

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **I.1 Latar Belakang**

Era globalisasi membawa pengaruh besar terhadap perkembangan Teknologi Informasi. Teknologi Informasi semakin erat hubungannya dengan kehidupan sehari-hari. Teknologi Informasi (TI) umum menjadi istilah berbagai teknologi yang dijadikan alat bantu manusia dalam membuat, mengubah, menyimpan, mengomunikasikan dan membagikan informasi dari berbagai bidang (Zulfah, 2018). Hal ini dapat diartikan bahwa teknologi informasi merupakan komponen penting bagi setiap manusia untuk membantu perolehan informasi dalam pemenuhan kebutuhan informasinya.

Dalam pemenuhan informasi, manusia membutuhkan media sebagai alat pencarian informasi yang mereka inginkan. Media komunikasi yang berkembang pesat mengakibatkan bermunculannya penyedia informasi melalui media *online*. Perkembangan media *online* saat ini begitu pesat dan semakin tidak bisa dipungkiri (Lubis, 2018). Kehadiran media *online* mampu menggeser keberadaan media cetak. Hal ini dikarenakan media cetak yang ada mulai mengemas informasi secara *online* atau *digital* sehingga penyampaian informasi dapat lebih menjangkau berbagai kalangan masyarakat. Keberadaan media *online* tanpa adanya keterikatan ruang dan waktu memudahkan pengguna menggunakan dimanapun dan kapanpun sesuai keinginan

mereka(Sativa, 2010). Dengan fasilitas penggunaan yang tidak terbatas media online lebih disenangi oleh kalangan muda dan dianggap sebagai jembatan dalam menghadapi meningkatnya keinginan perolehan informasi secara cepat dan *instant*.

Pemanfaatan media *online* tentunya tidak terlepas dari penggunaan teknologi seperti perangkat komputer, jaringan internet maupun *smartphone*. Penggunaan internet berperan penting dalam pemenuhan kebutuhan informasi karena dengan internet jangkauan akses informasi semakin luas dan beragam. Keberagaman informasi di era globalisasi juga mampu mempengaruhi kebutuhan informasi pengguna. Salah satunya, pada kebutuhan informasi generasi muda. Kebutuhan remaja adalah sosialisasi diri dalam pergaulan sebayanya (Herlyana, 2012). Pernyataan tersebut mengatakan bahwa remaja akan memenuhi kebutuhan bersosialisasi dengan orang banyak terutama dengan teman sebayanya. Hal itu memungkinkan remaja sering menghabiskan waktu di luar seperti *mall*, rumah makan, *cafe* atau yang lainnya untuk berkumpul dan menikmati masa-masa muda dengan teman sebayanya. Yang kita ketahui, budaya minum kopi sudah ada sejak dahulu. Dulu kopi merupakan minuman wajib bagi orang tua, tetapi sekarang sudah berbeda. Munculnya gerai-gerai kopi menjadi salah satu pemenuhan gaya hidup baru bagi kalangan muda.

Dengan adanya media *online*, generasi muda dapat mengakses informasi mengenai gerai kopi yang dapat dijadikan tempat tongkrongan asik untuk menghabiskan waktu luang, berkumpul dengan teman sebayanya atau bahkan mengerjakan tugas. Media *online* (*online media*) merupakan media

massa yang informasinya disajikan dalam bentuk *online* atau *website* (Siswanto, 2017). Salah satu bentuk dari media *online* adalah direktori *online*. Direktori merupakan kumpulan informasi dari satu topik atau subjek yang lebih terfokus. Menurut Saleh dalam (Azmi & Rahmah, 2018), direktori bermanfaat untuk mendapatkan informasi profil orang atau lembaga atau organisasi, mencari informasi yang berkaitan dengan badan yang didaftarkan pada buku petunjuk atau direktori. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa direktori sebagai sumber informasi yang memuat mengenai profil seseorang atau suatu badan dan informasi yang terkait dari seseorang atau suatu badan itu sendiri.

Maka dari itu, sebagai salah satu bentuk pemenuhan kebutuhan informasi pengguna khususnya generasi muda penulis menyediakan informasi yang berkaitan dengan gerai kopi kekinian untuk mempermudah pengguna menemukan informasi yang diinginkan. Berkaitan dengan lekatnya teknologi informasi penulis mengemas informasi-informasi mengenai gerai kopi kekinian dalam bentuk direktori *online* berbentuk *website* agar dapat diakses oleh pengguna dimanapun dan kapanpun. Sebenarnya generasi muda sudah difasilitasi oleh Google untuk mencari tau keberadaan gerai kopi kekinian di Surabaya Timur melalui Google *Maps* secara langsung dengan memasukkan kata kunci yang sesuai dengan keinginan pengguna tetapi produk direktori yang dibuat oleh penulis ini menyajikan informasi secara lebih detail dari informan yang salah satunya memuat alasan pemberian nama gerai yang tidak tercantum dalam Google *Maps*.

