

PERANCANGAN PURWARUPA APLIKASI *MOBILE* UNTUK JASA KURIR SEPEDA AXLERIDE MESSENGER BANDUNG

DESIGNING MOBILE APPLICATION PROTOTYPE FOR BICYCLE COURIER SERVICE AXLERIDE MESSENGER BANDUNG

Insan Pranata Gufron¹, Ananda Risya Triani, S.Ds., M.Ds.²

¹Prodi S1 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom

²Prodi S1 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom

¹insanpranata@gmail.com, ²anandatriani@gmail.com

Abstrak

Jumlah kepadatan penduduk Kota Bandung yang bertambah tiap tahunnya, bertambah pula jumlah kendaraan bermotor di ruas-ruas jalan. Hal tersebut mengakibatkan meningkatnya kemacetan dan polusi udara di Kota Bandung. Sepeda yang ramah lingkungan dapat digunakan sebagai alat transportasi untuk mengurangi masalah kemacetan dan polusi udara tersebut. Di era *online* sekarang, penggunaan aktif *smartphone* di kota-kota besar bertumbuh dengan pesat. Saat ini, layanan jasa kurir di Indonesia, terutama di Kota Bandung sudah menggunakan aplikasi *mobile* untuk menunjang kinerja usahanya agar semakin optimal. Axleride Messenger sebagai layanan jasa kurir di Kota Bandung yang menggunakan sepeda untuk alat transportasinya memiliki kesempatan besar untuk mengambil permasalahan tersebut sebagai peluang. Berdasarkan fenomena tersebut, melalui metode observasi, studi pustaka, wawancara, dan analisis, penulis akan membuat perancangan purwarupa aplikasi *mobile* untuk Axleride Messenger. Aplikasi *mobile* dipilih sebagai media yang memudahkan kurir dan pengguna dalam berkomunikasi dan bertransaksi secara cepat, mudah, dan aman. Aplikasi *mobile* ini juga diharapkan dapat meningkatkan kinerja pelayanan jasa Axleride Messenger terhadap *customer* menjadi lebih baik dengan fitur-fitur aplikasi yang memudahkan proses pemesanan, pengiriman, dan penerimaan barang. Serta dapat bersaing dengan kompetitor yang sudah terlebih dahulu menggunakan aplikasi *mobile* sebagai sistem pemesanannya.

Kata Kunci: *Interface, mobile, application, sepeda, messenger.*

Abstract

The number of population in Bandung, which increases every year, also increases the number of motor vehicles in the road segments. This caused in increased congestion and air pollution in Bandung. Eco-friendly bicycles can be used as a means of transportation to reduce the congestion and air pollution problems. In today's online era, the active use of smartphones in big cities is growing rapidly. Currently, courier services in Indonesia, especially in Bandung Express already using mobile applications to support its business performance to be more optimal. Axleride Messenger as a courier service in Bandung City which uses bicycle for its transportation tool has a great opportunity to take the problems as an opportunity. Based on the phenomenon, through observation method, literature study, interview, and analysis, the author will design a prototype of mobile application for Axleride Messenger. Mobile apps are selected as a medium that allows messengers and users to communicate and transact quickly, easily, and securely. This mobile application is also expected to improve the performance of Axleride Messenger services to customers to be better with application features that facilitate the process of ordering, shipping, and receiving goods. And can compete with competitors who have first used mobile applications as the ordering system.

Keywords: *Interface, mobile, application, bike, messenger.*

Pendahuluan

Dalam perkembangan sebuah kota, transportasi merupakan hal yang penting. Menurut data Badan Pusat Statistik Kota Bandung, pada tahun 2016 jumlah penduduk Kota Bandung adalah 2.490.662 jiwa dengan laju pertumbuhan penduduk sebesar 0,37% per tahun [1]. Ditambah kepadatan penduduk mencapai 15.713 jiwa/Km² pada tahun 2014 [2]. Hal tersebut juga berdampak pada peningkatan jumlah kendaraan bermotor. Terdapat sekitar 1,25 juta kendaraan bermotor yang setiap harinya lalu – lalang di Kota Bandung saat ini, yang kurang lebih terdiri dari 900 ribuan motor dan 300 ribuan mobil pribadi. Akhirnya, hal tersebut mengakibatkan pencemaran udara oleh emisi gas dari kendaraan bermotor meningkat hingga 70% dan berdampak buruk bagi lingkungan dan kesehatan [3]. Sepeda sebagai alat transportasi yang ramah lingkungan dapat dijadikan solusi

untuk mengurangi dampak polusi udara dan kemacetan di jalan raya kota-kota besar seperti Kota Bandung, serta sebagai pilihan yang tepat untuk konsumen yang mencintai lingkungan hidup.

