

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN

3.1. Definisi Operasional Judul

Dalam perancangan ini mengangkat judul “Perancangan Aplikasi *Marketplace* Penjualan Batik Klampar Madura Berbasis Android. Aspek – aspek yang ditelusuri adalah media – media yang berfungsi sebagai penunjang aplikasi dapat mempromosikan Batik Klampar melalui strategi pemasaran secara digital atau online dengan cara audiens dapat mendownload atau memakai aplikasi secara gratis melalui playstore, tentunya media promosi ini dapat menimbulkan daya tarik konsumen untuk membeli produk sehingga dapat meningkatkan nilai jual Batik Klampar khas Pamekasan.

3.1.1. Definisi Aplikasi

Aplikasi adalah suatu program yang siap untuk digunakan yang dibuat untuk melaksanakan suatu fungsi bagi pengguna jasa aplikasi serta penggunaan aplikasi lain yang dapat digunakan oleh suatu sasaran yang akan dituju. Menurut kamus komputer eksekutif, aplikasi mempunyai arti yaitu pemecahan masalah yang menggunakan salah satu teknik pemrosesan data aplikasi yang biasanya berpacu pada sebuah komputansi yang diinginkan atau diharapkan maupun pemrosesan data yang diharapkan (Marjito 2016:42).

3.1.2. Definisi Android

Android merupakan sebuah sistem operasi untuk perangkat mobile berbasis linux yang mencakup sistem operasi, middleuare dan aplikasi. Android menyediakan platform terbuka bagi para pengembang untuk menciptakan aplikasi mereka. Awalnya, Google Inc. membeli Android Inc. yang merupakan pendatang baru yang membuat peranti lunak untuk ponsel/smortphone (Safaat, 2012:1).

3.1.3. Definisi Pemasaran Digital

Pemasaran Digital merupakan kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara *online* dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya jejaring sosial. Dunia maya kini tak lagi hanya mampu menghubungkan orang dengan perangkat, namun juga orang dengan orang lain di seluruh penjuru dunia. *Digital marketing* yang biasanya terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu memudahkan interaksi antara produ-sen, perantara pasar, dan calon konsumen.

3.1.4. Definisi User Interface dalam Desain

UI atau User Interface merupakan mekanisme komunikasi antara pengguna (user) dengan sistem pada sebuah program, baik itu aplikasi website, mobile, ataupun software. Mekanisme itu disesuaikan dengan kebutuhan pengguna terhadap program yang tengah dikembangkan. Cakupan UI itu meliputi tampilan fisik, penggunaan warna, tampilan animasi, hingga pola komunikasi suatu program dengan penggunanya.

3.1.5. Definisi Batik

Kerajinan batik merupakan karya yang dituangkan dalam selembar kain yang dibuat dengan cara dibatik menggunakan lilin, kemudian diproses menjadi lembaran kain yang mempunyai corak khas. Karena batik merupakan hasil kerajinan tangan, maka hampir seluruh proses pembuatannya dilakukan secara tradisional (Lisbijanto,2013:1).

3.1.6 . Definisi Kampung Batik Desa Klampar

Desa Klampar adalah sentra batik terbesar di Pamekasan. Desa Klampar memiliki potensi sebagai tempat wisata budaya karena keunggulan batiknya, Desa Klampar memproduksi semua motif batik yang berada di Pamekasan ada batik klasik maupun kotemporer. Produk unggulannya ialah batik kontemporer yang memadukan motif klasik dengan modern.

Kampung Batik Klampar sebagai sentra produksi dan pemasaran batik yang mampu menambah sarana berupa wisata batik. Sebagai tujuan wisata batik,

pembeli dapat belanja ditempat dan melalui aplikasi sekaligus dapat melihat bahkan praktek secara langsung proses pembuatannya. Saat ini Industri batik merupakan salah satu factor yang ikut menunjang ekonomu daerah.

