

Perancangan Sistem Informasi Berbasis Aplikasi di Pasar Panorama Lembang untuk Dewasa Awal

Firman Naufal Adiansyah¹, Aldrian Agusta², Inko Sakti Dewanto³
firman.na99@mhs.itenas.ac.id¹, ian@itenas.ac.id², inkosakti@itenas.ac.id³

Abstrak. Perkembangan perekonomian dari suatu kota bergantung pada sistem perdagangan di kota tersebut. Pasar tradisional dan pasar modern merupakan bagian dari sarana dalam melakukan aktivitas perekonomian dan perdagangan. Selain hubungan sosial ekonomis yang terjadi di pasar tradisional seperti tawar menawar dan jual beli, sistem informasi mengenai tata letak kios-kios di pasar juga memengaruhi suasana pasar tersebut. Beragamnya tata letak pada suatu pasar membuat pembeli kebingungan, khususnya bagi anak muda. Pasar yang menjadi target pada penelitian ini merupakan Pasar Panorama Lembang. Dibutuhkan solusi dalam memberikan informasi mengenai tata letak pasar untuk dapat memudahkan pembeli khususnya anak muda dalam menemukan toko dan berbelanja di Pasar Panorama Lembang. Salah satu caranya berupa perancangan *environmental graphic design* (EGD) pada aplikasi yang berisi tata letak pasar secara keseluruhan, ikon yang menggambarkan kategori toko, serta direktori, *wayfinding* dan *wayshowing* menuju toko dan fasilitas lainnya. Perancangan sistem informasi pada penelitian ini juga termasuk pembuatan *maps* dan *guidelines* mengenai informasi pasar berupa panel informasi yang dipasang di sekitar pasar.

Kata Kunci : Pasar Tradisional, Sistem Informasi, Aplikasi

Abstract. The economic development of a city depends on the trading system in that city. Traditional markets and modern markets are part of the means of carrying out economic and trade activities. In addition to the socio-economic relationships that occur in traditional markets such as bargaining and buying and selling, the information system regarding the layout of the stalls in the market also affects the atmosphere of the market. The variety of layouts in a market can confuse buyers, especially young people. The target market in this research is Panorama Lembang Market. A solution is needed in providing information about the layout of the market to make it easier for buyers, especially young people, to find shops and shop at Lembang Panorama Market. One way to do this is by designing an environmental graphic design (EGD) on an application that contains the overall market layout, icons that describe store categories, as well as directories, wayfinding, and wayshowing on the way to stores and other facilities. The design of the information system in this research also includes the creation of maps and guidelines regarding market information in the form of information panels installed around the market.

Keywords: *Traditional Market, Information System, Application*

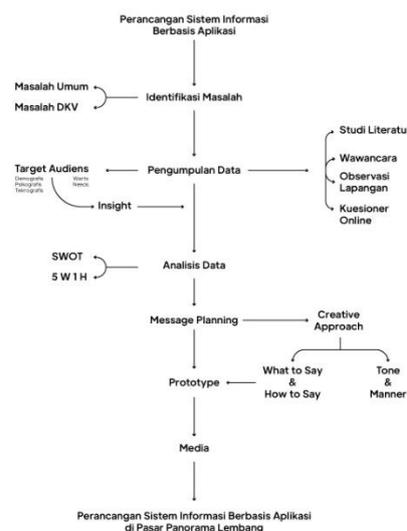
Pendahuluan

Dewasa ini pasar modern telah berkembang pesat di kota-kota besar Indonesia. Pusat perbelanjaan modern, hypermart, serta minimarket telah menjamur bahkan sampai ke pelosok desa ataupun kecamatan yang letaknya jauh dari perkotaan. Keberadaan *minimarket* tersebut pula kadang sangat berdekatan dengan pasar tradisional. Ini membuktikan bahwa keberadaan pasar modern semakin meningkat, sementara pasar tradisional semakin menyusut jumlahnya. Namun, tidak dipungkiri juga pasar tradisional tetap menjadi primadona bagi para pembeli setianya. Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya pedagang dan pembeli secara langsung, biasanya terdapat proses tawar menawar, jual-beli, maupun berdiskusi satu sama lain antar pedagang. (Kotler & Keller, 2015) dalam bukunya "*Marketing Management*", menyebutkan bahwa pasar ialah tempat dimana pelanggan dan penjual saling berkumpul, serta memiliki kebutuhan khusus untuk bertransaksi atas produk tertentu guna untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan tersebut.

Selain hubungan sosial ekonomis yang memengaruhi suasana pasar bagi para pembelinya, adapula hal lain yang memengaruhi suasana pasar tersebut, salah satu diantaranya ialah tentang sistem informasi tentang bagaimana tata letak pasar itu sendiri. Terkadang tata letak toko-toko di Pasar Tradisional sangatlah beragam, misalnya untuk Toko Sayuran terkadang ada di bagian utara pasar, pun ada juga yang berada di bagian selatan, begitu pula dengan bagian timur maupun bagian barat. Bagi para orang tua, tata letak tersebut tidaklah begitu menjadi masalah, karena mereka sudah menemukan toko langganan mereka, dan sudah mengetahui juga di mana letak toko tersebut. Namun, bagi anak muda yang ditugaskan oleh orang tua mereka untuk berbelanja di Pasar Tradisional, terkadang kebingungan saat mengunjungi pasar, entah dari tata letak yang sangat beragam, kurangnya sistem informasi yang memadai seperti *Sign System*, *Venue Map* ataupun Aplikasi untuk membantu pembeli mencari toko tersebut.

