

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi saat ini, pola konsumsi masyarakat memang mengalami perubahan yang signifikan. Hal ini disebabkan oleh peningkatan perekonomian dan kemajuan teknologi. Masyarakat tidak hanya fokus pada konsumsi produk fisik, tetapi juga membutuhkan konsumsi produk jasa yang muncul karena adanya kebutuhan akan pelayanan. Perubahan pola konsumsi ini juga memengaruhi cara perusahaan menyediakan produk dan jasa. Mereka harus mampu menyesuaikan diri dengan tuntutan pasar yang semakin kompleks dan beragam. Dengan memahami perubahan pola konsumsi ini, perusahaan dapat mengembangkan strategi pemasaran dan inovasi produk yang lebih tepat sasaran, sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen secara lebih baik. Selain itu, perusahaan juga perlu fokus pada pelayanan dan pengalaman konsumen yang memuaskan untuk mempertahankan keunggulan kompetitif mereka di pasar yang semakin kompetitif. Salah satu jenis layanan yang banyak dibutuhkan oleh masyarakat saat ini adalah layanan transportasi.

Sektor transportasi merupakan suatu hal yang vital bagi masyarakat khususnya di perkotaan karena tingginya kebutuhan mobilitas penduduk. Sektor ini menyediakan layanan penting yang nyaman, terjangkau, dan efisien, mendukung aktivitas sehari-hari. Di Indonesia, sektor transportasi mencakup berbagai bentuk transportasi dan logistik, termasuk transportasi darat, laut, dan udara, serta perusahaan yang menyediakan jasa penumpang dan barang. Untuk memperkuat sektor tersebut, diperlukan kebijakan dan strategi untuk meningkatkan kualitas dan efisiensi layanan transportasi, termasuk transportasi antarmoda dan logistik. Salah satu transportasi yang berkelanjutan dan cukup terjamin kualitas pelayanannya saat ini adalah kereta api (Rossanti & Muriyanti, 2020).

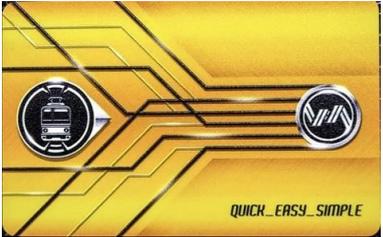
Kereta api adalah salah satu transportasi darat yang banyak diminati oleh masyarakat di Indonesia. Transportasi ini dimiliki dan dikelola oleh PT

Kereta Api Indonesia (PT KAI) dan dapat menampung penumpang dalam jumlah yang cukup banyak. Di beberapa negara, kereta api dimanfaatkan secara maksimal sebagai alat transportasi utama baik di dalam kota, antar kota, maupun antar negara. Perkembangan teknologi kereta api di berbagai negara maju juga semakin pesat, terlihat dari jenis kereta api yang digunakan, fasilitas di stasiun, kemudahan pembelian tiket, serta kenyamanan dan keamanan penumpang selama perjalanan. PT KAI terus melakukan inovasi baru untuk meningkatkan pelayanan dengan mengembangkan berbagai fasilitas penunjang perkeretaapian, diharapkan dapat menjadi solusi bagi permasalahan transportasi perkotaan yang semakin kompleks dan memenuhi harapan masyarakat.

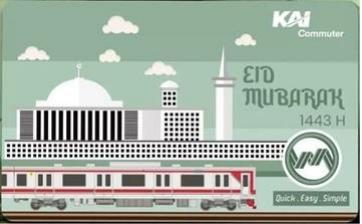
PT KAI berusaha untuk memberikan layanan dengan membuat inovasi, seperti menerapkan sistem pembayaran yang mencoba memudahkan calon penumpang untuk membeli tiket *Commuter Line* dan membangun stasiunstasiun yang memang membutuhkan kereta *Commuter Line* sebagai akomodasi masyarakat untuk kegiatan sehari-hari. Dalam konteks inovasi pembaruan layanan transportasi, penting bagi pelayanan kereta api untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan dan mencapai tingkat internasional yang diinginkan oleh penumpang. Beberapa aspek penting dalam pelayanan kereta api yang diperhatikan meliputi keselamatan, ketepatan waktu, pelayanan, dan kenyamanan. PT KAI *Commuter Line* mengembangkan sistem *e-ticketing* yang disebut *Commet (Commuter Electronic Ticketing)* untuk mendukung dan meningkatkan layanan *Commuter Line*. Contoh dari *Commet* ini adalah Tiket Harian Berjamin (THB), yaitu Penghitungan tarif sesuai dengan skema tarif perjalanan *single trip*, tetapi penumpang diharuskan untuk membayar uang jaminan untuk THB. Uang jaminan dapat diambil kembali di stasiun hingga jangka waktu maksimal 7 hari atau ditukarkan kembali dengan THB baru dengan membayar tarif untuk perjalanan selanjutnya. Karena penerapan tiket *single trip* mengakibatkan banyaknya kejadian tiket perjalanan *single trip* hilang (Makmun & Wijaya, 2020).

