

PERANCANGAN VISUAL APLIKASI PELAYANAN PENGANTARAN GALON DI KOTA MAKASSAR BERBASIS *ANDROID*

Haerianah Haeruddin, Sukarman B, Irfan Arifin

Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni dan Desain Universitas Negeri makassar

haerianahaeruddin@gmail.com

sukarmanb@unm.ac.id

mammiriart@gmail.com

ABSTRAK

Perancangan ini bertujuan menciptakan sebuah visual aplikasi digital yang mempermudah transaksi dalam pembelian isi ulang galon dengan mengutamakan tampilan visual yang modern dan komunikatif dengan mengangkat konsep desain kepercayaan pada aplikasi. Teknik pengumpulan data yang digunakan ialah mulanya dengan observasi untuk mendapatkan data primer, selanjutnya melakukan sesi wawancara kepada target audiens, untuk memperoleh data sekunder dilakukanlah studi pustaka dan untuk memperkuat data si penulis juga mengambil dokumentasi untuk keperluan penelitian/perancangan. Perancangan visual aplikasi ini menggunakan teori-teori desain yang mencakup gaya-gaya desain, layout, tipografi, dan warna. Sehingga terciptanya komposisi visual yang modern dengan gaya flat design. Hasil perancangan ini menghasilkan dua prototype visual aplikasi yaitu aplikasi khusus untuk penjual galon dan aplikasi untuk konsumen yang akan membeli product yang di tawarkan. Selain media utama visual aplikasi, dalam perancangan ini juga didukung oleh beberapa media pendukung untuk lebih memesarkan aplikasi tersebut.

Kata Kunci: *Startup, Visual Aplikasi, Aplikasi Digital, Depot Air Minum*

ABSTRACT

This design aimed to create a digital visual application that facilitated transaction in gallon refill expenditure by prioritizing modern and communicative visual display by elevating the design concept of trust in the application. The data collection technique was used initially by observation to obtained primary data, then through an interview session to the target audience, to obtained secondary data a literature study was conducted and to strengthen the data the author also took documentation for research/design purposes. The visual design of this application used design theories that include design styles, layouts, typography, and colors. So that the creation of a modern visual composition with a flat design style. The results of this design produced two visual prototype applications, namely a special application for gallon sellers and applications for consumers who will buy the products offered. In addition to the main visual application media, this design is also supported by several supporting media to further enhance the application.

Keywords: *Startup, Visual Application, Digital Application, Drinking Water Depot*

1. PENDAHULUAN

Di era modern saat ini teknologi sangat berkembang pesat. Kemajuan teknologi dan komunikasi membuat kebutuhan masyarakat akan informasi yang cepat dan tepat semakin tinggi. Keadaan ini semakin mendorong manusia untuk terus melakukan berbagai macam percobaan dan penelitian untuk pengembangan maupun penemuan cara-cara

baru guna memberikan manfaat lebih untuk mempermudah manusia dalam menjalankan aktivitasnya.

Mulai tahun 2015, perekonomian Indonesia menghadapi tantangan baru dengan dimulainya Masyarakat Ekonomi Asean (MEA). Persaingan bisnis menjadi sangat ketat, baik di pasar nasional (domestik) maupun di pasar internasional atau global, akibatnya timbul persaingan dalam menawarkan produk-produk yang berkualitas yang mampu bersaing di pasaran. Masyarakat akan memilih barang atau jasa yang sesuai dan benar-benar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Semakin banyak macam merek dan varian produk yang ditawarkan, membuat konsumen sebagai pengambil keputusan menjadi lebih selektif dalam proses pengambilan keputusannya, Perusahaan pun harus melakukan usaha-usaha dalam menarik konsumen agar membeli dan menggunakan jasanya (Kotler dan Armstrong, 2008:179).

