

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era global saat ini kegiatan seni rupa juga turut berkembang salah satunya yakni *Graffiti*. *Graffiti* merupakan kegiatan seni rupa yang menggunakan komposisi warna, garis, bentuk, dan volume untuk menuliskan kalimat melalui media dinding dengan menggunakan cat semprot dan cat tembok. Menurut catatan majalah HAI No 36/XXX/4 September-10 2006:

“Gerakan *graffiti* di Indonesia diawali sekitar tahun 1970-an berupa tag atau coretan tanda tangan pembuat serta coretan tulisan-tulisan yang lebih memaknakan identitas kelompok atau geng, nama sekolah, sumpah serapah, kritik sosial dan orang yang disukai.”

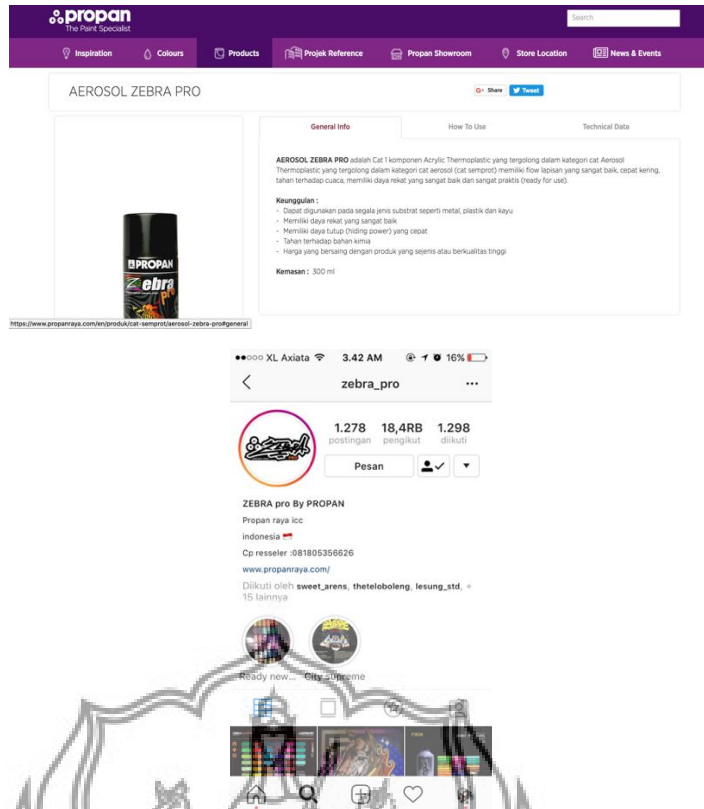
“Penggunaan cat semprot pada awal tahun 2000-an yang dipadukan dengan cat tembok membuat tren baru *graffiti* di Yogyakarta. Pada saat itu harga cat semprot masih tergolong mahal dan warna yang tersedia terbatas, maka para pelaku *graffiti/street art* biasanya menggunakan cat semprot untuk membuat *line* dan *fill* menggunakan cat tembok”. (katalog pameran “After All These Year Exhibition 2017”, ditulis oleh Donna Carolina).

Seiring berjalannya waktu produk cat semprot yang dijual di pasaran Indonesia sekarang ini semakin beragam dan memiliki standar kualitas masing masing produknya. Salah satunya yaitu produk cat semprot Zebra Pro yang khusus dijual untuk pasar *graffiti* dan seni di Indonesia, Zebra Pro ini merupakan produk lokal cat semprot buatan PT Propan Raya I.C.C yang baru memasuki pangsa pasar *graffiti* dan seni. Propan sendiri adalah sebuah perusahaan manufaktur yang berlokasi di Jakarta dan bergerak khusus di bidang *chemical coating* atau lebih dikenal dengan istilah “CAT”.

Pada awal pemasarannya produk Zebra Pro ini belum ditempatkan pada pasar *graffiti/street art*. Seiring dengan kondisi akhirnya propan menambah variasi produk Zebra Pro-nya yang digunakan untuk kebutuhan rumah tangga, otomotif, atau pekerjaan bangunan lainnya menjadi cat

semprot untuk *graffiti* dan seni. Dengan melakukan perombakan dari segi warna yang lebih banyak dan kualitas formula yang tepat, mengatur *pressure* kaleng agar nyaman dan mudah diaplikasikan jika dibandingkan dengan produk cat semprot lainnya. Aktivitas pemasarannya sendiri juga diserahkan oleh salah satu distributor dan juga sekaligus toko peralatan *graffiti* yang cukup terkenal di Yogyakarta, yakni “Flame Graff”. Penjualan dan penempatan informasi produk hanya menggunakan media sosial Instagram. Untuk pemesanan produk juga menggunakan sistem SMS dengan nomor yang tertera pada akun Instagram @zebra_pro tersebut. Menurut Kotler dan Amstrong (2012:29) pemasaran adalah serangkaian proses yang dilakukan oleh perusahaan untuk menciptakan suatu nilai bagi pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul. Dari pendapat ahli tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa pemasaran dapat dikatakan sebagai proses yang dimana perusahaan menciptakan, menghantarkan dan dapat mengkomunikasikan nilai bagi pelanggan dengan tujuan menangkap kepuasan yang saling berkelanjutan.