Saat ini mulai bermunculan berbagai variasi kuliner yang semakin unik, salah satunya adalah kopi kekinian. Kopi kekinian sangat erat hubungannya dengan kaum *urban* (masyarakat yang berada di perkotaan) dilihat dari segi meningkatnya kebiasaan *selebgram upload* kopi ke media sosial dengan berbagai latar untuk menarik perhatian konsumen (Alfirahmi, 2019). Bisnis kopi kekinian menjadikan peluang usaha yang cukup besar saat ini. Bisnis ini menjadi *trend* dan berhasil menarik perhatian generasi muda yang awalnya hanya untuk sekedar mencoba mengonsumsi kopi akhirnya menjadi gaya hidup.

Berdasarkan hasil data dari *International Coffee Organization* yang diunggah pada laman Indonesia Investment dimana konsumen kopi meningkat dari tahun 2011 dengan 3.333.000 orang hingga tahun 2017 dengan 4.600.000 orang.

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017'
<b>Konsumsi Nasional</b> (dalam 1,000 bungkus 60 kg)	3,333	3,584	4,042	4,167	4,333	4,500	4,600

Sumber: International Coffee Organization

Gambar I. 1 Data Perkembangan Konsumsi Kopi di Indonesia 2011-2017

Sumber : (Indonesia Investment, 2017)

Terjadi peningkatan konsumsi kopi pada beberapa kelompok usia diantaranya; pada usia 18-24 tahun dari 36% menjadi 39%, pada usia 25-39 tahun dari 41% sampai 50% dan pada usia 60 tahun keatas dari 24% menjadi 34% (States, 2017). Hal ini menunjukkan konsumsi kopi bagi remaja sudah menjadi suatu kebiasaan atau gaya hidup baru bagi anak muda.

Gerai kopi kini bukan hanya menjadi tongkrongan kalangan orang tua tetapi juga kian menjadi tempat tongkrongan asik bagi anak muda. Berkaitan dengan penyebutan kopi kekinian, gerai kopi kekinian berhasil memberikan warna baru pada kopi. Usaha mengenalkan kopi dengan cara yang berbeda, memadukan variasi rasa buah atau sirup dengan kopi sehingga rasa kopi tidak terlalu kuat. Hal ini mampu menarik minat bagi pengunjung yang tidak seberapa suka dengan kopi tetap bisa menikmati kopi dengan *taste* (rasa) yang berbeda. Dari sudut pandang budaya, *coffee shop* mayoritas digunakan sebagai pusat berinteraksinya antar masyarakat sedangkan dari sudut pandang arsitektur, design yang menarik dari warung kopi menjadi salah satu daya tarik untuk menentukan keberlanjutan hidup warung kopi itu sendiri (Said, 2017). Bukan hanya dari segi kemasan kopi yang dikemas dengan rapi dan menarik melainkan fasilitas ruang minum dengan konsep desain yang menarik memberikan nilai tambah. Patokan harga kopi yang dipasarkan juga masih memenuhi kantong anak muda.

Meningkatnya gerai kopi di berbagai daerah, membawa pengaruh bagi Kota Surabaya. Kota yang sering dikenal dengan kota pahlawan ini juga mulai dipenuhi gerai kopi kekinian. Maraknya gerai kopi kekinian atau semacamnya menunjukkan bahwa adanya peningkatan ketertarikan bisnis. Semua orang berlomba mencoba membuka bisnis kedai kopi (Faiq, 2019). Hal ini menunjukkan bahwa gerai kopi kekinian di Surabaya menjadi suatu *trend* yang digandrungi oleh masyarakat era saat ini. Ketua Apkrindo Jatim Tjahjono Haryono mengatakan *coffee shop* di Surabaya bukan hanya untuk kalangan atas dengan harga jual kopi rerata Rp30.000-Rp70.000 an/gelas, tetapi juga untuk kalangan menengah ke bawah dengan harga

dibawah Rp30.000 an (Windarti, 2019). Dari segi harga yang disediakan oleh kedai kopi kekinian bisa terbilang maksimal Rp 30.000 yang menjadikan besarnya tingkat ketertarikan warga Surabaya dalam mencoba menikmati kopi-kopi yang dipasarkan.

