

BAB I

PENDAHULUAN

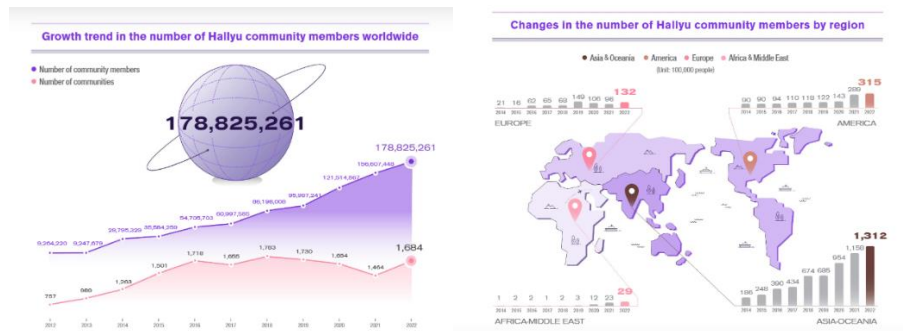
1.1 Latar Belakang

Di era perkembangan teknologi yang semakin maju pada beberapa bidang memunculkan kebutuhan masyarakat yang meningkat. Sehingga hal ini menyebabkan munculnya globalisasi dan menyebabkan pola kehidupan masyarakat yang semakin maju. Kemajuan teknologi tersebut dapat dimanfaatkan untuk semua kalangan, termasuk kalangan penggemar K-Pop. K-Pop merupakan jenis musik asal negeri ginseng yang sedang banyak disukai oleh remaja di berbagai belahan dunia saat ini. Hal ini terlihat dari beberapa lagu Kpop yang telah menempati posisi atas tangga lagu dunia billboard.

Dalam beberapa tahun terakhir, Fenomena Korean Wave sangat populer dan istilah korean wave juga biasa dikenal dengan kata lain yaitu hallyu. Menurut buku Telusur Jejak Digital Korean Wave di Indonesia, Korean Wave atau hallyu dimulai dengan dibukanya hubungan diplomatik antara korea selatan dan China pada tahun 1992. Pada pertengahan tahun 1990-an Korea Selatan gencar melakukan promosi produk hiburan dengan jenis tarian musikal lalu disusul konser boyband H.O.T yang di Beijing. Kemudian K-Pop masuk ke di Indonesia juga dipicu ketika Korea Selatan menjadi tuan rumah program Piala Dunia 2002, momen tersebut diselenggarakan di stasiun televisi Indonesia sehingga membuat namanya semakin tersohor yang kemudian beberapa stasiun televisi swasta tanah air setelah program tersebut selesai sering menayangkan musik, film dan drama korea (Wuryanto, 2012).

Fenomena ini menghasilkan banyak penggemar K-pop di dunia termasuk di Indonesia. Menurut Analisis Status Global Hallyu 2022 oleh Korea Foundation jumlah penggemar Hallyu di dunia menyentuh angka 178.825.261 juta orang per 2022, angka ini termasuk untuk semua fans baik K-Pop, musik Korea, film Korea, drama Korea, dan konten yang lainnya. Hal ini didukung juga oleh laporan yang dibawakan oleh Korea JoongAng Daily yaitu jumlah komunitas Hallyu dan anggotanya meningkat

sebanyak 220 (15.0%) per tahunnya, sementara anggota komunitas bertambah sebanyak 22 Juta (14,2%).



Gambar 1. 1 Jumlah Penggemar Kpop di Dunia

Sumber: issuu.com/the_korea_foundation diakses pada 16 Agustus 2023

Sedangkan berdasarkan rangkuman laporan dari twitter yang dilakukan oleh unique authors, Indonesia menempati posisi pertama dari 20 negara yang dengan jumlah penggemar K-Pop terbanyak. Didukung dengan banyaknya penggemar aktif yang sering membicarakan tentang K-Pop di Indonesia berdasarkan jumlah tweet tentang K-Pop selama dua tahun berturut-turut dengan jumlah sekitar 7,5 miliar tweets yang berhubungan dengan K-Pop. Jumlah ini memecahkan rekor setahun sebelumnya dengan total sebanyak 6,1 miliar tweets dan mengalami kenaikan 131% per tahun.



