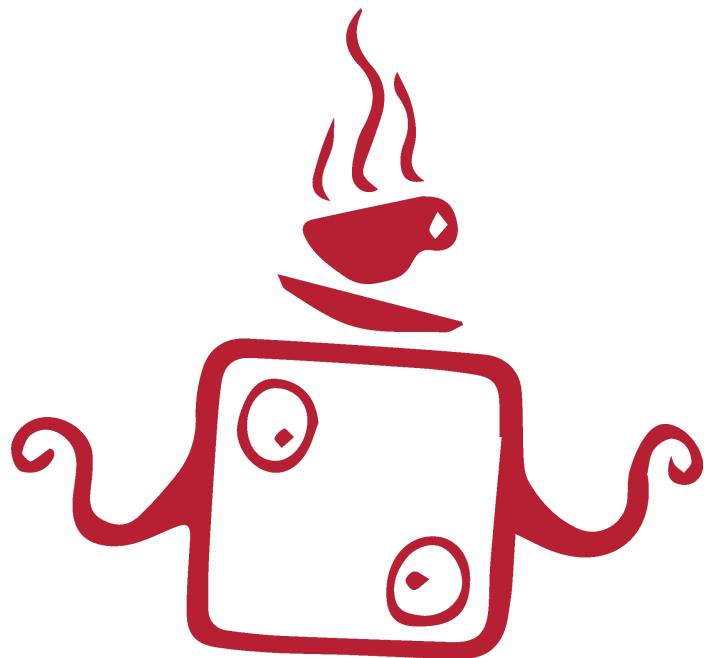


BASTARD CAFE - REDESIGN

GRUPPE 2



Alexander Banke Arp-Hansen

Anna Neel Jensen

Lisbeth Amalie Collin

Noel William Dreyer Bisgaard

Sebastian Schyberg

<https://github.com/SebSchyb/projektet>

<https://bastard-cafe-redesign.netlify.app/> (Kode: gruppe 2)

https://lisbethcollin.dk//kea/05_indhold/virksomhed/kvadratisk_video.mp4

INDHOLDSFORTEGNELSE

Pitch	Side 3
Planlægning	Side 4-5
Medvirkende virksomhed	Side 5
Research: Nuværende website	Side 6-10
Research: Koncept	Side 11-12
Ideudvikling	Side 13-16
Test	Side 17-22
Indholdsproduktion	Side 23-24
Kode	Side 25-34
Refleksion	Side 35-36

Bastard Café - Pitch

Velkommen til Bastard Cafe, det ultimative mødested for spilleentusiaster, der ønsker at fordybe sig i en verden af spænding, konkurrence og socialt samvær. Hos Bastard Cafe går vi ud over traditionelle caféer ved at tilbyde en unik oplevelse, hvor spil og god mad går hånd i hånd.

På Bastard Cafe kan du udforske vores imponerende udvalg af brætspil, kortspil, rollespil og meget mere. Uanset om du er en hardcore gamer eller bare ønsker at have det sjovt med vennerne, har vi spillet, der passer til dine præferencer og færdighedsniveau. Fra strategiske udfordringer til hurtige reflekser og episke eventyr, vil du finde spil, der passer til enhver smag. Vi har skabt den perfekte ramme til at nyde spil med vores hyggelige og afslappede caféomgivelser. Vores dedikerede personale er altid klar til at vejlede dig i spillets regler eller anbefale nye og spændende titler. Du kan også nyde vores lækre menu med et bredt udvalg af mad og drikkevarer, der vil holde dig energisk og klar til at erobre spilverdenen.

Bastard Cafe er ikke bare et sted, hvor man spiller spil. Det er et levende fællesskab af spilleentusiaster, der mødes, konkurrerer og deler deres lidenskab. Vi arrangerer regelmæssigt turneringer, events og tema-aftener, hvor du kan møde ligesindede og udfordre dine evner. Uanset om du er en solo-spiller, en del af et hold eller bare vil have en sjov aften med vennerne, er der altid noget spændende at være med til hos Bastard Cafe.

Så hvis du er på udskig efter den ultimative spilleoplevelse kombineret med lækker mad og en fantastisk atmosfære, så er Bastard Cafe det perfekte sted for dig. Kom og bliv en del af vores spillefællesskab, hvor hver eneste spilsekund er fyldt med sjov, spænding og nye eventyr.

Bastard Cafe - Hvor spil og god mad mødes for at skabe uforglemelige oplevelser.

Planlægning

Gruppekontrakt

Som noget af det første i forløbet, kiggede vi på Teamkontrakt skabelonen, som blev lagt op til os på Fronter. Her læste vi den grundigt igennem og snakkede om de forskellige aftaleemner, og hvad vi hver især havde af forventninger til de andre gruppemedlemmer, og os selv i teamet. Vi var alle meget enige, og udfyldte ikke skabelonen da vi ikke følte det så relevant, da vi var meget på samme bølgelængde ift. hvordan hele processen skulle forløbe, og hvilke forventninger vi havde.

Burndown chart

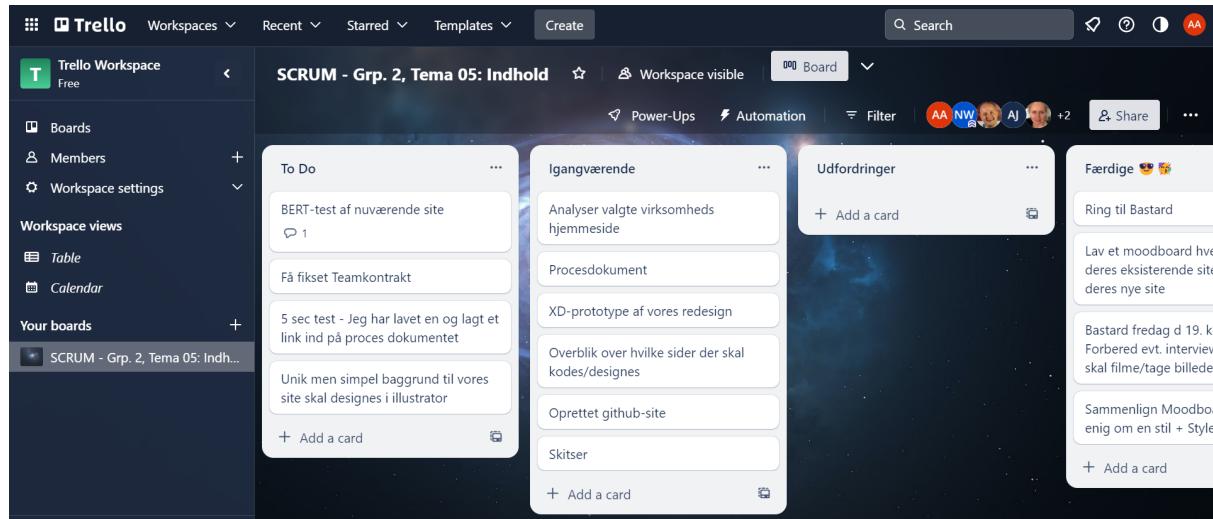
Vi lavede ikke et burndown chart, da en stor del af vores daglige Scrum møder omhandlede tidsplan, og hvor langt vi var, kontra hvor langt vi gerne ville være.

Scrum

Vi har holdt et kort Scrum møde på ca. 10 minutter mandag-fredag morgen igennem hele processen. Alexander blev udnevnt som Scrummaster, og havde overblikket gennem møderne. Vi fortalte på skift hvad vi havde lavet i løbet af gårdsdagen, hvilke evt. udfordringer vi var stødt på, og hvad vi forventer at lave den pågældende dag. Dette gav os en masse indsigt i hvad de andre gruppemedlemmer lavede, og hvordan vi bedst muligt kunne hjælpe hinanden.

Trello

For lettere at danne et overblik over processen, oprettede vi i gruppen et Trello Board, hvor vi alle sammen hele tiden kunne se, hvilke delmål, projekter og udfordringer vi havde undervejs. Herunder er et eksempel på vores Trello Board undervejs i processen.



Billed 1: Trello

Medvirkende virksomhed

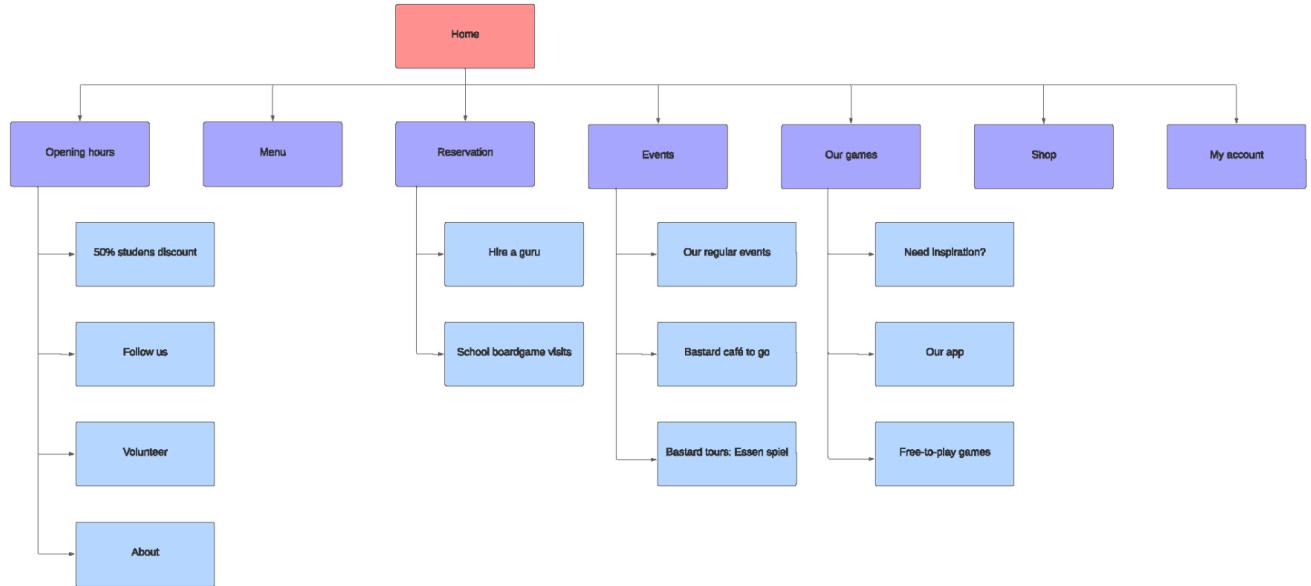
Under planlægningsfasen, brugte vi desktop research metoden til at undersøge hvilke forskellige virksomheder der ligger i nærheden af KEA eller hvor vi bor. Ved at undersøge efter virksomheder på den måde ville vi være sikker på at den virksomhed vi fandt, havde en fysisk lokation samt en hjemmeside vi kunne arbejde ud fra. Under denne proces fandt vi Bastard Café, som vi alle kender til og har besøgt stedet flere gange. Dette har været med til valget af deres virksomhed, da vi ved hvor populære caféen er samt hvor uoverskuelig, upersonlig og forvirrende deres hjemmeside er. Vi i gruppen mener med alt det vi har lært i de forrige emner, kan designe en bedre og mere moderne hjemmeside.