Bicycle messenger adalah pekerjaan yang melibatkan seseorang dalam pengambilan paket, parsel atau surat dari satu tempat dan mengirimkannya ke tempat lain menggunakan sepeda, karena merupakan cara tercepat menelusuri pusat kota yang padat lalu lintas [4]. Beberapa kota di Indonesia sudah memiliki kurir sepeda untuk wilayah dalam kota, beberapa di antaranya yaitu Jakarta, Bali, Jember, Malang, Surabaya, Yogyakarta, Bandung, Bekasi, Tangerang, Palembang, Lampung, Medan, dan Batam [5]. Di Kota Bandung sudah memiliki beberapa kurir sepeda sebagai jasa pengiriman barang dalam kota. Di antaranya yaitu terdapat Axleride Messenger, Punten Courier, dan Streetgear Messenger. Ketiganya memiliki persamaan dalam jasa pengantaran barang. Axleride Messenger merupakan salah satu jasa kurir sepeda yang sampai saat ini masih aktif di Kota Bandung.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini semakin canggih. Pengguna *smartphone* di Indonesia juga bertumbuh dengan pesat. Lembaga riset digital *marketing eMarketer* memperkirakan pada 2018 jumlah pengguna aktif *smartphone* di Indonesia lebih dari 100 juta orang [6]. Masyarakat, terutama yang tinggal di kota-kota besar seperti Bandung sudah tidak asing lagi dengan perangkat *smartphone*. *Smartphone* memiliki fitur aplikasi penunjang di dalamnya yang dapat memudahkan penggunaannya untuk berkomunikasi, transaksi online, hiburan, dan lain-lain. Saat ini, beberapa jasa kurir di Indonesia sudah menggunakan aplikasi berbasis aplikasi *mobile* untuk menunjang kinerja usahanya agar semakin optimal.

Dengan adanya jasa kurir berbasis aplikasi tersebut, muncul kendala yaitu adanya kompetitor utama bagi jasa kurir sepeda. Karena hal tersebut, pamor kurir sepeda di Bandung mengalami penurunan. Masyarakat lebih memilih jasa kurir berbasis aplikasi dibanding kurir sepeda yang belum memiliki aplikasi penunjang untuk jasa tersebut. Oleh karena itu, dibutuhkan perancangan aplikasi *mobile* untuk Axleride Messenger, guna memudahkan penyedia jasa untuk menerima order serta memudahkan pengguna jasa yang sebagian besar sudah menggunakan *smartphone* untuk melakukan order untuk mengirim barang menggunakan aplikasi Axleride Messenger. Serta dapat bersaing dengan kompetitor yang sudah terlebih dahulu menggunakan aplikasi *mobile* sebagai sistem pemesanannya.

Dasar Teori/Material dan Metodologi/Perancangan

Desain komunikasi visual adalah suatu disiplin ilmu yang bertujuan mempelajari konsep-konsep komunikasi serta ungkapan kreatif melalui berbagai media untuk menyampaikan pesan dan gagasan secara visual dengan mengelola elemen-elemen grafis yang berupa bentuk dan gambar, tatanan huruf, serta komposisi warna dan *layout* (tata letak atau perwajahan). Warna memiliki kekuatan yang mampu memengaruhi citra orang yang melihatnya. Secara psikologis, masing-masing warna dapat memberikan respon tertentu. Tipografi adalah suatu proses seni untuk menyusun bahan publikasi menggunakan huruf cetak yang meliputi perancangan bentuk huruf cetak hingga merangkainya dalam sebuah komposisi yang tepat untuk memperoleh suatu efek tampilan yang kehendaki. Tata letak atau *layout* merupakan menata halaman untuk menghasilkan karya publikasi dengan menggabungkan unsur teks, gambar, foto, maupun unsur visual lainnya. Penggunaan garis-garis maya akan membantu desainer saat mengatur tata letak objek di bidang cetak yang digarap. Grid sangat berguna untuk menjaga konsistensi margin [7].

Seorang desainer komunikasi visual disarankan harus cermat dalam memperhitungkan besar kecilnya elemen visual agar memiliki nilai kemudahan baca (*legibility*) yang tinggi. Skala prioritas (*visual hierarchy*) merupakan suatu hal yang perlu dalam penempatan informasi, mulai dari informasi terpenting sampai informasi kurang penting yang berupa teks maupun visual, guna informasi terpenting menjadi *focus of interest* dan desain yang dibuat menjadi efektif [8]. Komunikasi adalah suatu proses pertukaran informasi atau pesan yang terjadi antara dua pihak yaitu pengirim dan perima pesan. Tujuan komunikasi dapat dibedakan menjadi identifikasi, informasi, promosi (provokasi, persuasi, propaganda, dsb.), *ambience* (penggarapan lingkungan) [9]. Interaktifitas merupakan individu yang memiliki dua peran sekaligus (pengguna dan konsumen) dalam menggunakan internet. Interaktifitas dalam *new media* menghasilkan percakapan elektronik berupa teks, audio, dan video. Dalam membicarakan media baru maka kita akan menghadapi dua hal, yaitu seperangkat percobaan formal dan teknologi yang berubah dengan cepat, serta seperangkat interaksi yang kompleks antara kemungkinan akan adanya teknologi baru dalam bentuk media yang sudah ada [10].

