av logo for å gå tilbake til forsiden) og eventuelle utfordringer de støtte på.

Resultater av utføring (Mobilversjon)				
Oppgave #	Kort beskrivelse	Resultat Testdeltager 3	Resultat Testdeltager 4	Observasjon
1	Navigere til "Artister" fra forsiden			Tok i bruk navigasjonsmenyen
2	Gå tilbake til forsiden fra "Artister"			Brukte logo for å navigere seg tilbake til landingsiden
3	Finne oversikt over vokalister			Brukeren navigerte til "Artister" og fant fram til vokalister-listen veldig enkelt
4	Kontakte Fristil via nettsiden			Deltaker 1 navigerte seg til "Om oss"-siden og fant kontaktskjemaet veldig raskt og enkelt.

				Deltaker 2 navigerte trodde den utførte oppgaven etter dem så teamet deres, men skjønte med litt hjelp at man skulle ta i bruk kontaktskjemaet
5	Navigere til Spotify-spille liste			Deltaker 1 navigerte seg først til "Markedsføring" siden, fant den ikke der. Navigerte seg deretter til hjemmesiden og fant frem listen. Deltaker 2 fant raskt frem etter scrolling på forsiden
6	Finne artister som kan bookes live			Deltaker 1 navigerte seg til "Artist" siden, men la merke til "Live" i navigasjonsmenyen og skjønte at det var der man booker artister

				live. Deltaker 2 fant raskt frem.
7	Finn frem kontaktpersonen for booking av artister live			Deltakerne navigerte seg først til "Om oss" siden og lette i team seksjonen. Sjekket deretter "Live" og fant kontaktpersonen nederst på siden
8	Finne kontaktinfo til Head of Production			Informasjonen var synlig og lett tilgjengelig på team-seksjonen på "Om oss"
9	Finne Fristils Instagram og TikTok			Deltakerne fant frem raskt. Tydelige lenker i footer
10	Finne hvilke artister Fristil			Deltakerne fant lett frem. Lå tydelig

	har markedsført som har nådd topplistene			fremhevet nederst på hjemmesiden og på markedsføring
--	--	--	--	--

(Figur 16.2 “Resultater av utføring “Mobil-versjon”)

Resultatene av **mobilversjonen** inneholder tilsvarende informasjon for mobilbrukere, og fremhever hvordan nettsidens mobilitilpasning påvirker brukeropplevelsen. Noen deltakere måtte bruke flere steg eller trengte hjelp for å finne spesifikke elementer som kontaktskjemaet eller kontaktpersoner, men navigasjonen fungerte stort sett godt.

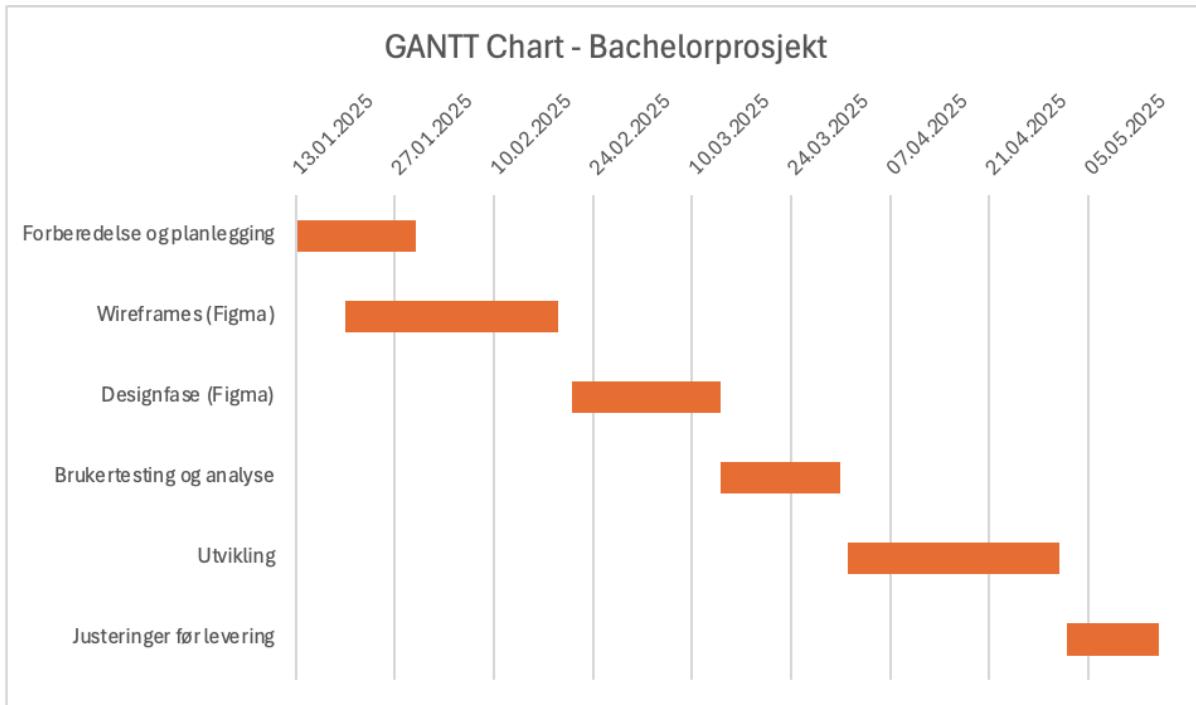
### Observasjoner, tolkninger og anbefalinger