Metode

Metode survei yang digunakan dalam penelitian ini ialah kualitatif. Model penelitian yang digunakan dipilih karena dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai masalah yang dihadapi. Survei dengan menggunakan survei kualitatif bertujuan untuk memberikan pemahaman lebih mendalam mengenai subjek survei, yakni Pasar Panorama Lembang. Metode perancangan dapat dilihat dalam bagan berikut:



Gambar 1. Metode perancangan
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021)

Kuesioner

Kuesioner berkala ditunjukkan kepada masyarakat sekitar Kota Lembang dan Kabupaten Bandung Barat secara acak khususnya generasi muda yang sering berbelanja ke Pasar Panoram Lembang. Diharapkan kuesioner ini dapat mengenali lebih lanjut tentang perspektif atas wawasan, pengalaman, dan tanggapan para responden mengenai Sistem Informasi yang berada di Pasar Panorama Lembang.

Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab secara langsung antara peneliti dan narasumber. Wawancara akan dilakukan secara terstruktur untuk memperdalam materi pada studi literatur yang telah dilakukan sebelumnya.

Studi Literatur

Studi Literatur merupakan sebuah metode penelitian dengan mengumpulkan data dari sejumlah buku, artikel yang berkaitan dengan masalah serta tujuan dari penelitian. Studi Literatur yang dicari untuk penelitian ini berupa buku, artikel ilmiah yang membahas seputar Isu, Sejarah, Pasar Tradisional, Media Aplikasi, *Wayfinding*, *Wayshowing*, *Sign System*, dan *Icon* yang sesuai dengan kebutuhan audiens.

Observasi Lapangan

Observasi lapangan dilakukan yakni dengan mengamati secara langsung keadaan di lapangan. Ditunjukkan untuk membuat skema serta pengambilan asset di lokasi terkait serta pengambilan data berupa tata letak keseluruhan Pasar dan detail

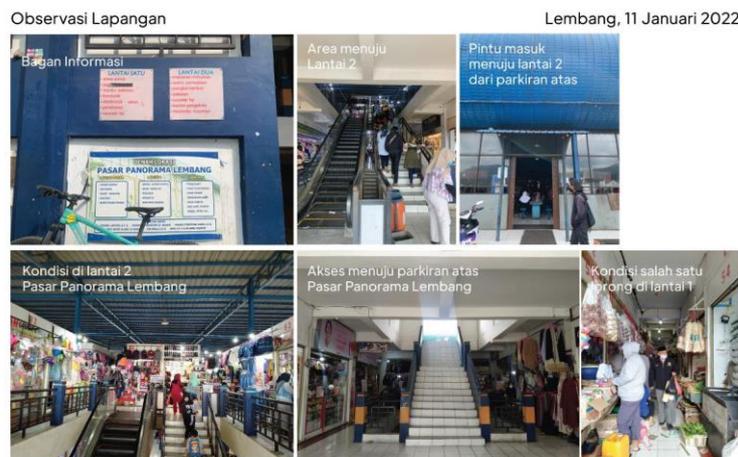
tentang toko-toko di Pasar tersebut dengan bagian-bagian lainnya, seperti Mushola, Tempat Parkir, Toilet, serta Informasi pengelola Pasar tersebut.

Hasil dan Pembahasan

Hasil Kuesioner

Kuesioner dibagikan kepada 83 responden dengan 13 pertanyaan. Dengan hasil kuesioner sebagai berikut: Sebagian besar yang mengisi berusia 20 – 25 tahun berdomisili di Kota Lembang, memiliki intensitas berbelanja 1 – 2x dalam sebulan di Pasar Panorama Lembang. Sebagian besar menilai bahwa suasana di Pasar Panorama Lembang sudah terstruktur, dari segi tata letak toko – toko di Pasar Panorama Lembang pun cukup terstruktur. Namun, responden menilai akses menuju toko – toko, kondisi petunjuk arah, serta kondisi Sistem Informasi berupa peta lapangan, denah pasar, titik kumpul, WC, mushola, dan lain sebagainya masih kurang keberadaannya di Pasar tersebut. Mereka pun berharap, Sistem Informasi tersebut dapat ditambahkan ke Pasar Panorama Lembang, guna untuk membantu dalam mencari toko atau tempat tertentu, membaca denah pasar secara keseluruhan, ataupun mengurangi waktu dalam mencari toko yang dituju. Responden pun memiliki antusias dalam mencoba aplikasi mengenai Sistem Informasi tersebut secara keseluruhan, karena menurut mereka aplikasi tersebut dapat mengurangi waktu tempuh, mempermudah akses, serta mencakup informasi pasar. Namun, tetap saja dalam prosesnya perlu adaptasi lebih lanjut agar memudahkan upaya penggunaan aplikasi tersebut.

Hasil Observasi Lapangan



Gambar. 2 Observasi Lapangan Pasar Panorama Lembang – 11 Januari 2022
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Pada saat melakukan Observasi Lapangan di Pasar Panorama Lembang, observasi dilakukan guna untuk memahami lebih dalam mengenai keadaan serta kondisi tata letak Pasar Panorama Lembang secara keseluruhan. Ketika observasi dilakukan peneliti menemukan beberapa informasi terkait keadaan Pasar Panorama Lembang, dimana dalam tata letak toko – toko serta kondisi lorong – lorong yang tersedia sudah sangat baik, namun Pasar Panorama Lembang sendiri minim akan informasi, seperti bagan yang tersedia pintu masuk bagian barat hanya berisi informasi mengenai letak toko di lantai dasar hingga lantai 2, sehingga informasi untuk petunjuk arah maupun

kondisi denah atau peta lokasi tidak ada informasi lebih lanjut, sehingga para pengunjung kebingungan untuk menuju ke toko – toko yang akan mereka tuju.