Aplikasi *mobile* adalah sebuah perangkat lunak yang dioperasikan pada *smartphone*, *tablet computer*, dan perangkat *mobile* lainnya [11]. Aplikasi *mobile* dapat dibagi menjadi aplikasi visual dan *audio*. *Audio* memiliki komponen utama, yaitu percakapan suara dan musik, sedangkan komponen visual adalah teks, data, gambar, dan video [12]. *User interface* adalah bagian dari komputer dan perangkat lunak yang membuat orang bisa melihat, mendengar, menyentuh, berbicara dengan, memahami atau mengarahkan sesuatu, yang di mana pengguna dan sistem komputer dapat berkomunikasi satu sama lain. Purwarupa atau *prototype* merupakan model atau contoh dari suatu perancangan yang belum lengkap yang ditujukan untuk mendapatkan input dari pengguna dan memberikan masukan atau *feedback* kepada perancang. Fungsi utamanya adalah mengetahui peran komunikatif dari sebuah perancangan aplikasi, bukan ketepatan atau ketelitian sebuah sistem. Masukan dari pengguna kepada perancang atau desainer memudahkan mereka dalam memvisualisasikan desain menjadi lebih

baik dan memberikan pandangan tentang bagaimana tampilan aplikasi akan terlihat dan bekerja [13].

User experience adalah suatu proses keterlibatan pengguna dalam berinteraksi dengan produk dan sistem, atau sesuatu apapun yang berkaitan dengan *interface* yang menimbulkan respon yaitu berupa pengalaman pengguna [14]. AISAS adalah suatu model komprehensif yang mengantisipasi beragam perilaku konsumen modern dan pada saat bersamaan berfungsi sebagai model yang beroperasi sesuai dengan aktivitas dunia nyata. AISAS dikembangkan oleh Dentsu Inc. yang merupakan perusahaan periklanan terbesar di Jepang. Dibandingkan model sebelumnya yaitu AIDMA, model AISAS dinilai dapat menjelaskan perilaku konsumen secara lebih akurat. AISAS terdiri dari *Attention* (perhatian), *Interest* (ketertarikan) *Search* (pencarian), *Action* (aksi), dan *Share* (berbagi) [15]. *Business model canvas* merupakan dasar pemikiran yang menjelaskan tentang bagaimana sebuah bisnis diciptakan, diberikan, dan ditangkap nilainya. Terdapat lima bagian model pada inovasi model bisnis Osterwalder dan Pigneur, yaitu di antaranya : *Resource-driven*, *Offer-driven*, *Customer-driven*, *Finance-driven*, dan *Multiple-epicenter* [16].

Data dan Analisis

Berdiri sejak Juni 2015, Axleride Messenger merupakan jasa kurir pengiriman barang menggunakan sepeda di Kota Bandung. Dengan *tagline* “*Your Personal Carrier*”, Axleride Messenger menjadi perantara pribadi untuk pengirim dan penerima barang. Dalam waktu pengiriman maksimal 3 jam dari waktu *pickup*, memastikan barang aman saat pengiriman. Ide produk yang akan dibuat dalam proyek tugas akhir ini adalah kebutuhan media penunjang dalam memudahkan kurir dan pengguna jasa dalam berkomunikasi dan bertransaksi *online*. Maka produk yang akan dibuat adalah “Purwarupa aplikasi *mobile* Axleride Messenger untuk kebutuhan kurir dan pengguna jasa dalam berkomunikasi dan bertransaksi *online*”. Axleride Messenger memiliki 2 jenis paket layanan, yaitu *Same Day/One Day Service* dan *Three Hour Service*. Memiliki visi perusahaan yaitu menjadikan aplikasi *mobile* Axleride Messenger sebagai aplikasi terdepan dalam penyediaan jasa kurir di Kota Bandung dan menciptakan kepuasan dan kepercayaan konsumen dalam penggunaan jasa kurir Axleride Messenger. Memiliki misi perusahaan yaitu menyediakan fitur aplikasi *mobile* yang mudah digunakan dan dipahami guna memudahkan proses komunikasi dan transaksi *online* antara kurir dan pengguna jasa, serta peningkatan pelayanan jasa yang cepat, aman, dan nyaman untuk pengguna jasa. Berdasarkan data observasi, wawancara, kuesioner, dan matriks perbandingan, didapat rangkuman analisis dan penarikan kesimpulan sebagai berikut.

