

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara berkembang dengan jumlah penduduk yang besar dan tentunya kehidupan sosial yang juga semakin maju. Semakin majunya kehidupan sosial di masyarakat akan memungkinkan terjadinya kemunculan berbagai masalah psikologis yang akan menjadi perhatian besar bagi para konsultan psikologi sehingga kebutuhan akan layanan psikologi akan semakin meningkat (Oksadela, Banani, & Rahab, 2019).

Konsultasi psikolog merupakan salah satu solusi dalam mengatasi gangguan mental atau masalah yang di rasa semakin kompleks. Manfaat konsultasi psikolog berfokus pada bagaimana seorang individu berfungsi baik secara pribadi maupun dalam hubungan mereka di segala usia. Kesehatan mental sangat perlu diperhatikan sama dengan halnya kesehatan lainnya, karena kondisi kesehatan seseorang bukan hanya yang terlihat dari segi fisiknya saja namun juga dari segi mentalnya.

Namun, dari kepadatan penduduk Indonesia hanya sedikit yang mencari bantuan layanan psikolog. Terdapat hasil survey yang dilakukan oleh Maybelline dan Jakpat terhadap 1002 perempuan berusia 18-25 tahun dan 6 dari 10 perempuan mengaku memiliki masalah kesehatan mental serta hanya 1 dari 10 perempuan yang mencari bantuan layanan psikolog ketika mengalami gangguan kesehatan mental. Ada banyak faktor yang menghambat individu dalam mencari layanan psikolog. Menurut Afinnisa Rasyida (2019), bahwa salah satu faktor yang menghambat seorang individu dalam mencari layanan konseling psikolog adalah karena ketidaktahuan mereka tentang informasi layanan konseling yang terpercaya.

Ulfa Rahayu (2021) pada HelloSehat mengatakan bahwa dalam memilih psikolog terpercaya harus memastikan seorang psikolog memiliki gelar M.Psi., Psikolog, memiliki lisensi atau izin praktik dan terdaftar di HIPMI serta mengecek review dan konten biro konsultasi layanan psikolog tersebut. Maka dari itu biro layanan konsultasi psikolog sebaiknya memiliki media yang dapat menginformasi tentang tenaga kerja psikolog yang melayani dan informasi tentang perusahaan yang dapat mengambil kepercayaan masyarakat.

EPIC Consulting merupakan salah satu biro layanan konsultasi psikolog di kota Pematangsiantar. Teknik marketing yang dilakukan oleh EPIC Consulting adalah pemasaran dari mulut ke mulut dan dengan media sosial berupa instagram dan facebook. Tentu dalam teknik pemasaran ini penyampaian informasi terkait perusahaan terbatas serta kurang efektif dan efisien. Dari artikel yang diterbitkan di Niagahoster oleh Pamungkas (2022), terdapat perbandingan antara media sosial lainnya dengan website yaitu website memiliki keunggulan-keunggulan yang dapat menutupi kekurangan dari media sosial, seperti desain *platform* yang terbatas, fungsi platform yang tidak fleksibel dan kontrol yang terbatas. Sedangkan keunggulan dari website tersebut adalah bebas menyesuaikan desain, fungsi platform yang luas serta mudah untuk muncul di mesin pencarian.

Website perusahaan merupakan media komunikasi yang paling populer dan paling pertama dilihat oleh seorang individu dalam proses pencarian informasi terkait produk atau jasa yang dibutuhkan sehingga di era digital sekarang ini dibutuhkan website untuk melengkapi media komunikasi suatu perusahaan (Kriyantono, 2008:260). Website dapat digunakan sebagai alat yang membantu perusahaan untuk mendapatkan kepercayaan konsumen. Salah satu perusahaan yang sangat membutuhkan kepercayaan konsumen adalah perusahaan yang bergerak dibidang biro konsultasi psikolog. Pada saat ini, EPIC Consulting tidak mempunyai website dalam memperkenalkan serta memasarkan jasanya sehingga terbatasnya informasi tentang perusahaan yang didapat oleh calon pengguna layanan jasa.