Kartu *Multi Trip* (KMT) adalah kartu Prabayar isi ulang yang dapat digunakan selain THB sebagai tiket *Commuter Line* yang tidak memiliki masa kedaluwarsa. Penggunaan kartu Prabayar ini bertujuan untuk memudahkan penumpang dalam melakukan pembayaran tiket kereta. Selain untuk pembayaran KRL *Commuter Line*, Kartu *Multi Trip* (KMT) juga dapat digunakan untuk MRT Jakarta, Bus Transjakarta, serta *merchant* yang bekerja sama dengan PT KAI *Commuter Line* (Firmansyah, 2023). Sejak perilisannya, KMT memiliki desain kartu yang standar dan formal. Namun, di tahun 2019 KAI *Commuter Line* mulai meluncurkan KMT edisi khusus pada momen-momen tertentu atau hari besar.

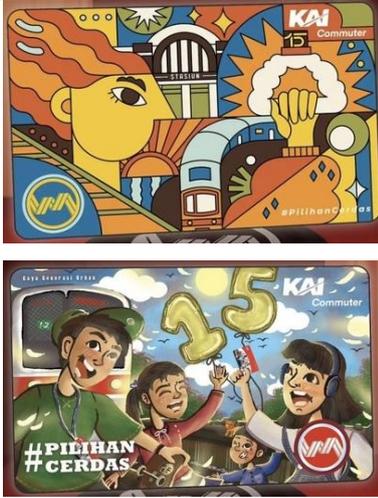
Tabel 1.1 Desain Kartu *Multi Trip* PT KCI Tahun 2019 - 2023

Kartu <i>Multi Trip</i> Edisi Khusus		
Tahun Rilis	Tema KMT	Desain Kartu
2019	Edisi Hari Bumi	
	<i>Gold Edition Emboss</i>	

Tahun Rilis	Tema KMT	Desain Kartu
2019	HUT RI 74 th	
	Edisi Hari Ibu	
2020	<i>Grand Opening KAI Commuter (Stasiun Jogja)</i>	
	HUT KCI 12 th	
2021	<i>Solo : The Spirit of Java</i>	

Tahun Rilis	Tema KMT	Desain Kartu
	HUT RI 76 th	
	HUT KCI 13 th	
2022	Edisi Cinta KRL (Pemenang Sayembara Desain)	
	Eid Mubarak 1443H	

Tahun Rilis	Tema KMT	Desain Kartu
	HUT KCI 14 th dan HUT RI Ke-77 th	
	Hari Sumpah Pemuda	
2023	HUT RI 78 th	
	HUT KCI 15 th	
	Edisi Gaya Generasi Urban (Pemenang Sayembara Desain)	

Tahun Rilis	Tema KMT	Desain Kartu
		
	Edisi Hari Pahlawan	

(Sumber: Observasi Peneliti)

KMT edisi khusus ini diluncurkan secara terbatas, dan hanya tersedia dalam kurun waktu tertentu. Desain pada edisi khusus memiliki keunikan pada desain visualnya, berbeda dari desain kartu standarnya yang memiliki desain formal dan kaku, KMT edisi khusus memberikan kesan yang lebih menyenangkan pada desain visualnya. Desain tersebut dibuat menggunakan elemen visual, seperti tipografi, warna, bentuk, dan ilustrasi, untuk menciptakan pesan yang disampaikan secara visual dan menarik. Ada dua tujuan utama yang saling berhubungan dalam desain grafis yaitu menyampaikan pesan ke khalayak dan menciptakan desain yang menarik dan menyenangkan. Selain itu, pemahaman komposisi dan penempatan elemen desain (*layout*) yang tepat adalah keterampilan penting, seperti keseimbangan, kontras, dan proporsi (Aeni, Sari, & Wahyuni, 2021).