Tabel 1. Penarikan kesimpulan hasil analisis

Rangkuman hasil observasi	Berdasarkan observasi yang dilakukan, didapati beberapa kekurangan yang ada pada jasa kurir sepeda Axleride Messenger yaitu tidak adanya media pendukung untuk menunjang proses komunikasi dan transaksi yang mudah antara kurir dan pengguna jasa.
Rangkuman analisis hasil wawancara	Berdasarkan hasil wawancara kepada narasumber Irham Suwatri yang merupakan praktisi UI/UX mengemukakan bahwa, <i>User Experience</i> itu diibaratkan sebuah rumah yang terdapat pintu-pintu di dalamnya, rumah yang baik adalah rumah yang memiliki pintu-pintu yang dapat menuntun orang di dalamnya untuk menuju suatu ruangan yang ingin mereka datangkan tanpa merasa kebingungan pintu mana yang harus dituju. Sedangkan <i>user interface</i> diibaratkan penanda visual untuk pintu, seperti halnya pemberian warna yang berbeda-beda dari tiap pintu tersebut. Dalam suatu perancangan aplikasi, yang dibutuhkan sebagai dasar perancangan adalah konsep sebuah aplikasi. Konsep perancangan juga harus didasari dengan data khalayak sasaran. Dalam perancangan aplikasi <i>mobile</i> , responsifitas tampilan dan sistem sangat mutlak dibutuhkan oleh <i>user</i> , karena hal tersebut berkaitan dengan efisiensi waktu. Fungsi dari perancangan aplikasi <i>mobile</i> jasa kurir, yaitu dapat memudahkan komunikasi antara kurir dan pengguna jasa. Fitur <i>Real-Time Tracking</i> memberikan informasi yang lebih terperinci kepada pengguna jasa perihal posisi paket yang sedang dikirim, berbeda dengan jasa kurir offline yang fitur <i>tracking</i> hanya memberikan sedikit informasi tentang keberadaan paket kiriman.
Rangkuman analisis hasil kuesioner	Berdasarkan kuesioner yang disebar kepada 98 responden dari masyarakat Kota Bandung dengan usia 18 tahun sampai 40 tahun dalam menggunakan layanan jasa kurir mendapat kesimpulan bahwa sebagian besar masyarakat lebih sering dan sudah pernah menggunakan jasa kurir berbasis aplikasi <i>mobile</i> untuk mengirimkan barang.
Rangkuman	Berdasarkan analisis matriks perbandingan dapat disimpulkan bahwa :

analisis matriks perbandingan	<ul style="list-style-type: none"> • Bila dibandingkan dengan proyek sejenis, Axleride Messenger belum memiliki aplikasi <i>mobile</i> untuk jasa kurir. • Pada aplikasi <i>mobile</i>, penggunaan <i>layout</i>, warna, tipografi, dan ilustrasi harus sesuai dengan kebutuhan kenyamanan pengguna dan sesuai dengan identitas perusahaan. • Penggunaan ikon secara umum sudah harus dikenali oleh pengguna dan harus menggunakan gaya sendiri atau ciri khas, serta pemilihan warna agar tidak terjadi distorsi. • Setiap aplikasi <i>mobile</i> jasa kurir harus memiliki komponen seperti logo, <i>icon</i>, tipografi, map, dan ilustrasi.
Marketing Mix 7P	<p>Berdasarkan marketing mix 7P, dapat disimpulkan bahwa :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pada unsur produk (<i>product</i>), Axleride Messenger membutuhkan aplikasi <i>mobile</i> untuk layanan kebutuhan pengiriman. • Pada harga (<i>price</i>), penetapan nominal biaya jasa pengiriman nantinya akan dimudahkan dengan pemilihan paket pengiriman yang sudah ditentukan oleh perusahaan. • Pada tempat atau saluran pemasaran (<i>place</i>), penggunaan aplikasi <i>mobile</i> memudahkan pengguna untuk melakukan transaksi penggunaan jasa di mana saja (dalam ruang lingkup Kota Bandung yang dijangkau oleh perusahaan) secara <i>online</i>, hanya dengan membuka aplikasi tersebut. • Pada unsur promosi (<i>promotion</i>), penggunaan aplikasi <i>mobile</i> dapat digunakan untuk melakukan promosi produk atau jasa. Media promosi lainnya seperti YouTuba Ads juga dapat dipakai guna memperluas target pasar terhadap pengenalan produk atau jasa. • Bukti fisik yang ada pada Axleride Messenger berupa aplikasi <i>mobile</i> pada <i>smartphone</i>, kantor pelayanan, logo serta seragam kurir sebagai identitas perusahaan. • Orang yang memiliki peranan penting dalam penyajian layanan jasa yaitu kurir sepeda, operator layanan, pengirim, dan penerima paket. • Proses yang berlangsung nantinya yaitu, mulai dari penggunaan aplikasi (pengirim memasukan input data untuk kebutuhan pengiriman), selanjutnya data masuk ke operator layanan, dan data operator layanan dialihkan ke kurir, setelah itu kurir menerima data pengiriman, kemudian proses <i>pickup</i> barang dilakukan oleh kurir, dan akhirnya kurir melakukan proses pengiriman dan sampai pada tempat tujuan penerima barang.
Kesimpulan	<p>Berdasarkan data dan analisis yang telah dilakukan, maka penulis dapat membuat kesimpulan bahwa aplikasi <i>mobile</i> Axleride Messenger dapat menjadi media penunjang untuk memudahkan kurir serta pengguna dalam halnya berkomunikasi, mengecek paket kiriman, dan bertransaksi secara <i>offline</i> maupun <i>online</i>. Hal ini dikarenakan penggunaan <i>smartphone</i> dan internet di Indonesia terutama kota-kota besar yang terus mengalami peningkatan tiap tahunnya. Hal ini terbukti dengan sudah adanya tiga perusahaan jasa pengiriman di Kota Bandung, yaitu GO-JEK, Grab, dan Deliverer yang telah menggunakan aplikasi <i>mobile</i> untuk kemudahan dalam usaha layanan jasa pengiriman.</p>