Hasil Wawancara

Wawancara dilakukan kepada 3 (tiga) orang narasumber dengan hasil wawancara sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Wawancara Narasumber

Narasumber	Penjelasan	Tanggapan mengenai kondisi pasar	Solusi dari narasumber	Tanggapan mengenai tawaran solusi
A	<ul style="list-style-type: none"> - Suasana sudah lebih nyaman, banyak titik masuk, sudah mulai tertata 	<ul style="list-style-type: none"> - Belum ada petunjuk arah menuju mushola, toilet, serta toko-toko. - Pengelola terkadang memberikan informasi letak toko via audio/speaker. 	<ul style="list-style-type: none"> - Dipasang papan informasi terkait denah peta, penunjuk arah, kios, dan penanda titik kumpul - Perlu adanya penanda titik kumpul karena dapat membantu apabila terjadi bencana - Adanya penanda zona parkir 	<ul style="list-style-type: none"> - Aplikasi akan membantu orang-orang yang jarang mengunjungi pasar. - Perlu adanya sosialisasi mengenai penggunaan aplikasi
F	<ul style="list-style-type: none"> - Pasar sangat lengkap - Tujuan berbelanja kebutuhan pribadi, menemani rekan, dan makan makanan basah di pasar - Suasana layaknya pasar namun lebih ramai, 	<ul style="list-style-type: none"> - Tidak ada penanda yang langsung menuju satu toko, sehingga harus bertanya pada pedagang atau orang terdekat 	<ul style="list-style-type: none"> - Ditambahkan penanda khusus untuk segmen tertentu (toko dan fasilitas lainnya) 	<ul style="list-style-type: none"> - Akan mencoba aplikasi yang dibuat - Pemasaran penggunaan aplikasi dapat berupa poster, penyuluhan ke pedagang. - Aplikasi dibuat sederhana agar memudahkan pengguna

	besar, dan rapi			
D	<ul style="list-style-type: none"> - Berbelanja 3 kali dalam seminggu - Sudah lebih nyaman, lebih bersih, sudah lebih tertata dari sebelum di renovasi 	<ul style="list-style-type: none"> - Informasi di dalam pasar masih kurang (seperti penunjuk jalan, penanda WC, mushola, dan penunjuk letak toko) 	<ul style="list-style-type: none"> - Diberikan papan informasi di setiap pintu masuk pasar (penjelasan setiap koridor) 	<ul style="list-style-type: none"> - Aplikasi dapat sangat mendukung, mempercepat waktu belanja, terutama untuk anak muda akan merasa terbantu.

Studi Literatur

Pasar

Dilansir dari (Peraturan Presiden RI No. 112, 2007) pasar merupakan area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut dengan pusat perbelanjaan, pasar tradisional, mall, plaza, pusat perdagangan dan lain sebagainya. (Kotler & Keller, 2015) dalam bukunya "*Marketing Management*", menyebutkan bahwa pasar ialah tempat dimana pelanggan dan penjual saling berkumpul, serta memiliki kebutuhan khusus untuk bertransaksi atas produk tertentu guna untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan tersebut. Pasar merupakan sebuah sistem, yang dimana dalam sistem tersebut terdapat usaha untuk menjual barang, jasa, maupun tenaga kerja dengan alat pembayaran yang sah, seperti uang.

Pasar Tradisional

Dalam Peraturan Presiden RI No.112 Tahun 2007, pasar tradisional merupakan pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, BUMN (Badan Usaha Milik Negara), maupun BUMD (Badan Usaha Milik Daerah). Dalam sistem pengengolaannya, dalam pasar tradisional pengelola bekerjasama dengan pihak swasta melalui tempat usaha berupa toko, kios, tenda yang dimiliki oleh pedagang kecil, dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui proses tawar menawar. Di dalam pasar tradisional sendiri, sering dijumpai pedagang yang berjualan kebutuhan sehari-hari seperti ikan, buah-buahan, sayuran, telur, daging, kain, kue, pakaian, maupun barang-barang elektronik, kebutuhan jasa, dan lain sebagainya. Bertemunya penjual serta pembeli di dalam pasar tradisional secara langsung mengakibatkan adanya proses komunikasi yang terjadi antara keduanya, proses komunikasi tersebut terjadi dengan tujuan untuk tawar-menawar, negosiasi, serta diskusi antara pembeli dan penjual perihal kebutuhan yang akan dibeli oleh pembeli. Bangunan-bangunan yang terdapat di pasar tradisional biasanya terdiri kios, gerai, ataupun kain yang diamparkan di lantai-lantai pasar yang dibuka oleh penjual ataupun dikelola oleh pengelola pasar. (Pramudyo, 2014).

Pasar Panorama Lembang

Pasar Panorama Lembang merupakan sebuah pasar semi-modern yang terletak di Jl. Pasar Panorama Lembang, Jawa Barat, Indonesia. Pasar Panorama Lembang ini



menjadi salah satu pusat perbelanjaan di Kota Lembang, peletakan lokasi yang strategis di pusat Kota Lembang menjadikan pasar tersebut mudah diakses oleh masyarakat Lembang. Jika dikaitkan dengan jenisnya, Pasar Panorama Lembang merupakan pasar jenis nyata yang terdapat berbagai jenis barang yang diperjual belikan, karena pasar Panorama Lembang merupakan pasar semi-modern yang dimana, di dalam pasar tersebut, terdapat akses menuju pasar tradisional di lantai dasar, serta pasar semi-modern di lantai satu dan dua. Menurut jenis dagangannya, Pasar Panorama Lembang, merupakan pasar dengan semua golongan dari kelas A sampai kelas D, dimana dalam pasar tersebut, terdapat berbagai macam dagangan yang diperjual belikan, seperti logam, batu mulia, pakaian, kerajinan, beras, tepung, kembang, anyam-anyaman, dsb. Pasar Panorama Lembang pula dapat dikatakan sebagai pasar persaingan sempurna jika dilihat dari bentuk serta strukturnya, karena kondisi pasar tersebut terdapat banyak pembeli dan penjual yang sudah mengetahui keadaan Pasar Panorama Lembang.

