

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam perkembangan sebuah kota, transportasi merupakan hal yang penting. Menurut data Badan Pusat Statistik Kota Bandung, pada tahun 2016 jumlah penduduk Kota Bandung adalah 2.490.662 jiwa dengan laju pertumbuhan penduduk sebesar 0,37% per tahun. Ditambah kepadatan penduduk mencapai 15.713 jiwa/Km² pada tahun 2014. Berdasarkan data dari mongabay.co.id, kondisi laju pertumbuhan penduduk tersebut juga berdampak pada peningkatan jumlah kendaraan bermotor.

Dony Iqbal dalam mongabay.co.id (2016) juga menjelaskan, terdapat sekitar 1,25 juta kendaraan bermotor yang setiap harinya lalu – lalang di Kota Bandung saat ini, yang kurang lebih terdiri dari 900 ribuan motor dan 300 ribuan mobil pribadi. Akhirnya, hal tersebut mengakibatkan pencemaran udara oleh emisi gas dari kendaraan bermotor meningkat hingga 70% dan berdampak buruk bagi lingkungan dan kesehatan. Sepeda sebagai alat transportasi yang ramah lingkungan dapat dijadikan solusi untuk mengurangi dampak polusi udara dan kemacetan di jalan raya kota-kota besar seperti Kota Bandung, serta sebagai pilihan yang tepat untuk konsumen yang mencintai lingkungan hidup.

Menurut Benjamin Fincham (2006), *bicycle messenger* adalah pekerjaan yang melibatkan seseorang dalam pengambilan paket, parcel atau surat dari satu tempat dan mengirimkannya ke tempat lain menggunakan sepeda, karena merupakan cara tercepat menelusuri pusat kota yang padat lalu lintas. Menurut Wisnu Nugroho dalam vik.kompas.com (2016), ada beberapa kota di Indonesia yang sudah memiliki kurir sepeda untuk wilayah dalam kota, beberapa di antaranya yaitu Jakarta, Bali, Jember, Malang, Surabaya, Yogyakarta, Bandung, Bekasi, Tangerang, Palembang, Lampung, Medan, dan Batam.

Di Kota Bandung sudah memiliki beberapa kurir sepeda sebagai jasa pengiriman barang dalam kota. Di antaranya yaitu terdapat Axleride Messenger, Punten Courier, dan Streetgear Messenger. Ketiganya memiliki persamaan dalam jasa pengantaran barang. Axleride Messenger merupakan salah satu jasa kurir sepeda yang sampai saat ini masih aktif di Kota Bandung. Terbentuk dari komunitas sepeda yang menjadi penyedia layanan pengiriman barang-barang atau dokumen di Kawasan Metropolitan Bandung mulai bulan Juni 2015.

M. Adhytia adalah *founder* dari jasa kurir sepeda Axleride Messenger, membangun bisnis kurir sepeda tersebut bersama dengan komunitas sepeda Bandung. Tujuan ia mendirikan kurir sepeda ialah melihat kebutuhan dari masyarakat Kota Bandung yang ingin melakukan pengantaran barang, paket, atau dokumen secara cepat dan tepat waktu. Selain itu, dikarenakan ia melihat kondisi di Bandung sudah hampir seperti di Kota Jakarta dengan jumlah pengguna kendaraan bermotor yang banyak sehingga menimbulkan kemacetan serta kondisi lingkungan yang perlahan mulai berubah.

Kurir sepeda memiliki kelebihan dan kekurangannya. Kelebihan dari kurir sepeda ialah ramah lingkungan, ramah sosial, terhindar dari kemacetan, tepat waktu, dan memiliki keunggulan "*Same Day Service*". Sedangkan, kekurangannya yaitu kendala cuaca buruk saat pengiriman barang, seperti hujan deras dan angin besar, terdapat maksimum berat dan ukuran dimensi kapasitas barang yang ingin dikirim, serta jarak tempuh pengiriman yang dibatasi (Soleh Erospati Trisnawan, Abdul Rachman, 2017:7).

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini semakin canggih. Pengguna *smartphone* di Indonesia juga bertumbuh dengan pesat. Menurut data dari *website* kominfo.go.id, lembaga riset digital *marketing* eMarketer memperkirakan pada 2018 jumlah pengguna aktif *smartphone* di Indonesia lebih dari 100 juta orang. Masyarakat, terutama yang tinggal di kota-kota besar seperti Bandung sudah tidak asing lagi dengan perangkat *smartphone*. Dalam bandung.pojoksatu.id oleh Cecep Ali Yusuf menulis bahwa menurut catatan Sekretaris (Sekda) Kota Bandung Yossi Irianto, jumlah warga

Kota Bandung sekitar 2,4 juta sampai 2,5 juta jiwa. Namun, pengguna *smartphone* di Kota Bandung menyentuh angka 5 juta jiwa. Jadi seorang menggunakan lebih dari 1 unit *smartphone*. *Smartphone* memiliki fitur aplikasi penunjang di dalamnya yang dapat memudahkan penggunanya untuk berkomunikasi, transaksi online, hiburan, dan lain-lain.