Sumber : Dokumen pribadi

Konsep dan Hasil Perancangan

Konsep Pesan

Kota Bandung yang semakin padat penduduk tiap tahunnya, meningkat pula jumlah kendaraan bermotor yang lalu lalang di tiap ruas-ruas jalan kota, sehingga menambahnya peningkatan polusi udara oleh emisi gas yang dihasilkan oleh kendaraan bermotor. Untuk mengurangi masalah tersebut, Axleride Messenger menggunakan sepeda sebagai alat transportasi pengiriman barang yang ramah lingkungan. Dengan konsep komunikasi “*The more you send, the more you alive*” bermaksud untuk mengajak dan mengingatkan audience untuk ikut serta secara tidak langsung dalam mencegah dan mengurangi dampak dari bahaya polusi udara tersebut dengan cara menggunakan layanan jasa kurir sepeda Axleride Messenger. Konsep pesan lainnya yaitu “*A pedaling for the future*” yang menyampaikan bahwa dengan bersepeda itu baik untuk kehidupan masa depan, baik kehidupan pribadi, orang lain, dan lingkungan hidup. Strategi dalam perancangan purwarupa aplikasi

mobile Axleride Messenger menggunakan model AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, dan Share*), dan berikut adalah tahap yang dilakukan :

Tabel 2. Model AISAS

<i>Attention</i>	<i>Interest</i>	<i>Search</i>	<i>Action</i>	<i>Share</i>
Menarik perhatian target <i>audience</i> dengan melakukan pengenalan produk dan promosi melalui media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Twitter dengan berbagai konten seperti fotografi yang berhubungan dengan jasa kurir pengiriman barang. Promosi pada YouTube Ads juga dilakukan dengan konten <i>motion graphic</i> untuk pengenalan yang lebih meluas melalui audio dan video yang dapat diputar.	Membangun sebuah ketertarikan target <i>audience</i> terhadap layanan jasa kurir Axleride Messenger dengan penggunaan aplikasi <i>mobile</i> dengan harga pengiriman yang lebih murah dari jasa kurir lainnya dan berbagai fitur di dalamnya yang memudahkan pengguna untuk melakukan pengiriman barang ke tempat tujuan dengan cepat, aman, dan untuk mendukung gerakan hidup sehat tanpa polusi udara.	Setelah membangun ketertarikan pada target <i>audience</i> , hal tersebut dapat memungkinkan target <i>audience</i> untuk mencari ketersediaan aplikasi <i>mobile</i> Axleride Messenger di Google Play Store yang ada di <i>smartphone</i> dengan sistem operasi Android yang dapat diunduh secara gratis.	Setelah mengunduh, melihat tampilan dan fitur yang ada di dalamnya, membuat target <i>audience</i> tertarik untuk menggunakan jasa layanan kurir Axleride Messenger dengan mememesannya melalui aplikasi <i>mobile</i> karena ketertarikan akan produk jasa yang ditawarkan.	Setelah mengunduh dan menggunakan jasa, muncul testimoni nilai kepuasan dalam pengalaman terhadap penggunaan produk jasa Axleride Messenger. Jika pengalaman dan informasi yang didapatkan cukup baik dan menarik minat pengguna, pengguna akan membagikan informasi dan pengalaman yang didapat setelah menggunakan aplikasi dengan membagikannya ke orang-orang di sekitarnya secara langsung atau melalui media sosial dan akan terciptanya <i>word of mouth communications</i> .