Da vi kontaktede Bastard Café, gjorde vi det klart for dem at det design vi udfører, kun er et forslag som et redesign, og derfor ikke den endelige løsning som de kan tage i brug med det samme.

Research: Virksomhedens nuværende website

1. Sitemap

Vi fandt Bastards hjemmeside meget uoverskuelig, og valgte derfor at lave et Sitemap for lettere at danne et overblik over hvilke undersider de havde på den eksisterende hjemmeside.



Billede 2: Sitemap lavet på:

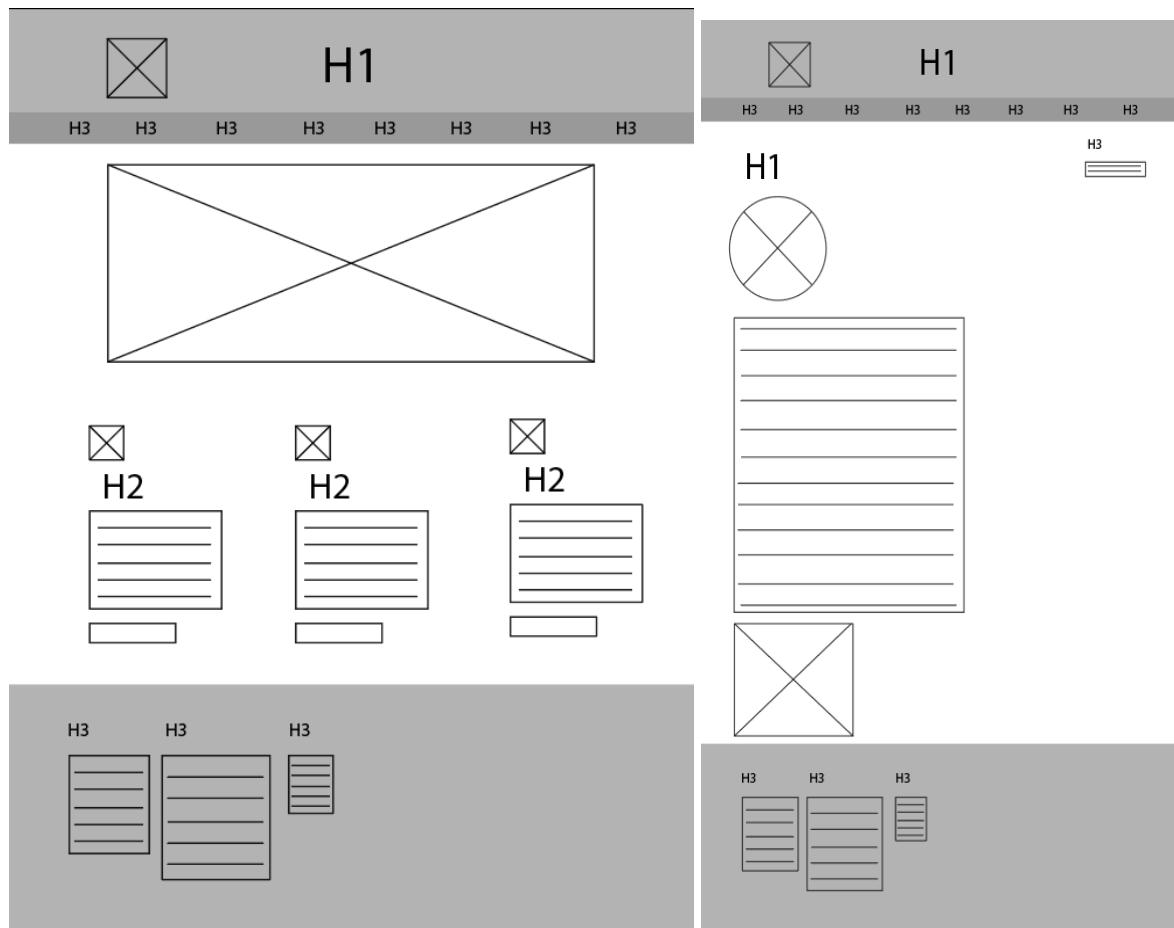
https://lucid.app/lucidspark/9e17ad99-1363-4384-a4df-2ded4ff454fa/edit?viewport_loc=-528%2C-44%2C4580%2C2349%2C0&invitationId=inv_a2e667ae-c712-4438-b979-46ac0acdc500

2. Funktionalitets liste

Da det er en brætspilscafe, er de vigtigste funktioner på siden bookingsystemet, menukortet, og listen over alle deres brætspil. Dog er der også en andre masse vigtige informationer som f.eks. adresse, åbningstider og begivenheder. Nogle af de mindre væsentlige funktioner er shoppen, "bliv frivillig" og booking til f.eks. skoleudflugter.

3. Wireframe

For lettere at kunne gennemskue deres nuværende layout, lavede vi nogle wireframes af de vigtigste sider, så vi kunne se hvordan det var bygget op rent kompositorisk uden farver, fonte og andre grafiske elementer. Til venstre ses forsiden. Til højre ses åbningstiderne. Allerede her gik det op for os, at hjemmesiden ikke var lavet brugervenligt, og var meget inkonsekvent, især på wireframen til højre, hvilket afspejler størstedelen af siderne.



Billede 3: Wireframes af forside og åbningstider siden.

4. Styletile med foto- og videostil

Efter vi havde fået den eksisterende hjemmesides layout på plads, ville vi også gerne have et overblik over deres stil og designmanual. Dette gjorde vi ved at lave en styletile baseret på deres nuværende hjemmeside.



Billede 4: Styletile baseret på nuværende hjemmeside..

5. Indholdsoversigt

For at få nogle flere indsigt i hvordan Bastards hjemmeside opfattes af brugerne, lavede vi 2 forskellige tests, 5-sek og BERT.

a. 5-sek test

Vi har brugt 5-sekunders testen til få nogle ord på forsiden af hjemmesiden. Vi kan se med de svar vi har fået, at det der bliver lagt mærke til er kaffe til studerende. Der er ikke et eneste svar som nævner spil elementet ved firmaet, da det ikke fremstår på forsiden.

<https://app.usabilityhub.com/tests/d656edf93d0b/results/c439b5c6bd13>

A 1.1. Short text question

Hvad handler hjemmesiden om?

≡ Answers 4 Tags 0 Word cloud

Select all Search responses

Kafferabat til studerende

Kaffe (50% rabat for studerende)

Studierabat på kaffe og te på Bastard

Mad

A 1.2. Short text question

Hvad er det første du lagde mærke til?

≡ Answers 4 Tags 0 Word cloud

Select all Search responses

Tilbuddet om kaffe til studerende

Ordet "offer"

Blå/turkis farve og 50%

Den røde farve

≡ 1.3. Long text question

Hvad er hovedelementerne du huske fra hjemmesiden?

≡ Answers 4 Tags 0 Word cloud

Select all Search responses

Billig kaffe til studerende

Kaffe, rabat for studerende, blå/grøn baggrund

Baggrundsfarven

Billede af en kop kaffe

A 1.4. Short text question

Hvad var mest i øjenfaldende?