Bertepatan dengan ulang tahun ke-15, KAI *Commuter Line* menghadirkan nuansa baru pada desain Kartu *Multi Trip* (KMT). Melalui tema “Gaya Generasi Urban”, KAI *Commuter Line* mencoba untuk

mewadahi para insan kreatif dengan membuat ajang lomba atau sayembara mendesain Kartu *Multi Trip* (KMT). Lomba tersebut diadakan dari tanggal 18 hingga 30 Agustus 2023. Generasi muda diajak untuk menuangkan ide seputar gaya generasi urban dan *Commuter Line* yang diangkat dalam karya desain visual untuk KMT. Gaya generasi urban itu berupa kebiasaan, momen, harapan, maupun aktivitas sehari-hari terkait *Commuter Line*. Banyak karya-karya generasi muda bermunculan pada lomba tersebut.



Gambar 1.2 Desain Kartu *Multi Trip* (KMT) karya pemenang lomba 2023
(Sumber : <https://www.instagram.com/multitripkci>)

Pemenang dari lomba tersebut diumumkan pada tanggal 1 September 2023, desain dari pemenang akan dicetak dan digunakan sebagai desain Kartu *Multi Trip* (KMT) edisi khusus yaitu edisi “Gaya Generasi Urban” (Darmawan & Pratiwi, 2023). Tiap pemenang memiliki karya dengan visualisasi dan gaya ilustrasi yang berbeda-beda, terutama untuk juara pertama yang memberikan kesan menyenangkan pada desain visualnya, penempatan unsur elemen (*layout*) yang dibuat berkesinambungan, serta pemilihan warna dan tipografi yang tepat. Desain visual pada Kartu *Multi Trip* (KMT) edisi Gaya Generasi Urban ini merubah kesan formal dan kaku pada KAI *Commuter Line* menjadi lebih menyenangkan sehingga dapat diterima oleh berbagai kalangan.

Peneliti mengamati bahwa desain visual dari Kartu *Multi Trip* (KMT) edisi Gaya Generasi Urban tersebut memiliki keunikan tersendiri, dalam segi ilustrasi, *layout*, warna, dan tipografi. Dari hasil pengamatan ini, peneliti tertarik untuk menggunakan teori gestalt dalam menganalisa desain

visual yang terdapat pada Kartu *Multi Trip* (KMT) edisi Gaya Generasi Urban tersebut.

1.2. Identifikasi Masalah

Bedasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, permasalahan yang dapat diteliti untuk menganalisis Desain Visual Kartu *Multi Trip* (KMT) Edisi Gaya Generasi Urban KAI *Commuter Line* antara lain:

1. Kualitas layanan KAI *Commuter Line* dalam mempertahankan loyalitas konsumen
2. Inovasi produk KAI *Commuter Line* dalam kemudahan menggunakan transportasi darat
3. Aspek visual dalam desain Kartu *Multi Trip* (KMT) Edisi Gaya Generasi Urban KAI *Commuter Line* yang mempertahankan *Brand Image*
4. Komposisi warna, tipografi, *layout*, dan ilustrasi yang disajikan dalam desain Kartu *Multi Trip* (KMT) Edisi Gaya Generasi Urban KAI *Commuter Line*
5. Prinsip visual gestalt pada desain Kartu *Multi Trip* (KMT) Edisi Gaya Generasi Urban KAI *Commuter Line*

1.3. Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah peneliti membatasi permasalahan pada desain Kartu *Multi Trip* (KMT) edisi Gaya Generasi Urban yang ditetapkan menjadi pemenang juara pertama lomba desain Kartu *Multi Trip* (KMT) pada 1 September 2023 oleh KAI *Commuter Line*.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tampilan desain komunikasi visual Kartu *Multi Trip* (KMT) Edisi Gaya Generasi Urban KAI *Commuter Line* dengan prinsip gestalt?
2. Upaya apa yang dilakukan KAI *Commuter Line* dalam mempertahankan *Brand Image* melalui desain Kartu *Multi Trip* (KMT)?

1.5. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah

1. Menganalisis desain komunikasi visual Kartu *Multi Trip* (KMT) Edisi Gaya Generasi Urban KAI *Commuter Line* dengan prinsip gestalt.
2. Menganalisis upaya KAI *Commuter Line* dalam mempertahankan *Brand Image* melalui desain Kartu *Multi Trip* (KMT).

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Manfaat Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kontribusi serta sumbangan sebagai sumber bacaan, literatur, serta referensi bagi semua pihak, khususnya jurusan Ilmu Komunikasi, yang mungkin tertarik pada penelitian ilmiah yang berhubungan dengan analisis desain visual dalam kajian komunikasi visual serta penerapannya.

1.6.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan pengetahuan dan perluasan informasi bagi para khalyak banyak mengenai pesan yang tekandung dalam desain visual serta pembuatannya dengan menggunakan prinsip-prinsip desain agar lebih proporsional dalam segi komposisi.