Informasi

Menurut (Carlos et al., 2018) informasi merupakan hasil olahan dari data mentah yang telah diproses sedemikian rupa untuk menemukan makna yang berada di dalamnya. Informasi juga dapat diartikan sebagai data yang telah diolah menjadi bentuk absolut sehingga memudahkan bagi penerima untuk mengambil manfaat, keputusan serta dapat menjadi landasan diskusi untuk saat ini ataupun saat mendatang. Dalam buku *Designing Information* oleh (Katz, 2012), informasi sendiri terbagi menjadi 3 bagian utama, diantaranya:

i) *Information*

Merupakan bagian dimana hal apa yang memang harus disampaikan secara jelas dan absolut dalam menyampaikannya.

ii) *Uninformation*

Merupakan hal-hal yang belum tentu penting untuk disampaikan, dan ada kemungkinan hal itu tidak benar untuk disampaikan. Di dalam *Uninformation* terdapat *noninformation* dimana *noninformation* ini sering kali tampak seperti informasi, namun sesungguhnya bukan berarti informasi, contohnya ialah *supergraphics*.

iii) *Misinformation*

Merupakan hal-hal yang terlihat seperti informasi namun informasi didalamnya sering kali membingungkan, memutarbalikan fakta, serta dapat menyesatkan bagi penerimannya. Ada kemungkinan penerimannya dapat merasa terlukai, melukai, bahkan membunuh.

Aplikasi

Dilansir dari (Educhannel Indonesia, 2016) aplikasi adalah program yang yang menerjemahkan tugas tugas tertentu sehingga dapat dijalankan oleh pengguna, Aplikasi pula dikenal dengan sebutan perangkat lunak, yang terdiri dari kumpulan file-file tertentu guna untuk menghubungkan pengguna dengan perangkat keras computer, Aplikasi berasal dari bahasa inggris yaitu *Application* yang berarti, penerapan, terapan, penggunaan, dan juga lamaran. Fungsi dari aplikasi sendiri diciptakan untuk mempermudah kebutuhan manusia, seperti membuat laporan di *Microsoft word*, percetakan, merancang poster di *Adobe Illustrator*, dan lain sebagainya.

Analisa Masalah SWOT

Strategi SWOT dilakukan sebagai Analisa masalah untuk mengetahui (S) *Strength* / Kekuatan, (W) *Weakness* / Kelemahan, (O) *Opportunity* / Kesempatan dan

(T) *Threat* / Ancaman dari solusi yang dipilih. Adapun berikut hasil analisa masalah dari Sistem Informasi di Pasar Panorama Lembang.

Strength

1. Dapat menambah informasi lebih mendalam terkait Pasar Panorama Lembang
2. Menciptakan lingkungan yang kaya akan informasi
3. Dapat mengurangi waktu dalam pencarian tempat tertentu, mulai dari lorong, wc, mushola, dan fasilitas umum lainnya
4. Ekonomis dan *portable* karena dapat diakses secara *mobile*

Weakness

1. Perlu adaptasi lebih lanjut mengenai aplikasi atau sistem informasi yang akan digunakan
2. Masyarakat yang sudah terbiasa merasa sudah mengahapal denah Pasar secara keseluruhan
3. Perlu kampanye atau sosialisasi lebih mendalam terkait Sistem Informasi berbasis aplikasi
4. Masyarakat khususnya dewasa awal dinilai kurang memahami kondisi tata letak atau petunjuk arah di Pasar Panorama Lembang

Opportunity

1. Aplikasi dapat menjadi media yang menarik, dan universal sehingga dapat mudah diakses atau dikembangkan di Pasar lain yang dikelola oleh pengelola Pasar
2. Dengan Sistem Informasi yang dikemas secara informatif, serta menarik, diharapkan akan sangat menarik perhatian masyarakat terhadap Pasar Panorama Lembang
3. Berpotensi menjadi acuan untuk Pasar semi – modern lainnya yang kaya akan sistem informasi

Threat

1. Semakin minimnya generasi muda yang berbelanja ke Pasar Semi – Modern
2. Minimnya generasi tua yang cukup mengerti akan penggunaan aplikasi untuk memudahkan kegiatan sehari – hari
3. Segmentasi yang mengerti dan paham akan penggunaan aplikasi umumnya berada di dewasa awal dan generasi muda
4. Umumnya masyarakat memilih bertanya kepada orang sekitar untuk informasi lebih lanjut perihal kesulitan akan mencari suatu tempat atau lokasi tertentu.

Kondisi Saat ini dan Kondisi Ideal

Kondisi Saat Ini

Minimnya Sistem Informasi yang tersedia di Pasar Panorama Lembang membuat para pengunjung sempat kebingungan dalam mencari toko, wc, mushola maupun akses ke fasilitas umum lainnya yang menyebabkan kebingungan dalam mencari tempat atau Ketika memasuki Pasar Panorama Lembang.

