

Perancangan Desain UI/UX Aplikasi Seluler Toko Merchandise Musik

Icksan Julio Augusta

Desain Komunikasi Visual, Institut Kesenian Jakarta

3170250063@ikj.ac.id

ABSTRAK: Di masa pandemi COVID-19, banyak sekali masyarakat Indonesia yang mencoba untuk tetap melakukan hobinya meskipun dalam keadaan harus tetap di rumah. Salah satunya adalah mengoleksi barang dagangan musik atau biasa disebut sebagai *merchandise*. Untuk itu, penulis akan merancang desain sebuah aplikasi *mobile* atau seluler khusus untuk penjualan *merchandise* musik. Aplikasi seluler akan memudahkan pengguna untuk membeli *merchandise* musik melalui aplikasi dari ponsel tanpa harus mendatangi penjualnya secara langsung. Selain itu juga bisa untuk mengurangi interaksi secara langsung yang dikhawatirkan akan menyebarkan virus COVID-19. Perancangan ini bertujuan untuk menghasilkan rancangan *user interface* dan *user experience* aplikasi seluler untuk membeli *merchandise* musik dengan menggunakan sebuah program aplikasi yaitu Adobe XD, yang memang dikhususkan untuk merancang sebuah prototipe situs web.

Kata kunci: aplikasi seluler; *merchandise* musik; UI/UX.

ABSTRACT: During the COVID-19 pandemic, many Indonesians try to keep doing their hobbies even though they have to stay at home. One of them is collecting music merchandise or commonly referred to as merchandise. For this reason, the author will design a mobile or mobile application specifically for the sale of music merchandise. The mobile application will make it easier for users to buy music merchandise through the application from their mobile phone without having to go to the seller directly. In addition, it can also reduce direct interactions which are feared to spread the COVID-19 virus. This design aims to produce a user interface and user experience design for a mobile application to buy music merchandise using an application program, namely Adobe XD, which is specifically designed to design a website prototype.

Keywords: mobile applications; music merchandise; UI/UX

PENDAHULUAN

Seiring dengan pesatnya perkembangan dunia teknologi, perkembangan ekosistem bisnis di seluruh dunia pun seperti menemukan orientasi baru dan tumbuh dengan sangat cepat. Termasuk di dunia permusikan. Musik adalah sebuah alat universal yang dapat menyatukan segala bentuk keragaman sosial dan budaya yang ada di seluruh dunia tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Akibat dari adanya permintaan dan penawaran akan musik yang tinggi diantara para penikmat musik, banyak musisi yang memproduksi banyak aset yang sekiranya bisa diperjualbelikan, salah satunya adalah barang dagangan atau biasa disebut *merchandise*. *Merchandise* musik adalah aset tambahan di dalam industri permusikan.

Hal ini memungkinkan konsumen untuk memiliki aset fisik tambahan dari pengalaman yang ditawarkan oleh musik yang mereka suka atau sang musisi yang ia idolakan. *Merchandise* musik juga bisa berfungsi sebagai ekspresi musik, pesan, dan gaya yang mengikat musisi dengan konsumen. Apalagi dengan berkembangnya sistem digital yang mengakibatkan menurunnya penjualan CD fisik dari waktu ke waktu, penjualan *merchandise* bisa memberikan jalan lain bagi musisi untuk mendapatkan pendapatan.

Berbicara mengenai berkembangnya sistem digital, kegiatan usaha dengan sistem yang disebut *online* melalui aplikasi seluler seiring dengan berkembangnya zaman semakin berkembang pesat. Hampir seluruh sektor usaha mulai dari kebutuhan pangan, penyedia jasa, pasar, supermarket, toko, hingga teknologi mulai menggunakan aplikasi seluler untuk menjalankan usahanya. Aplikasi seluler atau *mobile* adalah aplikasi yang diciptakan untuk perangkat-perangkat bergerak seperti *Smartphone*, *SmartWatch*, *Tablet*, dan perangkat bergerak lainnya.