≡ Answers 4 Tags 0 Word cloud

Select all Search responses

Tilbuddet om kaffe til studerende

Baggrundsfarven

Baggrundsfarven

Den røde farve

A 1.5. Short text question

Beskriv hjemmesiden med 3 ord

≡ Answers 4 Tags 0 Word cloud

Select all Search responses

Grim

Iøjenfaldende, farverig, tilbud

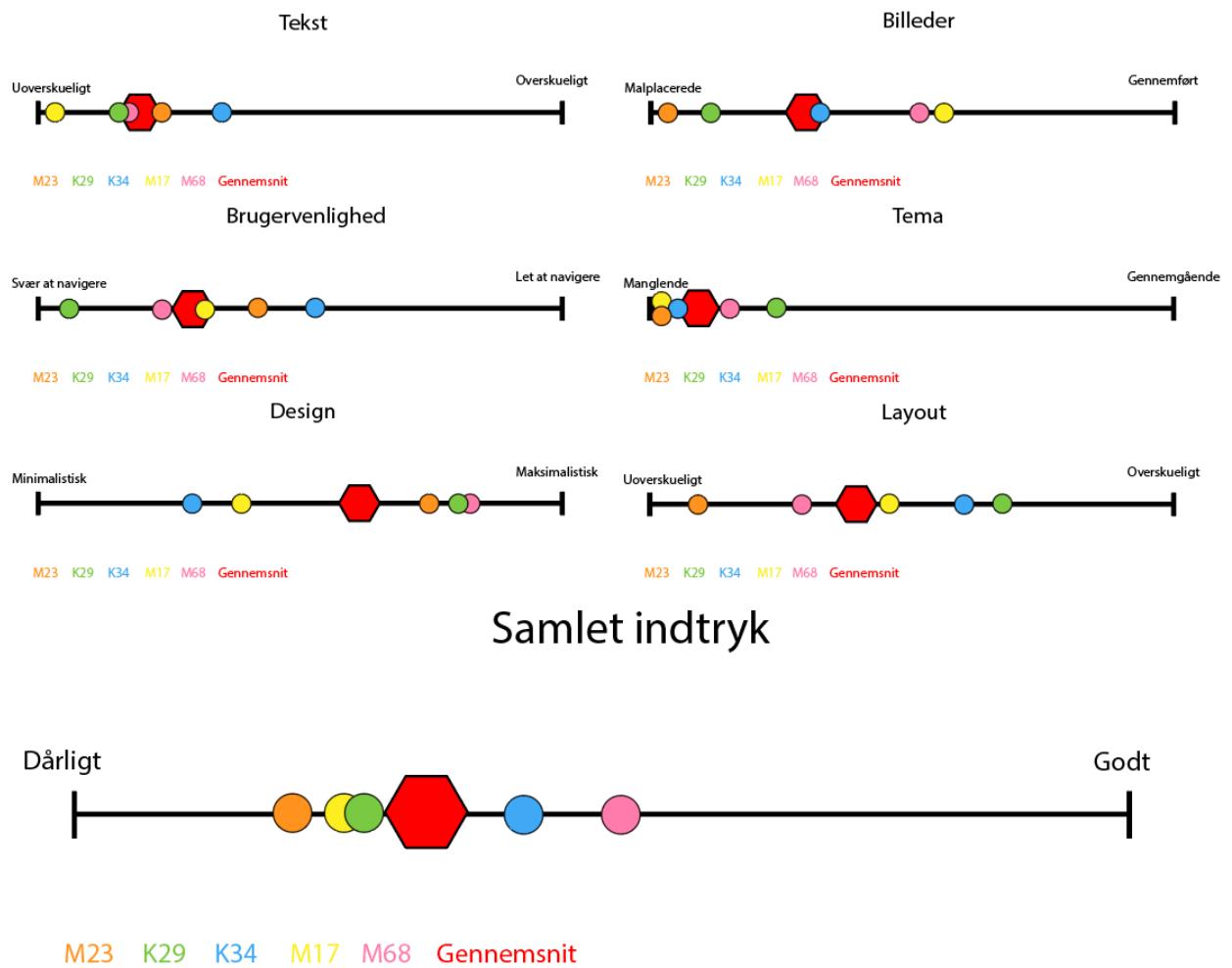
Blå, simpel, overskuelig

Kaotisk, kedelig, øjenfaldende

Billede 5: Screenshots fra 5-sek test

b. BERT test

BERT (Bi-polar, Emotional, Response, Test) testen lavede vi på nogle af vores bekendte, og fik ud fra dette 5 svar. Dette bekræftede blot vores egne tanker og bekymringer omkring websitet, og har givet os klarhed ift. vi skal fokusere på et gennemgående tema, overskuelig tekst, og højere brugervenlighed.



Billede 6: BERT-test

Research: Virksomhedens koncept

For bedre at få en forståelse for virksomhedens koncept, afsender, målgruppe, produkter og USP aftalte vi et interview med Bastard Cafes AGM, Jan. Vi har brugt dette interview til både at få en indsigt i hvem Bastard Cafe er, og hvilke ting Jan kunne lide, var vigtige, ikke brød sig om og forbedringsforslag til deres eksisterende website. En anden ting vi fokuserede på i vores interview var hvilke brætspil hun kunne anbefale, hvilket vi synes kunne være sjovt at ligge op på hjemmesiden, så brugerne kunne få inspiration til hvad de skal spille, og samtidig komme endnu tættere på virksomheden.

Afsender

Bastard Cafe startede som en spilleklub blandt nogle venner, og de besluttede en dag at åbne en cafe. Siden da er den kun vokset, både i personale, popularitet og størrelse. Bastards mission er at bringe glæden ved at spille brætspil ud til så mange som muligt, og det gør de f.eks. ved hele tiden at udvide deres samling af brætspil, have en masse gratis brætspil, have frivillige guruer der hjælper med regler og anbefalinger, og gøre det muligt at sidde på cafeen uden at købe noget og få gratis vand. En af de ting Jan pointerede omkring personalet var, at det var vigtigt for dem at have en masse forskellige personligheder fra forskellige kulturer, men at alle havde den ting tilfælles at de var nogle unikke typer med kæmpe smil. Vi lagde f.eks. mærke til da vi var derinde, at der i baren var en lille holder med flag der repræsenterer de medarbejdere der var på arbejde - og ikke 2 var ens!

Målgruppe

Jan sagde under interviewet, at de faktisk ikke havde en konkret målgruppe, da deres mission er at få alle til at opleve glæden ved brætspil. Dette betyder altså at deres målgruppe simpelthen er alle mennesker i verden! Det kan man også godt fornemme, da de prøver at appellere til så mange forskellige aldersgrupper som muligt, f.eks. har de både sociale medier til de unge, hjemmesiden til de midaldrende og formiddags bingo til de ældre. De har også en masse forskellige events, merchandise og begivenheder, der også appellerer til alle aldre og nationaliteter, uanset om man har spillet brætspil før, eller om det er helt nyt. Det gælder alt fra ture til spille messer i Tyskland, til salg af bamser eller rom, studierabatter og Drag billedlotteri.

Da vi kun arbejder med hjemmesiden, og ikke deres events og produkter, vil vi prøve at gøre hjemmesiden så tilgængelig for alle, som muligt. Dette vil vi gøre ved at have stor fokus på UX, så brugere nemt kan navigere på hjemmesiden, og samtidig prøve at gøre hjemmesiden mere “sjov”, så brugerne kan fornemme den glæde, som Bastard prøver at sprede, også hjemme i stuen over nettet.

Produkter/services

Bastards primære service, er deres cafe koncept, hvor de sælger mad og drikkevarer. Derudover tjener de også penge på folk, der køber medlemskab, reserverer bord eller afholder events. Deres tertiære service/prodукter, er deres merch, som kan købes fysisk i butikken, eller i begrænsede perioder gennem deres Instagram side, det er f.eks. t-shirts, spillekort og hjemmelavede flasker alkohol.

Unique selling proposition (USP)

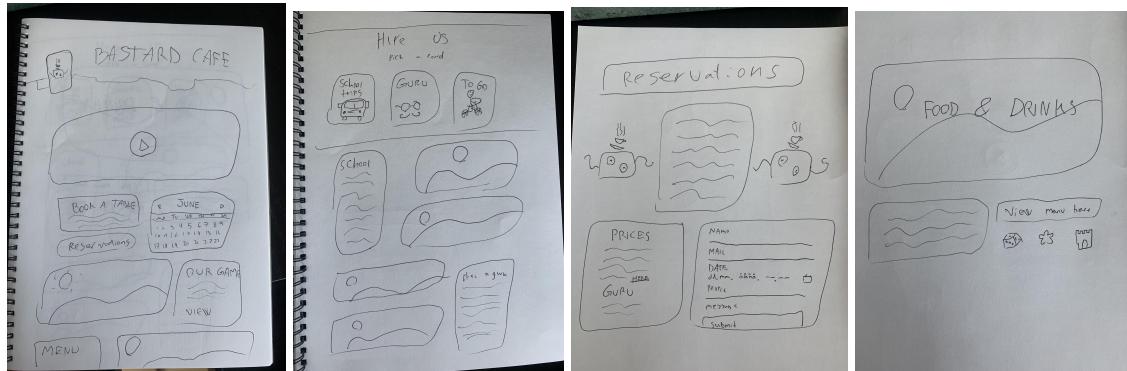
Deres USP er at det ikke bare er en almindelig cafe, hvor man sidder og snakker hen over en kop kaffe, men at der er over 5000 forskellige brætspil som gæsterne kan sidde og spille mens de spiser mad, de enten har købt i cafeen eller har medbragt hjemmefra. De prøver derudover hele tiden at være aktuelle ved at udvide deres spilbibliotek, lave events og kampagner målrettet mange forskellige målgrupper, så der derfor hele tiden er noget nyt og spændende, uanset hvem man er som kunde.

Virksomhedens redesignede website

Under vores interview sagde Jan at de vigtigste ting ved hjemmesiden var deres oversigt over alle brætspillene, med søgefunktionen, og muligheden for at klikke ind på et spil og læse mere. Dette var en af de ting vi synes fungerer bedst ved deres eksisterende side, og valgte derfor at beholde det meget tro til hvordan de selv har gjort det, og det kan derfor bare implementeres 1:1. Derudover sagde hun at deres reservationsside var meget vigtig, men at den ikke fungerede optimalt, så det har vi prøvet at forbedre ved at gøre den lettere tilgængelig, og lagt den på både forsiden, og på en underside. En anden ting vi har fokuseret på, er at gøre hjemmesiden generelt mere sammenhængende, og lettere at navigere rundt på.

