

ABSTRAK

PERANCANGAN MEDIA APLIKASI BUS TRANS METRO BANDUNG UNTUK MASYARAKAT KOTA BANDUNG

Oleh
Sheila Christy
NRP 1464054

Bandung sebagai salah satu kota yang penduduknya padat, membutuhkan mobilisasi untuk melakukan kegiatan sehari – hari, dalam melakukan mobilisasi tersebut, masyarakat dapat menentukan pilihan untuk memakai transportasi pribadi ataupun transportasi publik yang telah disediakan oleh pemerintah. Trans Metro Bandung (TMB) adalah salah satu transportasi publik yang disediakan oleh pemerintah dengan fasilitas yang sudah memadai, tetapi mayoritas masyarakat sulit untuk mendapatkan informasi seputar bus TMB baik rute, jadwal, lokasi halte, maupun fasilitas bus. Padahal perkembangan teknologi saat ini dapat mempermudah masyarakat untuk mendapatkan informasi tersebut, namun tampaknya teknologi ini belum dimanfaatkan secara maksimal oleh TMB.

Maka dari itu, tujuan perancangan ini adalah untuk mempermudah masyarakat dalam mencari segala informasi mengenai bus TMB melalui media aplikasi yang informatif dan memiliki ciri khas lokal yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat Kota Bandung. Manfaat perancangan ini adalah agar masyarakat tidak lagi kesulitan dalam mencari segala informasi mengenai bus TMB dan lebih mudah dalam mengakses informasi dalam satu aplikasi.

Solusi yang ditawarkan adalah pembuatan sebuah aplikasi yang dapat memuat seluruh informasi mengenai bus TMB yang diringkas secara terstruktur sehingga pengguna dapat mudah mengerti serta dilengkapi dengan *gamification* yang membuat aplikasi lebih menarik dan dapat dipakai dalam jangka waktu yang panjang. Selain aplikasi sebagai media utamanya digunakan juga media promosi sebagai pendukung berupa *X-Banner*, *Billboard*, iklan di media sosial, bus, serta halte, berbagai macam *gimmick* agar masyarakat tertarik untuk mengunduh aplikasi yang dilengkapi juga dengan *booth* sebagai tempat penyebaran promosi dan *gimmick*. Melalui perancangan media aplikasi ini diharapkan masyarakat Kota Bandung tidak lagi kesulitan dalam mencari segala informasi mengenai bus TMB sehingga lebih mudah untuk beraktifitas sehari – hari menggunakan bus Trans Metro Bandung.

Kata kunci ; *user experience*, *user interface*, transportasi umum

ABSTRACT

BUS TRANS METRO BANDUNG APPS DESIGN FOR BANDUNG'S SOCIETY

By
Sheila Christy
NRP 1464054

Bandung as one of the densely populated cities, requires mobilization to conduct daily activities. In the mobilization, the public can choose either to use their own transportation or public transportation provided by the government. Trans Metro Bandung (TMB) is one of the public transportation provided by the government with adequate facilities. Unfortunately, most people find it difficult to obtain information about TMB such routes, schedule, bus stop, or bus facility. Even though the current technological development can facilitate the public to get the information, but it seems that this technology has not been fully utilized by Trans Metro Bandung.

Therefore, the purpose of this design is to facilitate the public in finding all the information about the TMB through the apps design which informative and have local characteristics according to the needs of Bandung's people. The benefits of this apps design is the Bandung's people no longer have trouble to find all the information about the TMB and easier access to information in just one application.

The solution offered is the creation of an application that can contain all information about the TMB that well structured so that users can easily understand and equipped with gamification that makes the application more interesting and can be used in a long period of time. Alongside the application as the main media, used as well as promotional media as support in the form of X-Banner, billboard, advertising on social media, advertising on bus as well as bus stops, various of gimmick so that people interested to download the application. There is also small and large booth as a place of promotion and gimmick spread. Through the apps design, Bandung's people no longer experience the difficulties in finding all information about TMB so it is easier to conduct daily activities by using Trans Metro Bandung.