Gambar 1. 2 Peringkat Negara dengan jumlah penggemar terbanyak

Sumber: <https://cnnindonesia/> diakses pada 16 Agustus 2023

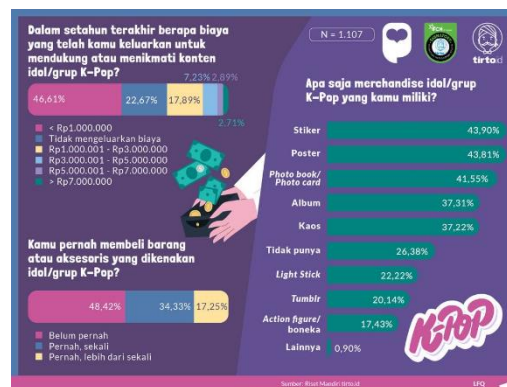
Di Indonesia sendiri salah satu kota yang memiliki jumlah K-Popers terbanyak adalah kota Bandung, terbukti dari jumlah followers akun Instagram official komunitas Bandung Korea Hansamo dengan jumlah followers 2,746 dan beberapa akun fans club dengan total jumlah followers menyentuh angka 2,000 followers per akunnya.



Gambar 1. 3 Jumlah K-Popers di Bandung
Sumber: <https://instagram.com/> diakses pada 16 Agustus 2023

Biasanya koleksi barang Kpop ini merupakan produk dari perusahaan yang mengendalikan grup idola dan sering disebut sebagai official koleksi barang K-pop. Selain koleksi barang K-pop resmi, ada juga koleksi barang Kpop yang dibuat secara pribadi oleh para penggemar grup idola yang sering disebut *fanmade* atau sering juga disebut barang informal. Barang-barang tersebut antara lain; *photocard*, album atau *photobook*, *lightstick*, *keychain*, kaos, action figure/boneka, dll.

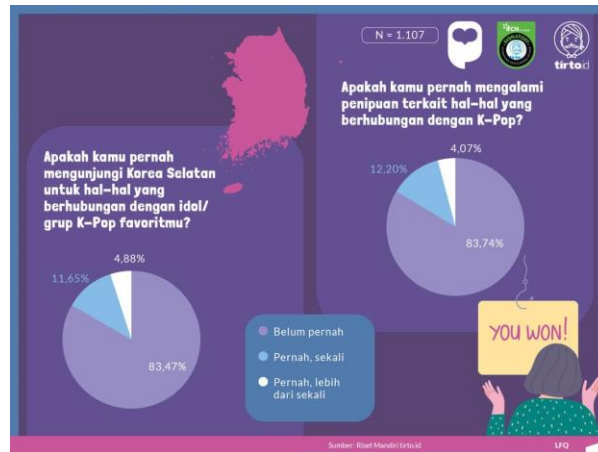
Hal ini telah dibuktikan pada hasil survei yang telah diperoleh oleh *tirto.id*, survei berbentuk kuesioner online ini dilangsungkan pada tanggal 19 Desember hingga 20 Desember 2022 dan melibatkan 1.500 responden yang tersebar di 34 Provinsi Indonesia.



Gambar 1. 4 Data Penggemar yang membeli koleksi barang Kpop
Sumber: <https://tirto.id/> diakses pada 02 Maret 2023

Dalam melangsungkan kegiatan yang berkaitan dengan jual dan beli koleksi barang K-pop ini, sayangnya penggemar merasakan ada masalah. Masalah yang ditemukan seperti terjadinya beberapa kasus penipuan pembelian barang koleksi Kpop di media

sosial. Hal ini didukung dengan hasil survei yang dilakukan oleh tirta.id pada tanggal yang sama yaitu tanggal 19 Desember hingga 20 Desember 2022.



Gambar 1. 5 Data Penggemar yang mengalami penipuan barang Kpop
Sumber: <https://tirta.id/> diakses pada 02 Maret 2023

Salah satu kondisi yang menyebabkan terjadinya penipuan adalah tidak adanya perlindungan/ pengaman (*absence of capable guardianship*) (Cohen & Felson, 1979). Dalam kasus penipuan ini, Proses viktimisasi terjadi ketika korban melakukan transaksi dan pembayaran kepada pelaku. Padahal, ini memiliki pengawasan dan perlindungan yang lemah. Hal ini dikarenakan komunikasi dan transaksi yang dilakukan bersifat dua arah, antara pelaku dan korban tanpa melibatkan orang lain (Kurniawaty, 2022). Hal ini didukung dengan tidak adanya platform khusus yang menyediakan sarana untuk kegiatan jual dan beli koleksi barang K-Pop dengan aman di Indonesia.