Sumber : Dokumen pribadi

Melalui model AISAS tersebut, dapat diaplikasikan menjadi strategi promosi sebagai berikut :

Tabel 3. Strategi Promosi

Tujuan	AISAS	Media	Lokasi	Pesan
<i>Informing</i>	<i>Attention / Interest</i>	Media sosial, Youtube, dan aplikasi <i>mobile</i>	Facebook, Instagram, Twitter, Youtube Ads, dan Google PlayStore	Axleride Messenger, "A Pedaling For The Future"
<i>Persuading</i>	<i>Interest / Search</i>	Aplikasi <i>mobile</i>	Google PlayStore	Axleride Messenger, "A Pedaling For The Future"
<i>Reminding</i>	<i>Action / Share</i>	Media sosial, <i>website</i>	Facebook, Instagram, Twitter, dan Blog	Axleride Messenger, "The more you send, the more you alive"

Sumber : Dokumen pribadi

Konsep Kreatif

Berdasarkan konsep pesan, maka konsep kreatif yang akan ditampilkan pada perancangan aplikasi *mobile* Axleride Messenger ini adalah adanya fitur pendapatan *point* pada setiap penggunaan jasa kurir, *point-point* tersebut nantinya dapat ditukarkan dengan produk-produk *recycle* untuk mendukung gaya hidup sehat dan

go-green. Pada aplikasi juga terdapat halaman dimana pengguna dapat mencari informasi mengenai acara atau kegiatan bersepeda di Kota Bandung.

Konsep Visual

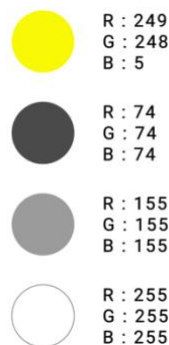
Berdasarkan konsep kreatif, tujuan yang ingin dicapai adalah desain yang bersifat simpel, modern, dan *friendly* bagi pengguna. Aplikasi *mobile* ini dapat digunakan oleh siapa saja selama berada di jangkauan perusahaan di dalam Kota Bandung. Aplikasi *mobile* Axleride Messenger dibuat secara sederhana dan universal untuk memudahkan kurir dan pengguna dalam mengaplikasikannya. Perancangan aplikasi *mobile* Axleride Messenger ini meliputi perancangan *layout*, warna, *icon*, tipografi, ilustrasi dan fotografi.

1. *Layout*

Perancangan aplikasi *mobile* ini mengacu pada penggunaan *grid* untuk mengatur tata letak elemen visual dan menjaga konsistensi margin. *Layout* yang digunakan dalam perancangan aplikasi *mobile* ini adalah dengan menggunakan *sequence* dari atas ke bawah dan dari kiri ke kanan. *Layout* akan dilengkapi dengan komponen *Toolbars*, *Bottom Navigation*, *Bottom Sheets*, *Navigation Views*, *Snackbars*, *Tab Layout*, dan *Text Fields*.

2. Warna

Dalam konsep kreatif, penggunaan warna pada aplikasi *mobile* Axleride Messenger ini nantinya akan menyesuaikan dengan warna logo perusahaan. Hal tersebut bertujuan untuk menyelaraskan identitas visual dari Axleride Messenger itu sendiri. Logo Axleride Messenger yang didominasi warna kuning dan hitam memiliki nilai kontras yang cukup kuat bila kedua warna tersebut dipadukan. Berikut ini adalah warna-warna yang akan digunakan dalam aplikasi *mobile* Axleride Messenger yaitu :



Gambar 1. Warna yang digunakan pada aplikasi.
Sumber : Dokumen Pribadi

3. Tipografi

Tipografi yang digunakan pada perancangan aplikasi *mobile* Axleride Messenger adalah dengan *font* berjenis *Sans Serif*, karena memiliki nilai *readability* dan *legibility* yang baik. Berdasarkan analisis yang dilakukan, aplikasi *mobile* lebih banyak menggunakan *font* jenis *Sans Serif*. *Font* yang akan digunakan adalah Roboto. Roboto adalah standar *font* yang disediakan oleh Google untuk aplikasi *mobile* pada sistem operasi Android dan berikut merupakan tampilan karakter dari *font* Roboto :

Thin
Thin Italic
Light
Light Italic
Regular
Regular Italic
Medium
Medium Italic
Bold
Bold Italic
Black
Black Italic

Gambar 2. Roboto *font*.
Sumber : fonts.google.com








4. *Icon*

Penggunaan ikon pada perancangan aplikasi *mobile* Axleride Messenger mengikuti bentuk dan warna dari *flat design* yang sederhana sesuai dengan referensi *icon* yang digunakan Google pada sistem operasi Android.

