BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di era digital yang berkembang pesat ini, aplikasi media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. TikTok, sebagai salah satu aplikasi media sosial, dengan cepat menarik perhatian global. Dalam waktu singkat setelah diluncurkan, TikTok berhasil mengumpulkan jutaan pengguna dan menjadi salah satu platform yang sangat populer di kalangan generasi muda di seluruh dunia (Erfiati & Helfi, 2023). Menurut Jessica et al., (2023) dalam lanskap pemasaran yang terus berkembang, TikTok telah menjadi platform penting yang berperan besar dalam mendukung pemasaran produk melalui fitur *live streaming* dan *TikTok Shop*. Erfiati & Helfi (2023) menegaskan, *live streaming* di TikTok dapat menjadi alat pemasaran yang efektif, bahkan mampu menjangkau *audiens* internasional dengan biaya yang cukup terjangkau.

TikTok menawarkan berbagai fitur yang dapat dipertimbangkan oleh konsumen maupun calon konsumen ketika berbelanja *online*. Salah satu strategi promosi yang paling sering digunakan produsen adalah *live streaming*, yang digunakan untuk menjangkau dan meyakinkan calon konsumen mengenai produk yang mereka tawarkan. *Live streaming* pertama kali diperkenalkan sebagai salah satu bentuk media promosi di platform TikTok. *Live streaming* awalnya berkembang di China dan dipelopori oleh Taobao *Live* milik Alibaba, raksasa ritel di negara tersebut (Mutmainna et al., 2024). Data dari *We Are Social* pada Januari tahun 2022 menyatakan jumlah pengguna internet di Indonesia adalah sebanyak 76,8 persen dari seluruh pengguna di Indonesia, yaitu 204,7 juta pengguna per Januari 2022 dengan total penduduk Indonesia 277,7 juta orang. Berdasarkan data *Similar Web for App Performance*, jumlah pengguna aktif harian TikTok telah mencapai 92,2 juta orang.

Selain TikTok, Shopee sebagai marketplace terpopuler di Indonesia juga, telah mencatatkan 33,27 juta kunjungan, dengan persentase pengguna mencapai 83,4%, tertinggi di antara platform lainnya. TikTok berada di posisi kedua sebagai media

sosial terpopuler, dengan persentase pengguna mencapai 42,2% dari seluruh pengunjung media sosial (Supriyanto et al., 2023). *Live streaming* telah menarik perhatian banyak konten kreator dan konsumen, menjadi saluran sosial yang semakin penting, yang mampu memengaruhi proses pengambilan keputusan pengguna melalui keterlibatan aktif mereka. *Streaming commerce* menawarkan lingkungan yang lebih interaktif, menarik, dan berfokus pada pengguna, dengan menyediakan interaksi *real-time* antara *audiens* dan *host live streaming*. Interaksi ini meningkatkan kesadaran timbal balik secara langsung, di mana audiens dapat berpartisipasi melalui *live chat* yang dibaca oleh *host*, dan tentu saja akan menciptakan percakapan yang menyerupai interaksi tatap muka melalui teknologi audio dan video *real-time* (Erfiati & Helfi, 2023).

Menurut Setiawan & Andrianto (2023), perkembangan media cetak dan elektronik telah mendorong para pelaku usaha untuk semakin serius dalam menyusun strategi promosi yang efektif. Tak hanya itu, perkembangan teknologi juga telah mengubah kebiasaan pelanggan yang sebelumnya berbelanja secara langsung di toko fisik, kini beralih ke pembelian melalui *marketplace* atau *e-commerce*. Perubahan ini juga berdampak pada industri *skincare*. Dalam gaya hidup modern, penampilan yang menarik dan perawatan diri semakin menjadi prioritas, sehingga permintaan terhadap produk *skincare* pun meningkat pesat (Veronica dalam Adinda & Azira, 2024). Menurut Yulianti & Nefianto (2023) juga, seiring perkembangan zaman, berbagai industri di dunia turut mengalami kemajuan pesat, termasuk industri kecantikan. Popularitas produk *skincare* saat ini telah mendorong pertumbuhan signifikan dalam industri tersebut. *Skincare* menjadi pilihan perawatan yang digemari oleh remaja hingga orang dewasa untuk merawat penampilan mereka. Banyak konsumen, baik pria maupun wanita, kini bergantung pada produk *skincare* untuk merawat dan memperbaiki kondisi kulit mereka (Adinda & Azira, 2024). Karena ketertarikan konsumen terhadap produk *skincare* sangat mencolok, bukan hanya di TikTok saja, *live streaming* di fitur Shopee Live juga sempat memecahkan rekor penjualan.