Saat ini, beberapa jasa kurir di Indonesia seperti GO-SEND *by* GO-JEK sudah menggunakan aplikasi berbasis aplikasi *mobile* untuk menunjang kinerja usahanya agar semakin optimal. Dengan adanya jasa kurir berbasis aplikasi tersebut, muncul kendala yaitu adanya kompetitor utama bagi jasa kurir sepeda. Karena hal tersebut, pamor kurir sepeda di Bandung mengalami penurunan. Masyarakat lebih memilih jasa kurir berbasis aplikasi dibanding kurir sepeda yang belum memiliki aplikasi penunjang untuk jasa tersebut.

Oleh karena itu, dibutuhkan perancangan aplikasi *mobile* untuk Axleride Messenger, guna memudahkan penyedia jasa untuk menerima order serta memudahkan pengguna jasa yang sebagian besar sudah menggunakan *smartphone* untuk melakukan order untuk mengirim barang menggunakan aplikasi Axleride Messenger. Serta dapat bersaing dengan kompetitor yang sudah terlebih dahulu menggunakan aplikasi *mobile* sebagai sistem pemesanannya.

1.2. Permasalahan

1.2.1. Identifikasi Masalah

Dari pembahasan latar belakang dan fenomena di atas, dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

- a. Munculnya pesaing baru bagi Axleride Messenger yaitu adanya jasa kurir berbasis aplikasi seperti GO-SEND *by* GO-JEK membuat pamor jasa kurir sepeda di Bandung mengalami penurunan.

- b. Belum terdapat aplikasi pendukung untuk jasa kurir sepeda, khususnya Axleride Messenger.

1.2.2. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang aplikasi *mobile* Axleride Messenger sebagai media penunjang jasa kurir sepeda Axleride Messenger untuk memudahkan kurir dan pengguna jasa dalam berkomunikasi dan bertransaksi *online*?

1.3. Ruang Lingkup

Perancangan aplikasi *mobile* ini dibatasi oleh ruang lingkup Desain Komunikasi Visual. Beberapa batasan-batasan masalah yang akan dilakukan menggunakan metode 5W + 1H (Effendy, 2005:10) adalah sebagai berikut :

- a. Apa? (Kata tanya apa berisi pertanyaan mengenai permasalahan atau hal yang terjadi pada suatu peristiwa).
Membuat perancangan *User Interface* aplikasi *mobile* untuk Axleride Messenger.
- b. Bagaimana? (Kata tanya bagaimana berisi pertanyaan yang mengandung cara atau proses berlangsungnya suatu peristiwa).
Untuk menyelesaikan perancangan aplikasi *mobile* ini, dibutuhkan beberapa tahapan proses. Diantaranya yaitu pengumpulan data melalui observasi, wawancara, kuesioner dan studi pustaka.
- c. Siapa? (Kata tanya siapa mengandung pertanyaan mengenai pelaku atau orang lain dari sebuah peristiwa yang terjadi). Pemasaran STP, yaitu *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* merupakan gambaran dari pusat pemasaran strategis (Kotler, 1995:314).

1. *Segmenting*

- Geografis (*Geographic Segmentation*)
 - Negara : Indonesia
 - Provinsi : Jawa Barat
 - Kota : Bandung
- Demografis (*Demographic Segmentation*)
 - Usia : 18 sampai dengan 40 tahun
 - Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan
 - *Marital status* : Belum menikah dan sudah menikah
 - Etnis : Berbagai etnis
 - Profesi : Pelajar, mahasiswa, dan wiraswasta
 - Stratifikasi sosial : Menengah (B)
- Psikografis (*psychographic segmentation*)
 - Kepribadian : ramah, sabar, memiliki kepercayaan tinggi terhadap seseorang
 - Gaya hidup : *Go green, shopaholic, sporty*
- Perilaku (*Behavior Segmentation*)
 - Peduli, konsumtif, komunikatif, mobilitas tinggi, pengguna aktif *gadget*, mengikuti perkembangan teknologi

2. *Targeting*

- Target Primer
Laki-laki dan perempuan, dengan usia 18 sampai 40 tahun (dewasa awal), pengguna *smartphone*, aktif di media sosial, serta memiliki mobilitas tinggi
- Target Sekunder
Masyarakat umum yang tinggal di Kota Bandung

3. *Positioning*

Alternatif kurir kendaraan bermotor. Axleride Messenger menjadi pilihan alternatif untuk masyarakat Kota Bandung yang ingin menggunakan jasa kurir menggunakan sepeda yang ramah lingkungan dengan berbasis aplikasi *mobile*.