Makassar selain sebagai ibukota Provinsi Sulawesi Selatan juga menjadi pusat pergerakan ekonomi dikawasan Timur Indonesia (KTI), perkembangan ekonomi yang begitu cepat tentu merupakan hal yang baik tetapi juga harus ditunjang dengan fasilitas perkotaan yang memadai menurut Cut Meurah Rudi (2015). Imbran Djafar dan Marwan (2016) dalam penelitiannya mengatakan bahwa Makassar merupakan kota yang sedang berkembang dalam berbagai bidang dan memiliki berbagai macam teknologi dan informasi yang berhubungan dengan lokasi, seperti informasi jalan, dan lokasi suatu fasilitas umum misalnya pusat-pusat perbelanjaan, rumah sakit, sekolah dan sebagainya. Belum lama ini muncul sebuah terobosan baru dalam hal transportasi umum, yaitu ojek online yang bisa dipesan melalui *smartphone* / telpon genggam kita. Ojek *online* ini sangat berbeda system pada ojek ojek biasa yang sudah ada dari dahulu yaitu kita harus mencari nya di jalan secara manual terlebih dahulu dan membayar dengan tarif yang disepakati antara tukang ojek dan penumpang nya. Tapi di ojek online ini masyarakat hanya tinggal menginstall aplikasi yang sudah disediakan oleh perusahaan ojek

online lalu dengan memilih menu yang tersedia kita sudah dapat melihat ojek online yang ada di sekitar tempat kita berada, jadi dapat langsung diposisikan dengan yang terdekat sehingga dapat cepat menjemput kita. Lalu kita tinggal memasukkan alamat tujuan dan seketika muncul tarif yang harus dibayar oleh pengguna berdasarkan jarak kilometer, bukan hanya untuk sarana transportasi saja ojek online ini juga dapat kita gunakan untuk keperluan membeli makanan atau mengambil barang-barang kita di suatu tempat. Pada tahun 2015 dan 2016, mulai masuk kendaraan berbasis online di Kota Makassar, kendaraan yang menawarkan kemudahan dalam bertransaksi karena biaya tarif angkutan sudah di tetapkan dan di setujui terlebih dahulu oleh penumpang .hampir tidak ada tanda-tanda yang menunjukkan bila layanan ojek online akan menjadi sesuatu yang besar tahun ini. Bisnis transportasi on-demand memang sudah mulai dikenal, salah satunya karena kontroversi kehadiran Uber di Indonesia. Setahun berselang, berkat kehadiran aplikasi GO-JEK pada bulan Januari dan layanan Grab Bike empat bulan kemudian, ojek online langsung menjadi salah satu bisnis startup yang paling populer di Indonesia. Persaingan dua startup tersebut kemudian memicu munculnya startup-startup lain yang juga bergerak di bisnis yang sama, seperti Blu-Jek, TopJek, LadyJek, dan Jeger Taksi. Bagaimana sebenarnya layanan ojek online berubah dari layanan yang tidak dikenal menjadi sebuah layanan yang sangat populer sepanjang tahun ini. Semua itu tak lupuk dari konsep visual dan promosinya. Membuat tampilan sedemikian rupa bukan hanya konten yang ada pada aplikasi yang dibutuhkan tapi tampilan visual yang mendukung dan menarik.

Terlepas dari perkembangan teknologi, startup, dan persaingan bisnis yang semakin ketat di kota makassar, usaha-usaha kecil kini mulai tersingkirkan dan mengakibatkan lebih banyaknya pengangguran. Seperti depot air minum usaha kecil yang dipandang kurang berkembang bahkan jika diberikan sedikit sentuhan teknologi maka bisa jadi usaha itu terangkat dan memiliki lapangan kerja yang

luas. Depot air minum atau jasa galon adalah produk yang selalu dibutuhkan tapi pemesanannya masih kurang efektif bahkan dalam pemesanan memiliki berbagai masalah mulai dari pesan galon yang lama diantar, tidak memiliki pulsa untuk memesan, serta kurangnya informasi lokasi depot air minum.

Sebelum lebih jauh mengangkat masalah ini penulis lebih dahulu dibuatkan kuesioner melalui google form, ternyata banyak masyarakat di kota Makassar menggunakan jasa galon dan kebanyakan dari mereka membeli galon dengan cara menelpon dan sms, setelah penulis bertanya kemereka lagi ternyata banyak yang memiliki kendala masalah pengantaran galon jadi penulis menyimpulkan bukan hanya penulis yang mengalami ini melainkan masih ada orang di luar sana. Dan penulis bertanya ke mereka lagi bagaimana pendapat mereka jika penulis membuat jasa pengantaran galon dan $\pm 60.9\%$ menyetujui ini. Setelah penulis mencari di play store ternyata belum ada jasa pengantaran galon di Kota Makassar, ini kesempatan penulis membuat inovasi baru karena pada saat ini masih jarang nya aplikasi pada perangkat bergerak yang memanfaatkan teknologi untuk melakukan pemesanan, pencarian dan pengantaran pembelian galon, sehingga masih banyaknya dari kita yang mengalami kesulitan dalam mengetahui informasi tempat-tempat penjualan galon maupun pengantaran galon.

