

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di zaman yang modern ini, sebagai manusia kita sudah terbiasa dengan teknologi yang serba praktis dan digital. Kita tidak bisa terlepas dan selalu mengandalkan bantuan teknologi dalam aktivitas sehari-hari. Salah satu perangkat yang sering kita gunakan adalah *smartphone*. Berdasarkan data dari datareportal.com, pada awal tahun 2020 jumlah penduduk Indonesia yang menggunakan *smartphone* sebanyak 338,8 juta jiwa dimana penggunaan *smartphone* melebihi penduduk Indonesia yang hanya 272,1 juta jiwa. Penggunaan *smartphone* ini juga diiringi dengan pesatnya perkembangan internet di Indonesia. Masih dari situs yang sama, tercatat bahwa sebanyak 175,4 juta masyarakat Indonesia merupakan pengguna aktif internet dimana hal ini setara dengan 64% dari populasi di Indonesia.

Perkembangan teknologi juga menyebabkan pertumbuhan jumlah aplikasi yang tersedia untuk perangkat *smartphone*. Secara umum terdapat dua penyedia aplikasi untuk dua jenis *smartphone* yang berbeda yaitu *Google Play Store* dan *Apple Store*. Berdasarkan situs teknologi.id pertumbuhan penggunaan aplikasi ini terjadi sejak 2010 hingga pada bulan Maret 2018 terdapat sebanyak 3,6 juta aplikasi tersedia di *Google Play Store*, mulai dari permainan, buku, aplikasi chat, musik, majalah dan TV. Sebagian besar aplikasi yang tersedia di layanan tersebut adalah gratis, namun para perusahaan pembuat aplikasi memiliki model bisnis tersendiri untuk tetap mendapatkan keuntungan.

Berdasarkan laporan yang berjudul *Food for Thought-Eating Better* tahun 2019 yang ditulis oleh Cargill bersama *Economist Intelligence Unit (EIU)*, kemajuan zaman ini bisa dikatakan sebanding dengan peningkatan jumlah masyarakat yang pindah ke daerah perkotaan dan kenaikan pendapatan di antara masyarakat, telah menghasilkan peningkatan belanja konsumen, terutama untuk hal makanan. Kemajuan zaman atau bisa dikatakan *urbanisasi* dan pertumbuhan pendapatan ini mendorong perubahan gizi masyarakat dan menciptakan skala ekonomi yang cukup untuk mendorong pertumbuhan gerai makanan (restoran, kafe, dan cepat saji) dan

supermarket. Data Dinas Kebudayaan dan Pariwisata menunjukkan, terjadi peningkatan jumlah gerai makanan seperti rumah makan, kafe dan restoran di kota Bandung dari tahun 2014 yang tadinya berjumlah 653 hingga 2018 berjumlah 795 gerai.

Dari survei yang diadakan di kalangan masyarakat Bandung pada Maret 2020, sudah banyak masyarakat yang sering pergi di gerai makanan. Hasil survei menunjukkan, sebanyak 74 responden datang ke gerai makanan untuk *hangout*, 63 responden mengunjungi gerai makanan untuk kebutuhan pangan (lapar) dan sebanyak 47 responden mengatakan datang ke gerai makanan untuk mengerjakan tugas bersama teman-teman.

Ketika kita akan mengunjungi sebuah kafe tak jarang kita tidak tahu akan situasi kafe tersebut seperti jam operasional, situasi kafe dan sebagainya. Masih di survei yang sama, sebanyak 104 responden mengeluh pernah datang ke gerai makanan dengan situasi yang sangat padat sehingga mereka dimasukkan ke dalam *waiting list* dan menunggu lama dan hampir sebagian dari mereka atau sebanyak 68 responden lebih memilih pergi daripada menunggu di kafe tersebut. Dalam situasi seperti ini perlu adanya sebuah solusi yang selain bisa mengatasi juga bisa mencegah permasalahan yang sama terjadi lagi.

Berdasarkan hasil survei tersebut, disimpulkan bahwa diperlukan sebuah solusi untuk permasalahan tersebut yakni dengan dibuatkan sebuah media yang mampu memberikan informasi mengenai kafe dalam bentuk aplikasi.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan fenomena tersebut, masalah dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Tidak mengetahui situasi kafe.
2. Kurang mengetahui kafe terdekat untuk alternatif pilihan.
3. Belum ada aplikasi yang secara maksimal menyediakan fitur reservasi kafe di Bandung.

1.2.2 Perumusan Masalah

Bagaimana membuat sebuah media interaktif untuk reservasi kafe dalam bentuk aplikasi ?