Idéudvikling

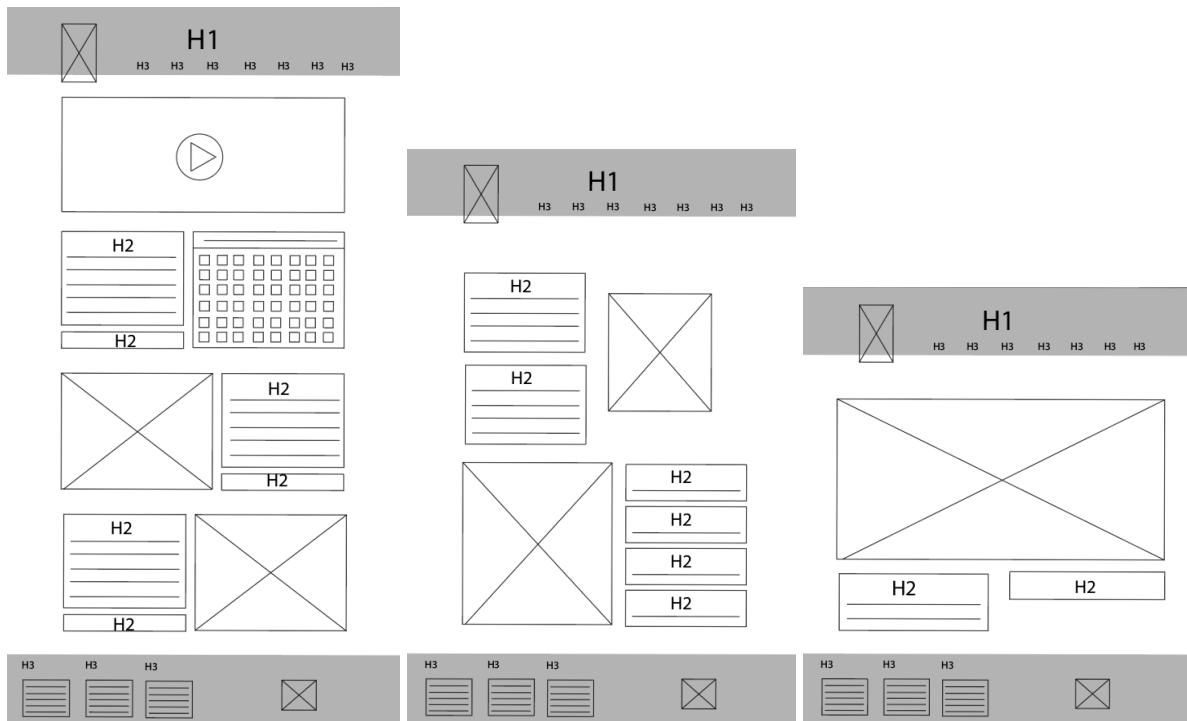
Skitser

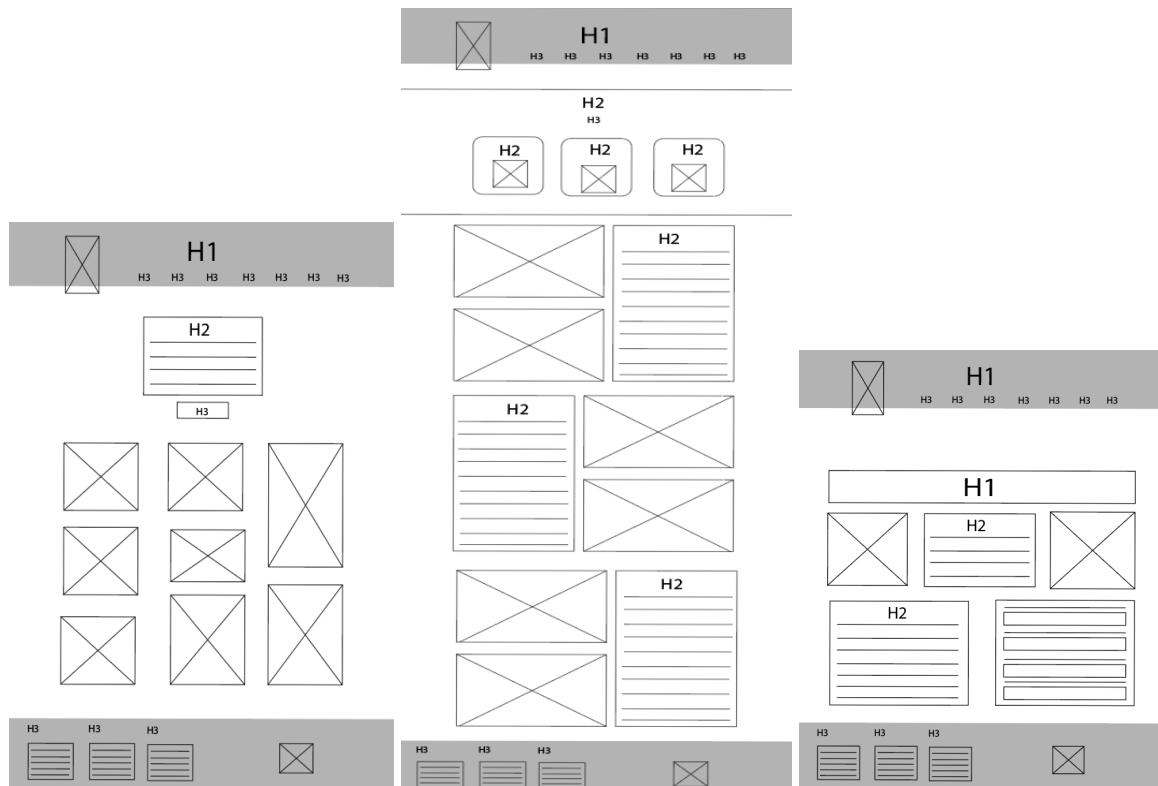


Billede 7: Skitser, fra venstre: forsiden, hire us, reservations, menu

Wireframe

Vi har lavet Wireframes i XD for forsiden, events, menu, games, hire og reservations.





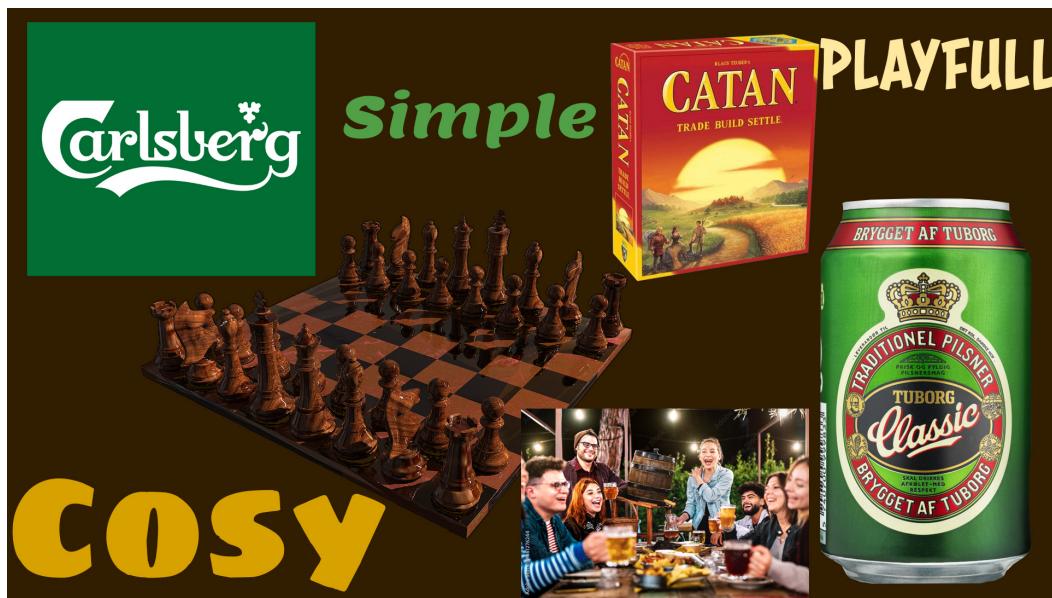
Billede 8: Wireframes fra topvenstre: forside, events, menu, games, hire, reservations

Moodboard

Under vores idéudvikling valgte vi at producere et moodboard hver især. Ideen bag dette var at ramme bredt i forhold til vores generelle redesign, hvor den efterfølgende opgave var at blive enige om en mere konkret sti for vores inspiration. Nedenfor er vedlagt eksempler på vores forskellige moodboard/ udkast:



Billede 9: Alexanders Moodboard



Billedet 10: Sebastians Moodboard



Billedet 11: Noels moodboard

Styletile



Billedet 12: Styletile baseret på vores 5 moodboards, og Bastards eksisterende hjemmeside

Prototype

Vi lavede vores prototype af redesignet i et fælles XD-dokument.

<https://xd.adobe.com/view/f4381001-3f1f-45da-b4fa-c439308920e6-a16b/?fullscreen>

Prototypen er på side 12-19, de første sider er proces, moodboards og inspiration



Billedet 13: Prototype lavet i Adobe XD

Test

Tænke-højt-test

Tænke-højt-testen er blevet udført på Celina Lüppers, som arbejder i receptionen på Kea. Vi startede testen med at forklare hvad selve testen går på, hertil fik hun et link til vores redesign, så hun selv kunne bevæge sig rundt på den. Her er nogle stikord fra testen.

Det første hun lægger mærke til, er den brune farve på menuen, hvor hun så ser videoen og siger ”hyggeligt med video, passer fint konceptmæssigt”. Derudover nævner hun ”at den mørke grønne minder mig lidt om et poolbord, hvilket jo passer meget godt når det jo er et sted hvor man kommer for at spille spil. Hun går så lidt længere ned på siden og ser sektionen med ’Book a table’ og kalenderen der hører til, og siger ” Det er fedt at man direkte fra forsiden kan booke et bord”. Hun siger så at hun godt kan lide opbygningen af siden.

Derefter klikker hun ind på reservations via knappen på forsiden. Hun begynder at læse om reservations, og bliver overrasket over at man får en gratis drink med, når man booker et bord, hun går så lidt længere ned på siden og ser prislisten for bookingen. Hun fortæller at det er lidt misvisende at det koster noget at booke, hun uddyber så ”Jeg troede at var gratis at booke et bord, også derfor blev jeg så overrasket over at man får en gratis drink med, altså som i at bare ved at booke et bord ville man så få noget gratis.” hun fortæller nærmere ”Måske skulle der henvises til prislisten oppe den del eller rykke om på noget”. Celina går så ned og kigger på prislisten igen og nævner at den er rar og overskuelig.

Celina går så tilbage til forsiden ved at klikke på logoet oppe i menuen, og scroller lidt rundt. Hun fremhæver, at det mest essentielle ligger på forsiden, hvilket hun godt kan lide. Hun nævner også ”Layoutet ligger lige til højrebenet, det er skåret ud i pap, det er virkelig godt, man får et godt overblik og det er behageligt at kigge på”. Hun scroller ned til ’food and drinks'-sektionen og klikker ind på siden via knappen. Det første hun siger når hun kommer ind på billedet er ”Det er et meget indbydende foto til mad”, derefter scroller hun ned og ser menukort knappen og klikker ind på den. Hun bruger lidt tid på at læse nogle af de forskellige ting, der står på menuen, hvortil hun kommenterer navnet på latten. Til sidst fremhæver hun ”Jeg kan virkelig godt lide menuen, den er meget bedre end den de har nu”. Det giver bedre mening i forhold til resten af hjemmesiden, og den er mere overskuelig. Efter Celina havde været inde og kigge på menukortet, klikkede hun videre til games siden via menuen. Hun

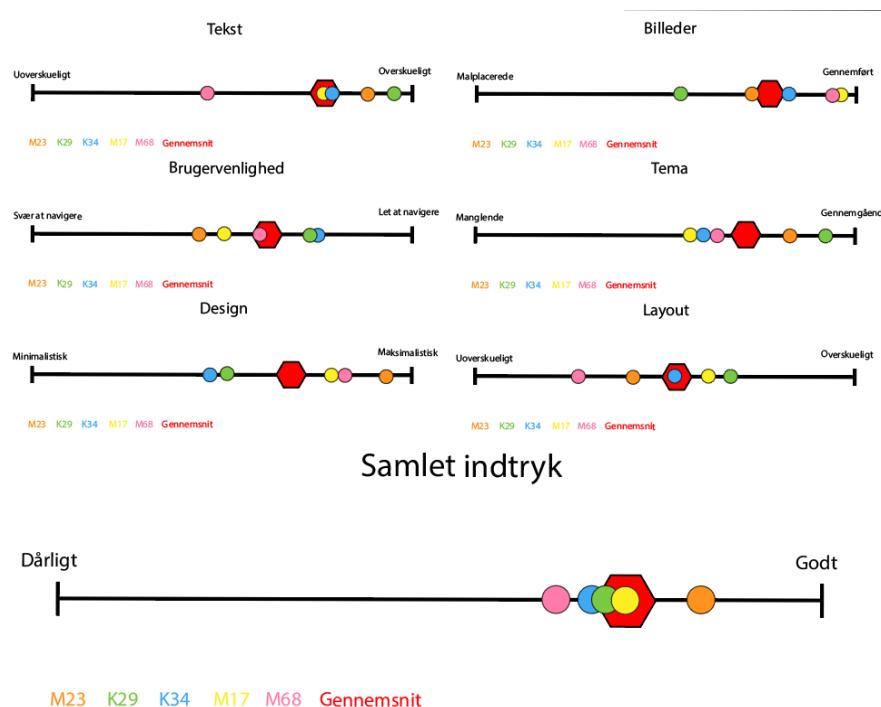
fremhæver ”Fedt med de forskellige spil! Kan man klikke på dem?” her sagde vi meget modvilligt ”nej desværre ikke”. Efterfølgende scrollede hun på menuen og klikke på ’events’ hvor hun går lidt rundt på siden og til sidst nævner ”Meget fed opstilling og koncept”. Efter hun havde været inde på 'events', gik hun tilbage til forsiden via logoet, og derefter stoppede vi testen.