Dalam sesi *live streaming* yang dipandu oleh dr. Richard Lee, produk *skincare* berhasil meraih omset hingga Rp5,5 miliar hanya dalam 1,5 jam siaran, dan sesi tersebut tidak hanya menjual produk, tetapi juga memberikan edukasi mengenai *skincare* sehingga mendapat respons positif dari para penonton (CNBC Indonesia,

2023). Fenomena ini menjadi bukti betapa luasnya pasar produk *skincare*, terutama di Indonesia. Selain memiliki potensi pasar yang luas, produk *skincare* ini diperkirakan akan terus mengalami pertumbuhan penjualan yang menjanjikan dalam beberapa tahun mendatang (Atfiko & Ratnasari, 2024).

Dalam sebuah *live streaming*, salah satu hal penting yang harus diperhatikan adalah alat-alat yang mendukung kualitas siaran. Seperti kamera, laptop atau *handphone*, beserta *lighting* (IDN TIMES, 2024). Selain itu, pengaturan tempat dalam *live streaming* juga sangatlah krusial. Produk perlu ditempatkan di lokasi yang mudah terlihat, dan tampilan harus diatur agar penonton merasa nyaman. Untuk mendukung hal ini, sangat penting untuk menyiapkan peralatan seperti meja, tripod, layar hijau, rak, dan lainnya. Meja dan rak ini dapat dimanfaatkan untuk menampilkan produk, sedangkan tripod diperlukan untuk meletakkan kamera, sehingga kamera tidak perlu terus-menerus dipegang dengan tangan selama siaran berlangsung. Di samping itu, menghias area *live streaming* juga sangatlah penting untuk mencegah penonton merasa bosan saat menyaksikannya (Lalamove, 2024).

Namun, jika aktivitas *live streaming* tidak didukung oleh perangkat yang ergonomis, hal ini dapat membuat pengguna merasa kelelahan. Meja kerja yang dirancang khusus untuk *live streaming* sangat diperlukan untuk memastikan kenyamanan selama sesi *streaming* yang berlangsung lama, dengan memperhatikan faktor-faktor seperti tinggi meja, pencahayaan, ruang, serta penyimpanan untuk produk ataupun perangkat teknis. Andrianto & Chalik (2021) juga menyatakan bahwa dibutuhkan fasilitas yang mampu memenuhi kebutuhan pengguna dalam beraktivitas dengan tetap memperhatikan aspek kesehatan dan keamanan. Hal ini relevan dalam perancangan meja yang mendukung aktivitas *live streaming* penjual *skincare*, yang memberikan kenyamanan bagi pengguna selama menjalankan pekerjaannya. Setiap hari, biasanya *host streamer* membutuhkan waktu sekitar 8 jam kerja, dengan dua kali istirahat selama 30 menit. Selama bekerja, mereka menggunakan meja kerja untuk *live streaming*, namun sebagian besar meja tersebut tidak dirancang untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Seperti studi kasus yang dilakukan di PT. XYZ, menunjukkan bahwa meja kerja tersebut tidak sesuai dengan dimensi tubuh pengguna karena perusahaan belum menerapkan prinsip ergonomi, yang mengakibatkan kelelahan dan keluhan pada *host streamer*. Berdasarkan penjelasan di atas, perancangan ini bertujuan untuk

menciptakan desain meja *live streaming* yang ergonomis, guna mengurangi keluhan yang dialami oleh pegawai atau para *host streamer* (Priyono et al., 2024).