Observasjoner	Tolkninger	Anbefalinger
Testpersonene brukte tid på å finne kontaktskjemaet og kontaktinformasjon.	Kontaktinformasjonen er ikke plassert tydelig nok eller er visuelt underprioritert i strukturen.	Flytt kontaktskjemaet høyere opp på relevante sider eller legg det i hovedmenyen. Vurder også å inkludere kontaktinfo i footer og “sticky” kontaktknappen på mobil.

Testpersoner uttrykte ønske om å kunne klikke seg videre til artistenes Spotify eller sosiale medier.	Manglende interaktivitet i artistseksjonen reduserer engasjement og opplevd verdi for brukeren.	Gjør artistseksjonen mer interaktiv ved å legge til klikkbare knapper eller iconer for Spotify, Instagram og evt. TikTok direkte under hver artist.
---	---	---

(Figur 16.3 “Tabell for observasjoner, tolkninger og anbefalinger”)

## GANTT Chart



(Figur 17 “GANTT-Chart”)

## Risikoplan

Risiko	Konsekvens (K)	Sannsynlighet (S)	Risikooppeng(R)	Skadeomfang	Forebyggende tiltak	Tiltak hvis problemet oppstår
Tekniske problemer	5,00	0,50	2,50	Begrenset erfaring med React kan føre til feil i funksjoner og tekniske feil	Starte tidlig med repetisjon i React, få råd fra erfare utviklere.	Begrense React til enkle komponenter.
Prosjektplan	10,00	1,00	10,00	Stramme tidsfrister kan redusere kvaliteten på nettsiden eller rebranding.	Opprettholde strukturer og effektivt arbeid, sette realistiske mildepæler	Kutter funksjoner basert på prioritering
Kommunikasjon	8,00	0,40	3,20	Manglende eller u tydelig kommunikasjon med oppdragsgiver	Regelmessige møter, dokumentere beslutninger	Kommunisere utfordringer raskt til prosjektleder
Brukervelelse	5,00	0,40	2,00	Nettsiden kan mangle funksjoner eller være lite intuitivt for målgruppen	Gjennomfare brukertesting, analysere konkurrentens produkter	Iterativ testing og tilpassing basert på tilbakemeldinger
Ressurser	9,00	0,30	2,70	Utilstrekkelige ressurser (verktøy, budsjett, bemanning) kan hindre fremgang	Bekrefte ressursbehov tidlig, sikre nødvendige lisenser og verktøy	Prioritere de viktigste elementene først
Rebranding	5,00	0,20	1,00	Den nye visuelle identiteten resonerer ikke med målgruppen	Innvolvere oppdragsgiver i alle faser, og teste logo og identitet på fokusgruppe	Revidere identiteten basert på tilbakemeldinger

(Figur 18 “Risikoplan”)