- d. Di mana? (Kata tanya di mana mengandung pertanyaan mengenai tempat atau lokasi sebuah peristiwa terjadi).

Penelitian dilakukan di Kota Bandung.

- e. Kapan? (Kata tanya kapan berisi pertanyaan mengenai waktu terjadinya peristiwa, berita, atau cerita yang terjadi).

Perancangan dilakukan pada bulan Agustus 2017 hingga Januari 2018.

1.4. Tujuan Perancangan

Merancang purwarupa aplikasi *mobile* untuk Axleride Messenger dengan *usability* yang baik bagi pengguna, baik kurir sepeda maupun calon konsumen dalam berkomunikasi dan bertransaksi *online*.

1.5. Cara Pengumpulan Data dan Analisis

- a. Observasi

Metode observasi adalah metode memperoleh data dengan cara mengamati sesuatu, seseorang, lingkungan atau situasi yang kemudian dicatat secara akurat (Tjetjep Rohendi Rohidi, 2011:182). Penulis menerapkan metode observasi dalam pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melakukan pengamatan secara langsung terhadap kegiatan-kegiatan yang dilakukan langsung oleh perusahaan, mengamati proses kerja, situasi lingkungan untuk wilayah pengiriman barang, dan lingkungan dari para karyawan yang bekerja di Axleride Messenger, serta melakukan wawancara dengan *founder*

dan karyawan Axleride Messenger agar dapat lebih memahami situasi yang dihadapi perusahaan.

b. Wawancara

Wawancara adalah cara menjangkau informasi atau data melalui interaksi verbal/lisan/ Wawancara memungkinkan kita menyusup ke dalam “alam” pikiran orang lain, tepatnya hal-hal yang berhubungan dengan perasaan, pikiran, pengamatan, pendapat, dan lainnya yang tidak bisa diamati (Suwartono, 2014:48). Untuk mendapatkan data secara lebih jelas, penulis melakukan wawancara langsung dengan *founder*, karyawan atau kurir Axleride Messenger, calon konsumen, serta praktisi yang bergerak di bidang UI/UX.