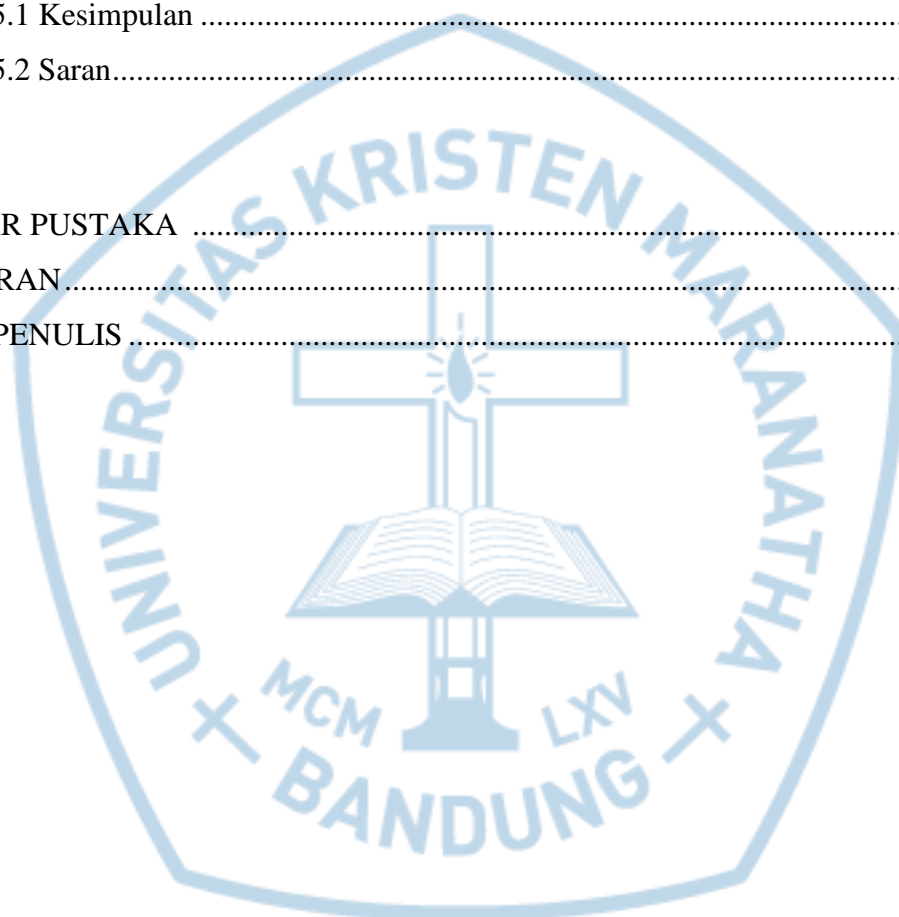
Key word ; user experience, user interface, public transportation

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR ORISINALITAS LAPORAN.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	2
1.3 Tujuan Perancangan.....	2
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	3
1.5 Skema Perancangan	4
BAB II : LANDASAN TEORI.....	5
2.1 Teori Perancangan.....	5
2.2 Desain Komunikasi Visual.....	5
2.3 Transportasi Umum.....	5
2.3.1 Pengertian Transportasi umum menurut ahli	5
2.3.2 Fungsi Transportasi Umum.....	7
2.4 Definisi Bus.....	8
2.5 Media Informasi	9
2.5.1 Definisi Media Informasi	9
2.5.2 Macam – Macam Media Informasi	10

2.6 Pengertian Infografis	10
2.6.1 Jenis – Jenis Infografis	11
2.7 Pengertian Aplikasi	11
2.8 Teori UI/UX	12
2.8.1 <i>Human Computer Interaction (HCI)</i>	12
2.8.2 <i>User Interface (UI) User Experience (UX)</i>	13
2.9 Definisi <i>Smart City</i>	13
2.10 Definisi <i>E-Ticketing</i>	14
2.11 Definisi <i>E-Money</i>	15
BAB III URAIAN DATA DAN ANALISIS	14
3.1 Lembaga Terkait	14
3.1.1 Dinas Perhubungan Kota Bandung (Mandatori)	14
3.1.2 PERUM DAMRI (Mandatori)	16
3.2 Data dan Fakta	18
3.2.1 Hasil Observasi Trans Metro Bandung	18
3.2.2 Sejarah Trans Metro Bandung	27
3.2.3 Wawancara	28
3.2.4 Data Kuesioner	34
3.2.5 Tinjauan Karya Sejenis	49
3.3 Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta	51
3.3.1 Analisis SWOT dari Trans Metro Bandung	51
3.3.2 Analisis SWOT dari Media Aplikasi	53
3.3.3 Analisis STP	54
BAB IV : PEMECAHAN MASALAH	55
4.1 Konsep Komunikasi	55
4.2 Konsep Kreatif	56
4.3 Konsep Media	57
4.3.1 Media Utama	57

4.3.2 Media Penunjang.....	57
4.4 Karya.....	59
4.4.1 Aplikasi	59
4.4.2 Media Pendukung.....	80
4.5 <i>Budgeting</i>	90
BAB V : PENUTUP	92
5.1 Kesimpulan	92
5.2 Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN.....	96
DATA PENULIS	102