Kondisi Ideal



Masyarakat khususnya generasi muda di Kota Lembang, sering berbelanja dan mengunjungi Pasar Panorama Lembang ini membutuhkan sistem informasi yang lebih jelas serta informatif selama berkunjung ke Pasar Panorama Lembang. Serta membuat masyarakat lebih mudah dalam mengakses sesuatu atau sumber informasi tersebut menjadi lebih mudah, ekonomis, serta kaya akan informasi.

Problem Statement dan Problem Solution

Problem Statement

Kurangnya Sistem Informasi yang mencakup keseluruhan informasi mengenai Pasar Panorama Lembang sehingga masyarakat khususnya dewasa awal kebingungan dalam mencari penanda arah, denah, maupun fasilitas umum ketika berkunjung ke Pasar Panorama Lembang.

Problem Solution

Merancang Sistem Informasi berbasis aplikasi untuk dewasa awal di Pasar Panorama Lembang sebagai media utama dalam perancangan ini. Menggunakan media Sistem Informasi seperti *Sign System*, *Wayfinding*, dan *Wayshowing* karena media tersebut dapat diyakini kredibilitasnya dalam hal penyampaian informasi.

Target Audiens

Segmentasi Target

Demografis: Pelajar, Mahasiswa, Pekerja, 21-15 Tahun, Ekonomi Umum

Geografis: Bandung, Lembang, Bandung Barat, Urban Environment

Teknografis: Aktif dalam mencari informasi di media sosial maupun internet, *Joiners / Spectators*

Psikografis: Senang dalam berbelanja ke Pasar Panorama Lembang, Gemar membaca informasi yang tersedia, kesulitan dalam membaca tempat jika tidak ada informasi yang disajikan, lebih cepat dalam membaca informasi yang disediakan, pencari informasi yang luwes dalam menggunakan teknologi

Insight Target Audiens

Fear: Kekhawatiran akan tersesat di Pasar Panorama Lembang, Target merasa kebingungan akan tata letak dari Pasar Panorama Lembang

Needs: Mengenali apa itu sistem informasi di Pasar Panorama Lembang, Keselarasan antara Sistem Informasi di Pasar Panorama Lembang, adanya papan informasi mengenai Pasar Panorama Lembang

Wants: Pasar Panorama Lembang menyediakan sistem informasi untuk memudahkan target dalam mengunjungi Pasar Panorama Lembang, Ingin memahami dan memaksimalkan penggunaan Sistem Informasi di Pasar Panorama Lembang

Dreams: Adanya akses menuju Sistem Informasi tersebut sehingga dapat mempermudah dalam mengunjungi Pasar Panorama Lembang, Target antusias dalam memahami sistem informasi yang akan disediakan oleh Pasar Panorama Lembang, Mengenalkan Pasar Panorama Lembang sebagai destinasi yang penuh akan informasi kepada khalayak ramai

Personifikasi Target Audiens

Dave Mallory 24 Tahun, merupakan seorang pekerja atau pengrajin kayu yang terampil. Dave sangat tekun dan rajin akan karya yang akan dibuatnya ketika sudah berada di meja kerjanya, karya-karya yang dihasilkan olehnya ialah Meja Belajar, Handphone Stand, Asbak, Lemari, dan lain-lain. Selain daripada pekerjaannya yang focus terhadap kayu-kayuan, Dave juga memiliki hobi fotografi. Hobinya tersebut membantu dirinya dalam melepas penat dan jenuh dalam bekerja, dan melampiaskan untuk membuat sebuah karya melalui bidang fotografi. Dalam berkegiatan kesehariannya, Dave sering berbelanja ke Pasar Panorama Lembang guna untuk mencari kebutuhan hidup sehari-hari. Karena, menurutnya di Pasar Panorama Lembang terdapat berbagai macam toko-toko untuk kebutuhan kesehariannya. Namun menuurutn, ada yang kurang daripada Pasar Panorama Lembang itu sendiri, yakni kondisi dari tata letak dan informasi seputar Pasar Panorama Lembang masih kurang. Dave berharap Pasar Panorama Lembang dapat menyediakan sebuah informasi mengenai Pasar tersebut secara keseluruhan.

Konsep Perancangan Pesan

What to Say

Sistem Informasi yang tepat dan lekat membuat mereka tidak kebingungan, dan tersesat saat mengunjungi Pasar Panorama Lembang.

How to Say

Menggunakan *tone and manner pleasant and humble*, serta informatif diharapkan dapat mewujudkan pesan serta visual dalam bentuk yang informatif sehingga dapat mengarahkan audiens untuk menemukan informasi yang di Pasar Panorama Lembang.

Konsep Visual

Tone and Manner

Pleasant & Humble, dan Informatif

Pleasant & Humble menggambarkan bagaimana suasana Pasar Panorama Lembang menyenangkan dengan lingkungan yang ramah dan rendah hati bagi para pengunjung setianya.

Informatif merepresentasikan bagaimana para pedagang, pembeli, maupun pengunjung Pasar Panorama Lembang saling memberikan informasi satu sama lain, sehingga keselarasan antara mereka dapat saling terbantu satu sama lainnya.