c. Studi Pustaka

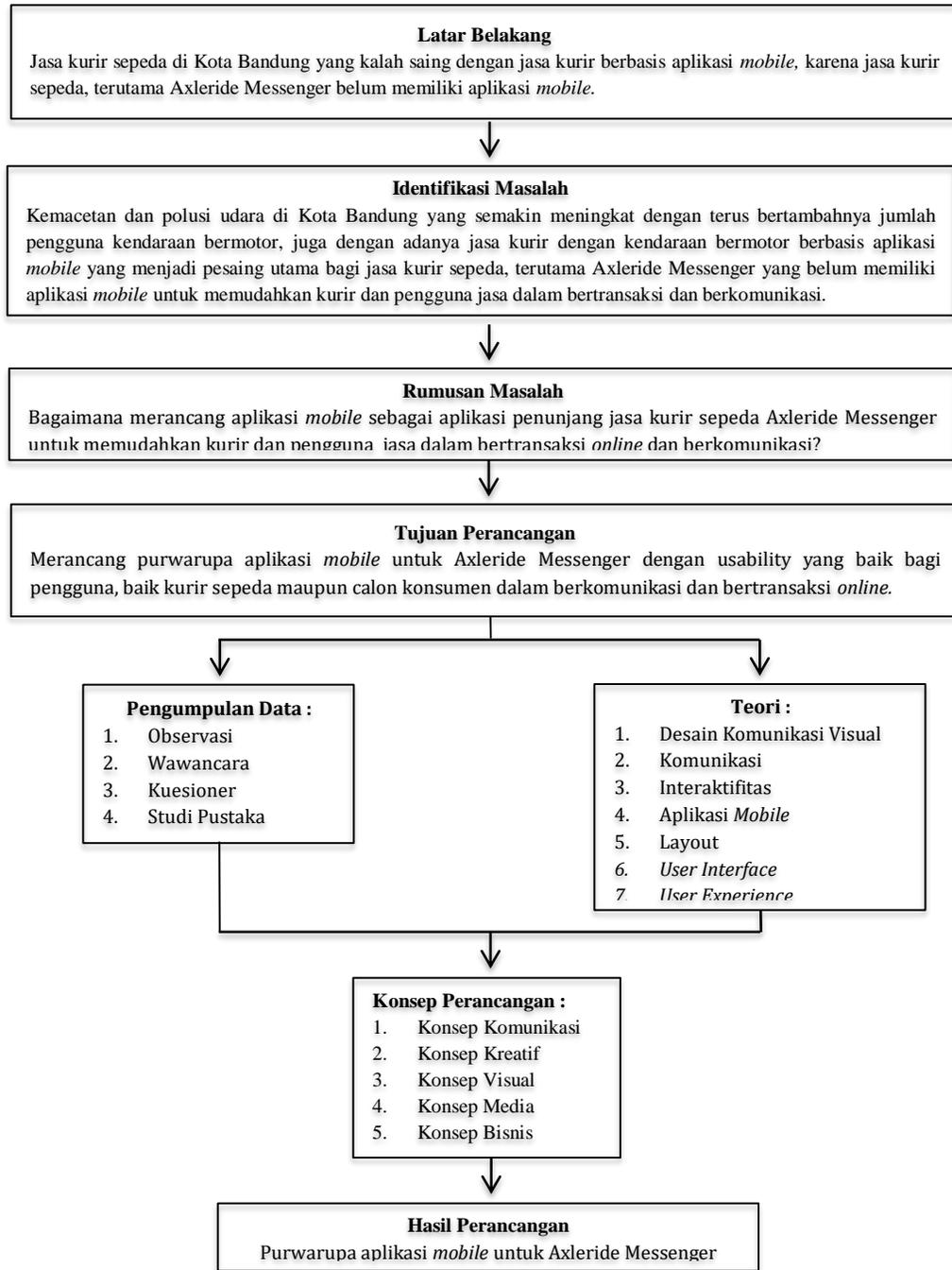
Studi pustaka adalah mempelajari berbagai buku referensi dan hasil penelitian sejenis yang pernah dilakukan sebelumnya, yang berguna untuk mendapatkan landasan teori mengenai masalah yang akan diteliti (Sarwono, 2006). Penulis mengumpulkan beberapa data tertulis mengenai Axleride Messenger serta beberapa referensi dari buku, jurnal, dan *website* untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan kebutuhan perancangan tugas akhir.

d. Analisis Matrix Perbandingan

Matrix merupakan alat rapih yang baik untuk mengelola informasi dan analisis. Matrix mengidentifikasi bentuk penyajian yang seimbang dengan cara menjajarkan informasi baik berupa tulisan ataupun gambar (Rohidi, 2011 dalam Suwardikun, 2013:51). Penulis membandingkan 3 buah data visual berupa *user interface* dan *user experience* dari aplikasi *mobile* jasa kurir berbeda, yaitu GO-JEK, Grab Express, dan Deliveroo, yang nantinya

dari ketiga aplikasi *mobile* tersebut akan disimpulkan untuk membentuk perancangan aplikasi *mobile* yang dituju.

1.6. Kerangka Perancangan



Bagan 1.1 : Konsep Perancangan.

Sumber : Dokumentasi pribadi.

1.7. Pembabakan

BAB I : Pendahuluan

Berisikan latar belakang permasalahan-permasalahan yang diambil, ruang lingkup, tujuan, dan manfaat dari perancangan buku ilustrasi permainan, metode pengumpulan data serta analisis, serta kerangka perancangan. BAB I ini berisikan tentang pengenalan informasi dari perancangan yang akan dilakukan.

BAB II : Dasar Pemikiran

Berisikan paparan-paparan dari teori-teori untuk menganalisis dan digunakan dalam merancang aplikasi *mobile* Axleride Messenger.

BAB III : Data dan Analisis Masalah

Berisikan data-data yang didapatkan dari hasil observasi, wawancara, sampai dengan kuesioner. Terdapat data-data dari instansi terkait analisis sebagai strategi dalam perancangan.

BAB IV : Konsep dan Hasil Perancangan

Menjelaskan tentang konsep perancangan aplikasi *mobile* berupa konsep kreatif, konsep visual, serta konsep *user interface* dan konsep *user experience* yang akan dipakai dalam perancangan. Pemaparan hasil-hasil dari perancangan aplikasi *mobile* beserta spesifikasinya.

BAB V : Penutup

Berisikan kesimpulan serta saran. Kesimpulan dibuat berdasarkan hasil data yang sudah didapatkan. Saran merupakan sebuah masukan-masukan yang didapatkan saat sidang.