Berdasarkan studi pendahuluan yang sudah dilakukan melalui wawancara dengan tiga brand *skincare* (Reglow, Amura & Java Medica), ditemukan bahwa persiapan dan *setup* untuk *live streaming* melibatkan penggunaan meja, kursi, tripod, dan *lighting*. Kendala utama yang dihadapi meliputi kesulitan dalam menemukan ukuran meja yang sesuai, serta kebingungan dalam penataan produk dan perangkat pendukung *live streaming*. Ada beberapa hal penting yang dibutuhkan untuk mendukung kenyamanan, yaitu meja dengan ukuran yang sesuai dengan antropometri, tempat penyimpanan produk, pencahayaan terintegrasi, *port usb* (*Universal Serial Bus port*), dan material yang sesuai. Dengan demikian, dapat diidentifikasi bahwa terdapat kebutuhan meja ergonomis untuk membantu meningkatkan kenyamanan dalam aktivitas *live streaming*.

1.2. Identifikasi Masalah

1. Maraknya *Live Streaming* untuk *Online Shop*

Aktivitas *live streaming* kini menjadi sarana penjualan yang semakin populer bagi *online shop* untuk menjangkau dan mempromosikan produk kepada *audiens* yang lebih luas.

2. Produk *Skincare* Banyak Diminati karena Kepedulian terhadap Penampilan

Skincare menjadi salah satu produk yang sedang ramai dijual karena tingginya minat masyarakat dalam menjaga penampilan dan kesehatan kulit.

3. Kurangnya Pengetahuan Ergonomi yang Menyebabkan Kelelahan Pengguna

Banyak *host streamer* belum memahami pentingnya ergonomi, yang menyebabkan penggunaan meja kerja yang tidak sesuai dan berpotensi menyebabkan kelelahan fisik.

Waktu kerja yang panjang sekitar 8 jam perhari dengan jeda istirahat yang singkat akan semakin meningkatkan kelelahan, yang berdampak negatif pada kenyamanan dan kesehatan pengguna.

4. Desain Meja Kerja yang Tidak Memadai

Banyak meja kerja yang digunakan oleh *host streamer* tidak dirancang sesuai dengan dimensi tubuh dan tidak didukung dengan fitur-fitur yang bisa memenuhi kebutuhan mereka dalam melakukan *live streaming*.

5. Interaksi yang Terbatas

Meja kerja yang tidak ergonomis dapat membatasi interaksi antara *host* dan *audiens*, sehingga mengurangi kualitas siaran dan pengalaman pengguna.

1.3. Rumusan Masalah (*Problem Statement*)

Karena masih sedikit kajian yang membahas pengaruh desain ergonomis pada meja kerja untuk aktivitas *live streaming* terhadap kenyamanan *host streamer*, maka kajian lebih lanjut tentang pentingnya penerapan prinsip ergonomi dalam desain meja kerja menjadi sangat diperlukan guna meningkatkan kesejahteraan pengguna. Selain itu, kurangnya sarana meja ergonomis yang memfasilitasi kebutuhan bagi *host streamer* dalam *live streaming* mendorong perlunya perancangan meja kerja yang dapat meningkatkan kenyamanan kerja mereka.

1.4. Pertanyaan Penelitian (*Research Question/s*)

Bagaimana merancang sebuah meja dengan aspek desain ergonomis dan berbagai fitur yang dapat mendukung aktivitas *live streaming* penjual *skincare* secara maksimal?

1.5. Tujuan Penelitian (*Research Objectives*)

Untuk merancang sebuah meja yang bisa mendukung aktivitas *live streaming* secara maksimal dengan aspek desain ergonomis dan berbagai fitur yang dibutuhkan oleh penjual *skincare*.

1.6. Batasan Masalah (*Delimitation/s*)

Batasan masalah pada perancangan ini adalah, sebagai berikut:

1. Fokus pada Meja Kerja Ergonomis

Penelitian ini berfokus pada perancangan meja kerja yang ergonomis untuk *host streamer* penjual *skincare*, tanpa mencakup peralatan lain yang tidak digunakan dalam aktivitas *live streaming*. Alasan pembatasan ini adalah untuk memberikan perhatian mendalam terhadap desain meja kerja dan dampaknya terhadap kenyamanan.

