

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Sekarang dunia sudah memasuki yang namanya era digital, setiap kegiatan yang kita lakukan tidak lekat dengan yang namanya teknologi digital. Menurut (Zon, 2020) dengan perubahan perilaku yang terus berkembang dan perubahan gaya hidup masyarakat yang tidak mengenal tempat dan waktu, digitalisasi semakin dapat dirasakan oleh masyarakat global. Akses internet telah terbukti memberikan kemudahan bagi siapa saja untuk melakukan apa saja, kapan saja, dan di mana saja. Dengan kemudahan era digital yang dapat digunakan oleh masyarakat secara mudah sekarang ini dapat berimbas pada berbagai bidang, salah satunya yaitu di bidang Industri Ekonomi Kreatif.

Industri Ekonomi Kreatif mengalami perubahan yang lumayan cepat. Bidang ini memberikan kontribusi pada Produksi Domestik Bruto (PDB) secara konsisten mengalami kenaikan. Seperti pada tahun 2019, industri ekonomi kreatif di Indonesia mampu menyumbang PDB sebesar Rp 1,211 triliun. Pembukuan ini meningkat dari tahun ke tahun mencapai Rp 1.105 miliar (Hermansyah, 2020). Salah satu sektor yang ada pada Industri Ekonomi Kreatif yaitu sektor seni rupa. Seni Rupa adalah sebuah karya seni yang dibuat dengan sebuah media yang dapat dilihat secara langsung dan juga dapat dirasakan ataupun disentuh dengan indra peraba (Hilmi, 2018).

Di era digital, seni rupa sudah mengalami banyak perubahan dari era sebelumnya. Pada saat ini seni rupa ada tiga yaitu seni rupa tradisional, seni rupa modern, dan seni rupa kontemporer. Seni seni rupa kontemporer inilah yang masih eksis pada era digital masa kini, di mana seni rupa ini dapat diciptakan dari berbagai benda, bahan atau media, tidak ada sebuah pembeda antara satu dengan yang lain, termasuk benda-benda yang sudah ada sebelumnya dan selalu mengikuti perkembangan zaman (Ramdhani, 2017). Oleh karena itu seni rupa kontemporer dapat beradaptasi dengan digitalisasi, yang dapat diciptakan menggunakan berbagai media teknologi atau komputer yang juga sering disebut dengan seni rupa digital.

Peminat seni rupa digital mengalami sebuah peningkatan. Menurut salah satu seorang pelukis yaitu (Bondoyo, 2019), disebutkan bahwa seni lukis pada saat ini mengalami penurunan jumlah peminat, akan tetapi penurunan itu tidak signifikan, penurunan ini sudah berlangsung pada era digital dan seiring juga dengan pertumbuhan seni rupa digital. Seiringnya pertumbuhan peminat seni rupa digital, dibutuhkannya sebuah wadah yang dapat mempertemukan antara pembeli (*Client*) dan juga Seniman (*Artist*) dengan mudah. Pada *interview* yang dilakukan penulis kepada empat orang pembeli yang pernah melakukan pemesanan karya seni digital sebelumnya. Penulis berhasil mengumpulkan beberapa temuan utama dari permasalahan yang dialami oleh calon pembeli, hasil temuan teratas dari *interview* penulis dapat dilihat pada Tabel I.1.

Tabel I.1 Temuan Teratas *Interview*

Temuan Teratas		
Membuat pengguna dapat merekomendasikan Seniman yang dia sukai kepada orang lain atau temannya	Membuat pengguna dapat memberikan apresiasi lebih terhadap seniman	Membuat kesan pertama yang baik kepada pengguna saat ingin melakukan pemesanan
Membuat pengguna bisa melakukan penyesuaian budget yang berdasarkan kebutuhannya	Memberikan kepastian waktu pesanan selesai. Untuk menghindari kekhawatiran pengguna terhadap pesannya	Membuat pengguna dapat melakukan pemesanan komisi dengan mudah