Konsep Bisnis

Untuk mencari dasar pemikiran yang menjelaskan bagaimana sebuah bisnis diciptakan, diberikan, dan dilihat nilainya, berikut merupakan bisnis kanvas untuk perusahaan Axleride Messenger yang bergerak dalam layanan jasa kurir pengiriman :

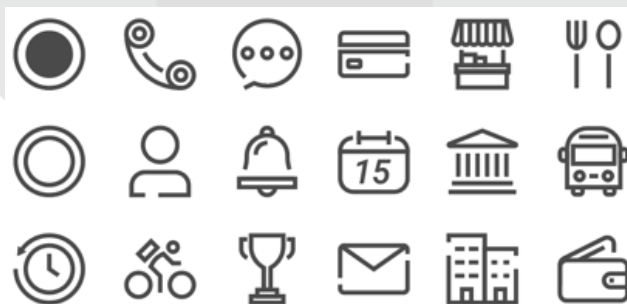
Tabel 4. Tabel pemilihan media

<p>Key Partners</p>  <ul style="list-style-type: none"> - Pelaku UKM di Kota Bandung - Toko waralaba seperti Indomaret dan Alfamart - Bank - Komunitas Sepeda Bandung 	<p>Key Activities</p>  <ul style="list-style-type: none"> - Pembuatan identitas dan logo perusahaan - Promosi melalui <i>website</i> dan media sosial - Kontak pelayanan jasa - Pemesanan melalui aplikasi <i>mobile</i> - <i>Maintenance</i> rutin alat-alat perusahaan 	<p>Value Proposition</p>  <p>Jasa kurir pengiriman paket / barang dengan menggunakan sepeda secara cepat, aman, <i>eco-friendly</i>, serta memiliki fleksibilitas dalam menghadapi kemacetan di ruas-ruas jalan Kota Bandung</p>	<p>Customer Relationships</p>  <ul style="list-style-type: none"> - Media sosial - Aplikasi <i>mobile</i> - Email - LINE Messenger / Whatsapp 	<p>Customer Segments</p>  <p>Pelajar, mahasiswa, dan wiraswasta di Kota Bandung. Laki-laki dan perempuan dengan usia 18 sampai 40 tahun (dewasa awal), pengguna <i>smartphone</i>, aktif di media sosial, dan memiliki mobilitas tinggi.</p>
<p>Cost Structure</p>  <ul style="list-style-type: none"> - Gaji pegawai - Maintenance <i>website</i> dan aplikasi <i>mobile</i> - Promosi - Garansi - Perawatan sepeda 		<p>Revenue Streams</p>  <ul style="list-style-type: none"> - Menjual jasa pengiriman - Top up Axr Cash - Sponsor dari mitra perusahaan - Souvenir 		

Sumber : Dokumen pribadi

Hasil Perancangan

1. Ikon Aplikasi

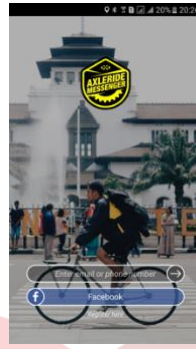


Gambar 3. Ikon Aplikasi
Sumber : Dokumen Pribadi

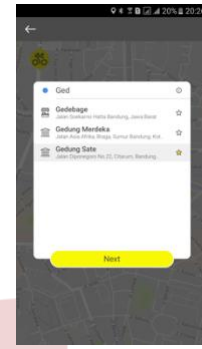
2. Screen Aplikasi



Gambar 4. *Splash Screen*
Sumber : Dokumen Pribadi



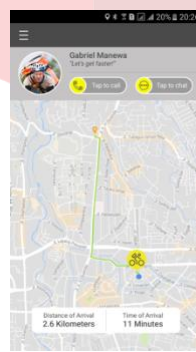
Gambar 5. *Login Screen*
Sumber : Dokumen Pribadi



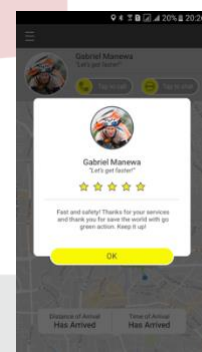
Gambar 6. *Input Lokasi Pengirim*
Sumber : Dokumen Pribadi



Gambar 7. *Finding Courier*
Sumber : Dokumen Pribadi



Gambar 8. *Real-Time Tracking*
Sumber : Dokumen Pribadi



Gambar 9. *Feedback and Rating*
Sumber : Dokumen Pribadi

Kesimpulan

Penduduk Kota Bandung yang semakin meningkat tiap tahunnya dan bertambahnya peningkatan jumlah kendaraan bermotor di tiap-tiap ruas jalan kota, menimbulkan dampak pada permasalahan polusi udara di Kota Bandung akibat emisi gas yang dihasilkan kendaraan bermotor. Sepeda sebagai alat transportasi yang ramah lingkungan dapat dijadikan solusi untuk mengurangi dampak polusi udara dan kemacetan jalan raya. Kebutuhan masyarakat perkotaan yang memiliki mobilitas tinggi sangat membutuhkan sebuah jasa layanan kurir pengiriman barang yang dapat melewati kemacetan di kota-kota besar seperti Kota Bandung. Axleride Messenger merupakan layanan jasa kurir sepeda di Kota Bandung yang ramah lingkungan, ramah sosial, dan dapat melalui kemacetan di ruas-ruas jalan di Kota Bandung dengan pengiriman paket / barang yang cepat dan aman sampai tujuan. Kurir sepeda memiliki kekurangan yaitu tidak dapat melakukan pengiriman pada saat cuaca buruk. Perkembangan teknologi saat ini semakin canggih, semuanya serba *online*.