5 sek

<https://app.usabilityhub.com/tests/d0afccc4d36/results/8b7c8732d3e9>

Vi har ikke fået særlig mange svar hverken for den nuværende og for vores redesign, men ud fra de svar vi har fået kan vi stadig danne os et overblik over hvad man først lægger mærke til når man først kommer ind på hjemmesiden. På den nuværende side fortæller vores respondenter, at det de husker var kaffe til studerende, og som nævnt tidligere er det ikke spil aspektet der er i fokus. På redesignet nævner vores ene respondent at det er den store menu og den store video de husker, men et andet aspekt der bliver nævnt er stemningen af redesignet, som de beskriver som hyggeligt. Hygge var det keywords der var gennemgående i vores moodboards, som også er et af de aspekter vi gerne ville videreføre til redesignet.

BERT



Billede 14: BERT test af redesign, på samme personer

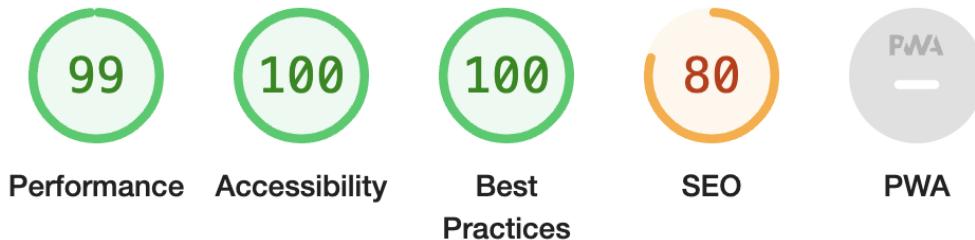
Heuristisk test

Den heuristiske evaluering er foretaget af *ekspert* Jacob Kinze, der tidligere har gennemført MMD på KEA. Undersøgelsen var i dette tilfælde foretaget af Noel William.

Hvilken heuristik?	Hvad er problemet?	På hvilken side er det?	Hvor alvorligt er det?	Hvordan kan det løses?	Hvor lang tid vil det tage?
Design	Fonte passer ikke sammen(vælg evt. En sans-serif font)	Forside Kalender menu	Alvorligt	Font-family opdateres i koden	To minutter
Responsiv	B i bastard gemmer sig bag logo	Menu 	Alvorligt	Størrelsesforhold opdateres, og låses	Længere tid og koordinering
	Boxe på reservations siden/ står lidt for tæt og den øverste er tom		Moderat	Fixes med lidt grid/ margin	Fem minutter
	Forside videoen fylder meget, og man ser kun halvdelen når man kommer ind på siden (widescreen)	Forside	Moderat	Videoens størrelse ændres	Afhænger af nye stilistiske valg
	Forskellige fonte til brødtekster	Forside har en anden font end	Alvorlig	Font-family opdateres i koden	To minutter

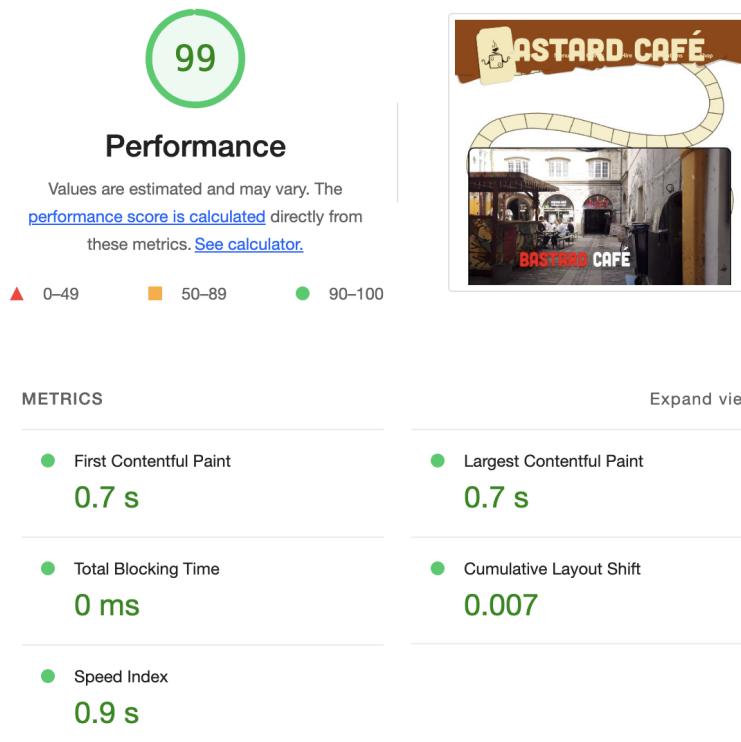
	på forskellige sider	De andre undersider			
--	----------------------	---------------------	--	--	--

Lighthouse



Performance mæssigt udmærker vores side sig fint. Siden indlæses hurtigt, og lader ikke til at have nogle forhindringer/ blokeringer ift. indlæsning af forsiden.

Skulle vi forsøge at få vores side til at performe endnu bedre, vil det være oplagt at optimere vores .mp4. Dette udpeger testen også.



Under **Accessibility** scorer vores siden maksimum point, og indikerer derfor, at siden er fint tilgængelig for personer med handicap. Testen foreslog dog, at vi kommer undertekster på vores video.



Accessibility

These checks highlight opportunities to [improve the accessibility of your web app](#). Only a subset of accessibility issues can be automatically detected so manual testing is also encouraged.

Under **Best Practices** bliver vores side også tildelt en score på 100. Dette fortæller os, at vores kodeformatering samt brug af HTML og CSS indfrier de anbefalede fremgangsmåder til webudvikling.



Best Practices

TRUST AND SAFETY

- Ensure CSP is effective against XSS attacks



PASSED AUDITS (13)

Show

NOT APPLICABLE (2)

Show

SEO (Search Engine Optimization) finder flere udfordringer på vores side. Blandt andet opfordres vi til, at have en beskrivelse under vores meta-tag, hvilket vil hjælpe til at gøre vores siden mere synlig og tilgængelig på nettet.

Derudover bliver det også påpeget, at vores side ikke kan findes af søgemaskiner, grundet vores meta-tag: robots: noindex,nofollow. Dette er heldigvis vores hensigt.



SEO

These checks ensure that your page is following basic search engine optimization advice. There are many additional factors Lighthouse does not score here that may affect your search ranking, including performance on [Core Web Vitals](#). [Learn more about Google Search Essentials](#).

CONTENT BEST PRACTICES

- ▲ Document does not have a meta description

Meta descriptions may be included in search results to concisely summarize page content.
[Learn more about the meta description](#).

Format your HTML in a way that enables crawlers to better understand your app's content.

CRAWLING AND INDEXING

- ▲ Page is blocked from indexing

Search engines are unable to include your pages in search results if they don't have permission to crawl them. [Learn more about crawler directives](#).

Blocking Directive Source

meta

Indholdsproduktion

Video

Vi har produceret 2 forskellige videoer. Et interview og en video som viser bastard cafe. Her har vi brugt forskellige klips, med forskellige framings, master shot, b-rolls og interview.

Selve interview delen er bygget op omkring en produktionsplan, da vi på forhånd havde forberedt spørgsmål, og en slagplan for hvad og hvor vi ville filme.

For at få den bedste lyd optog vi med en ekstern lydoptager.

I selve klipningen har vi gjort meget brug af usynlige klips, for at gøre videoerne mere flydende.



Billede 16: Screenshots fra videoerne på vores site

I begge videoer gør vi brug af grafiske elementer, for at vise en masse indhold om hvor vi er, og for at give videoerne mere kant.

Tekst

Copy:

- Brødtekst: Den længere tekst under overskriften giver information om beliggenheden, åbningstider og andre detaljer om cafén.

Microcopy:

- “Opening hours” - Dette er en overskrift for informationen om åbningstiderne. Selvom det ikke er et langt stykke tekst, fungerer det som en mikrobesked, der hjælper brugeren med at finde den specifikke information, de søger.

Fotos

Her præsenteres de billede, vi har brugt på vores hjemmeside. Inden vi tog ud for at tage billede, udarbejdede vi en drejebog, der angav de indstillinger og følelser, vi ønskede at udtrykke i vores billede. Vi blev alle hurtigt enige om, at vi ønskede at appellere til patos ved at vise den varme, som Bastard Cafe besidder. Vi opnåede dette ved at være ‘fluen på væggen’ og lade menneskerne udføre arbejdet. Derudover var det også vigtigt for os at inkludere så mange af de ting, de tilbyder, i billede.

Redigering:

En god kontrast til varme er uden tvivl at øge farverne. De spiller godt sammen, da det er med til at understøtte den varme og rare følelse, det er at være på Bastard Cafe.



Billed 17: Collage af udvalgte af vores billede

Kode

```
1  function toggleMenu() {  
2      var menuToggle = document.querySelector(".menu-toggle");  
3      var menu = document.querySelector(".menu");  
4  
5      menuToggle.classList.toggle("active");  
6      menu.classList.toggle("active");  
7  }  
  
<header class="navimg">  
  <a href="index.html"></a>  
  
  <h1><a href="index.html">bastard café</a></h1>  
  <div class="menu-toggle" onclick="toggleMenu()"></div>  
  
  <nav class="menu navigation">  
    <ul>  
      <li><a href="about.html">About</a></li>  
      <li><a href="events.html">Events</a></li>  
      <li><a href="food.html">Menu</a></li>  
      <li><a href="games.html">Games</a></li>  
      <li><a href="hire.html">Hire</a></li>  
      <li><a href="reservations.html">Reservations</a></li>  
      <li><a href="shop.html">Shop</a></li>  
    </ul>  
  </nav>  
</header>
```

Billede 18: Screenshots af vores kode

Dette stykke kode definerer funktionen kaldet "toggleMenu()", som bruges til at skifte tilstanden for menuen som ligger i vores HTML-dokumenter. Dette meget simple javascript "tænder og slukker" altså for vores burger menu.