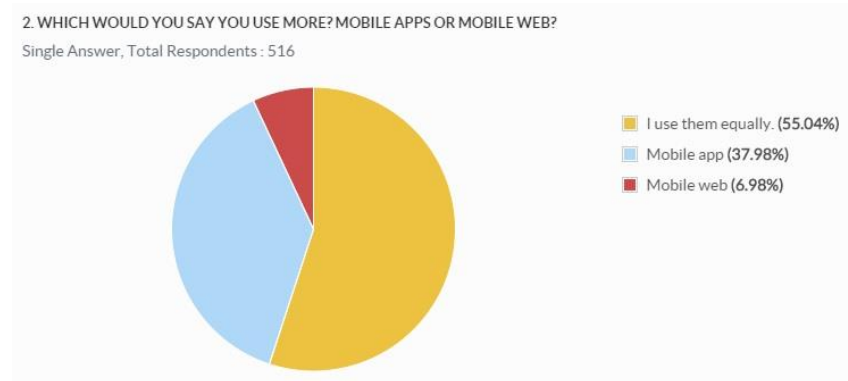
Kurangnya informasi dan keterangan tentang produk kaleng Zebra Pro membuat para pembeli kebingungan seperti memilih warna yang tepat dan teknik pewarnaan yang baik. Meskipun sekarang ini Zebra Pro sudah laris di pasaran dan mendapatkan tanggapan positif. Masalah yang terjadi adalah minimnya informasi harga dan informasi ketersediaan produk serta toko yang menjual produk Zebra Pro tersebut. Proses pencarian informasi merupakan salah satu tahap yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli sebelum memasuki tahap evaluasi alternatif. Masalah lainnya adalah keunggulan produk belum tersampaikan dengan maksimal kepada calon konsumen. (Kotler, Philip : 1987: 283)



Gambar 1.1 Tampilan website dan social media resmi dari produk Zebra Pro, <https://www.propanraya.com/id/produk/cat-semprot/aerosol-zebra-pro/> https://www.instagram.com/zebra_pro/

Dengan semakin mudahnya akses pada ponsel pintar, kebanyakan anak muda menggunakan perangkat bergerak untuk mengakses informasi di manapun. Peran *interface mobile app* dapat mempermudah para konsumen untuk mendapatkan berbagai informasi dengan mudah dan praktis. Desain *interface* yang baik tidak hanya membuat website terlihat istimewa, tetapi juga membuat operasi/penggunaan lebih sederhana dan nyaman. Sedangkan *Mobile app* adalah aplikasi yang dibuat untuk *smartphone* atau tablet yang mengharuskan penggunanya untuk *download* dan instal melalui toko aplikasi (*Apple App Store*, *Play Store*, atau *Blacberry App*), *mobile app* memiliki performa lebih cepat, hanya memiliki 1 domain, dan lebih menarik dari segi visual. Pengguna memiliki akses penuh ke perangkat *mobile*, seperti kamera, *gesture*, pemberitahuan, speaker, dan fitur lainnya. Kualitas dan keamanan *mobile app* terjamin karena dikontrol oleh vendor masing-masing. *Mobile app* tidak selalu dapat dioperasikan ketika pengguna *online*, tetapi dalam keadaan *offline* juga biasa.

Menurut survey yang dilakukan blog.jakpat.net, lebih dari 50% responden mengatakan menggunakan *mobile app* dan *mobile web*



Gambar 1.2 (Presentase survey)

<https://blogs.opera.com/indonesia/2015/07/kamu-pengguna-mobile-app-atau-mobile-web/>

Ada beberapa alasan mengapa orang lebih memilih menggunakan *mobile app*, beberapa di antaranya karena aplikasi di ponsel lebih mudah untuk digunakan, tampilan aplikasi di ponsel lebih nyaman untuk dilihat, dapat memuat informasi lebih cepat dan sebagian aplikasi tertentu dapat dijalankan ketika tidak terkoneksi internet (<https://blogs.opera.com/indonesia/2015/07/kamu-pengguna-mobile-app-atau-mobile-web/>, diakses pukul 12.32 September 2018). Selain itu berdasarkan data survey yang dilakukan oleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, lebih dari 50 persen atau sekitar 143 juta orang telah terhubung jaringan internet sepanjang 2017. Mayoritas pengguna internet sebanyak 72,41 persen masih dari kalangan masyarakat urban (<https://tekno.kompas.com/read/2018/02/22/16453177/berapa-jumlah-pengguna-internet-indonesia>, diakses pukul 12.30 WIB, 9 September 2018).