Dengan alasan tersebut dan pengalaman penulis sendiri, penulis memiliki ide untuk membuat suatu aplikasi yang dapat digunakan pada perangkat bergerak berbasis android untuk mencari lokasi pembelian serta pengantaran jasa galon yang berada di kota Makassar. Dengan menggunakan metode *Location Based Service* (LBS) akan memberikan layanan pada pengguna aplikasi untuk mengetahui dimana lokasi rumah penjualan galon berada. Tapi si penulis lebih menekankan pada tampilan visual pada perancangan aplikasi. Menurut Michael Christiawan dalam buku DEKAVE karya Sumbo Tinarbuko "Desain yang bagus itu desain yang memenuhi unsur dasar dari segi

desain, seperti: tipografi yang mudah terbaca dan sesuai fungsinya, warna yang sesuai, dan gambar yang memang berfungsi dengan semestinya. Didukung pula dengan studi public apabila desain ingin diluncurkan ke public, supaya desain yang dihasilkan bisa diterima oleh public dengan baik. Tidak hanya idealisme sang desainer. Dalam buku yang sama Mia Candra komunikatif.

2. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam proses pengumpulan dan analisis data ialah:

2.1 Teknik Pengumpulan data

Dalam Perancangan ini, teknik pengumpulan data merupakan faktor penting demi keberhasilan perancangan yang penulis lakukan. Dalam penelitian, pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan tentang objek yang menjadi sasaran dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Berikut beberapa teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu:

a. Observasi

Pada perancangan ini, dilakukan observasi untuk memperoleh data primer. Observasi dilakukan pada masyarakat Makassar terutama pada anak kost yang sering membeli dan menggunakan jasa galon. Observasi ini bertujuan untuk mengetahui seberapa efektif pemesanan galon menggunakan telpon atau sms serta mengetahui apa halangan atau hambatan sehingga pemesanan galon biasanya lama diantarkan.

b. Wawancara

Pada tahap wawancara, dilakukan tatap muka atau tanya jawab langsung untuk memperoleh data primer. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Data diperoleh dari masyarakat Makassar terutama anak kost, penjual dan kurir galon. Wawancara ini bertujuan untuk mengetahui faktor penyebab terhambatnya pengantaran galon.

c. Studi Pustaka

Teknik ini digunakan untuk memperoleh data sekunder. Data yang diambil dari toko-toko buku. Selain itu, juga dilakukan pemotretan atau pengambilan gambar terhadap proses perancangan, sasaran atau objek penelitian. Hal ini dilakukan selama proses perancangan berlangsung mulai saat pengumpulan data, perancangan, penerapan dan lain sebagainya.

d. Dokumentasi

Untuk melengkapi data sekunder dilakukanlah pengambilan dokumentasi pada objek yang terkait pada perancangan aplikasi ini. Pengambilan dokumentasi bertujuan untuk mendukung data-data sebelumnya. Dokumentasi akan dilakukan pada saat turun lapangan dan mengobservasi objek yang akan disasar.

2.2 Tehnik Analisi Data

Seperti yang sudah di jelaskan tehnik pengumpulan data pada perancangan ini meliputi observasi, wawancara, studi pustaka dan dokumentasi. Keempat tehnik pengumpulan data itu di gunakan dengan maksud mengetahui seberapa efektif pemesanan galon menggunakan telpon atau sms serta mengetahui apa halangan atau hambatan, sehingga pemesanan galon biasanya lama diantarkan.

a. Jenis dan Analisis Data

Adapun jenis analisis data yang digunakan pada perancangan ini ialah melalui pendekatan analisis SWOT (*Strenght, Weaknes, Opprtunity, Threat*). Untuk mendapatkan hasil analisis secara jelas dan tepat maka pada perancangan ini analisis dibagi dalam dua bagian yakni analisis obyek dan analisis media.