Her er en forklaring på, hvad koden gør trin for trin:

Linje 2: Variablen "menuToggle" bliver tildelt en reference til det HTML-element, der har klassen "menu-toggle". Dette element bruges til at aktivere/deaktivere menuen ved et klik.

Linje 3: Variablen "menu" bliver tildelt en reference til det HTML-element, der har klassen "menu". Dette element er selve menuen, som skal vises/skjules.

Linje 5: "classList.toggle()" er en indbygget metode i JavaScript, der tilføjer eller fjerner en klasse fra et HTML-element. Her bliver klassen "active" tilføjet eller fjernet fra "menuToggle". Det betyder, at når funktionen aktiveres, vil "menuToggle" skifte sin tilstand mellem at have klassen "active" eller ikke have den.

Linje 6: På samme måde som i linje 5, tilføjer eller fjerner "classList.toggle()" klassen "active" fra "menu". Dette skifter tilstanden for menu-elementet, mellem at have klassen "active" eller ikke have den.

Layoutdiagrammet for redesign

Forside

#LogoOgH1

.Nav

Header

.grid_1-1

.kortgrid

.kalender order

.month

.grid_2-1

.forsideimg

.kortgrid

.grid_1-2

.kortgrid

.forsideimg

Footer

.footer-container

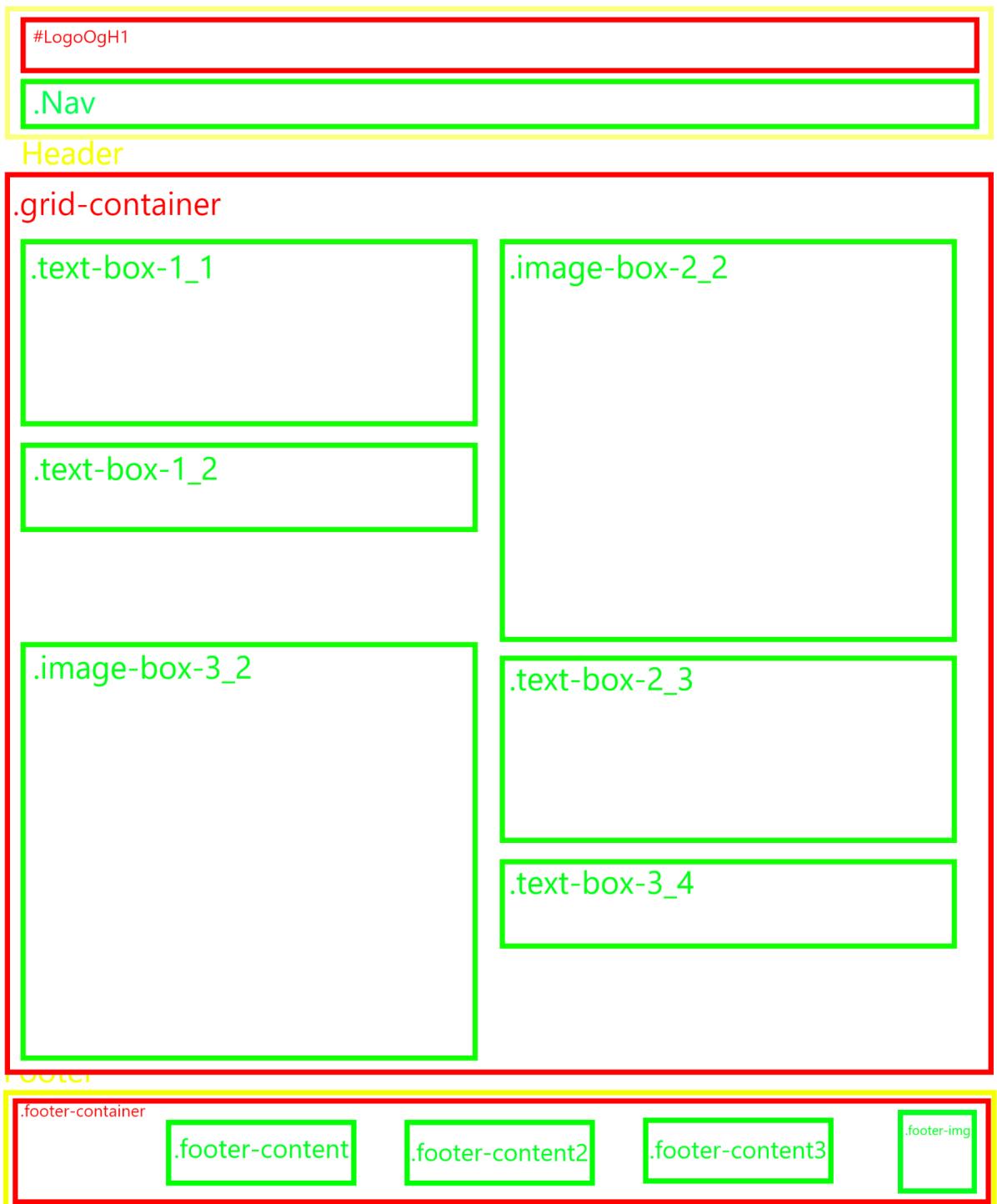
.footer-content

.footer-content2

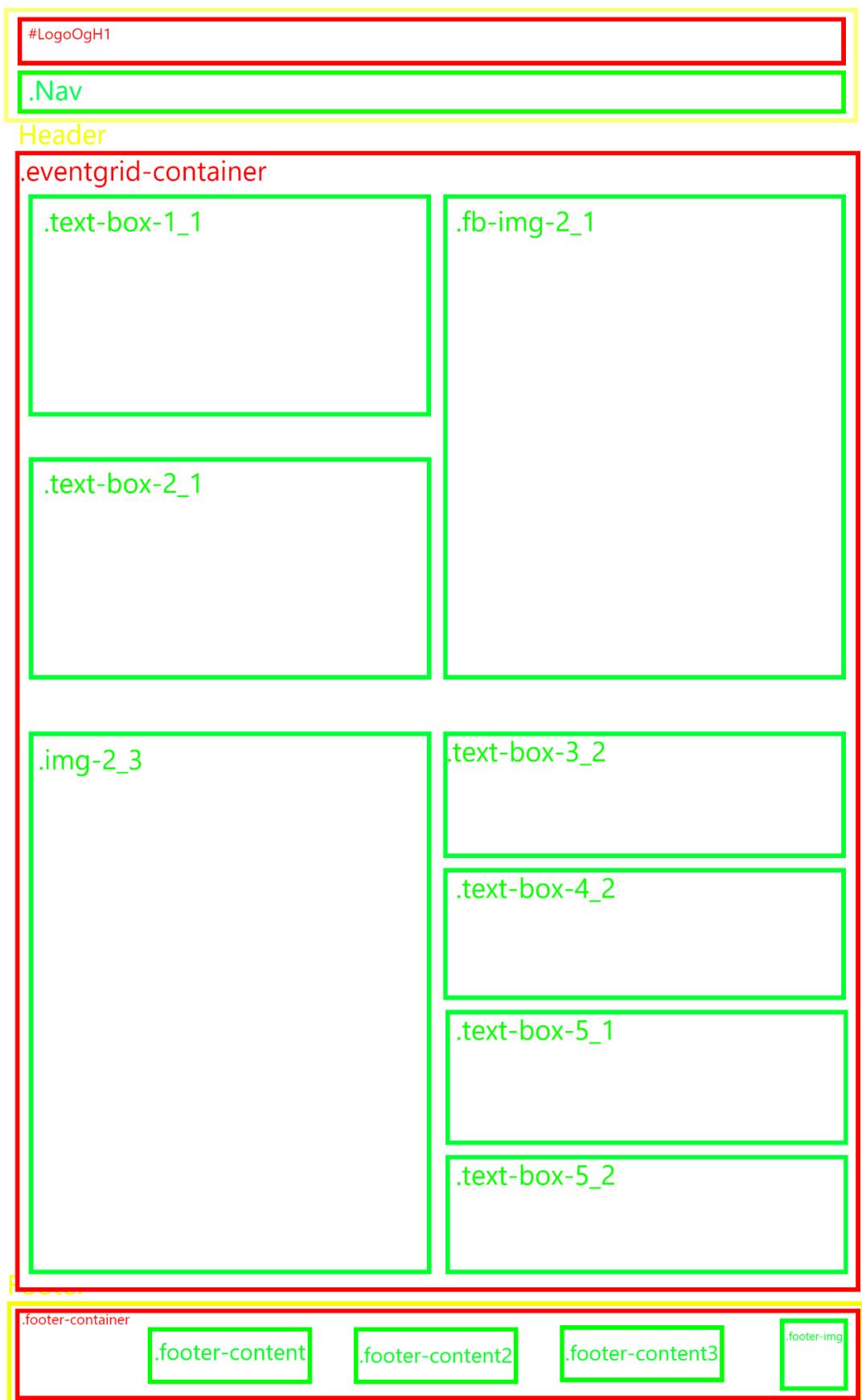
.footer-content3

.footer-img

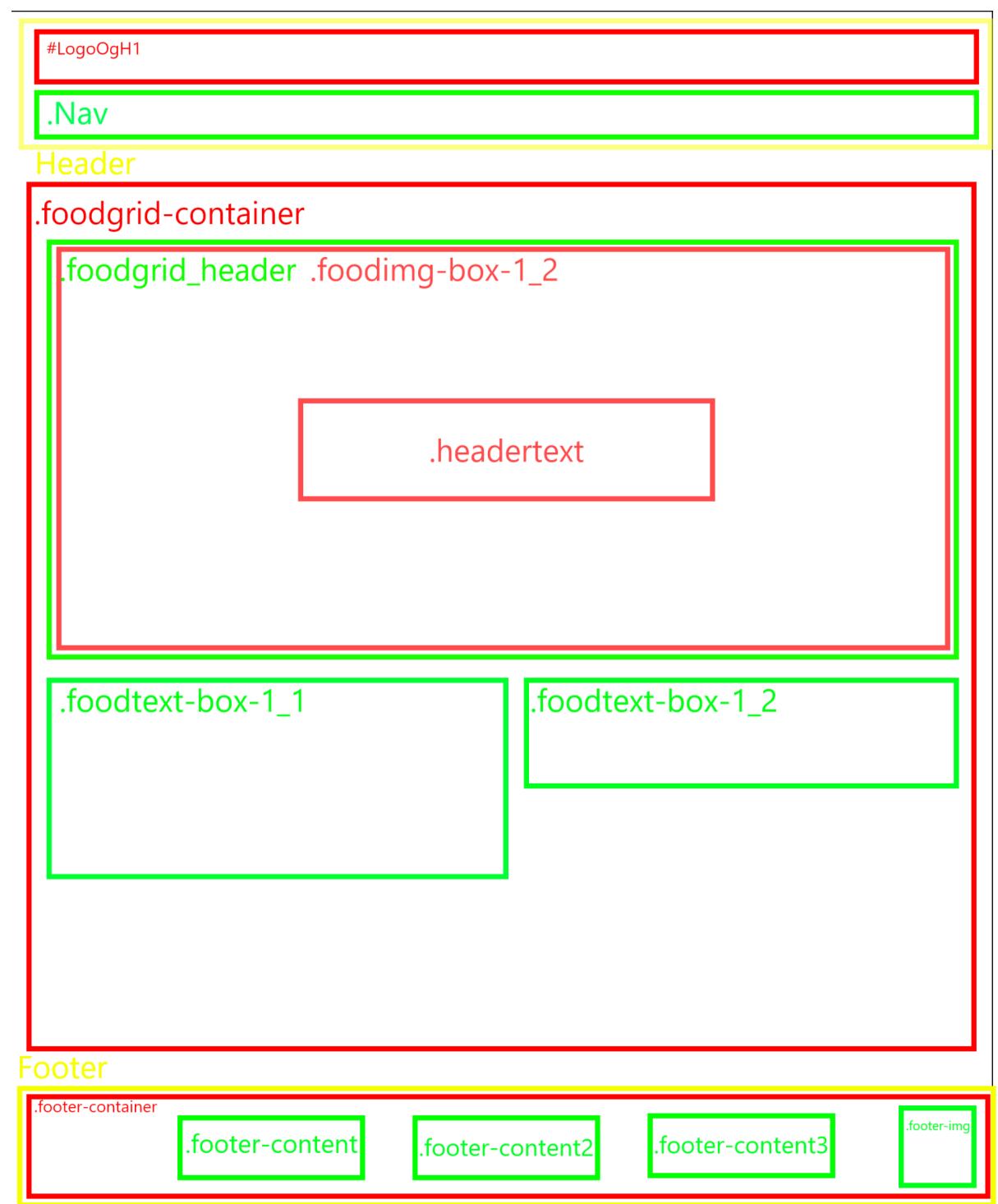
About



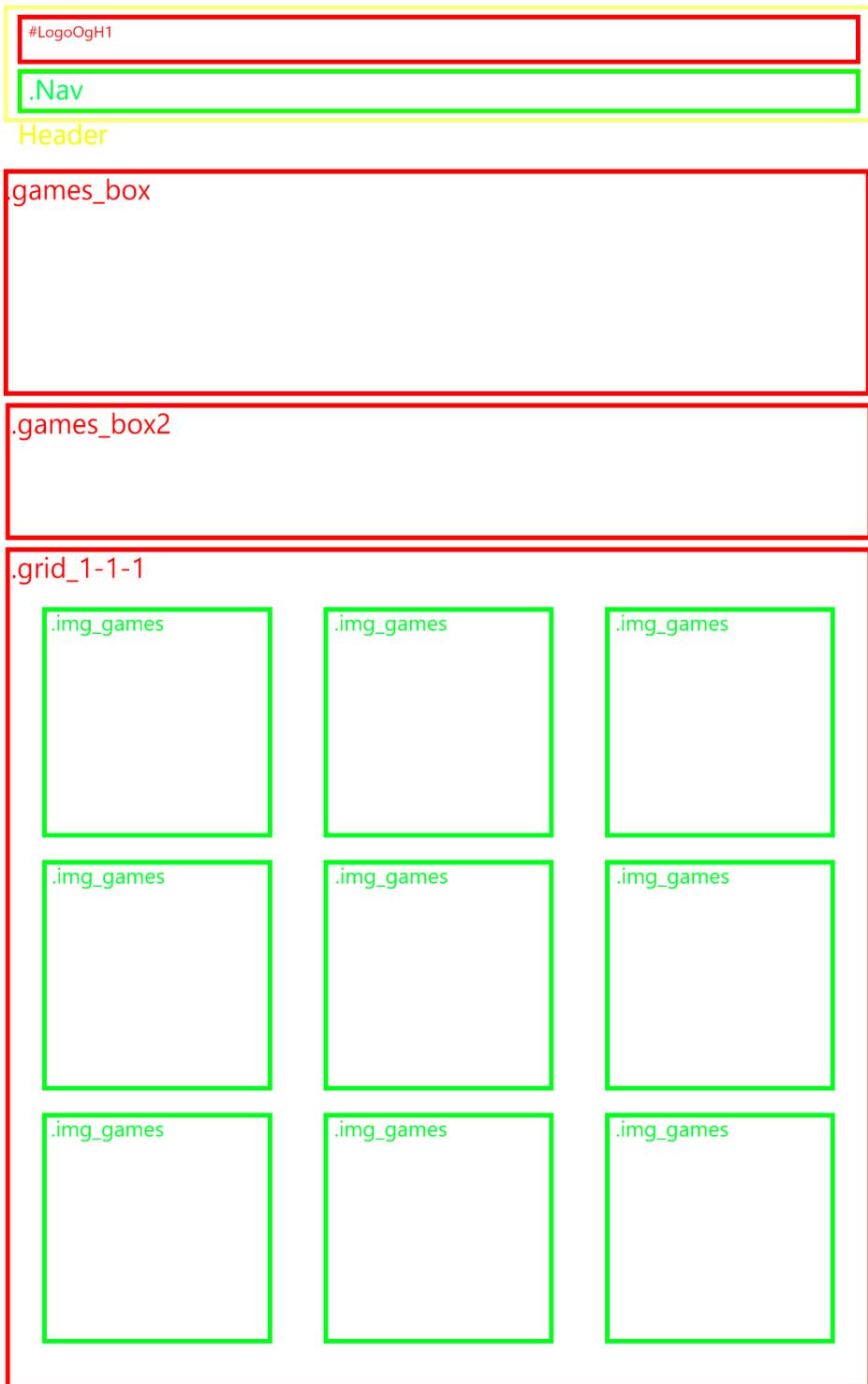
Events



Menu



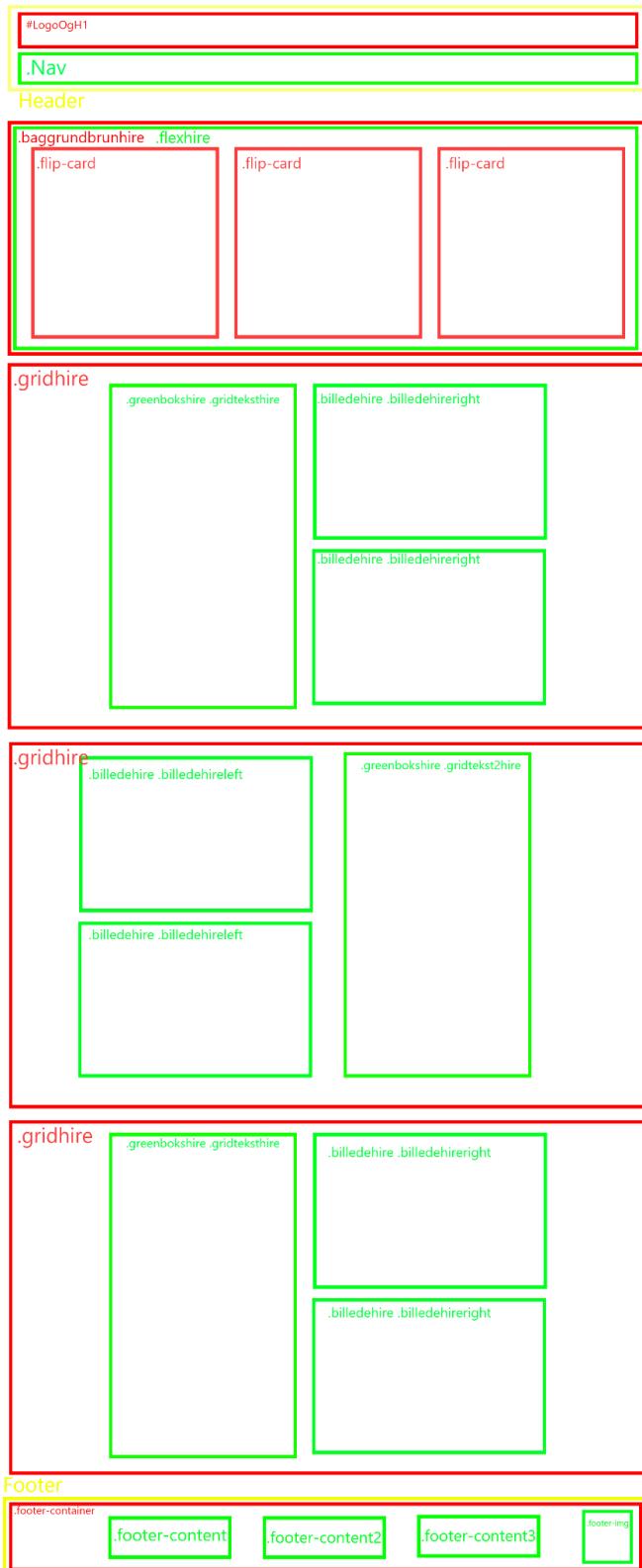
Games



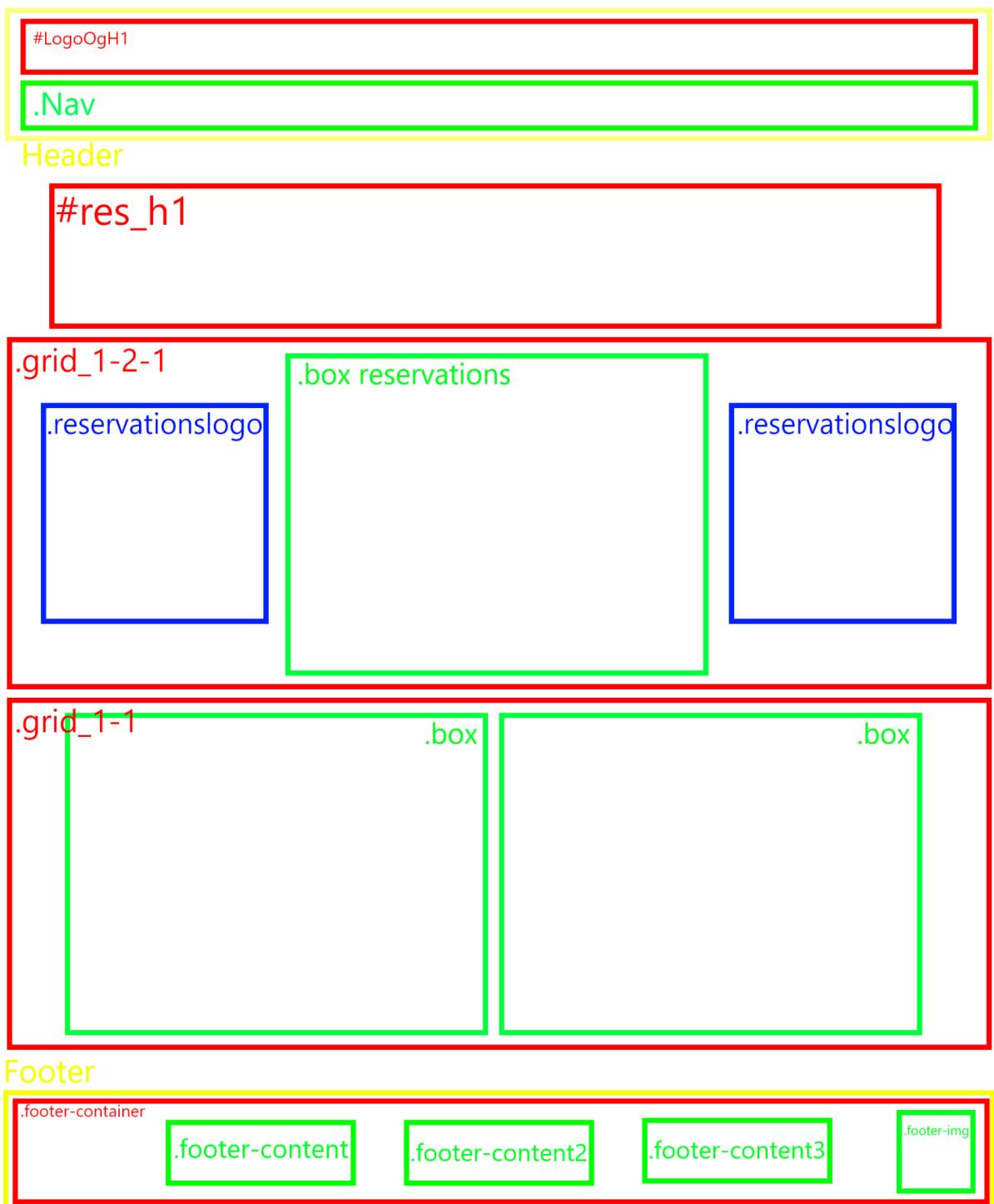
Footer



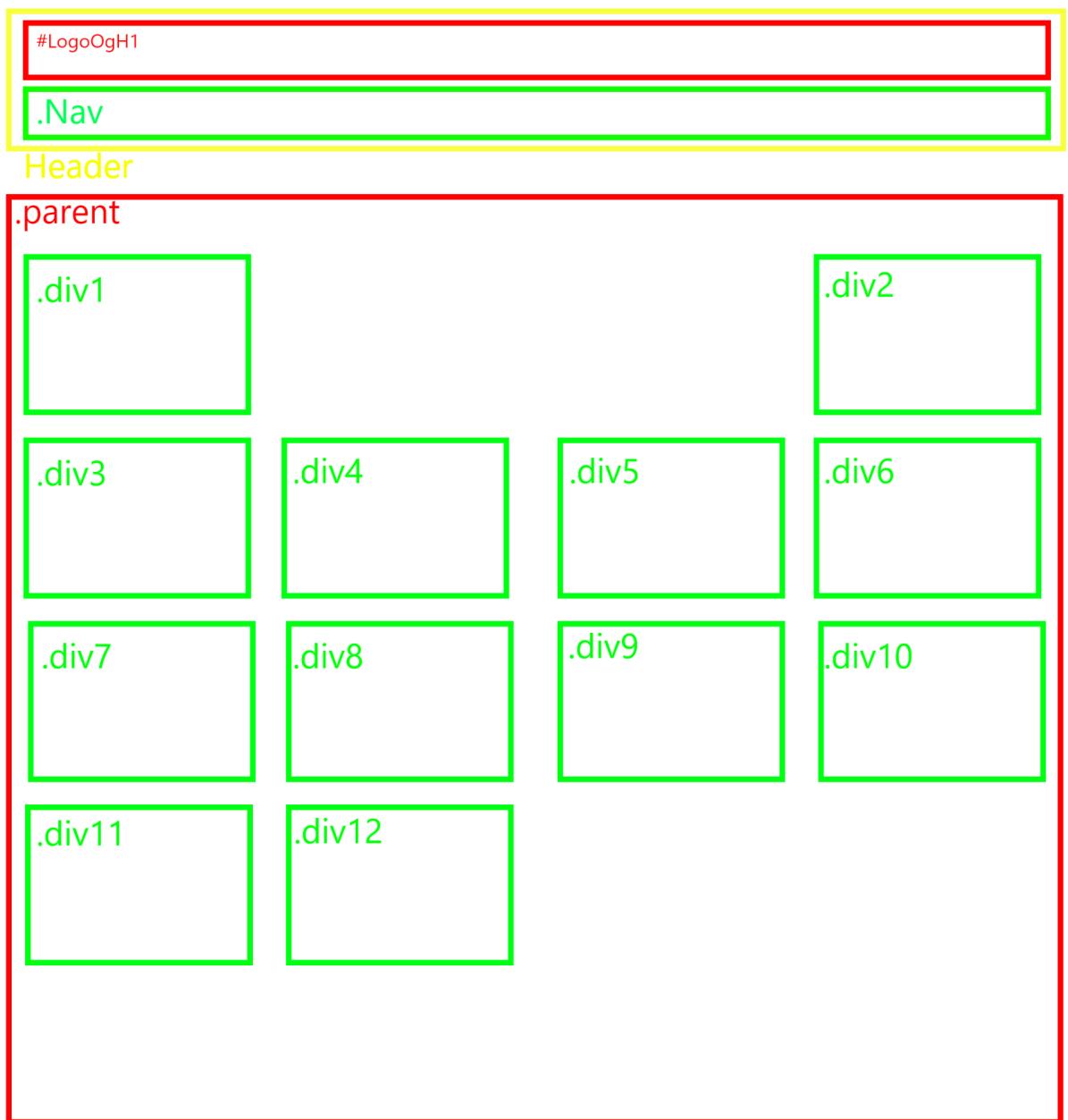
Hire



Reservations



Shop



Billedet 19: Wireframe

Responsivitet

Vi har været meget opmærksomme på at siden har skulle være responsiv, så man både kan bruge den på en mobil samt en computer. (se nedenstående eksempler)



