

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dengan pertumbuhan teknologi yang semakin pesat di era globalisasi seperti sekarang ini tentunya mempengaruhi kehidupan sehari-hari. Internet yang merupakan hal yang saat ini tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari. Hampir setiap harinya tak sedikit dari kita yang pasti mengakses internet hanya untuk sekedar mencari hiburan ataupun mencari informasi yang sedang hangat dibicarakan. Hal ini dikarenakan meningkatnya populasi penduduk serta meningkatnya kemajuan teknologi yang semakin semakin hari semakin berkembang. Teknologi tersebut memungkinkan bagi penggunanya untuk melakukan berbagai macam aktivitas yang diinginkan dengan lebih efisien dibandingkan dengan melakukan aktivitas secara konvensional (Octaviani & Sudrajad, 2016).

Menurut data yang dilansir pada situs [www.internetworldstats.com](http://www.internetworldstats.com) Indonesia dari tahun 2000 - 2012 mengalami peningkatan pengguna internet yang pesat. Pada era sekarang ini gaya hidup modern telah menjadi fenomena yang ada di semua kalangan, baik dari kalangan menengah kebawah sampai kalangan menengah keatas. Hampir semua aspek bergantung pada internet, tak terkecuali bagi perusahaan. Hampir semua perusahaan di era sekarang ini sangat memanfaatkan kegunaan internet. Kondisi lingkungan yang mendukung konsumen untuk mengakses berbagai bentuk inovasi serta perubahan yang ada di lingkungan sekitar akibat adanya internet. Teknologi seperti Internet tentunya memberikan beragam fasilitas yang sangat memudahkan untuk para penggunanya agar dapat mengakses

beragam informasi yang diinginkan sehingga para pengguna internet dimanjakan oleh beragam fasilitas tersebut. Keberagaman fasilitas yang disajikan oleh teknologi internet tentunya juga memberikan warna baru dalam segi belanja (Prihandani, 2016).

Menurut data yang dilansir dari *We Are Social dan Meltwater* pada Januari tahun 2024, Indonesia menempati peringkat sembilan dengan pengguna internet paling sering belanja online. Sebanyak 56,2 persen pengguna internet di Indonesia berbelanja online melalui smartphone. Sementara hanya 43,8 persen pengguna internet di Indonesia yang belanja online dengan menggunakan medium selain smartphone. Karena memang dengan adanya kemajuan teknologi seperti internet, masyarakat di Indonesia kini lebih banyak yang memilih untuk berbelanja barang secara online.

Karena dinilai lebih praktis dan tidak ribet hanya menggunakan koneksi internet dan smartphone, mereka sudah bisa bertransaksi dan membeli barang. Dimana pada zaman dulu masyarakat hanya dapat berbelanja secara konvensional harus mendatangi penjual dan melakukan transaksi di toko tersebut lalu baru bisa mendapatkan barang yang mereka inginkan. E-commerce, atau perdagangan elektronik, yang merujuk pada jual beli barang atau jasa melalui online, telah mengalami pertumbuhan pesat. Penjualan e-commerce ritel global diperkirakan akan melampaui \$5 triliun pada tahun 2022 dan mencapai \$7 triliun rupiah pada tahun 2025. Fenomena ini tidaklah mengherankan mengingat bahwa perkembangan teknologi serta kemudahan dalam mengakses internet memungkinkan siapa pun untuk membuka usaha toko online mereka sendiri (Anjasari, 2023).

Berawal dari suatu acara yang bertajuk Hari Belanja Online Nasional atau yang biasa disebut Harbolnas, merupakan hari dimana dirayakan yang bertujuan megedukasi dan mengajak masyarakat tentang kemudahan dalam berbelanja online, *event* ini awalnya diluncurkan di tahun 2012 yang diluncurkan oleh salah satu perusahaan *e-commerce* di Indonesia. Dengan menyusul keberhasilan dari penyelenggaraan yang telah digelar dua kali yaitu pada tahun 2012 dan 2018 hari belanja online nasional atau Harbolnas, dan pada tahun 2019 kemarin kembali digelarnya hari belanja online nasional yang jatuh pada tanggal 12 Desember. Oleh karena hal tersebut hari belanja online nasional lebih dikenal masyarakat dengan istilah 1212 yang sudah tidak asing bagi para masyarakat yang gemar berbelanja online di Indonesia. Penawaran diberikan setiap tanggal tersebut dan konsumen mendapatkan penawaran berupa diskon atau potongan harga besar-besaran pada produk yang dijual. Adapun promo lainnya yang biasa ditawarkan oleh perusahaan untuk konsumen yaitu promo gratis ongkos kirim atau yang sering kita kenal dengan Gratis Ongkir, tanpa minimum total transaksi pada pembelian (Lestari & Dwijayanti, 2021).

