

BAB I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Seiring berkembangnya zaman, gaya hidup anak muda di Kota Semarang ikut berubah, sekarang ini anak muda di Kota Semarang melakukan berbagai aktivitas di *coffeeshop*. Kegiatan nongkrong di *coffeeshop* merupakan sebagai gaya hidup kebutuhan hidup dan kebutuhan orang-orang masa kini tak terkecuali remaja. Kota Semarang merupakan Ibu Kota dari Provinsi Jawa Tengah. Kota Semarang memiliki daya tarik bagi masyarakat setempat maupun wisatawan yang berkunjung, diantaranya yaitu wisata alam, kuliner, dan pusat perbelanjaan. Tidak sedikit juga pendatang dari luar Kota Semarang yang ingin menetap di Kota Semarang dengan tujuan membangun bisnis atau melanjutkan pendidikan.

Data pada tahun 2020 menunjukkan jumlah penduduk sebanyak 1.653.524 jiwa dan pada tahun 2023 penduduk yang menempati Kota Semarang adalah 1.694.743 jiwa. Dengan bertambahnya jumlah penduduk di Kota Semarang, bisnis *coffeeshop* berkembang dan lebih banyak lagi, selain itu *coffeeshop* biasanya memiliki keunikan atau ciri khas tersendiri. Kegunaan dari *coffeeshop* tidak hanya untuk *nongkrong* tetapi bisa juga digunakan untuk tempat diskusi dan mengerjakan tugas. Tidak hanya jumlah penduduk yang bertambah di Kota Semarang, bisnis *coffeeshop* di Kota Semarang berkembang dengan sangat pesat, pada tahun 2023 bisnis *coffeeshop* berkembang menjadi 127 gerai (Data Kota Semarang, 2023). Walaupun bisnis *coffeeshop* sudah berkembang dan tersebar di seluruh Kota Semarang, tetapi informasi yang diberikan oleh pemilik usaha *coffeeshop* kepada para calon pengunjung masih minim. Hal tersebut membuat calon pengunjung kesulitan untuk mencari informasi *coffeeshop* yang ada di Kota Semarang. Tidak hanya kesulitan mencari informasi, terkadang informasi yang diberikan pun salah atau kurang sesuai seperti titik alamat yang tidak sesuai, perbedaan foto dan aslinya yang tidak sama. Hal tersebut yang membuat para calon pengunjung atau yang sudah mengunjungi enggan mengunjungi lagi.

Namun, meskipun potensi pengembangan aplikasi untuk *coffeeshop* sangat besar, di Kota Semarang masih terbatas aplikasi yang secara khusus dirancang untuk mendukung operasional *coffeeshop* lokal. Sebagian besar aplikasi yang ada, cenderung bersifat umum

dan tidak dirancang dengan kebutuhan spesifik bisnis *coffeeshop* di Kota Semarang. Oleh karena itu, penting untuk merancang sebuah aplikasi yang dapat memenuhi kebutuhan tersebut. Maka dari itu penelitian ini adalah dasar dalam perancangan prototype aplikasi tentang informasi tempat *coffeeshop* di Kota Semarang untuk masyarakat sekitar maupun wisatawan yang berkunjung ke Kota Semarang. Hal ini bisa menjadi inovasi, karena perkembangan teknologi sekarang yang sangat pesat, aplikasi ini bisa mempermudah untuk mencari informasi tempat *coffeeshop* di Kota Semarang.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang, terdapat identifikasi masalah adalah sebagai berikut

1. Kurangnya informasi tentang tempat *coffeeshop* yang ada di Kota Semarang.
2. Masih ada pemilik tempat *coffeeshop* di Kota Semarang yang kesulitan untuk menyampaikan informasi tentang tempat *coffeeshop* yang dimilikinya.
3. Para calon pengunjung kesulitan dalam mencari tempat *coffeeshop* di Kota Semarang.
4. Belum adanya aplikasi spesifik yang menyediakan informasi tentang tempat *coffeeshop* yang ada di Kota Semarang.

1.2.2 Rumusan Masalah

Adapun yang menjadi rumusan dalam penelitian ini adalah bagaimana merancang sebuah aplikasi tentang informasi tempat *coffeeshop* di Kota Semarang.

1.3 Ruang Lingkup

Berkaitan dengan program studi Desain Komunikasi Visual konsentrasi Designpreneur, maka perancangan tugas akhir ini akan difokuskan pada beberapa aspek dibawah ini.