Billede 20: Redesignet side i mobil og desktop format

Validering af CSS & HTML

Nu Html Checker

This tool is an ongoing experiment in better HTML checking, and its behavior remains subject to change

Showing results for https://sebastianschyberg.dk/kea/05_video/projektet/index.html

Checker Input

Show source outline image report Options...

Check by

Document checking completed. No errors or warnings to show.

Used the HTML parser.
Total execution time 272 milliseconds.

Billede 21: Screenshot af validator fra <https://validator.nu/>

Reflektion

Ud fra vores egne refleksioner, BERT- og 5-sekunders test og vores interview med Jan, fandt vi frem til Bastards nuværende hjemmesides styrker og svagheder. Vi prøvede at bibeholde de gode ting, og bruge en masse energi på at fikse de svage sider, som især var brugervenligheden, manglende tema, og inkonsistens ift. fotostil, layout og tekststørrelse/sprog. Efter vores redesignede løsning lavede vi nogle flere test, for at kunne konkludere om vi kom i mål med vores ambitioner om at forbedre deres eksisterende hjemmeside. Vores respondenter i BERT-testen bemærkede en markant forbedring inden for mangel på tema og brugervenlighed, og en bedre sammenhæng mellem billeder og tekst. Udover det viste vi vores redesignede hjemmeside til Jan, som hun forespurgte. Her blev vi atter bekræftet i at det lykkedes os at skabe en større helhed end deres eksisterende hjemmeside, men at vi dog har forringet en af deres vigtigste funktioner i form af deres spilbibliotek. Dette er vi helt enige om, og valgte tidligt i processen ikke at bruge energi på denne funktion, da den fungerer godt på deres egen hjemmeside, og derfor bare kunne implementeres direkte over.