Tipografi

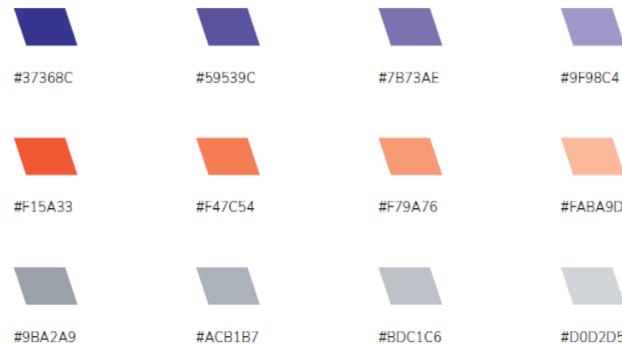
Tipografi

Nunito Sans Family

Sistem Informasi di Pasar Panorama Lembang	Extra Light
Sistem Informasi di Pasar Panorama Lembang	Light
Sistem Informasi di Pasar Panorama Lembang	Regular
Sistem Informasi di Pasar Panorama Lembang	Semi Bold
Sistem Informasi di Pasar Panorama Lembang	Bold
Sistem Informasi di Pasar Panorama Lembang	Extra Bold
Sistem Informasi di Pasar Panorama Lembang	Black

Gambar 3. Font yang akan digunakan pada karya
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Warna



Gambar 4. Warna yang akan digunakan dalam perancangan
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Warna diambil dari warna dominan dari bangunan arsitektural, dan juga infrastruktur Pasar Panorama Lembang.

Perancangan Visual Placemaking

Placemaking dapat menciptakan Identitas tersendiri dalam sebuah tempat, yang dapat diekspresikan sebagai suatu karakter dari tempat itu sendiri. *Placemaking* juga dapat diterapkan melalui *signage*, pameran interpretative, yang dimana dalam *placemaking* tersebut dapat menciptakan nilai tersendiri, seperti portal, titik kumpul, ataupun *landmark* dari suatu tempat tersebut. (Calori & Vanden-Eynden, 2015).

Pada perancangan placemaking untuk Pasar Panorama Lembang ini diambil dari fasad bangunan Pasar Panorama Lembang dibentuk sedemikian rupa sehingga dapat mewujudkan keyword “modular+minimalis”.

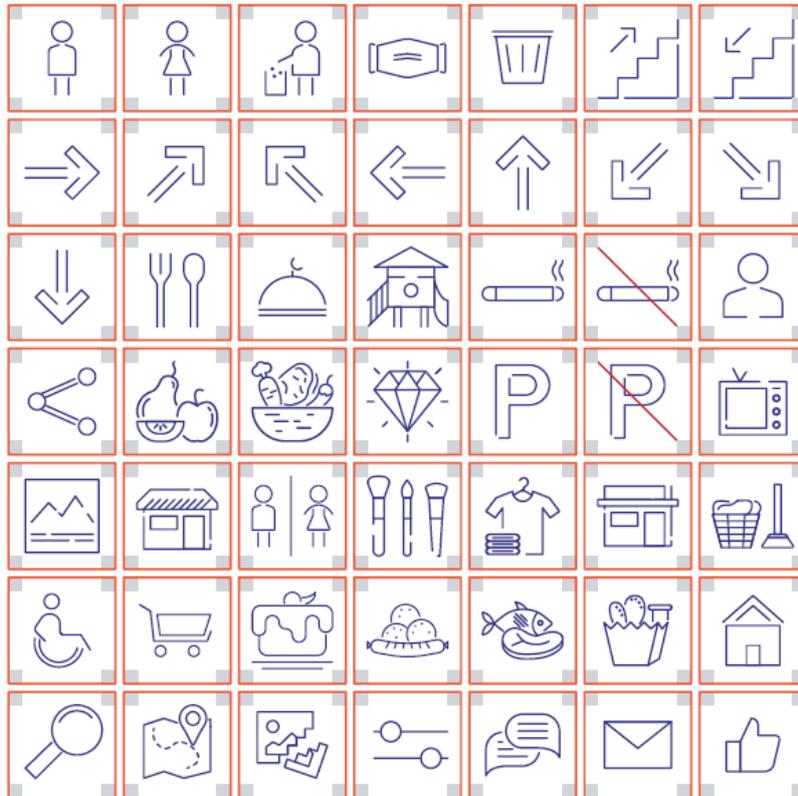


Gambar 7. Logo Pasar Panorama Lembang
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Signage / Pictogram

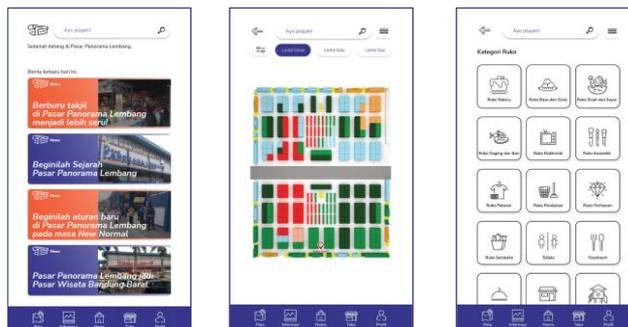
Dalam buku *Signage and Wayfinding* (Calori & Vanden-Eynden, 2015) mengungkapkan bahwa “*Signage* dan *Wayfinding* paling sering digunakan serta menerangkan informasi dan visual secara terpadu sehingga menghubungkannya satu sama lain sehingga menjadi sebuah tempat yang utuh, dan juga mengelompokkan suatu tempat menjadi tempat yang satu, sehingga memiliki keterkaitan satu sama lain, seperti contohnya ialah fasilitas umum, taman, maupun sistem jaringan, layaknya sistem transportasi”. Dalam pembuatan *Signage* pun dibutuhkan atau harus memiliki visual berupa *pictogram* atau keterangan yang berfungsi sebagai visual untuk menyampaikan informasi yang berada pada *signage* tersebut. (Haryanto, 2021).

Signage/Pictogram merupakan representasi dari suatu kegiatan atau tempat yang berada di suatu tempat atau lingkungan tersebut. Pada rancangan Signage/Pictogram untuk Pasar Panorama Lembang ini, yakni mengacu kepada fasad bangunan yang melengkung namun tetap memiliki sudut yang tumpul.