Berdasarkan pada permasalahan yang telah dipaparkan dapat diatasi dengan merancang Aplikasi Jual Beli koleksi barang Kpop berbasis Aplikasi Mobile. Aplikasi Jual Beli Koleksi Barang Kpop berbasis aplikasi mobile ini dirancang untuk meminimalisir terjadinya penipuan dengan memvalidasi penjual melalui administrasi pendaftaran akun yang dapat mengidentifikasi bahwa pengguna merupakan penipu atau tidak. Selain itu aplikasi ini dirancang dengan beberapa fitur seperti verified shop agar pengguna lebih nyaman saat memilah dan memilih barang yang ingin dibeli melalui penjual yang terpercaya. Pada aplikasi yang dirancang juga menampilkan informasi alamat dan data diri penjual, informasi keanggotaan agar meningkatkan kredibilitas pembeli terhadap penjualan koleksi barang Kpop pada aplikasi disertai metode pembayaran yang sering digunakan penggemar. Adapun hal lain yang digunakan untuk meningkatkan daya tarik aplikasi

ini adalah dengan adanya fitur trade atau tukar menukar koleksi barang K-Pop sesama penggemar dengan nama karena dilengkapi jaminan agar barang yang ditrade aman dan meminimalisir terjadinya penipuan.

1.2 Permasalahan

a. Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah dari latar belakang yang dipaparkan pada latar belakang diatas adalah :

- Terjadinya kasus penipuan pembelian koleksi barang Kpop akibat transaksi yang dilakukan hanya bersifat dua arah
- Belum adanya platform khusus untuk memperoleh informasi terkait jual beli koleksi barang K-Pop yang aman dan tepat di Indonesia

b. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang ada, rumusan masalah dari perancangan ini adalah :

- Bagaimana cara meminimalisir terjadinya penipuan saat membeli koleksi barang Kpop?
- Apa saja fitur yang diperlukan oleh pengguna sehingga dapat memenuhi kebutuhan dalam memperoleh informasi dan menjadi daya tarik dari aplikasi yang dirancang?

1.3 Ruang Lingkup

Pembatasan masalah dilakukan agar penelitian ini dapat terfokuskan dengan baik. Pembatasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apa

Objek perancangan adalah aplikasi yang memfasilitasi kegiatan jual-beli koleksi barang K-pop untuk pengguna, koleksi barang Kpop terdiri dari album, photocard, photobook, light stick, dll.

2. Siapa

Target utama perancangan ini tertuju pada penggemar musik Remaja akhir ke atas (18 - 24 tahun) yang memiliki daya beli dan hobi mengoleksi barang Kpop

3. Dimana

Perancangan ini akan dilaksanakan di Kota Bandung

4. Kapan

Pengumpulan data dilakukan sejak Maret 2023

5. Mengapa

Untuk meminimalisir terjadinya penipuan pembelian koleksi barang Kpop dan mengetahui kebutuhan pengguna sehingga dapat merancang media mengenai jual beli koleksi barang Kpop yang tepat

6. Bagaimana

Merancang aplikasi yang menarik, tepat dan dapat memberikan kenyamanan bagi pengguna dan target utama yang dituju yaitu penggemar K-pop dengan berlandaskan teori User Interface dan User Experience yang telah dipelajari

1.4 Tujuan perancangan

Perancangan ini ditunjukkan untuk menjawab masalah-masalah yang telah diidentifikasi:

- Meminimalisir terjadinya penipuan pembelian koleksi barang Kpop melalui validasi pengguna melalui pendaftaran akun
- Mengetahui kebutuhan penggemar dan merancang aplikasi mobile yang tepat bagi kebutuhan pengguna

1.5 Metode Pengumpulan Data dan Analisis

Dalam perancangan ini, digunakan metode pengumpulan data kualitatif. Metode kualitatif adalah metode penelitian untuk menganalisis keadaan hal-hal yang dialami berdasarkan filosofi postpositivisme, yang dimana peneliti akan menjadi alat

utama dan teknik pengumpulan data dengan cara menggabungkan triangulasi (Sugiyono, 2019).

a. Metode Pengumpulan data

- **Observasi**

Observasi akan dilakukan pencarian data terhadap media-media seperti website, sosial media dan langsung terjun ke lapangan seperti event Kpop seperti Pland Market agar dapat mengetahui dan memperkirakan sistem dan sifat objek yang akan dirancang serta dapat terlibat langsung dengan kegiatan yang sedang diamati

- **Wawancara**

Wawancara yang dilakukan untuk mengumpulkan data lebih mendalam dari narasumber yang berhubungan dengan topik. Pada proses wawancara ini akan dilakukan bersama 2 narasumber yaitu Muhammad Akbar Hafidzan seorang ahli tentang user interface dan user experience melalui google meet dan Zahidah Ulya salah satu penggemar yang memiliki pengalaman dalam mengoleksi barang Kpop dan mempunyai online shop barang Kpop yang dilakukan melalui Google meet.