Berangkat dari permasalahan-permasalahan tersebut, perancangan desain *Mobile app Interface* untuk produk Zebra Pro dapat memudahkan para pelaku *graffiti*/seni, dan promotor acara dalam mengakses informasi dan detail produk Zebra Pro. Selain itu dengan adanya desain *Mobile app Interface* ini juga dapat menjadi sebuah solusi yang efektif bagi pihak Zebra Pro jika berminat untuk direalisasikan. Pembuatan *platform* ini

direncanakan selesai pada tahun 2018 dan untuk mengawali proyek ini maka perlu adanya proses perancangan konsep visual terlebih dahulu. Konsep visual tersebut, nantinya akan dipakai sebagai paduan bagi programmer untuk mewujudkan *Mobile app Interface* yang siap digunakan.

Manfaat perancangan *Mobile app Interface* berdasarkan ilmu Desain Komunikasi Visual dapat menampilkan visual yang lebih interaktif dan aplikatif.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana membuat sebuah perancangan *Mobile app Interface* yang mampu memberi informasi mengenai produk cat semprot Zebra Pro secara *online/offline* ?

C. Batasan Masalah

Perancangan hanya dibatasi berupa konsep rancangan *Mobile app Interface* yang menjadi sarana informasi yang memudahkan pengguna. Dalam hal ini penulis hanya berperan sebagai perancang visual yakni merancang konsep visual *Mobile app Interface* cat semprot Zebra Pro agar lebih mudah diakses. Selain itu perancangan ini hanya menekankan pada aspek UI (*User Interface*) agar dapat memaksimalkan tampilan dan gaya ilustrasi *mobile app. User Interface* juga menekankan pada visualisasi, coloring, dan bentuk layout pada desain tampilan aplikasi tersebut. Penerapan ilmu pengetahuan Desain Komunikasi Visual dari desainer dimulai dari menentukan strategi kreatif, konsep desain, sampai pada implementasi pada semua materi item.

D. Tujuan Perancangan

Untuk perancangan *Mobile app Interface* yang mampu memberi informasi secara detail secara *online*, bertujuan untuk:

1. Merancang *platform* yang dapat mempermudah dalam menampilkan informasi dan detail spesifikasi produk (*color chart*, lokasi penjualan produk, info berita terbaru seputar produk)

2. Sebagai media yang memberikan kemudahan pada konsumen dengan penampilan visual yang lebih interaktif dan aplikatif.
3. Menampilkan portfolio produk dan update pengembangan kemajuan produk Zebra Pro.

E. Manfaat Perancangan

1. Manfaat Teoritis

Dengan adanya perancangan desain website ini diharapkan bisa menjadi referensi atau masukan bagi ilmu Desain Komunikasi Visual yang berfokus pada *Mobile app Interface* yang mampu memberi informasi secara detail secara *online*

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Akademis

Memperdalam kemampuan dalam menciptakan karya *UI/UX* sebagai salah satu media penyampai pesan.

b. Bagi Perusahaan

Sebagai *platform* untuk meningkatkan jumlah penjualan, mempermudah dalam *update* informasi terbaru.

c. Bagi Masyarakat

Manfaat perancangan ini bagi masyarakat ialah lebih mudah dalam mendapatkan informasi dan lebih komunikatif dalam aplikasi *mobile*. Selain itu dapat mempermudah dalam proses berkarya seni maupun *graffiti*. Mendapatkan media yang dapat membantu menjangkau *target audience* yang lebih banyak.