1. Apa (What)

Aplikasi yang menampilkan informasi tempat *coffeeshop* yang ada di Kota Semarang serta fasilitas yang di tawarkan dari *coffeeshop* tersebut.

2. Siapa (Who)

Aplikasi ini melibatkan pengguna yang membutuhkan informasi dan referensi *coffeeshop* yang ada di Kota Semarang serta pemilik *coffeeshop* yang membutuhkan tempat untuk mempromosikan tempat miliknya.

3. Dimana (*Where*)

Aplikasi ini akan digunakan secara spesifik di Kota Semarang, entah itu turis luar kota yang mengunjungi Kota Semarang ataupun penduduk asli Kota Semarang.

4. Kapan (*When*)

Penelitian ini dilakukan sejak bulan Desember 2023.

5. Kenapa (*Why*)

Penelitian ini dilakukan untuk membantu pecinta kopi atau penduduk Kota Semarang untuk menemukan informasi dan referensi *coffeeshop* yang baru.

6. Bagaimana (*How*)

Penulis akan merancang aplikasi yang berisi tentang informasi tempat *coffeeshop* di Kota Semarang dengan *user interface* yang mudah digunakan serta fitur yang dikembangkan menyesuaikan kebutuhan user.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk merancang sebuah aplikasi tentang Informasi tempat *coffeeshop* di Kota Semarang yang akan memudahkan para calon pengunjung untuk mendapatkan informasi tentang tempat *coffeeshop*.

1.5 Metode Pengumpulan Data dan Analisa

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

1. Observasi

Aktivitas manusia sehari-hari dengan menggunakan panca indera sebagai alat utamanya (2017:143). Observasi dilakukan pada pengunjung *coffeeshop* untuk pengumpulan data yang digunakan untuk mempelajari strategi bisnis. Observasi juga dapat dilakukan melalui observasi langsung. Dalam penelitian ini analisis aplikasi serupa dilakukan untuk mempelajari karakteristik dan strategi bisnis penyedia informasi tempat *coffeeshop* di Kota Semarang. Analisis aplikasi serupa juga dilakukan melalui review dan secara langsung.

2. Wawancara

Percakapan antara peneliti (seseorang yang ingin menerima informasi) dan informan (seseorang yang dianggap mempunyai informasi penting tentang topik yang diteliti) (Kriyantono, 2020, h. 289). Pelaksanaannya dilakukan terhadap pengunjung *coffeeshop* dan pemilik untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan.

3. Kuesioner

Metode pengumpulan data dilakukan dengan mengajukan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden (Sugiyono, 2017:142). Pelaksanaannya dilakukan secara *online* untuk mengumpulkan data dari masyarakat Kota Semarang yang menyukai kopi atau hanya membutuhkan tempat untuk bekerja, belajar, bersantai atau hanya mencoba tempat baru.

1.5.2 Analisa

1. Analisa SWOT

Analisis SWOT adalah teknik yang digunakan untuk mengenali faktor-faktor di dalam (kekuatan dan kelemahan) dan di luar (peluang dan ancaman) suatu pasar yang memengaruhi kesuksesannya. Ini membantu pasar mengevaluasi strategi mereka dan menentukan langkah-langkah untuk memperkuat posisi mereka di pasar (Mujito, 2023:43).

A. Kekuatan (*Strength*)

Suatu keunggulan yang dimiliki oleh organisasi atau suatu kelompok yang menjelaskan mengapa perbedaan aplikasi tempat coffeeshop di Kota Semarang berbeda dengan aplikasi yang lainnya

B. Kelemahan (*Weakness*)

Suatu kekurangan yang dimiliki oleh organisasi yang menghambat kemajuan dari aplikasi tersebut, contohnya kurangnya modal dan dana dalam proses pembuatan aplikasi

C. Kesempatan (*Opportunities*)

Kesempatan adalah sesuatu yang menguntungkan organisasi, contohnya data yang lengkap serta dana yang maksimal guna proses pembuatan aplikasi