Dari yang penulis amati, gerai kopi kekinian di sekitar wilayah Surabaya Timur semakin meningkat, terlebih lokasi Surabaya Timur ini juga menjadi lokasi perguruan tinggi di Surabaya. Mayoritas masyarakatnya dapat dikatakan kalangan generasi muda yaitu mahasiswa. Salah satunya lokasi Surabaya Timur wilayah Gubeng. Wilayah Gubeng ini dekat dengan lokasi Perguruan Tinggi Universitas Airlangga menjadikan peluang besar bisnis gerai kopi kekinian sampai-sampai seketika keluar dari gerbang Universitas Airlangga di Jl. Dharmawangsa sudah terlihat jelas beberapa gerai kopi kekinian bersebelahan.

Berdasarkan pernyataan diatas, penulis melihat bagaimana perkembangan kopi dan gerai kopi yang semakin meningkat dan diminati oleh generasi muda. Oleh karena itu, penulis membuat produk Tugas Akhir ini sebagai sumber informasi generasi muda yang senang mencari tempat tongkrongan asik untuk menghabiskan waktu luang sendiri ataupun dengan teman-temannya sekaligus berswafoto sehingga produk direktori ini dapat memudahkan pengguna untuk menemukan gerai kopi kekinian di Surabaya Timur yang menyediakan tempat sesuai dengan keinginan anak muda saat ini.

## **I.2 Tujuan Pembuatan Produk**

- Memberikan informasi mengenai salah satu kuliner *trend* era saat ini yaitu Gerai Kopi Kekinian yang dapat dijadikan tempat nongkrong asik generasi muda.
- Mempermudah pengguna khususnya kalangan muda memperoleh informasi mengenai Gerai Kopi Kekinian yang ada di Surabaya Timur.
- Memberikan informasi secara detail mengenai Gerai Kopi Kekinian di Surabaya Timur.

## **I.3 Manfaat Pembuatan Produk**

Manfaat dari pembuatan produk “Direktori Gerai Kopi Kekinian Surabaya Timur” adalah sebagai berikut :

### **I.3.1 Manfaat Bagi Pengguna**

1. Dapat digunakan sebagai bahan rujukan untuk pencarian informasi tempat nongkrong asik bagi kalangan muda.
2. Sebagai sumber terpercaya yang menghimpun informasi Gerai Kopi Kekinian Surabaya Timur.
3. Sebagai sumber informasi yang dapat dijadikan pertimbangan dalam memilih tempat Gerai Kopi Kekinian Surabaya Timur yang sesuai dengan kebutuhan pengguna.

### **I.3.2 Manfaat Bagi Penulis**

1. Memberikan pengalaman bagi penulis menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama di bangku perkuliahan.

2. Memberikan pengalaman bagi penulis tentang bagaimana memperoleh informasi yang relevan dan mengemas informasi dengan baik untuk disampaikan kepada orang lain.

### **I.3.3 Manfaat Bagi Program Studi**

1. Sebagai salah satu contoh bahan referensi bagi mahasiswa yang membutuhkan contoh pembuatan produk tugas akhir direktori offline.
2. Sebagai bahan evaluasi terhadap hasil pembelajaran yang telah diberikan selama di bangku perkuliahan.

### **I.4 Langkah Pembuatan Produk**

Dalam pembuatan produk memerlukan langkah-langkah yang dilakukan sebagai berikut:

1. Pertama, penentuan jenis produk yang akan dibuat serta topik yang akan dijadikan bahan dalam pembuatan produk.
2. Kedua, penulis melakukan penelusuran informasi baik melalui media online seperti media sosial *Instagram* dan *Google Maps* maupun offline dengan menanyakan kepada teman-teman penulis untuk mengumpulkan data informasi keberadaan Gerai Kopi Kekinian di wilayah Surabaya Timur.
3. Ketiga, penulis melakukan observasi secara langsung pada setiap Gerai Kopi Kekinian dan mengumpulkan informasi sesuai dengan yang dibutuhkan penulis dari narasumber.
4. Keempat, membuat deskripsi dari hasil data yang diperoleh dan mengelompokkannya berdasarkan wilayah, harga, jam buka, dan order *online*.

5. Kelima, proses pembuatan produk direktori dalam bentuk *website online* menggunakan media *platform* pengembangan *website* dari *Wix.com*.
6. Keenam, melakukan pengeditan *website* mulai dari tampilan dan konten sesuai dengan yang diinginkan penulis.
7. Dan yang terakhir, pemeriksaan ulang terhadap keseluruhan *website* yang telah dibuat dan melakukan tahap akhir pembuatan *website* untuk *publish* dan dapat digunakan oleh pengguna.