2. Target Responden/ User

Penelitian ini berfokus pada *host streamer* yang berusia antara 20 hingga 30 tahun. Pembatasan ini diambil karena kelompok usia tersebut umumnya lebih aktif dalam menggunakan platform *live streaming*.

3. Lingkup Geografis

Penelitian ini terbatas pada *host streamer* di Indonesia, khususnya di kota Bogor dan Tasikmalaya yang memiliki akses mudah ke teknologi dan platform *live streaming*. Pembatasan ini ditetapkan untuk mengurangi variabel eksternal yang dapat mempengaruhi hasil penelitian.

4. Aspek Ergonomi dan berbagai fitur

Fokus penelitian akan terpusat pada aspek ergonomi dengan berbagai fitur dalam desain meja kerja, termasuk pencahayaan, serta ruang untuk produk dan perangkat teknis, tanpa membahas aspek sosial yang mungkin berpengaruh pada pengalaman pengguna.

5. Studi Kasus

Penelitian ini dibatasi pada studi kasus yang dilakukan kepada tiga *brand* yang menjual produk *skincare*, yaitu Reglow, Amura *Beauty Care* dan Java Medica.

Ketiga *brand* tersebut dipilih karena bersedia memberikan data yang diperlukan serta memiliki durasi *live streaming* yang serupa, yaitu sekitar 3–6 jam per hari. Pemilihan *brand* Reglow, Amura *Beauty Care* dan Java Medica sebagai studi kasus sangat relevan karena ketiganya merupakan *brand skincare* lokal yang sedang berkembang dan aktif menggunakan *live streaming* sebagai strategi pemasaran. Meskipun jumlah pengikut mereka di TikTok berbeda, Reglow (29 ribu pengikut), Amura (98 ribu pengikut), dan Java Medica (10 ribu pengikut), ketiganya tetap menghadapi tantangan yang sama dalam menciptakan sesi *live streaming* yang lebih efektif. Perbedaan skala ini justru menjadi bukti bahwa baik *brand* yang baru berkembang maupun yang sudah memiliki banyak *audiens* tetap membutuhkan peralatan yang lebih profesional dan ergonomis, termasuk meja yang dirancang khusus untuk mendukung *live streaming* secara maksimal.

1.7. Ruang Lingkup Penelitian (*Scope*)

Ruang lingkup penelitian ini berfokus pada perancangan meja kerja yang ergonomis untuk *host streamer* penjual *skincare*, dengan mempertimbangkan aspek desain, fungsi, dan kenyamanan. Penelitian ini akan terbatas pada penggunaan meja kerja dalam konteks *live streaming*, yang dipakai oleh *host streamer* penjual *skincare* yang aktif di platform seperti TikTok dan Shopee Live.

1.8. Keterbatasan Penelitian/Perancangan (*Limitation*)

Keterbatasan penelitian ini mencakup beberapa kendala yang dihadapi selama proses perancangan meja kerja multifungsi untuk *host streamer*.

1. Keterbatasan waktu menjadi salah satu tantangan utama, di mana penelitian ini dilakukan dalam periode yang singkat. Waktu yang terbatas ini menyulitkan untuk melakukan survei dan pengujian yang lebih mendalam terhadap berbagai desain dan fitur yang mungkin diterapkan.
2. Aksesibilitas terhadap responden juga menjadi kendala, kesulitan dalam mencari dan menjadwalkan wawancara dengan *brand skincare* maupun *host streamer* berpengalaman menyebabkan jumlah responden yang terlibat dalam penelitian ini menjadi terbatas. Hal ini dapat mempengaruhi generalisasi hasil penelitian, karena tidak semua suara dan pengalaman dari berbagai *host streamer* dapat terwakili secara adil.
3. Keterbatasan dalam sumber daya juga memengaruhi penelitian ini. Terbatasnya dana dan fasilitas untuk melakukan *prototyping* dan pengujian fisik meja kerja multifungsi dapat memengaruhi keakuratan analisis dan desain akhir. Penelitian ini mengandalkan umpan balik dari survei dan wawancara, yang mungkin tidak mencakup semua sudut pandang yang relevan.