1) Analisis Obyek

a) *Strenght* (kekuatan)

- Dengan menggunakan aplikasi akan memudahkan penggunaanya
- Dalam aplikasi harga dan tempat sudah tersedia

- tidak perlu lagi resah akan pengantaran galon yang memakan waktu
- Belum adanya aplikasi yang menggunakan jasa jual beli galon dan pengantarannya
- Mengetahui harga sebelum membeli
- Mengetetahui lokasi dan keberadaan pengantar galon
- Memiliki pelanggan yang tepat atau distributor.

b) *Weakness* (kelemahan)

- Laba yang akan diperoleh depot galon tidak bisa diprediksikan
- Membranding dan mempromosikan aplikasi pengantaran galon dari awal

c) *Opportunity* (kesempatan)

- Memiiki peluang dipasarkan dan bersaing dengan aplikasi sejenis
- Membuka lapangan kerja

d) *Threat* (ancaman)

- Pemilik depot air minum dimakassar belum bisa memanfaatkan teknologi yang semakin hari semakin berkembang

2) Analisis Media

a) *Strenght* (kekuatan)

- Perkembangan teknologi sangat berkembang pesat.
- Kemajuan teknologi dan komunikasi membuat kebutuhan masyarakat akan informasi yang cepat dan tepat semakin tinggi
- Mempunyai jangkauan yang sifatnya global, sehingga informasi yang disajikan dapat diakses di kota makssar.
- Dengan menggunakan internet, tidak perlu menggunakan banyak pulsa menelpon depot galon yang tersedia
- Dengan menggunakan internet, dapat mengetahui depot galon yang buka di tempat yang terdekat
- Informasi tersaji dapat diakses 24 jam.

b) *Weakness* (kelemahan)

- Aplikasi tidak dapat langsung diketahui jika tidak ada media

pendukung yang mempublikasikan keberadaannya.

- Keterbatasan kecepatan internet yang berbeda-beda pada tiap pengakses, di mana pengakses yang mempunyai kecepatan internet rendah tentu akan mengalami ketidaknyamanan karena membutuhkan waktu yang lebih lama untuk membuka dan memesan galon dibandingkan dengan pengakses yang mempunyai kecepatan internet tinggi.
- Penggunaannya relatif tidak praktis karena konsumen harus menyalakan perangkat mobile dan menyambungkannya dengan jaringan internet.

c) *Opportunity* (peluang)

- Pertumbuhan jaringan internet kini semakin pesat seiring dengan kebutuhan masyarakat akan informasi dan semakin murahnya biaya yang harus dikeluarkan, dengan begitu jumlah pengguna internet akan semakin banyak dari waktu ke waktu dan ini akan menjadi potensi keberhasilan situs web untuk menjangkau semakin banyak orang.
- Popularitas smartphone ini juga diikuti oleh banyak diproduksinya ponsel-ponsel konvensional yang meniru bentuk-bentuk dan fasilitas yang ada pada smartphone seperti koneksi wifi dan kemampuan untuk selalu tersambung di internet.

d) *Threat* (ancaman)

- Koneksi internet nirkabel pada perangkat mobile tergantung pada kekuatan sinyal operator jaringan ponsel. Hal ini menyebabkan lokasi geografis dan kondisi cuaca dapat mempengaruhi kecepatan koneksi internet.
- Semakin berkembangnya teknologi membuat pesaing aplikasi serupa bermunculan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan langkah-langkah yang dilakukan pada tahap analisa dan konsep desain maka diperoleh hasil berupa visual aplikasi, visual aplikasi ini menghasilkan dua tampilan aplikasi yaitu *aplikasi khusus admin dan aplikasi khusus user*.



Gambar 1. 1 Aplikasi Admin dan User

3.1 Loading Awal untuk User dan Admin

Ketika aplikasi dibuka maka yang terlihat adalah visual loading awal pada aplikasi, untuk loading awal user dan admin tampilan visualnya sama yaitu tampak ada logo aplikasi galon yang berada diposisi tengah setelah loading tampak logo aplikasi dan ada tulisan dibawah logo yaitu selamat datang serta table yang wajib diisi untuk masuk ke tampilan selanjutnya.