1.3 Ruang Lingkup

Batasan yang akan dibahas dalam tugas akhir ini berdasarkan dengan kaitannya dengan program studi Manajemen Desain, Desain Komunikasi Visual adalah :

A. Apa ?

Objek tugas akhir merancang sebuah aplikasi *mobile* dengan sistem operasi android untuk melakukan reservasi kafe.

B. Dimana ?

Perancangan difokuskan di daerah Bandung, Jawa Barat dan sekitarnya.

C. Kapan ?

Riset awal dilakukan sejak bulan Agustus 2019 untuk tugas Seminar kemudian dilanjutkan pada pelaksanaan tugas akhir yaitu dari Januari 2020 hingga Juli 2020.

D. Siapa ?

Target perancangan aplikasi reservasi kafe ini adalah remaja dan dewasa yang sering berkunjung ke kafe dengan rentang usia 15 – 50 tahun.

E. Mengapa ?

Untuk memudahkan pelanggan dalam melihat situasi kafe dan melakukan reservasi agar lebih efektif dan menghemat waktu.

F. Bagaimana ?

Menggunakan metode pengumpulan data seperti data pustaka, observasi, wawancara, kuesioner dan analisis matriks dengan menganalisis kompetitor sejenis.

1.4 Tujuan Perancangan

Perancangan aplikasi ini memiliki beberapa tujuan, yaitu :

A. Mendeskripsikan aspek yang dibutuhkan untuk merancang aplikasi reservasi kafe.

B. Memudahkan masyarakat dalam melakukan reservasi kafe.

1.5 Cara Pengumpulan Data dan Analisis

1.5.1 Cara Pengumpulan Data

A. Studi Pustaka

Studi pustaka atau kepustakaan (*library research*) adalah teknik pengumpulan data dengan mempelajari buku-buku yang ada hubungannya dengan obyek penelitian atau sumber-sumber lain yang mendukung penelitian (Danang Sunyoto, 2016:21).

B. Wawancara

Aspek pembuat atau wawancara merupakan pengumpulan data mulai dari produsen dan pemasar, desainer, hingga pelaksana pembuatan visualnya. Data dalam aspek ini menguraikan bagaimana karya dibuat (Soewardikoen : 2013). Wawancara dilakukan bersama Bapak Indra Azimi selaku ahli dibidang aplikasi, Kak Amelia selaku *food blogger* dan Ilham selaku masyarakat yang cukup sering melakukan reservasi kafe.

C. Kuesioner

Aspek Pemirsa atau kuesioner kepada pengamat atau khalayak sasaran yang dituju oleh pembuat melalui karya visual. Data dalam aspek pemirsa menguraikan tentang bagaimana karya tersebut dilihat dan dipersepsi oleh pemirsa (Soewardikoen : 2013). Kuesioner diberikan kepada masyarakat Bandung dengan jumlah responden 110 orang.

1.5.2 Cara Analisis Data

A. Analisis Visual

Terdapat tahapan dalam menganalisis sebuah karya visual, yaitu :

1. Deskripsi, informasi yang telah didapat dari hasil identifikasi karya akan menjadi petunjuk mengenai maksud dan tujuan karya.
2. Analisis, didasari oleh landasan teori terkait pembahasan masalah.
3. Interpretasi, tahapan yang menggunakan daya imajinatif dan kreatif yang akan bermanfaat bagi tahapan yang lain.
4. Penilaian, pendapat atau penetapan nilai mengenai yang telah terlihat dan yang telah di deskripsikan, dianalisis serta diinterpretasikan penilaian merupakan sintesa dari analisis antar

kasus yang terjadi dalam sebuah karya yang dianalisis (Soewardikoen, 2013 : 49).