Akhirnya, meskipun penelitian ini berusaha untuk menerapkan prinsip ergonomi dalam desain, ada kemungkinan bahwa tidak semua aspek ergonomis dapat diakomodasi sepenuhnya dalam batasan waktu dan sumber daya yang ada. Keterbatasan-keterbatasan ini memberikan gambaran kepada pembaca bahwa hasil penelitian ini harus dipahami dalam konteks kendala yang dihadapi, dan mungkin memiliki kekurangan serta ketidaksempurnaan yang perlu diperhatikan.

1.9. Manfaat Penelitian

1. Bagi Ilmu Pengetahuan

Penelitian ini memberikan kontribusi signifikan bagi ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang desain produk dan ergonomi. Dengan menganalisis kebutuhan *host streamer* dan menerapkan prinsip ergonomi dalam perancangan meja kerja multifungsi, penelitian ini dapat menambah

wawasan tentang interaksi antara manusia dan alat kerja dalam konteks digital. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi bagi studi-studi selanjutnya yang berkaitan dengan desain produk ergonomis dalam industri kreatif dan teknologi.

2. Bagi Masyarakat

Manfaat bagi masyarakat meliputi peningkatan kesadaran tentang pentingnya ergonomi dalam lingkungan kerja, terutama bagi mereka yang terlibat dalam kegiatan *live streaming*. Dengan memahami dan menerapkan desain yang ergonomis, *host streamer* dapat mengurangi risiko kelelahan terkait. Selain itu, penelitian ini juga dapat mendorong masyarakat untuk lebih menghargai dan mendukung produk lokal yang dirancang dengan perhatian terhadap kebutuhan pengguna, sehingga dapat meningkatkan kualitas hidup sehari-hari.

3. Bagi Industri

Bagi industri, penelitian ini menawarkan panduan praktis dalam merancang produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna di era digital. Dengan memahami pentingnya meja kerja yang ergonomis, produsen furniture dan peralatan kerja dapat mengembangkan produk yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga mendukung kenyamanan penggunanya. Penelitian ini juga dapat membantu industri dalam menciptakan solusi inovatif yang sesuai dengan tren *live streaming* yang terus berkembang, sehingga meningkatkan daya saing di pasar.

1.10. Sistematika Penulisan

1. BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan berisikan mengenai suatu hal yang melatarbelakangi dilakukannya penelitian perancangan meja untuk mendukung aktivitas *live streaming* penjual *skincare*, identifikasi dan rumusan masalah pada penelitian, pertanyaan penelitian serta tujuan dibuatnya penelitian, batasan masalah pada penelitian dan ruang lingkupnya, keterbatasan penelitian/perancangan, serta manfaat dari penelitian.

2. BAB II KAJIAN

Pada bab II tinjauan pustaka berisikan mengenai studi literatur hingga rangkuman mengenai penjelasan teori atau konsep dasar yang digunakan untuk memahami permasalahan penelitian dalam perancangan meja untuk mendukung aktivitas *live streaming* penjual *skincare*.

3. BAB III METODE

Pada bab III metodologi penelitian, berisi tentang rancangan penelitian yang dilakukan dalam perancangan meja untuk mendukung aktivitas *live streaming* penjual *skincare*. Metode yang digunakan dalam penelitian yaitu metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus, kemudian berisi teknik pengumpulan data seperti observasi, wawancara dan studi literatur. Tercantum proses pengumpulan datanya, yang dianalisis menggunakan teknik analisis data domain, dengan metode perancangan SCAMPER, dan dilengkapi oleh proses perancangan sampai dengan instrumen validasi perancangan.

4. BAB IV PEMBAHASAN

Isi dari bab IV adalah membahas tentang konsep perancangan yang berisikan analisis komparasi produk sejenis, konsep umum, konsep perancangan, sketsa produk, gambar teknik, konsep produk, proses produksi, foto produk, hingga validasi produknya.

5. BAB V KESIMPULAN

Pada bab V penulisan kesimpulan berisikan simpulan hasil dari penelitian perancangan dan pemberian saran yang berguna atas perancangan produk untuk penelitian selanjutnya.

6. DAFTAR PUSTAKA

Berisi berbagai sumber referensi sebagai dasar validasi terhadap informasi dalam laporan penulisan.