Gambar 1. 2 Loading awal Aplikasi

3.2 Loading Selamat Datang

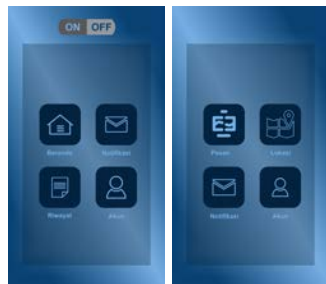
Setelah loading awal untuk logo maka aplikasi disetting untuk masuk ke halaman selamat datang di halaman ini pengguna wajib memasukkan alamat email dan password yang telah terdaftar untuk loading aplikasi selanjutnya.



Gambar 1. 3 Loading Selamat Datang

3.3 Halaman Utama untuk Admin dan User

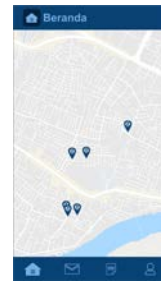
Di halaman utama User akan terlihat beberapa icon sekaligus sudah menjadi button untuk fitur yang ada pada aplikasi. Di halaman awal user ada empat button mualai dari Pesan, Lokasi, Notif, dan Akun. Sedangkan untuk admin ada empat icon sekaligus sudah menjadi button yaitu, Beranda/home, Notif, Riwayat, dan Akun. Untuk tampilan pada admin ada button khusus untuk on/off toko dimana ketika on toko dinyalakan maka toko otomatis terbuka dan siap menerima pesanan, begitupun sebaliknya ketika button off toko di tekan maka toko tutup dan pemesanan online tidak akan masuk.



Gambar 1. 4 Halaman Awal Aplikasi Admin Dan User

3.4 Menu Beranda untuk Admin

Pada menu beranda terlihat lokasi beberapa depot yang sudah terdaftar pada aplikasi Need.



Gambar 1. 5 Menu Beranda pada Admin

3.5 Menu Pesan pada User

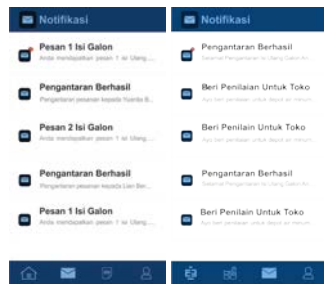
Dalam menu ini ada beberapa informasi yang disajikan kepada user berupa informasi toko galon terkait alamat, informasi jam buka dan tutup, dan informasi lain tentang toko galon, ada juga informasi harga untuk penjualan online dan pembelian langsung, disini juga menyediakan informasi rekomendasi toko terdekat dengan lokasi si pemesan.



Gambar 1. 6 Menu Pesan pada User

3.6 Menu Notifikasi untuk User dan Admin

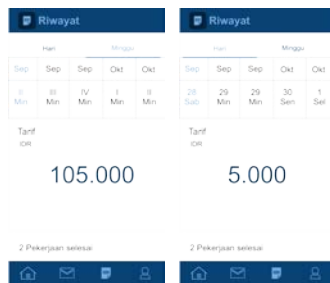
Menu notifikasi pada aplikasi ini ialah pesan terkait berupa pesanan telah selesai diantar maupun pesan-pesan khusus yang disampaikan user ke admin begitupun sebaliknya.



Gambar 1. 7 Menu Notifikasi

3.7 Menu Riwayat untuk Admin

Didalam menu ini ada informasi data penjualan perhari maupun perbulan.



Gambar 1. 8 Menu Riwayat pada Admin

3.8 Menu Lokasi untuk User

Menu lokasi pada user menampilkan semua lokasi tempat penjualan galon. Ini bisa sangat menguntungkan untuk konsumen yang ingin membeli langsung ke tempat galon karena bisa mengetahui lokasi galon terdekat dari si konsumen dan tau rute untuk ke penjual galon.