F. Metode Penelitian

1. Metode Pengumpulan Data

a. Kajian Literatur

- 1) Studi tentang aplikasi *smartphone*
- 2) Studi tentang *web interface*
- 3) Studi tentang produk Zebra Pro

b. Dokumentasi

- 1) Dokumentasi objek-objek untuk konten yang akan dibuat pada *website* dan *mobile app*
- 2) Dokumentasi produk *Zebra Pro* dan *Artist ambassador*

c. Observasi

Metode observasi secara deskriptif

2. Metode *Design Sprint*

Metode dilakukan selama 5 hari dimana setiap harinya meliputi:

a. Senin

Memetakan masalah dan memilih bagian mana yang akan difokuskan.

b. Selasa

Menggambarkan berbagai solusi di kertas.

c. Rabu

Menentukan solusi terbaik dan mengubah ide ke dalam hipotesis yang bisa diuji

d. Kamis

Membentuk purwarupa yang realistis

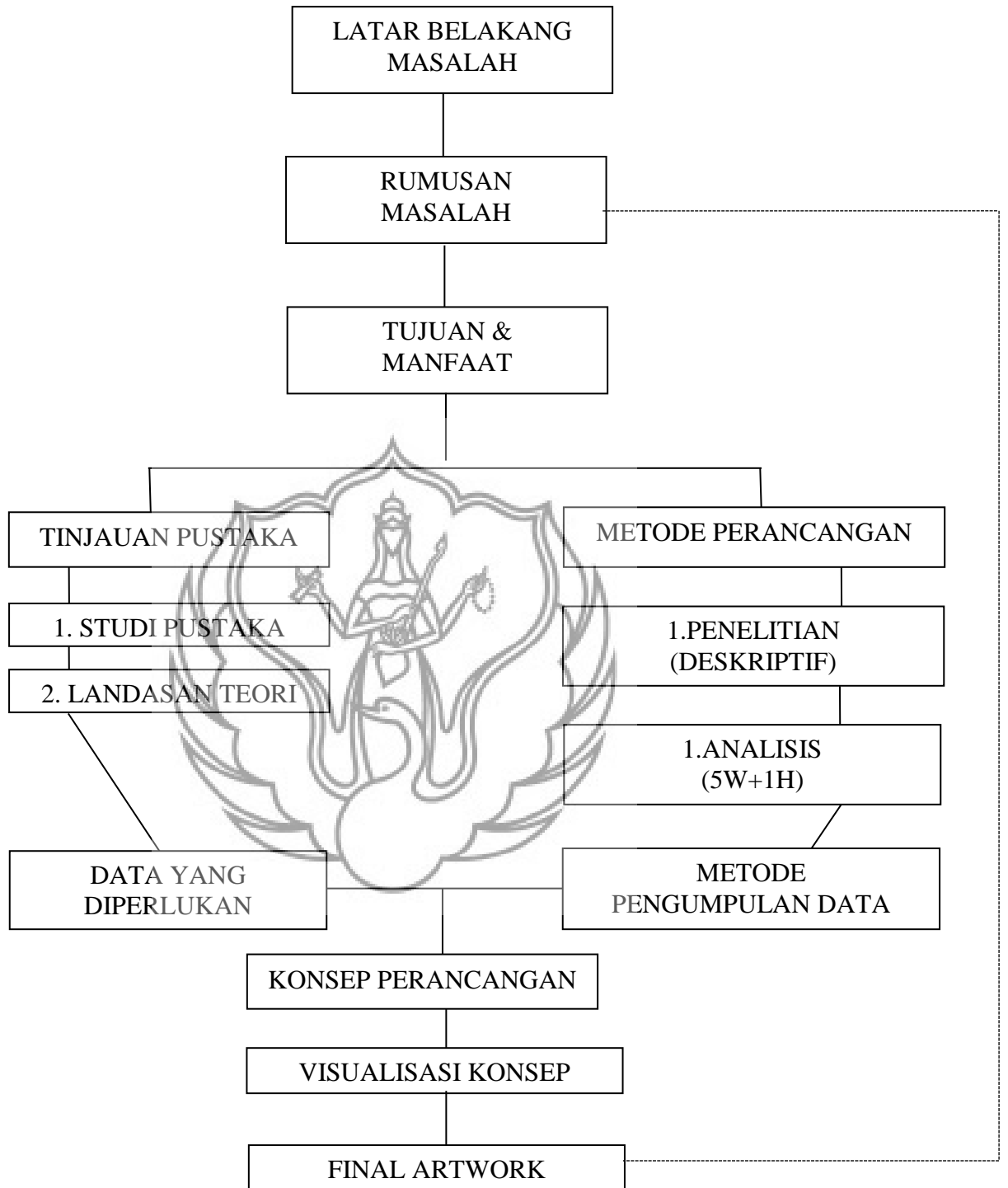
e. Jumat

Menguji secara langsung dengan konsumen target.

3. Metode Analisis Data

Analisis data ini dilakukan dengan metode *5W+1H* (*What, Where, When, Who, Why, and How*) sebagai objek perancangan.

G. Skematika Penelitian



Gambar 1.3 Skematika Perancangan