Perkembangan teknologi khususnya di bidang informasi komunikasi saat ini tentunya semakin memberikan kemudahan bagi masyarakat didalam mendapatkan kebutuhan akan informasi yang di butuhkan. Salah satu teknologi informasi komunikasi yang semakin banyak digunakan saat ini adalah media sosial Instagram. Instagram Merupakan media sosial yang paling sering digunakan untuk menyampaikan informasi, di Indonesia sendiri penggunaan Instagram sudah menjadi kegiatan sehari hari. Dibuktikan dengan data riset dari sebuah perusahaan riset dan analisis di

Inggris, yaitu TNS, disitu menyebutkan bahwa Indonesia berada diperingkat ke-3 untuk banyaknya pengguna Instagram di Dunia (Puspitasari, 2019).

Seperti yang dilansir pada artikel di okezone.com, oleh Paul Webster, Brand Development Lead Instagram APAC pada tanggal 14 januari 2016, Paul mengatakan yaitu sekitar 59% pengguna aktif pada instagram adalah mayoritas remaja/anak muda, terdidik, dengan rentang usia 18 hingga 24 tahun. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa Instagram merupakan sarana atau tempat untuk melakukan promosi yang tepat bila menargetkan para remaja sebagai konsumen.

Dari data serta riset yang telah dijelaskan diatas, maka penggunaan Instagram sebagai media untuk melakukan promosi penulis pilih untuk menargetkan calon konsumen yang ingin mengikuti promo diskon, yaitu adalah para remaja yang disini khususnya remaja yang memiliki hobi mendengarkan musik atau seorang pecinta musik. Serta Instagram merupakan salah satu sosial media yang paling sering dan ramai digunakan oleh para remaja, seperti yang dilansir pada artikel di databoks, bahwa Menurut survei APJII, pada awal 2024 mayoritas generasi Z Indonesia sering mengakses media sosial Instagram, sedangkan mayoritas milenial sering mengakses Facebook. Menurut survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), generasi Z dan milenial memiliki preferensi media sosial yang berbeda dari generasi sebelumnya.

Desain merupakan suatu bentuk proses kreatif yang ditujukan untuk merancang suatu struktur atau objek. Definisi dari desain sendiri cukup luas, menurut Maeda (2006) desain merupakan suatu proses yang bertujuan untuk memberikan makna dan tujuan pada suatu objek ataupun system, selain itu menurut Nussbaum (2005) Menurutnya, definisi dari desain yaitu suatu

wahana untuk membantu mengimplementasikan inovasi dalam berbagai kegiatan industri serta bisnis menurutnya.

Penggunaan desain visual bagi penulis untuk membuat poster promosi pada Instagram, desain visual yaitu sebuah disiplin ilmu yang mempelajari beberapa konsep ilmu komunikasi yang diaplikasikan melalui visual dan elemen-elemen seperti warna, typografi, gambar, serta layout. Ilmu ini adalah gabungan dari interface dan *graphic design*, jadi visual desain yang bertanggung jawab dalam membuat sebuah tampilan menjadi estetik serta menjadi lebih komunikatif. Tujuan dari desain visual sendiri adalah agar orang atau calon konsumen tertarik untuk melihat suatu produk atau brand dengan melalui penglihatan mata dengan menonjolkan aspek estetik dari desain visual itu sendiri (Purwadhika, 2023).

Moksha Coffee Yogyakarta merupakan salah satu usaha kopi yang bertempat di pinggir jakinun atau yang sering disebut sebagai Street Coffee yang berahmat di Jl. Mondorakan No. 3, Kotagede, Yogyakarta. Moksha Coffee didirikan pada awal covid tahun 2020 oleh dua orang setelah mereka diberhentikan dari pekerjaan sebelumnya. Nama moksha sendiri diambil dari kata salah satu kepercayaan hindu budha yang berarti kebebasan dikarenakan pada saat itu juga owner sedang gemar melihat acara wayang. Pada awalnya konsep moksha sebenarnya tradisional dan mencoba untuk mengait semua kalangan, namun pada awal tahun 2024 mereka memilih untuk merubah konsep dan lebih mengerucutkan kepada mereka yang gemar atau hobi mendengarkan musik seperti punk, rock, metal, dsb. Untuk menu yang ditawarkan Moksha Coffee beragam mulai dari menu kopi seperti kopi susu, v60, vietnam drip, dan menu non coffee seperti coklat, teh, serta ada berbagai cemilan yang disuguhkan.