3.2. Kerangka Perancangan

Dalam proses perancangan Aplikasi *User Interface* Penjualan Online Batik Klampar Berbasis Android ini, terdapat beberapa urutan perancangan untuk menyusun metode yang baik dan benar mulai dari awal sampai tahap akhir. Berikut merupakan urutan perancangan yang telah disusun :

a. Penentuan Fenomena

Tahap awal pada perancangan ini, menentukan fenomena dengan pencarian data fakta mengenai suatu objek, baik positif maupun negative. Setelah mendapatkan fenomena dan dijadikan sebagai acuan adalah belum adanya media promosi yang rananya memakai strategi pemasaran digital berupa aplikasi penjualan secara online.

b. Identifikasi Masalah

Pada tahapan ini, perancang mencari alasan – alasan tertentu yang menjadi penyebab atas fenomena tersebut mengapa bisa terjadi. Ditemukan bahwa mahalnya harga promosi yang terkait dengan harga cetak, salah satunya media berupa brosur, katalog, poster, dsb. Sehingga belum bisa meningkatkan nilai jual produk.

c. Riset atau Pengumpulan Data

Perancang melakukan metode riset dengan cara melakukan observasi ke lokasi yang ditentukan untuk mengamati secara langsung keadaan masyarakat mengenai hasil pendapatan, jumlah pengunjung, strategi pemasaran yang di pakai dan mendokumentasikannya berupa foto atau video. Melakukan wawancara kepada narasumber yang bersangkutan untuk mendapatkan data internal maupun ekseternal yaitu keunggulan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi masyarakat desa klampar. Mencari data melalui kuisisioner dari masyarakat umum dan penggemar batik mengenai respon terhadap Batik Madura.

e. Tinjauan Pustaka

Setelah data didapatkan, selanjutnya mencari data melalui tinjauan pustaka dan eksisting yang berhubungan dengan fenomena mengenai teknik yang digunakan topik perancangan. Berfungsi untuk menguatkan statement dan tentunya mendasarkan perancangan pada ilmu desain komunikasi visual.

d. Studi Eksisting

Mencari visual sebagai bahan acuan desain dalam perancangan aplikasi, menentukan dan mengkaji objek yang akan dijadikan studi komparator dan kompetitor sebagai perbandingan output perancangan.

e. Konsep Desain

Konsep desain harus kreatif, efektif dapat menarik kesimpulan dari beberapa tahapan pencarian data primer dan skunder yang telah ditemukan. Sehingga dapat menentukan konsep visual maupun verbal untuk memenuhi kebutuhan rancangan.

f. Alternatif Desain

Alternatif desain berfungsi untuk menunjukkan beberapa pilihan desain kepada target audiens dan menjadi pertimbangan keselarasan antara desain dengan objek perancangan.

g. Implementasi Desain

Implementasi desain dilakukan setelah alternative desain dalam perancangan aplikasi terpilih dan siap untuk diciptakan sebagai output dari perancangan yang layak dari segi visual maupun konsep teori atau pesan.

3.3. Target Perancangan

Perancangan ini di targetkan untuk terciptanya strategi pemasaran digital berupa aplikasi penjualan online yang mempermudah untuk mempromosikan produk Batik Klampar sehingga mampu bersaing di pasar bebas. Desain yang dikemas dalam konsep visual maupun verbal, sehingga output yang dihasilkan mampu menunjukkan secara baik dan benar. dengan adanya perancangan aplikasi penjualan batik Klampar ini dapat menimbulkan efek peningkatan perekonomian masyarakat desa kelampar.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Data Primer

Data primer merupakan data yang diambil oleh perancang secara langsung melalui sumber informasi yang berkaitan dengan target audiens yang telah dipilih oleh perancang atau penulis. Cara untuk memperoleh data primer dapat dilakukan melalui tiga tahapan, metode wawancara mendalam, observasi, dan kuisioner (Sugiyono, 2015:193). Berikut adalah tahapan yang dijabarkan :

a. Observasi

Observasi secara langsung yang dilakukan untuk menguatkan data – data tentang desa Klampar untuk mengamati bagaimana kondisi lapangan, perilaku dari para pengrajin batik dan konsumen batik itu sendiri untuk mendapatkan kesimpulan data mengenai target segmen serta mengamati hal – hal yang berhubungan dengan keadaan visual dan pemasaran desa Klampar. Data – data yang diperoleh berupa foto dan video yang memiliki informasi untuk menunjang valid-nya data sebagai landasan dalam perancangan aplikasi penjualan ini.