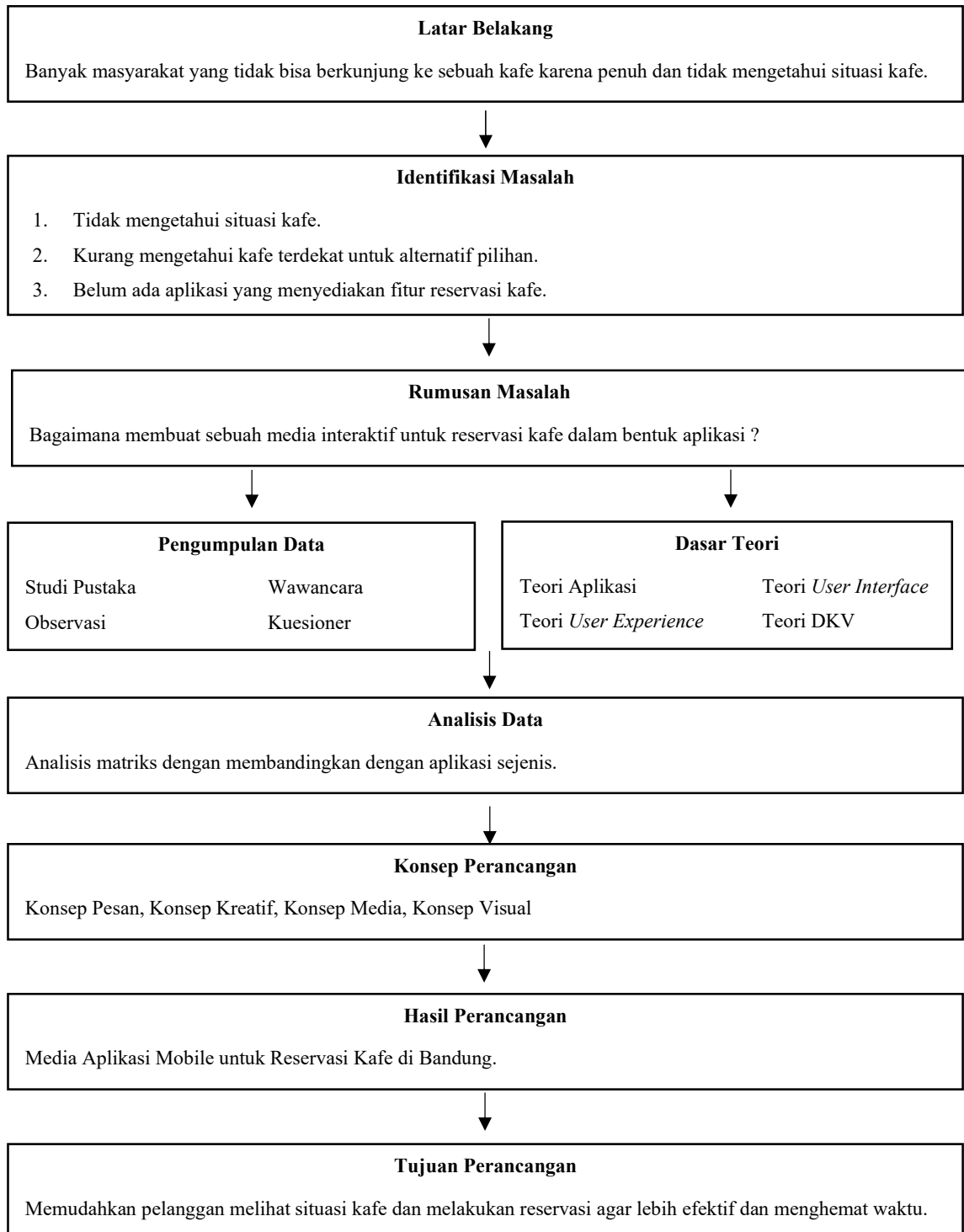
B. Analisis Data Kuesioner

Kuesioner adalah metode pengumpulan data dengan menggunakan beberapa pertanyaan. Informasi didapat dari pengisian pertanyaan dan dapat dilihat dari segi siapa yang mengisi kuesioner tersebut (Soewardikoen, 2013 : 25).

C. Analisis Matriks Perbandingan

Pembandingan karya yang bersifat visual antara yang satu dengan yang lain dengan cara mensejajarkan karya dengan teori relevan dengan menggunakan media matriks yang terdiri dari baris dan kolom (Soewardikoen, 2013 : 50).

1.6 Kerangka Perancangan



Gambar 1.1 Kerangka pemikiran

Sumber : Olahan peneliti

1.7 Pembabakan

A. BAB I PENDAHULUAN

Menjelaskan tentang latar belakang permasalahan, identifikasi masalah, perumusan dan batasan masalah, tujuan penelitian, cara pengumpulan data dan analisis serta kerangka perancangan. Bab I ditutup dengan pembabakan yang menguraikan secara singkat isi dari masing-masing bab.

B. BAB II DASAR PEMIKIRAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai dasar teori yang relevan sebagai pijakan untuk membuat laporan penelitian, kerangka teori, dan asumsi.

C. BAB III DATA DAN ANALISIS

Pada bab ini akan diuraikan hasil pencarian data secara terstruktur dan siap diuraikan, seperti data aspek imaji, data wawancara, data kuesioner dan analisis konten, analisis matriks, serta penarikan kesimpulan.

D. BAB IV HASIL PERANCANGAN

Menjelaskan ide pokok serta konsep perancangan seperti konsep pesan, konsep kreatif, konsep media dan konsep visual yang akan digunakan untuk merancang aplikasi. Hasil perancangan dari sketsa hingga penerapan pada media.

E. BAB V KESIMPULAN & SARAN

Bab penutup berupa kesimpulan akhir atas perancangan yang telah dilakukan dan saran yang dapat digunakan untuk dikembangkan selanjutnya.