Selain membangun website, membangun identitas visual yang baik akan memberi nilai lebih di dalam benak masyarakat. EPIC Consulting pada saat ini memiliki kekurangan dalam membangun identitas visual, seperti logo yang digunakan belum memiliki hak paten dan juga merupakan hasil mengambil dari internet (<https://id.pinterest.com/pin/827325394064533319/>). Hal ini menyebabkan perusahaan terlihat tidak profesional di mata masyarakat.

Berdasarkan permasalahan diatas, maka pada saat ini dibutuhkan suatu media yang memanfaatkan layanan internet berbasis website sebagai media promosi dan informasi dalam mencapai visi dan misi perusahaan untuk menjadi pusat layanan psikologi di Sumatera Utara. Pemanfaatan media website juga dapat

digunakan dalam meningkatkan pelayanan EPIC Consulting untuk meningkatkan kepuasan pengguna maupun calon pengguna jasa. Khususnya calon pengguna jasa baru di kota Pematangsiantar dapat dimudahkan dalam mencari informasi terkait biro konsultasi psikologi terdekat.

1.2. Identifikasi Masalah

- a. Fungsi *platform* media sosial selama ini digunakan EPIC Consulting terbatas, seperti dalam hal pemberian informasi terkait perusahaan dan layanan.
- b. EPIC Consulting belum memiliki website sebagai alat bantu perusahaan dalam mendapatkan kepercayaan masyarakat untuk menjangkau seluruh wilayah Sumatera Utara.
- c. EPIC Consulting memiliki kekurangan dalam membangun identitas seperti logo yang yang digunakan merupakan hasil mengambil dari internet sehingga perusahaan terlihat tidak profesional di mata masyarakat.

1.3. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang desain website sebagai alat yang membantu mendapatkan kepercayaan pengguna dengan memberikan berbagai informasi terkait perusahaan serta membangun identitas visual merek sehingga dapat menjangkau seluruh wilayah Sumatera Utara?

1.4. Ruang Lingkup

Pada proses perancangan dan penelitian ini, akan dibatasi dengan ruang lingkup perancangan desain media website EPIC Consulting yang memberikan informasi dalam mendapatkan kepercayaan target sasaran kepada perusahaan yang di isi tentang profil perusahaan, profil tenaga ahli psikolog, layanan, testimonial dan kontak perusahaan. Selain itu dilakukan perancangan identitas visual lainnya yang mampu mengembangkan EPIC Consulting menjadi pusat layanan psikolog di Sumatera Utara dan akan memperkuat ciri khas identitasnya. Kemudian, langkah dalam mengimplementasikan rancangan ke berbagai media promosi EPIC Consulting. Perancangan ini dimulai pada bulan Oktober 2022 dengan melakukan wawancara dan analisis data untuk mencari permasalahan dan solusi desain. Target

sasar EPIC Consulting dibatasi pada masyarakat di Sumatera Utara, yaitu individu yang ingin melakukan terapi dan konseling psikolog. Target audiens EPIC Consulting berada di kalangan menengah ke atas dalam kalangan usia 18-45 tahun. Perancangan Tugas Akhir ini diharapkan dapat membantu EPIC Consulting dalam berkembang menjadi pusat layanan psikolog di Sumatera Utara.

1.5. Tujuan

Tujuan dari tugas akhir ini adalah menghasilkan rancangan desain website sebagai alat yang membantu mendapatkan kepercayaan pengguna dengan memberikan berbagai informasi terkait perusahaan serta membangun identitas visual merek sehingga dapat menjangkau seluruh wilayah Sumatera Utara.

1.6. Metode Pengumpulan Data

Perancangan ini menggunakan metode pengumpulan data berikut.