b. Wawancara

Wawancara adalah suatu percakapan langsung dengan tujuan-tujuan tertentu dengan menggunakan format Tanya jawab yang terencana, wawancara memungkinkan perancang untuk mendengarkan tujuan-tujuan, perasaan, pendapat dan informasi – informasi lain dari narasumber. Wawancara dilakukan dengan beberapa sumber terkait antara lain :

a. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Pamekasan Madura

Alasannya : Untuk mendapatkan pengetahuan tentang sejarah batik Klampar Pamekasan yang masih menjadi keunggulan sebagai pusat sentra batik di Madura

b. Kepala Desa Klampar Pamekasan Madura

Alasannya : Karena beliau adalah kepala desa yang mengurus semua organisasi di desa dan mengetahui banyak data - data valid mengenai batik Klampar.

c. UKM Batik Klampar

Alasannya : Karena setiap ukm yang tersebar di Desa Klampar adalah sebagai pusat informasi karena dapat mengambil data – data informasi tentang ciri khas batik pamekasan mulai dari jenis – jenis motif, warna, dan proses pembuatan dari awal hingga akhir.

c. Kuisoner

Menurut sugiyono (2015:199), kuisoner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden.

3.4.2. Data Skunder

Data sekunder adalah data yang di peroleh secara tidak langsung dari object atau subjek. Data yang di peroleh antara lain :

a. Buku

- Lisbijanto, Herry, 2013. Batik, Sekaten : Graha Ilmu
Dalam buku ini mempelajari tentang sejarah batik
- Hermawan, Agus. 2012. Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Erlangga
Dalam buku ini memperlajri tentang bagaiman cara pemasaran melalui komunikasi
- Rakhmawati, Yuliana, 2015. Batik Madura: Heritage Cyberbranding, Komunikasi: Vol. IX No. 02, September 2015: 57 – 65.
Dalam jurnal ini membahas sekilas fenomena tentang perkembangan batik madura.
- Safaat H., Nazruddin, 2012. Pemrograman Aplikasi Mobile Smartphone dan Tablet PC Berbasis Android, Bandung : Informatika

Buku ini mempelajari tentang Aplikasi berbasis android pada smartphone dan tablet.

- Wibisono, Aryo Bayu , and Aminatul Muhlisyah, 2016. Developing the “classic” image branding of Madura Batik center as an effort to face AEC (ASEAN Economic Community) 2016. International Journal of Business and Administrative Studies, 2(6), 174-178.

Dalam jurnal ini fenomena dan permasalahan yang diambil mengenai penelitian sebelumnya dengan membangun Branding Batik Klampar.

b. Skripsi

- Perancangan Aplikasi Interface AKIKU Sebagai Pusat Informasi Batu Akik. Tidak Diterbitkan, Universitas Pembangunan Veteran Jatim
- Perancangan Branding Kampung Batik Desa Klampar Pamekasan. Tidak Diterbitkan, Universitas Pembangunan Veteran Jatim
- Manajemen Pemasaran Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran. Yogyakarta. UPP STIM YKPN

3.5. Teknik Sampling Audiens

3.5.1. Populasi

Populasi adalah seluruh data yang menjadi perhatian dalam suatu ruang lingkup dan waktu yang ditentukan (Margono, 2010: 118). Untuk melakukan perancangan ini diperlukan penelitian atau riset sebagai data pendukung perancangan. Dalam judul perancangan ini populasi yang diambil adalah PNS dan Wiraswasta dengan kelas sosial menengah ke atas.