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Skema Perancangan.....	4
Gambar 3.1 Logo DISHUB Kota Bandung	14
Gambar 3.2 Logo PERUM DAMRI	16
Gambar 3.3 Bus Trans Metro Bandung	18
Gambar 3.4 Papan Informasi pada setiap halte	19
Gambar 3.5 Penyuluhan dari DISHUB Kota Bandung.....	20
Gambar 3.6 Halte Trans Metro Bandung.....	21
Gambar 3.7 Jadwal Keberangkatan dilihat lewat <i>browsing</i>	22
Gambar 3.8 Pemberitahuan tentang kartu elektronik - 1	23
Gambar 3.9 Pemberitahuan tentang kartu elektronik - 2	23
Gambar 3.10 Pemberitahuan tentang kartu elektronik - 3	24
Gambar 3.11 Sosialisasi kepada penumpang bus	25
Gambar 3.12 Kartu elektronik Bus Trans Metro Bandung	26
Gambar 3.13 Fasilitas dalam Bus Trans Metro Bandung	26
Gambar 3.14 Foto bersama supir dan kondektur Bus Trans Metro Bandung.....	30
Gambar 3.16 Logo Moovit.....	50
Gambar 3.16 Tampilan Aplikasi Moovit	50
Gambar 4.1 Logo BEUS	59
Gambar 4.2 <i>Landing Page</i>	60
Gambar 4.3 <i>Tutorial Page</i>	61
Gambar 4.4 Tampilan Masuk.....	61
Gambar 4.5 Tampilan Daftar Baru.....	62
Gambar 4.6 Tampilan Verifikasi.....	63
Gambar 4.7 Tampilan Utama	64
Gambar 4.8 <i>Search</i>	65
Gambar 4.9 Tampilan Pilihan Rute.....	66
Gambar 4.10 <i>Step by Step</i>	67
Gambar 4.11 <i>Live Direction</i>	68
Gambar 4.12 Informasi Seputar Bus.....	69
Gambar 4.13 <i>Payment</i>	70
Gambar 4.14 Halte <i>Online</i>	71

Gambar 4.15 <i>Timeline</i>	72
Gambar 4.16 Akun Saya	73
Gambar 4.17 <i>Wallet</i>	74
Gambar 4.18 BEUS Poin	75
Gambar 4.19 Riwayat.....	76
Gambar 4.20 Misi	77
Gambar 4.21 Pengaturan Akun	78
Gambar 4.22 <i>Side Menu</i>	79
Gambar 4.23 <i>Icon Set</i>	80
Gambar 4.24 <i>Social Media Advertising</i> - Instagram.....	81
Gambar 4.25 <i>Social Media Advertising</i> - Twitter	81
Gambar 4.26 <i>Social Media Advertising</i> - Facebook	82
Gambar 4.27 Poster.....	82
Gambar 4.28 X-Banner	83
Gambar 4.29 Iklan <i>Billboard</i> Horizontal	84
Gambar 4.30 Iklan <i>Billboard</i> Vertikal	84
Gambar 4.31 Iklan Bus Tampak Depan.....	85
Gambar 4.32 Iklan Bus Tampak Belakang	85
Gambar 4.33 <i>Counter (Booth)</i> Ukuran Besar	86
Gambar 4.34 <i>Counter (Booth)</i> Ukuran Kecil.....	86
Gambar 4.35 Iklan Pada Halte	87
Gambar 4.36 Kupon Isi Ulang	87
Gambar 4.37 Gelang	88
Gambar 4.38 iRing	88
Gambar 4.39 Maskot BEUS “Kang Asep”	89
Gambar 4.40 Payung.....	89
Gambar 4.41 Pin	90

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tempat Asal Responden	35
Tabel 3.2 Penggunaan Transportasi Umum	35
Tabel 3.3 Jenis Transportasi Umum yang Pernah Digunakan	36
Tabel 3.4 Penggunaan Transportasi Umum yang Paling Sering.....	36
Tabel 3.5 Usia Responden.....	37
Tabel 3.6 Jenis Kelamin Responden	37
Tabel 3.7 Pekerjaan Responden	38
Tabel 3.8 Pendapatan Responden	38
Tabel 3.9 Jenis Transportasi yang Sering Dipakai.....	39
Tabel 3.10 Penggunaan <i>Gadget</i>	40
Tabel 3.11 Intensitas Penggunaan <i>Gadget</i>	40
Tabel 3.12 Pengetahuan Mengenai TMB	41
Tabel 3.13 Pernah atau Tidak Naik TMB	41
Tabel 3.14 Intensitas Seberapa Sering Naik TMB.....	42
Tabel 3.15 Alasan Tidak Pernah Naik TMB.....	42
Tabel 3.16 Ketertarikan Responden Naik TMB	43
Tabel 3.17 Pengetahuan Mengenai Tarif TMB.....	44
Tabel 3.18 Ketertarikan Responden Setelah Mengetahui Harga Ekonomis	44
Tabel 3.19 Media yang Paling Cocok	45
Tabel 3.20 Pengetahuan Informasi Seputar TMB.....	46
Tabel 3.21 Mendapatkan Informasi	46
Tabel 3.22 Alasan Tidak Mendapatkan Informasi	47
Tabel 3.23 Aplikasi Dapat Memuat Seluruh Informasi	47
Tabel 3.24 Pentingnya Aplikasi	48
Tabel 3.25 Ketertarikan Responden untuk Menggunakan Aplikasi	49
Tabel 4.1 <i>Budgeting</i>	90-91

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A <i>User Persona</i>	96
LAMPIRAN B <i>User Flow</i>	97
LAMPIRAN C <i>Wireframe</i>	98
LAMPIRAN D Sketsa Logo	100
LAMPIRAN E Sketsa Maskot dan <i>Booth</i>	101
LAMPIRAN F <i>Mockup</i> aplikasi dan media pendukung	102