A. Data Primer

1. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui suatu pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran (Fatoni, 2011:104). Dalam perancangan ini dilakukan tinjauan pada media promosi, serta tinjauan tempat secara langsung agar memperoleh visualisasi serta data yang akan digunakan untuk perancangan website dan identitas visual EPIC Consulting.

2. Wawancara

Wawancara adalah Teknik pengumpulan informasi dilakukan dengan menghadapi narasumber atau informan secara tatap muka untuk dimintai keterangan mengenai sesuatu yang diketahuinya (Sugiyono, 2017:51). Proses wawancara dilakukan secara tatap muka melalui media sosial dengan pendiri EPIC Consulting yaitu Maya Tamba, M.Psi., Psikolog, seorang ahli website, serta target sasaran perusahaan. Hal ini dilakukan untuk mendapat data dan informasi lengkap seputar EPIC

Consulting untuk memperoleh konsep visual yang sesuai dengan perusahaan.

3. Kuesioner

Kuesioner adalah suatu daftar rangkaian pertanyaan mengenai suatu masalah/bidang yang akan diteliti untuk memperoleh data tertulis dalam waktu singkat yang dituju kepada banyak responden (Soewardikoen, 2019:60). Proses kuesioner dilakukan untuk mendapat tanggapan tentang penggunaan layanan konsultasi psikolog dan EPIC Consulting dari responden di provinsi Sumatera Utara dan dilakukan dengan cara menyebarkan angket yang berisi beberapa pertanyaan.

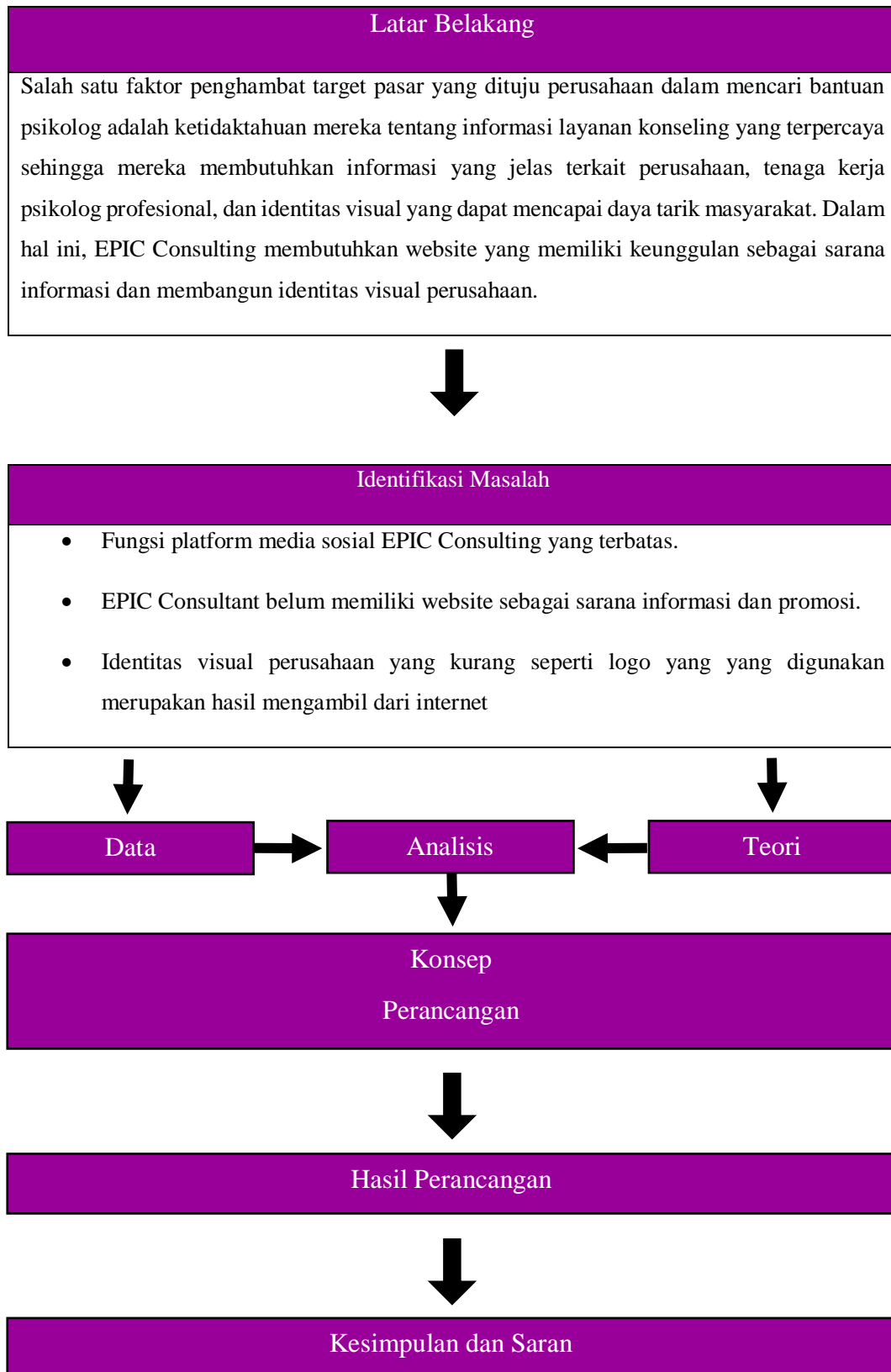
B. Data Sekunder (Studi Pustaka)