En ting vi ville gøre anderledes til næste gang, ville være at blive bedre til at bruge vores Trello Board. Vi brugte det rigtig meget i starten og i slutningen af processen, hvilket gav os et rigtig godt overblik over hvad der skulle laves, og hvem og hvornår der skulle udføres bestemte opgaver.

Reflektion videoproduktionen

Da vi redigerede videoen, blev vi meget opmærksomme på at vi manglede nogle flere varianter af b-roll klips. Vi kunne godt have brugt nogle flere b-roll klips af nogle der spiller forskellige brætspil, og eventuelt nogle klip af guruerne der forklarer et spil eller er dybt fokuseret på et spil.

Under interview optagelserne kunne vi godt havde brugt et andet kamera til at filme nogle b-roll klips af interviewpersonen fra en anden vinkel, for at give videoen noget mere dynamik og derfor ville vi kunne gøre den mere interessant. Noget andet vi skulle gøre mere klart overfor interviewpersonen, var at hun ikke skulle kigge direkte ind i kameraet. Desuden skulle vi have brugt nogle flere åbningsspørgsmål, så hun blev mere komfortabel og ikke fumlede så meget i ordene. Dette gjorde at der var meget vi ikke kunne bruge fra videoen

selvom det var noget vigtigt information, da noget af det hun sagde var meget svært at forstå. Det kunne også have været en god idé at filme nogle af de specifikke spil som interviewpersonen nævner i interviewet, for at vise hvilke spil hun snakker om. For folk der ikke er så brætspils kendte kan det måske være svært at gennemskue hvilke spil hun snakker om, og derfor glemme dem til når man så gerne vil prøve at spille dem.