Dari hasil temuan teratas pada Tabel I.1, kemudian dihasilkan bahwa pembeli menginginkan sebuah wadah berupa sistem *e-Marketplace* yang dapat mencari seniman digital sesuai kebutuhan dan juga dapat melakukan pemesanan dengan mudah serta aman. Sehubungan dengan permasalahan tersebut, penulis ingin merancang suatu wadah berupa tampilan *front-end* sistem *e-Marketplace*, yang dikemas dengan tampilan yang dapat memudahkan pembeli melakukan pemesanan karya seni rupa digital dan mencari

seniman sesuai kebutuhan dan dapat melakukan pemesanan dengan mudah serta aman. Sehingga pembeli tidak perlu mengeluarkan upaya lebih dalam melakukan pemesanan karya seni rupa digital dan mencari Artist yang sesuai. Oleh karena itu, Penulis berupaya membuat pembeli (*Client*) dapat melakukan pemesanan dan pencarian artist menjadi lebih mudah, serta dapat mempertemukan antara pembeli (*Client*) dan seniman (*Artist*) melalui wadah berbasis sistem *e-Marketplace*.

Design Thinking dipilih sebagai metodologi yang akan digunakan untuk merancang sistem *e-Marketplace*. Pada buku *Design Thinking Handbook* yang ditulis oleh (Woolery, 2019), menyebutkan bahwa salah satu orang yang memopulerkan *design thinking* adalah Tim Brown, menurutnya *Design Thinking* adalah sebuah pendekatan inovasi yang berfokus pada masalah dan keinginan dari sudut pandang manusia, untuk dapat mewujudkan kebutuhan orang banyak, teknologi dan juga syarat kesuksesan bisnis. Metode ini dipilih dalam sebuah penelitian mengingat pada pendekatan *Design Thinking* berfokus pada masalah dan keinginan dari sudut pandang manusia secara langsung sebagai hal dasar yang utama atas proses pembuatan sistem *e-Marketplace*. Hasil terbaik dari penelitian ini selanjutnya akan dijadikan sebagai data utama dalam proses pembuatan desain antar muka yang terbaik.

Penggunaan metode *Design Thinking* bertujuan untuk mengetahui masalah dan keinginan pengguna dalam pengembangan sistem *e-Marketplace* dan diharapkan sistem tersebut dapat memenuhi apa yang dibutuhkan oleh calon pengguna. Metode ini melibatkan calon pengguna pada tahap awal pengembangan sehingga calon pengguna dapat menceritakan masalah yang mereka alami dan penulis dapat mengetahui kebutuhan yang diinginkan pengguna. Pengguna yang dijadikan objek penelitian adalah calon pembeli yang pernah melakukan pembelian karya seni rupa digital sebelumnya. Hasil akhir dalam pengembangan sistem *e-Marketplace* ini diharapkan dapat memenuhi kebutuhan yang diinginkan calon pengguna dan juga menghasilkan tampilan serta kegunaan yang sesuai dengan kebutuhan pengguna.

I.2 Perumusan Masalah

Bertitik tolak dari latar belakang tersebut di atas, terdapat sebuah masalah yaitu pembeli menginginkan sebuah wadah berupa tampilan *front-end* sistem *e-Marketplace* yang dapat mencari seniman digital sesuai kebutuhan dan melakukan pemesanan karya seni rupa digital dengan mudah serta aman.

I.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengatasi permasalahan dan mewujudkan keinginan yang ada pada calon pengguna yaitu, dengan membuat wadah berupa tampilan *front-end* sistem *e-Marketplace* yang dapat mencari seniman digital sesuai kebutuhan dan melakukan pemesanan karya seni rupa digital dengan mudah serta aman.

I.4 Batasan Penelitian

Batasan pada penelitian ini adalah:

1. Penulis melakukan testing dengan menggunakan metode *Usability Testing* dan *Black Box Testing*
2. Penulis hanya berfokus kepada perancangan tampilan website dan tidak membuat perancangan tampilan gawai atau *responsive*
3. Website banyak berfokus untuk jasa karya seni digital
4. Penulis berfokus kepada perancangan tampilan untuk sisi pembeli

I.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi penulis ataupun objek penelitian.

1. Penulis berharap dengan dibuatnya penelitian ini dapat memberikan kemudahan bagi pembeli (*Client*) untuk melakukan pemesanan dan mencari seniman yang sesuai.
2. Penulis berharap penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan ilmu pengetahuan di bidang perancangan tampilan pengguna pada aplikasi *e-Marketplace* ataupun menjadi referensi bagi penelitian sejenis kedepannya.