Landasan teori atau studi pustaka adalah alat yang berperan sebagai fondasi dalam menganalisis data dan menyimpulkan generalisasi-generalisasi fakta hasil pengamatan menjadi kerangka teori (Soewardikoen, 2019:18). Proses penulisan tugas akhir ini dilakukan dengan metode studi pustaka, yaitu dengan mencari beberapa sumber literatur yang berkaitan dengan topik yang penulis angkat. Hal ini dilakukan untuk memperkuat data yang penulis dapat dengan adanya landasan-landasan teori yang dikumpulkan oleh penulis.

1.7. Metode Analisis Data

Setelah melakukan pengumpulan data, selanjutnya adalah melakukan analisis. Menganalisis data adalah kegiatan menghubungkan antara rumusan masalah dan kerangka teori dengan data hasil penelitian. Dalam perancangan akan menggunakan metode analisis SWOT. Analisis SWOT umumnya dilakukan untuk menilai suatu perusahaan, dengan memperhitungkan faktor eksternal (*opportunity & threat*) serta faktor internal (*strenght & weakness*) (Soewardikoen, 2019).

1.8. Kerangka Perancangan



Gambar 1.1 Kerangka Perancangan
(Sumber: Data Pribadi)

1.9. Pembabakan

BAB I menjelaskan fenomena yang terjadi, latar belakang, permasalahan yang dihadapi, ruang lingkup, tujuan, metode pengumpulan data dan analisis data serta kerangka perancangan.

BAB II menjabarkan teori-teori yang selaras dengan topik dan judul perancangan, seperti teori desain komunikasi visual, website, teori ilustrasi, teori warna, teori layout, teori tipografi serta teori garis, teori user interface, teori user experience, kerangka pemikiran dan asumsi dalam penelitian untuk perancangan website EPIC Consulting.

BAB III menjabarkan profil perusahaan dengan metode pengumpulan dan analisis data, yaitu data observasi, wawancara, kuesioner, analisis SWOT, analisis kompetitif, analisis pasar, analisis khalayak sasaran, serta penarikan kesimpulan untuk perancangan website EPIC Consulting.

BAB IV memaparkan konsep-konsep perancangan, yaitu konsep kreatif, konsep visual, konsep media serta hasil perancangan yang telah dikerjakan.

BAB V adalah bagian penutup yang berisi kesimpulan dan saran pada saat sidang.