Menurut data dari Hootsuite (We are Social), untuk bulan Januari 2021 pengguna internet di Indonesia mencapai 202,6 juta dari total 274,8 juta jiwa jumlah penduduk Indonesia. Ditambah lagi, dengan datangnya masa pandemi COVID-19 masyarakat diharuskan untuk karantina di rumah sehingga aktivitas jual beli secara langsung menjadi terhambat. Sejak terjadinya pandemi, kegiatan berbelanja di toko fisik tampak berkurang, sedangkan toko *online* mulai banyak diminati. Berbelanja di toko *online* dipilih masyarakat sebagai solusi untuk meminimalkan kontak fisik yang biasanya sulit dihindari jika kita pergi ke pasar, toko, supermarket, atau mall. Selain itu, banyak sekali keuntungan yang bisa didapat dari sistem pembelanjaan *online* ini. Harus diakui bahwa, merupakan sesuatu yang melelahkan jika berbelanja dari satu lokasi lalu pergi ke lokasi lain. Belum lagi jika stok barang yang ingin dibeli ternyata sudah habis ketika sudah sampai di sana. Dalam belanja *online*, masyarakat tidak perlu terlalu banyak membuang energi pada saat membeli, karena masyarakat dapat melakukan segala prosesnya hanya dari rumah.

Selama masa pandemi COVID-19, masyarakat diharuskan untuk tetap berada di rumah. Dan masyarakat juga sebagaimana mestinya harus melakukan kegiatan di rumah, termasuk kegiatan berbelanja. Menurut riset dari Sirclo, 74,5% orang memilih untuk berbelanja *online* di saat pandemi. Dan selama berada di rumah, beberapa masyarakat akan tetap melakukan beberapa hobinya, yang salah satunya adalah mengoleksi dan berburu *merchandise* musik. Sayangnya di masa pandemi, semua toko atau tempat penjualan dianjurkan untuk tutup sementara dan mulai melakukan penjualan secara daring atau *online*. Karena pada masa pandemi, dikhawatirkan masyarakat akan terpapar COVID-19 jika berinteraksi langsung dengan orang lain.

Maka dari itu proses riset ini bertujuan untuk mengidentifikasi, menemukan kebutuhan, dan kesulitan dari para pengguna. Dan dilakukannya penelitian tersebut tentunya untuk meningkatkan kualitas dan membuat desain produk agar bisa menjadi lebih baik dan sesuai dengan keinginan dari para target pengguna.

Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan sebuah platform digital yang akan membantu masyarakat dengan menyediakan *merchandise* musik. Secara umum, platform digital dapat berbentuk aplikasi, dimana dalam sebuah pembuatan aplikasi dimulai dengan perancangan desain antarmuka pengguna atau *user interface* yang dapat digunakan sebagai dasar dalam cara kerja aplikasi dan penentuan alur yang akan dibuat. Sehingga dari rumusan masalah diatas, bagaimana solusi agar masyarakat tetap bisa membeli *merchandise* musik dengan aman dan praktis?

METODOLOGI / KAJIAN TEORITIS

Penulis akan membuat sebuah desain rancangan aplikasi seluler dengan menggunakan metode penciptaan. Metode penciptaan yang digunakan adalah menciptakan karya secara sistematis dengan menguraikan rancangan proses penciptaan karya seni sesuai dengan tahapan membuat karya. Mulai dari ide, perancangan, hingga penciptaan karya.

Ruang Lingkup dan Batasan

Kajian dibatasi dengan pemahaman bahwa diperlukan adanya situs web atau aplikasi seluler agar sistem pembelian menjadi lebih praktis karena masyarakat tidak harus langsung datang ke tempat penjualan.

Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan dari beberapa literatur *online* maupun *offline*, baik dari buku, website, jurnal, artikel, dan media pendukung lainnya. Selain itu, Penulis mencoba mendapatkan sebuah informasi yang berkaitan dengan judul karya melalui data yang dikumpulkan dengan menyebar kuesioner.

