

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kontribusi ekonomi kreatif dalam perekonomian di Indonesia menjadi salah satu bentuk kemajuan yang diharapkan. Dapat menjadi sebuah kekuatan baru dalam meningkatkan industri ekonomi kreatif nasional melalui inovasi yang menciptakan nilai tambah lebih tinggi, dan pada saat yang bersamaan ramah lingkungan serta menguatkan citra dan identitas budaya bangsa.

Menurut artikel Kompasiana yang ditulis oleh Ananda Aurelia (2018), Kota Bandung pada tahun 2018 memiliki 2.452.179 penduduk. Jumlah ini meningkat pada tahun 2019 dengan laju pertumbuhan penduduk sebesar 0,01 sehingga menjadi 2.480.464 jiwa. Kecamatan dengan jumlah penduduk terbesar (BPS Kota Bandung, 2018). Data yang ditulis oleh Miftah (2017), Bahwa Kota Bandung merupakan kota terbesar di Provinsi Jawa Barat, Kota Bandung memiliki destinasi kuliner unggulan Jawa Barat yang menjadi lokasi strategis bisnis kuliner terutama bisnis *coffee shop*. (Bekraf, 2017).

Semakin ketatnya persaingan antar pelaku bisnis UMKM menyebabkan banyak UMKM tidak dapat mengembangkan dan mempertahankan usahanya. salah satu faktor kegagalan tersebut disebabkan oleh pelaku usaha yang tidak dapat beradaptasi dengan perkembangan pasar sehingga kurangnya inovasi akan produk/jasa, ketidakefektifan kegiatan promosi non-digital dan digital, dan kurang pemanfaatan kemajuan teknologi. Alhasil tidak sedikit UMKM yang tidak dapat mempertahankan usahanya.

Saat ini, maraknya bisnis kafe menjadi sebuah pemandangan sehari-hari di Kota Bandung, dengan menggunakan penamaan yang berbeda contohnya seperti “*Coffee Shop*”. Sebutan “*Coffee Shop*” ini jauh lebih populer di kalangan masyarakat luas. Et Coffee adalah sebuah *brand coffee shop* yang menjual berbagai macam jenis kopi, non-kopi, dan makanan ringan untuk dinikmati bersama kerabat atau keluarga. Et Coffee mempunyai tempat dengan konsep minimalis dengan suasana tenang dan nyaman sehingga dapat menjaga *mood*

pengunjung agar tetap fokus saat melakukan kerjaan atau kegiatan lainnya. Saat ini Et Coffee baru saja berpindah lokasi dari Jl. Cikawao, Kec. Lengkong Kota Bandung ke lokasi yang baru di Jl. Taman Pramuka No.161, Cihapit, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung, dengan infrastruktur yang lebih baik dari sebelumnya, Maka dari itu Et Coffee memiliki kendala yang baru salah satunya kurangnya *exposure* untuk memperkenalkan Et Coffee yang sekarang dengan konsep yang baru.

Dalam melakukan promosi, Et Cofee menggunakan media sosial Instagram sebagai *platform engagement* ke *customer*. akan tetapi informasi yang disampaikan masih belum mewakili *brand image* yang ada. Hal ini terlihat dalam penyampaian informasi terkait *brand* Et Coffee itu belum tersampaikan dengan baik seperti *value brand* dan *company profile* yang belum menjelaskan secara efektif. Selain itu, dapat diketahui juga bahwa media instagram memiliki kekurangan untuk membawakan informasi permanen, hal ini dikarenakan sistem instagram yang mengharuskan untuk memperbarui konten dalam waktu ke waktu sebagai bentuk *engagement* terhadap *customer* sehingga membuat tampilan seperti *company profile* (profil usaha, struktur jabatan, visi misi, dan *value* produk) kurang efektif apabila ditampilkan di Instagram. Maka dari itu, diperlukannya sebuah media baru yang dapat mawadahi informasi untuk membangun *brand image* dan memberikan informasi secara *long lasting*.

Berangkat dari permasalahan yang ada maka diperlukan rancangan media yang dapat membangun *brand image* dari Et Coffee dengan cara melakukan pembuatan perancangan media *website* untuk meningkatkan *exposure* dengan memberikan konten informasi secara lengkap dan jelas agar dapat meraih pasar yang lebih luas dan dapat memberikan informasi kepada *customer*. Melalui *website*, baik pengusaha ataupun perusahaan dapat dengan mudah melakukan penjualan suatu produk dan juga menyampaikan informasi. Diharapkannya pengembangan *brand* Et Coffee ini mampu memberikan dampak positif terhadap masyarakat secara berkelanjutan dari aspek sosial, ekonomi dan lingkungan di wilayah Jawa Barat khususnya kota Bandung.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari pemaparan di atas, maka dapat disimpulkan permasalahannya :

- A. Meningkatnya persaingan pelaku bisnis usaha *coffee shop* di Kota Bandung memiliki dampak kurangnya *exposure* terhadap Et Coffee dari berbagai kalangan anak muda di Kota Bandung dan sekitar Kota Bandung.
- B. Kurangnya media untuk menyampaikan informasi mengenai Et Coffee yang dapat membangun *brand image*, karena fungsi *platform* Instagram yang terbatas, dan tidak leluasa dalam memvisualisasikan identitas visual.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang ada, maka rumusan masalah yang dapat ditarik yaitu bagaimana merancang media *website* sebagai wadah untuk menyampaikan *company profile* dan informasi lainnya secara lengkap sehingga dapat membangun *brand image* serta dapat tersampaikan dengan baik kepada *customer*.