3.5.2. Demografis Target Segmen :

a. Primer

- Jenis Kelamin : Laki – Laki dan Perempuan
- Usia : 35 – 45 Tahun
- Pendidikan : Minimal Lulusan S1

- Pekerjaan : PNS dan Wiraswasta
- Pendapatan : 3 juta – 5 juta
- Kelas Sosial : Menengah ke Atas

Pada segmentasi primer ini seseorang dengan umur 35 sampai 45 tahun masih tertarik dengan batik dan menggunakan smartphone. Hampir setiap harinya seseorang sangat membutuhkan smartphone untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, mulai dari aktivitas browsing mencari informasi, pekerjaan, berbelanja, jejaring medi sosial, dsb.

b. Skunder

- Jenis Kelamin : Laki – Laki dan Perempuan
- Usia : 21 – 45 Tahun
- Pendidikan : Minimal lulusan SMA
- Pekerjaan : Mahasiswa, Karyanwan, PNS, Wiraswasta,
- Pendapatan : 500 ribu – 5 juta

Pada segmentasi sekunder ini seseorang dengan umur 21 – 45 tahun memasuki remaja akhir hingga dewasa, mereka menggemari untuk mencari informasi, mencari hal baru, berbelanja, jejaring media sosial melalui smartphone.

3.5.3. Psikografis :

- Penggemar dan Pengamat Fashion
- Suka dengan Kebudayaan
- Pecinta produk lokal
- Suka jalan - jalan dan berwisata
- Menyukai sesuatu yang klasik
- Memiliki rasa ketertarikan yang tinggi

3.5.4. Behaviour :

- Suka jejaring sosial
- Menghabiskan waktu luang apa yang dilakukan
- Mengikuti perkembangan teknologi

- Pecandu gadget berupa smartphone
- Suka mengamati dan mencoba hal yang baru
- Suka berbelanja
- Suka mencari informasi
- Menyukai seni Batik

3.5.5. Karakteristik :

- Masyarakat madura berpakaian batik dalam kesehariannya
- Saat berbicara bernada tinggi dan menggunakan Bahasa daerah madura
- Menyukai budaya Indonesia salah satunya seni batik, tarian adat, dan karapan sapi.

3.5.6. Geografis :

Berdasarkan geografis sasaran yang dituju, audiens yang tinggal di pulau Madura dan Jawa berkediaman di kota – kota besar seperti Jakarta, Semarang, Jogja, Bandung dan khususnya Surabaya yang kehidupan masyarakatnya lebih maju dan memiliki tingkat konsumsi memenuhi kebutuhan hidup yang tinggi.

3.6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data diperlukan guna mengatur urutan data, mengorganisasikan data ke dalam suatu pola untuk menentukan tema dan merumuskan hipotesis ide. Pada tahapan ini teknik analisis data yang digunakan adalah analisis wawancara, observasi, 5w + 1h dan analisis komparasi konstan. Dengan menggunakan metode tersebut, maka penulis/perancang dapat memecahkan masalah dan ide-ide serta solusi yang tepat untuk penelitian ini. Konsep dasar perancangan inilah yang akan diterapkan pada media dalam perancangan aplikasi marketplace batik Klampar.

3.7. Analisis 5W+1H

Perancangan yang sesuai dan tepat sasaran diperlukan beberapa metode analisis perancangan media yang dapat memberikan informasi yang tepat dan sesuai dengan sasaran sekaligus mampu untuk mempengaruhi target audiens.

konsep dasar perancangan inilah yang akan diterapkan pada seluruh media-media yang dikomunikasikan secara visual dan akan diterapkan untuk menyelesaikan suatu masalah yang didapat. Penggunaan analisa 5W+1H (*what, when, where, why, dan how*) akan menjadi landasan dalam Perancangan aplikasi marketplace batik Klampar berbasis android.

3.8. Alur Berfikir



Gambar 3.1 Gambaran Kerangka Alur Berpikir

(Sumber : Data Pribadi)