- **Kuesioner**

Pada tahap kuesioner ini akan disebar seperangkat pertanyaan kepada penggemar Kpop melalui sosial media seperti Instagram dan twitter secara acak kepada responden dengan karakteristik memiliki hobi mengoleksi dan pernah membeli koleksi barang Kpop, Hal ini dilakukan untuk mengetahui pengalaman, kesulitan serta dapat memberikan preferensi audiens terhadap aplikasi yang dirancang.

- **Studi Pustaka**

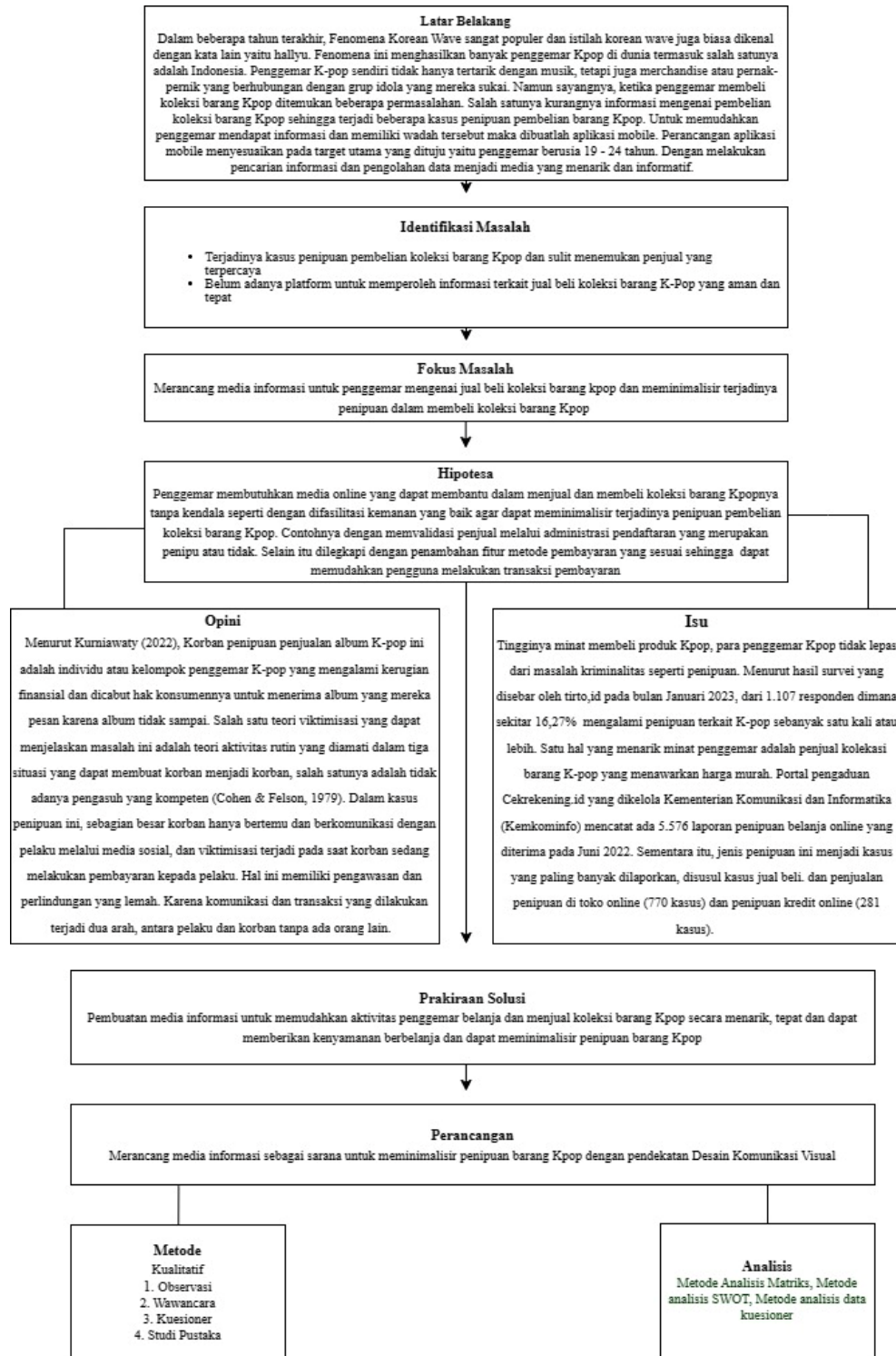
Studi pustaka didapatkan dari beberapa teori dari beberapa sumber seperti jurnal, buku atau artikel yang berhubungan dengan Korean Wave dan