Gambar 8. Pictogram Pasar Panorama Lembang
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Aplikasi



Gambar 9. Aplikasi Pasar Panorama Lembang
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Aplikasi Pasar Panorama Lembang merupakan media utama dalam perancangan ini. Aplikasi ini terdiri dari informasi mengenai berita mengenai Pasar Panorama Lembang, denah dan peta mengenai tata letak toko dan ruko di Pasar Panorama Lembang, informasi mengenai toko, keterangan toko, dan lokasi toko, serta pendaftaran toko di Pasar Panorama Lembang. Perancangan aplikasi ini dibantu dengan perangkat desain Figma, prototype mencakup kurang lebih 80 layar atau frame yang dapat di praktikan langsung oleh audiens dengan fitur prototype.

Denah Pasar

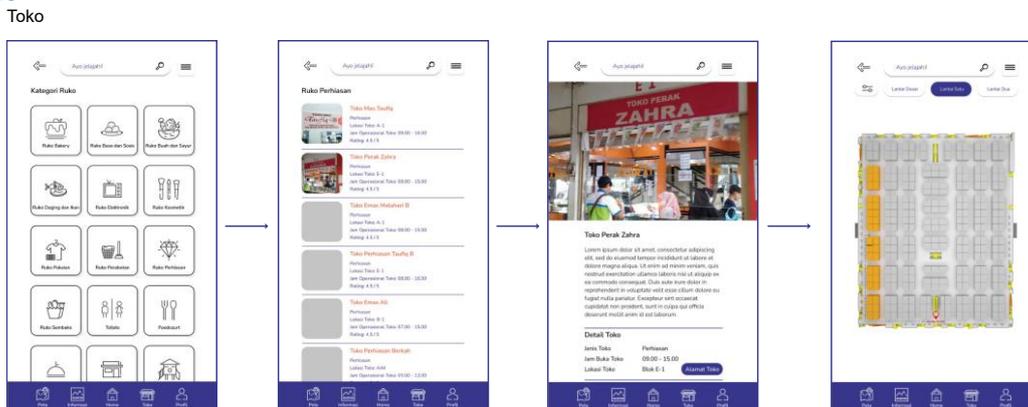
Denah Pasar



Gambar 10. Denah Pasar Panorama Lembang di Aplikasi
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Pada bagian denah pasar terdapat fitur yang dimana pengguna dapat melihat denah pasar secara keseluruhan, serta dapat mencari kategori toko yang berada di Pasar Panorama Lembang. Kategori ruko yang ditunjukkan pada denah pasar dapat menunjukkan denah lantai tertentu dan ruko yang berada di lantai tersebut. Lalu, ruko yang ditunjukkan pun ditunjukkan oleh kategori warna yang berada di denah pasar. Pada denah pasar juga dapat menunjukkan laman toko, detail toko, serta alamat toko tersebut.

Toko

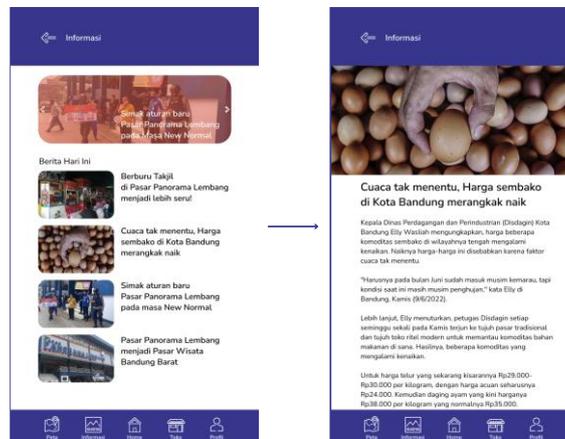


Gambar 11. Kategori Toko Pasar Panorama Lembang di Aplikasi (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Pada bagian kategori toko terdapat jenis-jenis toko yang berada di Pasar Panorama Lembang, dimana pengguna dapat menggunakan fitur tersebut untuk mencari toko yang akan dituju. Ketika audiens sudah masuk kedalam kategori toko, bagian tersebut akan menunjukkan nama, lokasi, serta detail dan toko tersebut. Adapula laman toko yang menunjukkan deskripsi toko, detail toko, serta alamat toko tersebut.

Informasi

Informasi



Gambar 12. Bagian informasi tentang Pasar Panorama Lembang di Aplikasi (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Pada kategori informasi, terdapat beberapa informasi terbaru yang berada di sekitar Pasar Panorama Lembang. Sehingga para pengguna dapat melihat informasi tersebut secara utuh. Informasi atau berita yang berada di aplikasi berasal dari situs berita terpercaya, sehingga informasi yang disediakan kredibel dan dapat dipercaya.

Instagram Feeds



Gambar 15. Instagram Feed
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Konten di Instagram sendiri berfungsi sebagai media untuk mempromosikan aplikasi untuk audiens Pasar Panorama Lembang melalui media digital. Sehingga, audiens dapat mengunduh aplikasi tersebut dengan menekan tautan yang berada di profil Instagram Pasar Panorama Lembang.

Simpulan

Dari hasil penelitian mengenai perancangan Sistem Informasi di Pasar Panorama Lembang ini digunakan untuk upaya membantu masyarakat khususnya dewasa awal yang memiliki kebiasaan atau sering kali mengunjungi Pasar Panorama Lembang untuk belanja, bertamasya, ataupun berdagang. Perancangan ini pula ditujukan untuk mendukung pengelola Pasar Panorama Lembang dalam memfasilitasi Sistem Informasinya.

