

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sebuah konvensi atau pameran *anime* (*anime convention*) adalah sebuah ruang perkumpulan bagi penggemar topik *anime*, *manga* atau *video games* (Scrivani, 2021). Di Indonesia, terdapat acara seperti Comic Frontier 16 dengan 25 ribu pengunjung per harinya (W, 2023). Jumlah pengunjung dalam event Impactnation mengalami peningkatan selama beberapa tahun. Terdapat 2.500 pengunjung pada tahun 2014, 11.000 pengunjung pada tahun 2016, 2.565 pengunjung dalam 2021, 6.576 dan 14.980 pengunjung dalam 2022 (BARCODE ORGANIZER, 2023). Adanya peningkatan jumlah pengunjung menarik seniman-seniman independen untuk menjual produk mereka pada area penjualan artis, atau *artist alley*, dalam event Impactnation serta *event* lainnya juga.

Penyelenggara biasa meramaikan acara dengan mengadakan *artist alley*, yaitu sebuah ruang bagi individu seniman atau kelompok (*circle*) seniman yang mendaftar untuk menjual karya penggemar (*fanwork*) atau orisinal (Hawkins, 2013). Sejak pandemi Covid-19, penjualan secara umum mulai beralih ke saluran penjualan setengah-luring yang disebut *Buy-Online-Pickup-In-Store* (BOPIS) (Ketzenberg & Akturk, 2021). Dalam sebuah *artist alley*, terdapat transaksi antara seniman sebagai penjual dan juga pembeli. Menurut kuesioner yang diisi oleh 114 penjual pada tanggal 11 Februari–3 Maret 2024, 88.6% seniman menjual karya mereka dalam bentuk gantungan kunci akrilik, 81% gambar cetak (*art print*), 78.1% dalam bentuk stiker potongan (*die-cut sticker*), 65.7% *photocard* atau *polaroid*, 58.1% stiker lembar (*kiss-cut sticker* atau *sticker sheet*), 45.3% *standee* akrilik, 44.3% pin (*button pin* ataupun pin akrilik), serta produk lainnya seperti *totebag*, *pouch*, aksesoris *handphone*, buku atau komik, *lanyard*, boneka, penanda buku (*bookmark*), baju, alat tulis, gelas. Barang-barang tersebut memiliki nilai-nilai yang memotivasi pembeli untuk memulai transaksi. Menurut kuesioner yang diisi oleh 123 pembeli diketahui alasan pembelian karya, yaitu 65% karena karya estetik atau

bagus, 65% menyinggung film atau seri favorit, 42.3% aspek fungsional, 35% ingin mendukung seniman favorit mereka, dan 23.6% kualitas teknik seni.

Banyaknya media yang digunakan karena belum ada aplikasi yang khusus memfasilitasi seluruh proses BOPIS pada *artist alley* yang terbatas ke lokasi acara konvensional menyebabkan kurangnya pengalaman pengguna seniman penjual dan menghambat efisiensi penjualan. Hal tersebut juga menyebabkan penjual perlu mempelajari berbagai aplikasi sekaligus dan informasi yang dimasukkan tidak saling terhubung, sehingga pengguna mengalami ketidaknyamanan dalam mengomunikasikan dan pengelolaan data. Melalui hasil kuesioner, beberapa masalah yang dialami oleh penjual adalah fungsi-fungsi yang masih terpecah dalam berbagai media sehingga membutuhkan waktu untuk mempelajari masing-masing media, pendataan masih manual, kurang nyaman untuk melacak pengeluaran dan penjualan, kurang responsif atau masih belum *user-friendly*, jangkauan ke pembeli belum terlalu efektif, serta keterbatasan fitur-fitur termasuk membuat *invoice* otomatis yang dapat disesuaikan, keterbatasan konten, ketersediaan tanpa jaringan, memilih kuantitas bagi produk bervariasi, dan berkomunikasi dengan pelanggan secara massal. Masalah yang dialami oleh penjual juga berdampak pada masalah pembeli seperti kesulitan mengakses atau mencari informasi dan media pemesanan serta informasi produk, dan kurang ditanggapnya pesanan mereka oleh penjual. Jika sebuah usaha tidak mengelola informasi baik dari internal ataupun eksternal, mereka akan kalah dalam saingan dengan usaha lain yang sudah dapat mengambil keputusan dengan cepat dan akurat dari informasi yang sudah mereka kelola (Irianto, 2014). Berdasarkan permasalahan di atas, dibutuhkan perancangan media interaktif untuk membantu penjualan karya seniman independen *artist alley*, dalam konteks komunikasi, interaksi, dan pendataan transaksi antara seniman dan pembeli.

1.2 Rumusan Masalah

Beberapa masalah dapat diketahui berdasarkan latar belakang di atas:

1. Kurang baiknya pengalaman pengguna seniman penjual dalam menggunakan media-media eksisting seputar penjualan di *artist alley* menyebabkan kurangnya efisiensi dalam penjualan karya seniman.
2. Kurangnya fasilitasi media bagi seniman penjual *artist alley* dan pembeli menyebabkan terhambatnya penyebaran komunikasi informasi, baik antar-seniman dan seniman-pembeli.
3. Keseluruhan kesulitan dalam mengelola informasi seputar penjualan karya seniman di *artist alley* menyebabkan lambatnya pembuatan keputusan serta kurangnya daya saing usaha.

Berdasarkan masalah yang ada, perancangan tugas akhir akan menjawab pertanyaan: Bagaimana perancangan media interaktif untuk membantu penjualan karya seniman independen *artist alley*?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah yang diambil dalam perancangan ini adalah sebagai berikut:

1.1.1. Geografis

- 1) Daerah : Jabodetabek
- 2) Kepadatan : Urban

1.1.2. Demografis

- 1) Usia : 20—24 tahun
- 2) Jenis Kelamin : Laki-Laki dan Perempuan
- 3) Pendapatan : SES A
- 4) Pekerjaan : Kuliah, Pekerja
- 5) Pendidikan : Mahasiswa S1
- 6) Agama : Semua
- 7) Ras : Semua

8) Generasi : Generasi Z

9) Nasionalitas : Indonesia

1.1.3. Psikografis

- 1) Seniman yang suka membuat karya orisinal maupun karya penggemar (*fanwork*) dari seri atau film favorit mereka.
- 2) Seniman yang ingin memperoleh penghasilan dari karya mereka.
- 3) Seniman yang kesulitan mengurus penjualan karya mereka secara efisien dan efektif.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Perancangan media interaktif untuk membantu penjualan karya seniman independen *artist alley*.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Penulis berharap karya tugas akhir dapat memberi manfaat bagi pihak penulis, orang lain serta universitas.

1.5.1 Bagi Penulis

Perancangan karya tugas akhir diharapkan dapat menguji sekaligus meningkatkan kemampuan penulis dalam keseluruhan proses berkarya, memperdalam ilmu dan pengetahuan, memenuhi syarat kelulusan Universitas Multimedia Nusantara serta memperoleh gelar Sarjana Desain.

1.5.2 Bagi Orang Lain

Hasil karya tugas akhir diharapkan bisa menyediakan media yang memenuhi seluruh kebutuhan seniman independen Indonesia dan semakin mendukung mereka untuk berkreasi.

1.5.3 Bagi Universitas

Hasil karya diharapkan dapat menjadi bahan referensi serta sumber ilmu bagi mahasiswa lain yang akan melakukan perancangan yang serupa atau pihak lain yang membutuhkan.