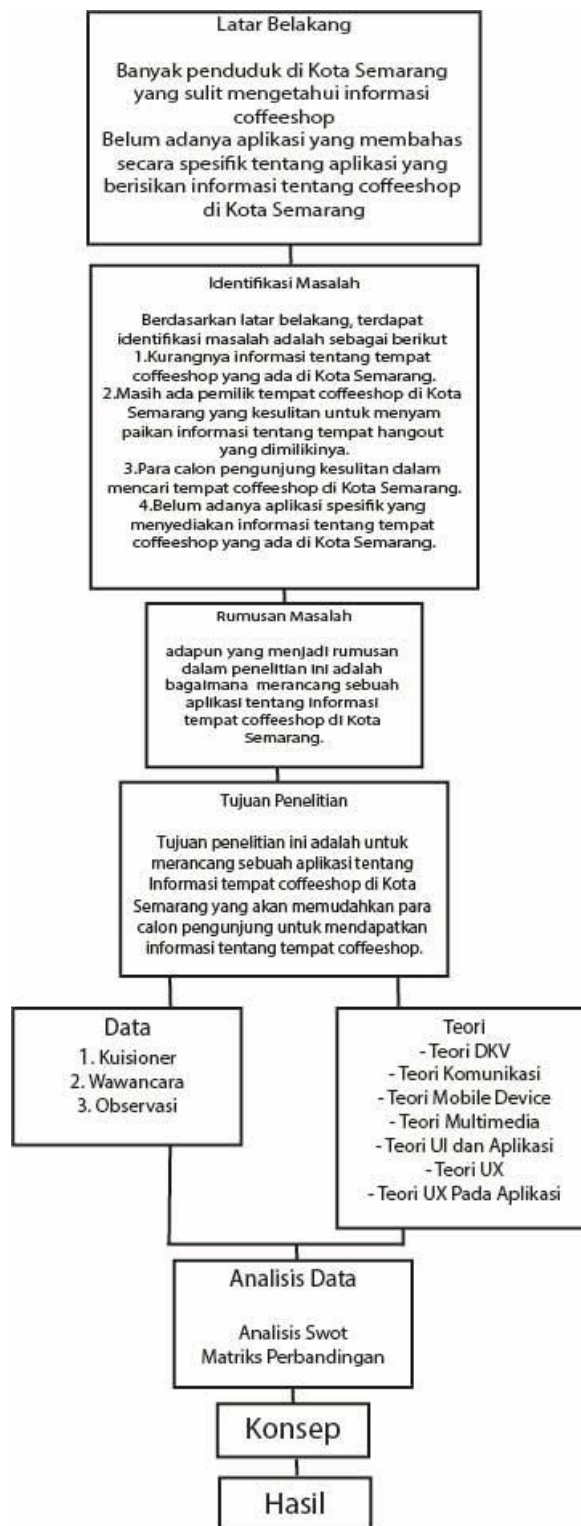
D. Ancaman (*Threats*)

Ancaman yang terjadi tidak hanya di dunia nyata tetapi dalam proses pembuatan aplikasi ada oknum yang sengaja membocorkan data atau meretas aplikasi tersebut.

2. Analisis Visual Matriks

Analisis matriks visual dilakukan untuk menentukan strategi komunikasi antarmuka pengguna visual saat merancang situs web atau aplikasi seluler. Metode ini digunakan untuk mengidentifikasi faktor pembeda dan pemerataan dari objek penelitian. Analisis Matriks Visual adalah penjajaran atau bandingkan secara berdampingan aplikasi-aplikasi serupa. Matriks kolom dan baris, masing-masing mewakili dua dimensi yang berbeda (Soewardikoen, 2013).

1.6 Kerangka Penelitian



Gambar 1. 1 Kerangka Penelitian

Sumber : Pribadi

1.7 Pembabakan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang, permasalahan, ruang lingkup, tujuan penelitian, cara pengumpulan data dan analisa, kerangka penelitian dari proses Perancangan Aplikasi Tempat *coffeeshop* di Kota Semarang.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan tentang landasan teori yang relevan sebagai acuan perancangan atau pijakan dalam proses perancangan objek penelitian.

BAB III DATA & ANALISIS

Bab ini berisikan tentang uraian data tentang survey dan analisis terhadap penelitian secara terstruktur dengan terkumpulnya cara wawancara survey, dan analisis matriks.

BAB IV HASIL & RANCANGAN

Bab ini berisikan tentang hasil dari penelitian dan rancangan yang akan digunakan

BAB V KESIMPULAN & SARAN

Bab ini berisikan tentang kesimpulan, saran, dan juga referensi.