UI/UX serta dapat menunjang analisis objek penelitian untuk mendapatkan data secara akurat.

b. Metode Analisis

Penelitian ini menggunakan metode analisis perbandingan proyek sejenis, analisis SWOT dan analisis data kuesioner yang sudah didapatkan. Metode analisis perbandingan atau matriks adalah metode dengan membandingkan data visual user interface dari aplikasi proyek sejenis yang nantinya akan menghasilkan simpulan yang dapat menjadi panduan dalam melakukan perancangan. Analisis SWOT adalah analisis dengan mengevaluasi aplikasi proyek sejenis yang dilihat dari kekuatan (strengths), kelemahan (weakness), peluang (opportunities), serta ancamannya (threats). Penggunaan metode analisis SWOT akan menganalisis permasalahan dan dapat menghasilkan solusi yang tepat. Analisis data kuesioner digunakan untuk menjadi referensi dan pembanding terhadap asumsi yang ada.

1.6 Kerangka Penelitian



Gambar 1. 6 Kerangka Penelitian
 Sumber: Dokumen Pribadi

1.7 Pembabakan

- **BAB I Pendahuluan**

Bab ini berisi pengenalan informasi-informasi dasar penelitian. Terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup yang terdiri dari 5W+1H, tujuan penelitian, metode pengumpulan data yang terdiri dari observasi, wawancara, kuesioner, dan studi Pustaka, dan metode analisis data menggunakan kerangka penelitian, dan pembabakan

- **BAB II Landasan Teori**

Bab ini berisi teori-teori para ahli yang pada dasarnya relevan dengan topik penelitian yang sedang diangkat untuk memecahkan masalah, lalu terdapat kerangka pemikiran teori serta pemaparan mengenai asumsi dari permasalahan yang diambil. Teori yang digunakan adalah teori Desain Komunikasi Visual, teori layout, teori ilustrasi, , teori mobile device, teori user interface (UI), teori user experience (UX), teori design sprint dan teori media dan teori koleksi barang kpop sebagai acuan dalam merancang dan menganalisis *user interface*

- **BAB III Data dan Analisis**

Bab ini berisi penguraian data-data yang berkaitan dengan penelitian, mulai dari data pemberi proyek, data khalayak sasaran, data proyek sejenis, analisis konten, analisis matriks data proyek dengan membandingkan aplikasi Shopee, Weverse dan Ktown4u. Serta menguraikan hasil pengumpulan data yang sudah terkumpul dari observasi, wawancara dengan narasumber yaitu Ahli UI/UX yaitu ka Akbar dan Owner Olshop juga penggemar K-pop yaitu Kak Zai yang dilakukan melalui zoom, data kuesioner yang kemudian dianalisis, dirangkum, dan ditarik kesimpulan sehingga menciptakan konsep untuk perancangan User Interface jual beli koleksi barang Kpop

- **BAB IV Konsep dan Hasil Perancangan**

Bab ini menjelaskan konsep dan perancangan yang terdiri dari konsep pesan, konsep komunikasi, konsep kreatif, konsep media, dan konsep visual. Konsep

komunikasi yang digunakan dalam perancangan menggunakan konsep AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share), serta memaparkan visual yang sudah dirancang mulai dari sketsa hingga diaplikasikan pada media utama dan media pendukung

- **BAB V Penutup**

Bab ini memuat kesimpulan dan pembahasan dari seluruh bab penelitian yang dipaparkan dalam laporan ini dan saran terhadap pihak yang berhubungan atau disampaikan pada perancangan kepada peneliti selanjutnya, dan daftar pustaka