Berawal dari kurangnya Sistem Informasi yang tersedia di Pasar Panorama Lembang sehingga membuat para pengunjung kebingungan dalam mencari arah, seperti mencari toko-toko, fasilitas umum, dan lain sebagainya. Hal tersebut didukung oleh data yang telah dikumpulkan rupanya banyak responden yang menilai akses menuju toko-toko, kondisi petunjuk arah, serta kondisi Sistem Informasi berupa peta

lapangan, denah pasar, titik kumpul, dan fasilitas umum lainnya. Maka dari itu Perancangan Sistem Informasi menjadi salah satu media yang ditawarkan kepada audiens.

Dengan demikian untuk mendukungnya sistem informasi yang berada di Pasar Panorama Lembang perlu ditingkatkan melalui media yang dapat membantu audiens terutama dewasa awal mendapatkan informasi yang menyenangkan, dan dapat berinteraksi langsung dengan kondisi *real time* di Pasar Panorama Lembang. Data penjelasan mengenai media yang akan digunakan yaitu merancang aplikasi *mobile* agar dapat membantu audiens dalam mengeksplorasi Pasar Panorama Lembang secara bertahap hingga terciptanya rasa akan kaya informasi mengenai pasar yang sering mereka kunjungi.

Dari kesimpulan tersebut, diperlukan penelitian lanjutan dalam hal observasi tambahan mengenai Sistem Informasi apa saja yang memang diperlukan dalam membangun kawasan Pasar Panorama Lembang menjadi lebih informatif, nyaman, dan kaya akan informasi bagi audiens. Lalu, berdasarkan hasil akhir yang diperoleh dari penelitian mengenai Perancangan Sistem Informasi berbasis Aplikasi di Pasar Panorama Lembang untuk Dewasa Awal, maka telah ditemukan beberapa usulan perancangan lainnya yang dapat dieksplorasi lebih lanjut, yaitu:

1. Perancangan *Environmental Graphic Design* Pasar Panorama Lembang
2. Perancangan *Brand Identity* untuk Pasar Panorama Lembang
3. Kampanye mengenai Pasar Panorama Lembang yang berisikan apa saja hal-hal yang menarik dan perlu disebarakan lebih luas lagi mengenai potensi yang berada di Pasar Panorama Lembang

Ucapan Terima Kasih

Puji syukur saya ucapkan kepada Allah SWT atas kuasa dan karunianya karena saya dapat menyelesaikan Perancangan yang berjudul "**Perancangan Sistem Informasi berbasis Aplikasi di Pasar Panorama Lembang untuk Dewasa Awal**". Saya berikan ucapan terima kasih juga kepada berbagai pihak yang telah membantu dan mendukung saya demi lancarkan perancangan ini:

1. Aldrian Agusta, S.Sn., M.Ds. selaku pembimbing utama penelitian dan perancangan
2. Inko Sakti Dewanto, S.T., M.Ds. selaku co-pembimbing penelitian dan perancangan
3. Keluarga serta teman-teman saya yang memberikan dukungan dan doa kepada saya.

References

- Calori, C., & Vanden-Eynden, D. (2015). *Signage and Wayfinding Design: A Complete Guide to Creating Environmental Graphic Design Systems*. Wiley.
- Carlos, C., Steven, M., & Peter, R. (2018). Database System: Design, Implementation, and Management. In *Management*.
- Educhannel Indonesia. (2016, June 12). *Pengertian Aplikasi | EduChannel Indonesia*. <https://educhannel.id/blog/artikel/pengertian-aplikasi.html>
- Haryanto, A. P. (2021). *PERANCANGAN SIGNAGE & SITEPLAN UNTUK KAMPUNG CIBUNUT BERWARNA*.
- Id CloudHost. (2021, October 29). *Pengertian Aplikasi: Arti, Fungsi, Klasifikasi, dan Contoh Aplikasi - IDCloudHost*. <https://idcloudhost.com/pengertian-aplikasi-arti-fungsi-klasifikasi-dan-contoh-aplikasi/>
- Katz, J. (2012). *Designing Information*.
- Kotler & Keller. (2015). Marketing Management. In *Pearson (15th Globa)*. Pearson.
- Kusnendi. (2012). Konsep Dasar Sistem Informasi. *Lecture Notes : Sistem Informasi*, 1–10.
- Mollerup, P. (2015). *Wayshowing: A Guide to Environmental Signage*. Amsterdam:Muller.
- O'Brien, J., & Marakas, G. (2011). *Management Information Systems*.
- Peraturan Presiden RI No. 112. (2007). Peraturan Presiden RI No. 112 Tahun 2007 Tentang Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern. *Peraturan Presiden Republik Indonesia*, 1, 22. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/42157/perpres-no-112-tahun-2007>
- Pramudyo, A. (2014). Menjaga eksistensi pasar tradisional di yogyakarta. *Jbma*, 2(1), 78–93.
- Serafica, G. (2020, January 24). *Pasar: Pengertian, Fungsi, Ciri-ciri dan Jenisnya*. <https://www.kompas.com/skola/read/2020/01/27/120000769/pasar-pengertian-fungsi-ciri-ciri-dan-jenisnya>
- Syarifuddin, D., Tradisional, P., Perspektif, D., Daya, N., Wisata, T., Tentang, S., Pagi, P., Kota, M., Tentang, S., Pagi, P., Kota, M., Pasar, A., Bandung, P. M., Monju, P., Monju, P., Monju, P., Minggu, H., Juang, M., Indonesia, P. T. T., ... Kunci, K. (2018). Pasar Tradisional Dalam Perspektif Nilai Daya Tarik Wisata. *Jurnal Manajemen Resort Dan Leisure*, 15(1), 19–32. <https://doi.org/10.17509/jurel.v15i1.11266>