### I.5 Jadwal Pembuatan Produk

Dalam pembuatan produk direktori ini, penulis membutuhkan waktu selama kurang lebih 4 bulan. Berikut jadwal pembuatan produk ini :

Tabel I.1 Jadwal Pembuatan Produk

Bulan	Keterangan
September	Pada bulan September, penulis menentukan jenis produk yang akan dibuat beserta topik yang akan dijadikan bahan produk Tugas Akhir. Penulis juga melakukan penelusuran informasi mengenai Gerai Kopi Kekinian di wilayah Surabaya Timur
Oktober	Pada bulan Oktober, penulis mulai melakukan survey secara langsung untuk pengambilan data informasi tentang Gerai Kopi Kekinian Surabaya Timur, memulai proses pembuatan produk direktori dalam bentuk <i>website</i> , penentuan desain

	tampilan <i>website</i> , pengeditan desain tampilan <i>website</i> serta pengisian konten.
November	Pada Bulan November, penulis melakukan penataan konten <i>website</i> agar terlihat rapi saat digunakan oleh pengguna nantinya serta proses penulisan Laporan Tugas Akhir
Desember	Pada bulan Desember, penulis melakukan pengecekan kembali <i>website</i> yang telah dibuat, penyelesaian tahap akhir <i>website</i> sebelum dipublikasikan serta penyelesaian Laporan Tugas Akhir.

## I.6 Alat dan Bahan Pembuatan Produk

Alat dan bahan pembuatan produk Direktori Gerai Kopi Kekinian Surabaya Timur yang digunakan oleh penulis adalah sebagai berikut :

### I.6.1 Alat

#### 1. Laptop

Laptop menjadi alat utama yang digunakan dalam pembuatan produk “Direktori Gerai Kopi Kekinian Surabaya Timur”. Laptop digunakan oleh penulis mulai dari proses pencarian data, pengumpulan data, pengolahan data sampai dengan penyajian produk dalam bentuk *website* dan penulisan Laporan Tugas Akhir Direktori Gerai Kopi Kekinian Surabaya Timur.

## 2. *Mouse*

*Mouse* membantu penulis dalam proses pengerjaan produk direktori online terutama dalam pengeditan produk sehingga penulis dapat menyelesaikan produk tepat waktu.

## 3. Koneksi Internet

Koneksi Internet digunakan sebagai alat penunjang proses pencarian data, pengumpulan data, pengolahan data, pembuatan produk, serta pencarian *literature* untuk penulisan Laporan Tugas Akhir Direktor Gerai Kopi Kekinian Surabaya Timur.

## 4. Sepeda Motor

Sepeda motor sebagai alat transportasi yang digunakan penulis untuk survei langsung ke Gerai Kopi Kekinian Surabaya Timur untuk memperoleh detail data mengenai gerai tersebut.

## 5. *Smartphone*

*Smartphone* atau telepon genggam digunakan penulis sebagai alat pengambilan foto menu gerai, dan ruangan gerai kopi kekinian saat melakukan survey.

### **I.6.2 Bahan**

Bahan yang digunakan dalam pembuatan produk “Direktori Gerai Kopi Kekinian Surabaya Timur” adalah informasi yang relevan mengenai Gerai Kopi Kekinian Surabaya Timur.

## **I.7 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan laporan tugas akhir Direktori Gerai Kopi Kekinian Surabaya Timur adalah sebagai berikut:

### **1. Bab I Pendahuluan**

Bab I berisi tentang latar belakang pemilihan produk dan topik, tujuan pembuatan produk, manfaat pembuatan produk, langkah–langkah pembuatan produk, jadwal pembuatan produk, alat dan bahan pembuatan produk, dan sistematika penulisan Laporan Tugas Akhir.

### **2. Bab II Deskripsi Produk**

Bab II berisi tentang deskripsi produk yang meliputi deskripsi produk, pengertian produk, ruang lingkup produk, dan klasifikasi produk Direktori Gerai Kopi Kekinian Surabaya Timur.

### **3. Bab III Metode Penyusunan dan Penyajian Produk**

Bab III berisi tentang proses pembuatan produk direktori mulai dari tahap persiapan alat yang digunakan, bahan yang dibutuhkan serta langkah-langkah dalam pembuatan produk mulai awal hingga akhir.

### **4. Bab IV Penutup**

Pada bab ini terakhir ini, berisi tentang kesimpulan dan saran mengenai produk Direktori Gerai Kopi Kekinian Surabaya Timur.