Referensi

Artikel dengan judul “*The Importance of Merch Sales in Music Today*” yang ditulis pada tahun 2019 oleh James Shotwell dari Haulix yang membahas mengenai pentingnya penjualan *merchandise* musik di masa sekarang. Ia menjelaskan, dalam bisnis di dunia permusikan saat ini, penjualan *merchandise* menjadi jauh lebih penting dari masa-masa sebelumnya. Seorang seniman atau musisi yang mampu mengelola aset barang dagangan dapat mengubah industri lebih cepat daripada seorang musisi yang hanya mengandalkan lagu sebagai aset mereka. Karena para eksekutif bisnis tahu bahwa penjualan barang dagangan adalah strategi untuk menghasilkan uang paling banyak khususnya pada tahun 2019.

Artikel dengan judul “*How the mobile app ecosystem adapted to the COVID-19 pandemic in 2021*” yang ditulis pada tahun 2022 oleh Sarah Perez dari TechCrunch yang menjelaskan pandemi COVID-19 sangatlah berpengaruh pada ekosistem aplikasi seluler. Pada masa-masa awal pandemi, sejumlah aplikasi mengalami peningkatan penggunaan yang cepat, seperti yang berfokus pada belanja *online*, hiburan, bisnis, bahkan hingga pendidikan.

Artikel dengan judul “*What Makes Good UI Design?*” yang ditulis dari Fuzzy Math. Artikel itu menyebutkan, definisi desain *user interface* yang baik dan efektif sangatlah subjektif.

User interface (UI) sering ditempatkan ke dalam kategori desain tersendiri yang terpisah dari *user experience* (UX) karena kecenderungannya untuk fokus pada visual suatu situs web. Namun, desain UI sebenarnya adalah bagian utama dari praktik desain UX yang lebih besar. Banyak sekali hal yang harus diperhatikan untuk membuat UI/UX yang baik. Seperti contohnya desainer harus mengenali pengguna dan pahami konteksnya, tentukan navigasi yang praktis dan mudah dipahami, mempertahankan konsistensi desain, memperhatikan warna dan tipografi, memperhatikan tombol dan link, interaksi yang baik, ikonografi, bahasa, dan terminologi. Desainer juga harus memikirkan kontrol dan kebebasan pengguna situs web. Dan juga menjadikan desain UI menjadi intuitif. UI yang intuitif membuat pengguna tidak membutuhkan banyak tutorial tentang cara menggunakannya. Hal ini dapat dicapai dengan mengikuti pola desain yang telah ditetapkan dan dipahami, memastikan penggunaan warna, tipografi, dan ikonografi jelas dan konsisten.

PEMBAHASAN

Pengertian UI/UX

UI dan UX adalah singkatan dari *User Interface* dan *User Experience*. *User Experience* merupakan proses mendesain suatu situs web melalui pendekatan pengguna. Melalui pendekatan ini, para praktisi bisa menciptakan situs web yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pengguna. Situs web dengan *user experience* yang baik akan menciptakan pengalaman yang menyenangkan bagi pengguna saat menggunakan situs web yang dibuat. Pengguna akan merasa nyaman dan puas saat menggunakan produk. Adapun, komponen UX ini meliputi bagaimana fitur-fitur yang disediakan pada situs web, struktur desain, navigasi penggunaan situs web, aspek desain visual, dan seluruh aspek interaksi dengan pengguna. UX juga meliputi bagaimana para perancang situs web menentukan branding, konten, dan *copywriting* yang sesuai dengan target pengguna.

Sedangkan UI adalah bagian dari UX yang berupa tampilan desain visual sebuah sistem. Tampilan tersebut memungkinkan pengguna terhubung dan berinteraksi dengan suatu situs web. Selain berfungsi sebagai penghubung, UI juga berfungsi untuk memperindah tampilan sehingga dapat meningkatkan kepuasan pengguna. Namun, tak hanya harus indah, UI juga harus mudah digunakan.

Beberapa komponen UI diantaranya adalah komponen tombol, ikon tipografi, tema, layout, animasi yang tampil pada situs web, dan visual interaktif lainnya. Semua komponen UI tersebut didesain dengan berfokus pada keindahan dan kemudahan pengguna. Jadi, pengguna dapat menikmati situs web dengan puas.