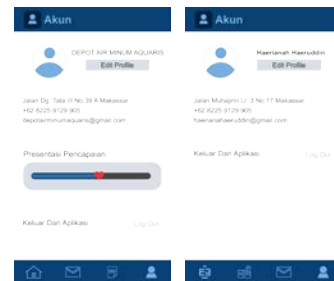


Gambar 1. 9 Menu Lokasi pada User

3.8 Menu Akun untuk Admin dan User

Untuk menu akun pada admin memuat data profile tempat galon dari nama, alamat serta ada juga informasi pencapaian yang sudah di raih oleh toko galon, sedangkan

untuk user memuat data pribadi seperti nama, nomor telpon dan email. Di kedua menu akun admin dan user juga terdapat button untuk keluar dari aplikasi.



Gambar 1. 10 Menu Akun

4. KESIMPULAN

Dari awal proses perancangan visual aplikasi pelayanan pengantaran galon di Kota Makassar berbasis android ini memiliki berliku-liku permasalahan, mulai dari observasi remaja yang menggunakan galon hingga mendatangi satu-satu depot air minum di sekitar parangtambung. Ternyata dari beberapa remaja (anak kost) masih banyak yang kesusahan dalam pembelian pengantaran galon dan setelah diteliti lebih dalam lagi media yang cocok pada perancangan ini ialah aplikasi tapi pada perancangan kali ini lebih merujuk serta menekankan kepada tampilan visual dari aplikasi tersebut. Perancangan kali ini ialah inovasi baru yang belum ada di Kota Makassar. Dalam perancangan sebuah visual aplikasi digital banyak hal yang perlu diperhatikan dalam hal kesesuaian tampilan dengan konsep perancangan, seperti tata letak gambar, elemen-elemen grafis, huruf dan lainnya. Pemilihan media utama yang dihasilkan berupa visual aplikasi sangat relevan digunakan di era digital seperti sekarang ini dimana masyarakat pada umumnya dapat mengakses internet dengan mudah dimanapun dan kapanpun baik melalui smartphone ataupun komputer yang mereka punya. Perancangan ini menghasilkan dua prototype aplikasi yaitu admin dan user. Dan untuk lebih memperkenalkan media yang dirancang perlu media pendukung untuk mempromosikan visual aplikasi.

5. SARAN

Pada perancangan visual aplikasi pelayanan pengantaran galon di Kota Makassar berbasis android masih belum sempurna dan memiliki banyak kekurangan, oleh karena itu perlu dikembangkan dan penyempurnaan lebih lanjut. Agar visual aplikasi ini lebih baik kedepannya, maka adapun beberapa saran yaitu Dalam penyempurnaan aplikasi ini perlu bekerjasama dengan programmer yang akan membuat aplikasi yang sudah bisa digunakan oleh masyarakat. Pada perancangan ini harus lebih teliti lagi dalam menganalisis serta mngumpulkan data sehingga bisa tervalidasi lebih baik lagi. Sebagai mahasiswa desain komunikasi visual agar kiranya dapat memberikan solusi dari permasalahan yang dihadapi melalui kemampuannya dalam memecahkan masalah-masalah komunikasi melalui visual, tidak terkecuali pada perancangan ini.

6. DAFTAR PUSAKA

- Kotler dan Amstrong. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Tinarbuko, Sumbo. (2015). *Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.
- Corpon Blog. (2019). Mengenal Macam-macam Aliran Style Desain Grafis. diakses pada 13 Mei 2019. Dari [https://www.jagodesain.com/2017/02/styl e-desain-grafis.html](https://www.jagodesain.com/2017/02/styl-e-desain-grafis.html).
- Djafar, Imran & Marwan. (2016). Pembangunan Aplikasi Location Based Service (Lbs) Kota. Makalah disajikan dalam Seminal Nasional Teknologi informasi dan Multimedia, STMIK AMIKOM, Yogyakarta, 6-7 Februari.
- Jogianto. (2005). Analisis dan Desain Sistem Informasi. diakses pada tanggal 11 Mei 2019. Dari [https://scholar.google.com/scholar?hl=id &as_sdt=0,5&cluster=640448047773871 6369](https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0,5&cluster=6404480477738716369).
- Rudi, Meurah Cut. (2015). Aplikasi Graf Dalam Menganalisis Potensi Kemacetan di Kota Makassar. Disertasi. Tidak diterbitkan.

Bandung: Program Studi Teknik Informatika Sekolah Teknik Elektro dan Informatika Institut Teknologi Bandung.