Masyarakat kota-kota besar seperti Kota Bandung sudah banyak menggunakan *smartphone* sebagai alat komunikasi, hiburan, dan kebutuhan lainnya seperti berbelanja dan bertransaksi *online*. Jasa kurir yang telah hadir terlebih dulu sudah menggunakan aplikasi *mobile* untuk memudahkan dalam proses komunikasi dan transaksi antara kurir dan pengguna. Saat ini Axleride Messenger hanya menggunakan LINE Messenger untuk komunikasi, oleh karena itu dibutuhkannya sebuah media aplikasi *mobile* untuk memudahkan pengguna dan kurir dalam berkomunikasi dan bertransaksi. Berdasarkan hasil observasi, wawancara, analisis matriks, kuesioner, 7P, dan SWOT, maka diperoleh kesimpulan bahwa perlu dibuat sebuah aplikasi *mobile* yang mampu untuk memudahkan kurir dan pengguna jasa dalam berkomunikasi dan bertransaksi *online*.

Desain pada *user interface* aplikasi akan disesuaikan oleh target pengguna yaitu dewasa awal, sehingga menggunakan gaya yang simpel, modern, dan *friendly*. Gaya desain tersebut akan diterapkan pada elemen-elemen visual seperti ikon, *layout*, *font*, dan warna pada aplikasi. Melalui aplikasi, pengguna jasa dapat melakukan *Real Time Tracking* kepada kurir yang memudahkan pengguna dalam mengecek barang kiriman menuju tempat tujuan. Aplikasi *mobile* Axleride Messenger memiliki fitur *points* pada saat penggunaan aplikasi. *Point-point* yang dikumpulkan dapat ditukarkan dengan produk *recycle* untuk mendukung gaya hidup sehat dan *go-green*. Pada aplikasi juga terdapat layanan untuk para pesepeda di Kota Bandung mengetahui informasi tentang acara atau kegiatan bersepeda.

Daftar Pustaka :

- [4] Fincham, Benjamin. (2006). *Back to the 'old school': bicycle messengers, employment and ethnography*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications
- [7] Kusrianto, Adi. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Penerbit ANDI
- [8] Sriwitari dan Widnyana. (2014). *Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- [9] Safanayong, Yongky. (2006). *Desain Komunikasi Visual Terpadu*. Jakarta: Arte Intermedia
- [10] Lister, Dovey, Giddings, Grant, Kelly. (2009). *New Media: A Critical Introduction Second Edition*. Oxfordshire: Routledge Ilmu
- [11] Hodijah, Ade. (2015). *Bikin Toko Online di Android dengan WebHost Gratis*. Yogyakarta: Penerbit ANDI
- [12] Widyaharsana, James.I.W. (2010). *Mobile Marketing sebagai Media Pemasaran*. Jakarta: PPM
- [13] Galitz, Wilbert O. (2007). *The Essential Guide to User Interface Design: An Introduction to GUI Design Principles and Techniques*. Indianapolis, IN: Wiley Publishing
- [14] Tullis dan Albert. (2013). *Measuring the User Experience: Collecting, Analyzing, and Presenting Usability Metrics*. Waltham, MA: Elsevier Inc
- [15] Sugiyama dan Andree. (2011). *The Dentsu Way*. New York City: McGraw-Hill Company
- [16] Osterwalder dan Pigneur. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Chichester, UK: Wiley Publishing

Lain-lain :

- [1] <https://bandungkota.bps.go.id/statictable/2017/08/29/106/-jumlah-penduduk-dan-laju-pertumbuhan-penduduk-di-kota-bandung-2011---2016-.html> (13-08-2017, 21:21)
- [2] <https://bandungkota.bps.go.id/dynamictable/2015/11/19/10/kepadatan-penduduk-per-km2-kota-bandung-tahun-2008-2014.html> (13-08-2017, 21:25)
- [3] <http://www.mongabay.co.id/2016/12/06/perbincangan-tentang-kemacetan-kota-bandung-apa-solusinya/> (06-09-2017, 20:48)
- [5] <http://vik.kompas.com/bikemessenger> (19-08-2017, 14:32)
- [6] https://www.kominfo.go.id/content/detail/6095/indonesia-raksasa-teknologi-digital-asia/0/sorotan_media (22-08-2017, 19:41)