Pengertian Aplikasi Seluler

Aplikasi seluler atau *mobile* adalah jenis perangkat lunak aplikasi yang memang dirancang khusus untuk perangkat seluler, seperti ponsel atau komputer tablet. Berlawanan dengan aplikasi yang dirancang untuk komputer desktop, aplikasi seluler cukup berbeda dari sistem perangkat lunak yang

terintegrasi. Sebaliknya, setiap aplikasi seluler menyediakan fungsionalitas yang terisolasi dan terbatas. Misalnya, ini bisa berupa game, kalkulator, atau browser situs web seluler.

Aplikasi seluler di masa-masa awal menyediakan informasi dengan tujuan umum dan layanan informasi di jaringan global, termasuk email, kalender, pasar saham, daftar, dan informasi cuaca. Namun, permintaan pengguna perangkat seluler, bersama dengan kemampuan untuk mengembangkan aplikasi seluler, meluas ke kategori lain, seperti game seluler, otomatisasi pabrik, hingga GPS. Tingginya jumlah dan variasi aplikasi seluler telah berkembang menjadi area yang luas dan beragam. Banyak layanan saat ini membutuhkan bantuan teknologi aplikasi seluler seperti identifikasi lokasi dan internet banking, pelacakan, pembelian barang, bahkan layanan medis.

Pengertian *Merchandise* Musik

Barang dagangan atau *merchandise* musik bisa dibilang adalah sebagai bentuk ‘pengukuh’ bagi keberadaan band atau musisi. Karena meskipun rilisan album adalah produk utama dari para musisi, hal lain yang sebenarnya hampir tidak kalah penting dari *track record* sebuah nama band di industri permusikan adalah keberadaan *merchandisenya*. *Merchandise* musik juga bisa dibilang sebagai wujud simbiosis mutualisme antara pihak musisi dan penggemarnya.

Apalagi di era digital seperti sekarang, rilisan album fisik memang bisa dibilang mendapat tekanan hebat. Penjualannya di seluruh dunia menurun cukup drastis dan sangat berbanding terbalik dengan kenaikan konsumsi musik digital. Kondisi ini disebut sebagai deflasi digital, sebuah istilah untuk menyebutkan bagaimana berkurangnya nilai sebuah konten karena perubahan konsumsi publik dari fisik ke digital. Berdasarkan data Nielsen, di Amerika Serikat, penjualan album fisik angkanya turun 15% pada 2014 dibandingkan tahun sebelumnya. Sedangkan konsumsi musik digital, meningkat 3,8% dalam tahun yang sama. Meski begitu, bagi kebanyakan band independen hal ini tetap tidak mengurangi nilai atau *value* dari sebuah rilisan fisik. Pasalnya rilisan fisik ini seakan merupakan sebuah legitimasi yang utuh dan nyata dari karya yang mereka buat. Itulah sebabnya tidak sedikit band independen di Indonesia yang masih merilis albumnya dalam format fisik sampai saat ini. Baik itu dalam bentuk kaset, CD, ataupun piringan hitam.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penciptaan ini adalah selain bertujuan untuk mengidentifikasi, menemukan kebutuhan, dan kesulitan dari para pengguna, masyarakat menjadi terbantu dengan adanya aplikasi seluler toko *merchandise* musik. Diharapkan juga dapat menjadi sumber referensi bagi para pembaca untuk perancangan selanjutnya mengenai antarmuka pengguna atau *user interface* dan pengembangan aplikasi yang relevan dengan perancangan yang dilakukan. Dan dilakukannya penciptaan ini tentunya untuk meningkatkan kualitas dan membuat desain produk agar bisa menjadi lebih baik dan sesuai dengan keinginan dari para target pengguna.

Daftar Referensi

- Aprilia, P. (2020). *Perbedaan UI dan UX Beserta Contohnya (Lengkap!)*. Niagahoster.
Moriand, Agassi. (2018). *Siapa yang Diuntungkan dari Merchandise Band, Penggemar atau Musisi?. Kumparan*.

Perkasa, G. (2021). “Belanja Online Terus Meningkat Selama Pandemi”. *Kompas.com*.

Shotwell, J. (2019). *The Importance of Merch Sales in Music Today*. Haulix.