Moksha Coffee memang menggunakan Instagram sebagai media promosi mereka, akun Instagram Moksha juga dipenuhi berbagai pamflet diskon serta video promosi untuk menggait para pelanggannya.



Gambar 1. 2 Akun Instagram Moksha Coffee Yogyakarta

(Sumber: Instagram @moksha.coffee)

Moksha Coffee juga sering kali membuat sebuah poster diskon atau potongan harga pada hari besar ataupun dengan memenuhi syarat yang telah ditentukan, event promo atau diskon dari Moksha biasanya bertemakan musik. Tak sedikit konten pada Instagram Moksha Coffee yang bertemakan tentang seputar dunia permusikan.

Salah satu coffee shop di Jogja dengan 10 ribu pengikut di Instagram yang sering kali memberikan potongan harga atau diskon yaitu Journey coffee atau lebih dikenal dengan JRNY. Sering kali Journey Coffee memberikan diskon pada hari-hari tertentu untuk pelanggannya yang dibuat dalam bentuk poster digital dan di publish pada halaman akun Instagram mereka. Diskon ini biasanya menggunakan syarat serta ketentuan yang berlaku untuk mendapatkan potongan harga.



Gambar 1. 2 Postingan Promo Diskon pada Instagram Journey Coffee

(Sumber: Instagram @jrnycoffeerecords)

Salah satu poster promo yang dibuat oleh Journey Coffee dalam akun Instagram nya yaitu potongan harga bagi mereka yang mengenakan kaos merchandise band idola mereka yang berlaku setiap hari kamis. Poster diskon yang dibagikan pada bulan mei 2024 diatas terlihat Journey Coffee memberikan promo bagi mereka yang mengenakan kaos band idola dapat membeli minuman apapun dengan harga 20 ribu yang berlaku setiap hari kamis.

Dengan melihat aktivitas konten di dalam akun Instagram Moksha Coffee serta melihat banyak referensi poster diskon yang telah dibuat oleh beberapa coffee shop, penulis memutuskan untuk melakukan kerja sama dengan Moksha Coffee Yogyakarta dengan membuat karya berupa desain poster promo diskon yang akan di bagikan di akun Instagram Moksha Coffee.

Alasan dibuatnya karya desain poster promo diskon Moksha Coffee Yogyakarta karena pihak mitra ingin adanya pembaharuan pada desain promo diskon sebelumnya yang dinilai kurang menarik dalam segi pemilihan warna ataupun layout dari desain tersebut.

## **1.2 Fokus Permasalahan dan Rumusan Masalah**

Dalam perkembangannya mitra membutuhkan angin segar untuk memenuhi kebutuhan desain konten pada Instagram agar terlihat lebih baik dari sebelumnya. Dikarenakan SDM yang terbatas untuk menangani hal tersebut maka dari itu penulis merespon masalah tersebut dan melakukan pembaharuan pada desain poster promo diskon pada akun Instagram mitra.

Berdasarkan fokus permasalahan dan latar belakang yang telah dijabarkan diatas, maka simpulan rumusan masalah yang dapat diambil dari penulisan skripsi ini adalah bagaimana penerapan teori Gestalt pada desain poster diskon pada Instagram Moksha Coffee Yogyakarta?

## **1.3 Tujuan Penciptaan**

Tujuan dari pembuatan desain konten promo pada Instagram Moksha Coffee Yogyakarta yaitu membantu mengani permasalahan yang dialami oleh Moksha Coffee yang sering kali desain yang dibuat terasa kurang menarik dan terkesan outdated. Dan diharapkan setelah pembaharuan pada desain promo tersebut dapat mengait lebih banyak insight pada Instagram mereka.

## **1.4 Manfaat Penciptaan**

Adapun manfaat yang didapatkan pada pembuatan desain promo diskon instagram Moksha Coffee Yogyakarta antara lain yaitu.



#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Dengan dibuatnya skripsi karya desain oleh penulis yang berperan sebagai desainer, diharapkan dapat memuaskan mitra oleh desain yang penulis buat dan kedepannya akan dapat acuan dalam pembuatan desain desain yang akan datang.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Dengan dibuatnya desain promo pada instagram Moksha Coffee diharapkan mampu menambah daya tarik tersendiri bagi para konsumen, serta menambah jumlah insight dalam akun Instagram mereka.