1.4 Ruang Lingkup

Ruang lingkup pembahasan mengenai perancangan user interface *website coffee shop* Et Coffee adalah sebagai berikut:

- A. Apa (*What*)
Perancangan tampilan visual *website* sebagai sarana penyampaian informasi Et Coffee.
- B. Siapa (*Who*)
Et Coffee
- C. Dimana (*Where*)
Jalan. Taman Pramuka No. 161, Cihapit, Kota Bandung.
- D. Kapan (*Why*)
Dilakukan sejak bulan September 2021
- E. Kenapa (*Why*)
Perancangan *website* ini dilakukan untuk menginformasikan *coffee shop*

Et Coffee.

F. Bagaimana (*How*)

Dengan melakukan perancangan visual *website* yang informatif dan promotif sesuai dengan citra Et Coffee sehingga mendapatkan perhatian calon *customer* atau pengunjung.

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan rancangan *media website* sebagai wadah untuk menyampaikan *company profile* dan informasi lainnya secara lengkap sehingga dapat membangun *brand image* serta dapat tersampaikan dengan baik kepada *customer*.

1.6 Metode Pengumpulan Data

Data yang diperoleh dalam pengerjaan tugas akhir ini menggunakan beberapa metode pengumpulan data

A. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaah terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan. Nazir (2013)

Mengikuti perkembangan jaman, studi pustaka juga akan dilakukan melalui media *Online* seperti jurnal, situs, dan *E-book*. Data yang dicari adalah teori-teori yang relevan dengan judul perancangan ini sehingga bisa dijadikan acuan dalam merancang karya.

B. Observasi

Observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan pancaindra sebagai alat bantu utamanya. Dengan kata lain, observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja pancaindra. Dalam hal ini pancaindra digunakan untuk menangkap gejala yang diamati. Apa yang ditangkap tadi, dicatat dan selanjutnya catatan tersebut dianalisis. (Morrison, 2014)

Dalam kasus ini, objek peneliatannya adalah Et Coffee. Jadi observasi dilakukan dengan cara mencari media dan data visual terdahulunya.

C. Wawancara

Wawancara adalah percakapan yang bertujuan untuk penggalian pemikiran, konsep, pengalaman pribadi, pendirian, atau pandangan dari narasumber, atau untuk memperoleh informasi dari narasumber tentang kejadian yang tidak dapat diamati sendiri secara langsung oleh peneliti, atau tentang peristiwa yang terjadi di masa lampau (Soewardikoen, 2019)

Ranah narasumber yang diwawancarai harus sesuai dengan topik pada penelitian kali ini, antara lain yang pertama adalah pihak Manager sebagai pemilik Et Coffee untuk menganalisis data, informasi, dan perkembangan

yang berkaitan dengan *coffee shop*. Yang kedua adalah ahli UI/UX untuk mencari data mengenai teori-teori yang berkaitan dengan desain *website*. Kemudian yang terakhir adalah orang yang berkompeten dibidang industri kopi untuk mendapatkan data mengenai perkembangan industri kopi.

D. **Kuisisioner**

Kuisisioner adalah cara untuk memperoleh data dalam waktu yang relatif singkat, karena sekaligus banyak orang dapat diminta mengisi pilihan jawaban tertulis yang disediakan. (Soewardikoen, 2019).

Kuisisioner ini bertujuan untuk mengetahui tanggapan masyarakat khususnya pecinta kopi dalam mencari informasi *coffee shop*. Tanggapan tersebut nantinya akan menjadi acuan dalam merancang tampilan website Et Coffee mengikuti kebutuhan target audiens

1.7 Metode Analisis Data

Data yang diperoleh dalam pengerjaan tugas akhir ini menggunakan beberapa metode analisis sebagai berikut :

A. **Analisis Data Visual**

Metode ini dilakukan dengan cara menguraikan dan interpretasi suatu bentuk karya visual dengan cara pengamatan yang berbeda dengan proses melihat biasa. (Soewardikoen, 2019:88).

B. **Analisis Data Kuesioner**

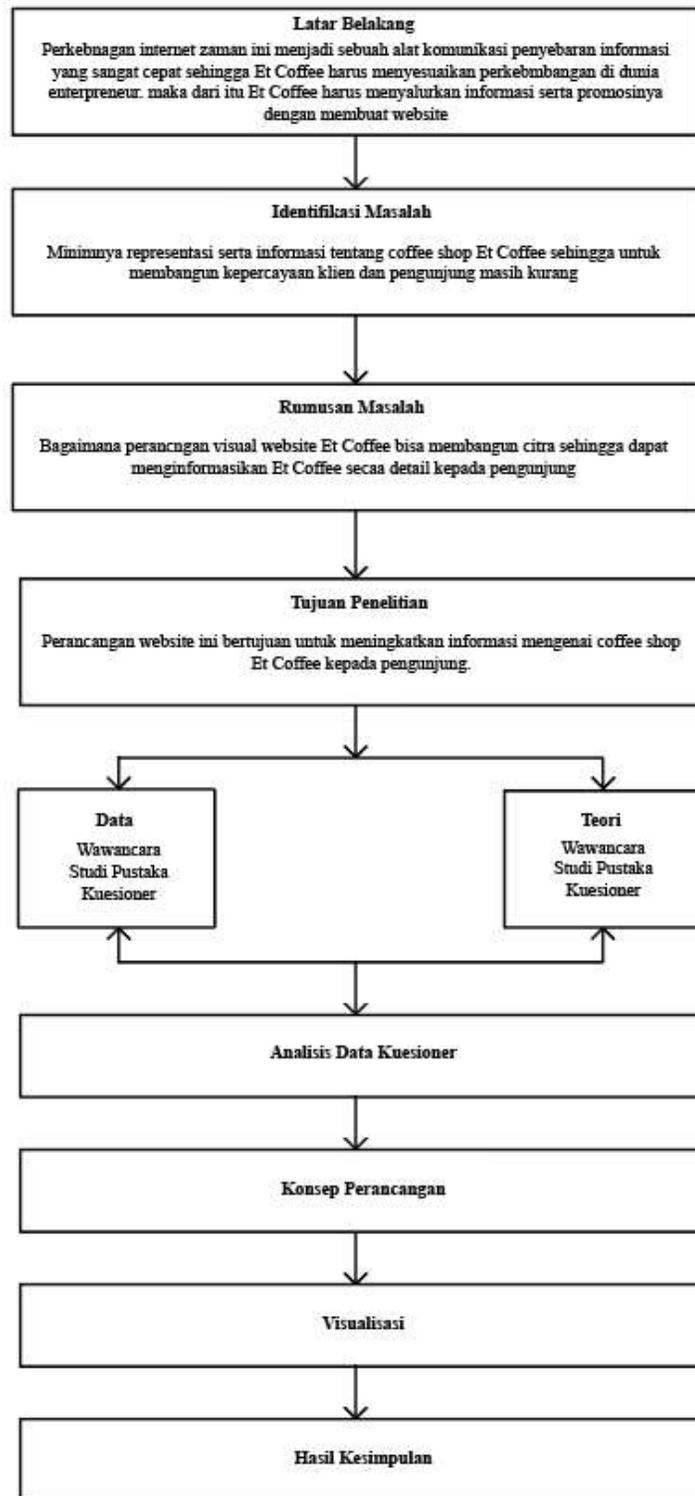
Data hasil kuesioner merupakan hasil perhitungan dari poin-poin variabel Objek penelitian. Dari hasil perhitungan dapat dilihat mana unsur yang signifikan kuat dan mana unsur yang lemah. Sajian data ini akan ditampilkan dalam bentuk bagan atau chart. (Soewardikoen (2019:99).

C. **Analisis Matriks**

Analisis Data kuisisioner merupakan hasil perhitungan dari poin-poin variabel objek penelitian. Dari hasil perhitungan tiap unsur yang ditanyakan kepada responden dapat diketahui mana unsur yang signifikan tinggi dan

unsur yang lemah. Data kuisisioner yang merupakan data kuantitatif ditampilkan dalam bentuk bagan atau charts agar terlihat lebih impresif baik dalam bentuk batang, garis, atau pie chart. (Soewardikoen, 2019)

1.8 Kerangka Penelitian



Gambar 1.1 Kerangka Penelitian

Sumber: Data Pribadi

1.9 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang akan dilakukan dalam penulisan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Menjelaskan fenomena yang menjadi latar belakang penelitian ini dilakukan serta penjabaran dari tujuan, ruang lingkup, metode pengumpulan analisis data, dan kerangka penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Menjelaskan teori-teori yang relevan dengan topik penelitian UI/UX beserta kerangka teori dan asumsi teori yang didapat.

BAB III DATA DAN ANALISIS

Berisi tentang data yang sudah didapatkan melalui observasi, wawancara, kuisisioner beserta analisis dan kesimpulannya.

BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Memuat konsep rancangan hingga hasil akhir dari rancangan karya penulis sendiri.

BAB V PENUTUP

Berisi kesimpulan yang didapat dari seluruh rangkaian penelitian dan saran yang berkaitan dengan penelitian.