

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Motorsport merupakan jenis olahraga yang berbeda dari jenis olahraga lainnya. *Motorsport* adalah olahraga kompetitif yang melibatkan kendaraan bermotor yaitu, mobil, motor, hingga pesawat terbang. Dunia *motorsport*, tidak lepas pada dukungan yang besar dari para sponsor, dengan kehadirannya dalam sebuah permainan balap *simulator*. *Motorsport* menunjukkan pengaruh dari olahraga ini yang membuat penggemarnya mendalami peran idolanya (Rahardyan, 2023).

Motorsport di Indonesia pun juga ikut berkembang seiring berjalannya waktu. Pada tahun 2022, Indonesia menjadi tuan rumah cabang olahraga *motorsport* tingkat internasional untuk pertama kalinya yaitu ajang MotoGP di Sirkuit Internasional Mandalika, yang sebelumnya sudah pernah diselenggarakan pada tahun (1996-1997) di Sirkuit Internasional Sentul. Pada Juni 2022 Indonesia untuk pertama kalinya menjadi tuan rumah olahraga jet darat bertenaga listrik yaitu Formula E yang mengadopsi format sirkuit jalan raya yaitu Jakarta *International e-Prix Circuit*.

Formula E hadir di Indonesia sebagai tuan rumah, membawa peluang besar bagi para penggemar *Motorsport* dan balap *simulator*. PT Jakarta Propertindo (Jakpro) dan “JMX Phantom x Racelab” pada tahun 2023 sebagai penyelenggara kompetisi besar bagi 40 pembalap *simulator* terbaik di Indonesia yang dikenal sebagai “Jakarta *E-prix Esports Championship*” dengan tujuan menghasilkan bibit baru yang dapat berkompetisi di tingkat Internasional, baik di kompetisi balap *simulator* maupun di kompetisi nyata seperti Formula E, dan lainnya (Rahardyan, 2023).

Dunia *motorsport* di Indonesia membuat para penggemarnya membentuk komunitas pebalap simulator. Hal ini bertujuan untuk menghasilkan bibit pembalap *simulator* terbaik. Penggemar *motorsport* ikut berpartisipasi dalam pembentukan komunitas baru yang memicu munculnya wadah yang

memadai. Untuk tercapainya tujuan dengan menghasilkan bibit pembalap *simulator* terbaik (Prambadi, 2023).

“Racelab” adalah perusahaan manufaktur di bidang perangkat *simulator* balap yang berdiri sejak tahun 2018, dan menyediakan berbagai perangkat *simulator* yang bertujuan untuk memuaskan pengalaman bermain *simulator* yang mendalam. “Racelab” sebagai produsen perangkat *simulator* ‘bespoke’ sehingga membebaskan khayalan konsumen seperti *custom stickers*, *custom configuration* dalam merakit perangkat *simulator* sesuai keinginan konsumen.

Menurut Badan Pusat Statistika (BPS), penggunaan teknologi informasi dapat diukur dari kepemilikan komputer. Meskipun hanya sekitar 18,24% yang memiliki komputer, BPS menyoroti perkembangan pesat manfaat komputer berkat kemunculan *internet*. Dari sekedar alat pengolah data, komputer kini menjadi alat serba bisa untuk mencari informasi dan *multimedia*. (BPS, 2022). Data menunjukkan bahwa sebuah inovasi terbaru dapat dilakukan melalui telepon seluler, mengingat banyaknya penduduk Indonesia yang menggunakannya. Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) di Indonesia telah mengalami kemajuan signifikan dalam 5 tahun terakhir.

Oleh karena itu, “Racelab” meminta peneliti untuk memanfaatkan media promosi berbasis *website* sebagai wadah bagi komunitas penggemar *motorsport*, dan menghasilkan pebalap *esports simulator* terbaik. Peneliti akan merancang desain antarmuka *website community-based* menggunakan brand “Racelab”. Maksud dari perancangan media promosi “Racelab” untuk komunitas *simulator* balap adalah untuk memperkenalkan produk “Racelab”, sekaligus membangun komunitas yang baik dengan adanya forum komunitas, berita terkait balap *simulator*, fitur interaktif, serta sarana informatif untuk saling belajar bersama.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang diperoleh, teridentifikasi beberapa masalah yang didapatkan oleh peneliti sebagai berikut:

1. Belum adanya pemanfaatan media promosi berbasis *website* yang dimiliki “Racelab”.
2. Kurangnya wadah bagi komunitas balap *simulator* untuk mencari informasi *simulator* balap dan dapat bekerja sama dengan para sponsor.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan perolehan identifikasi masalah, peneliti menetapkan beberapa rumusan masalah yang dihadapi sebagai berikut:

1. Bagaimana menentukan media promosi “Racelab” yang efektif untuk menyampaikan kepada pengguna?
2. Bagaimana merancang media promosi “Racelab” yang dapat mewadahi komunitas *simulator* balap?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari perancangan antarmuka pengguna (UI) untuk “Racelab”, peneliti diharapkan dapat membantu pengguna dalam meningkatkan *awareness* pada produk “Racelab”. Maka tujuan dirancangnya “Racelab” adalah sebagai berikut:

1. Merancang antarmuka media promosi “Racelab” dengan cara yang efektif kepada pengguna. Tujuan utamanya adalah meningkatkan *awareness* pengguna terhadap “Racelab” dan mendorong partisipasi aktif mereka dalam memanfaatkannya.
2. Menetapkan tujuan akhir dalam menentukan media promosi yang efektif dalam memperkenalkan “Racelab” kepada pengguna dengan memanfaatkan prototipe desain antarmuka pengguna *website*.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian perancangan antarmuka “Racelab” diharapkan.

1. Melalui Tugas Akhir, peneliti dapat menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh selama kuliah serta memperluas pemahaman tentang *simulator* balap.
2. Perancangan antarmuka “Racelab” bermanfaat bagi komunitas *simulator* balap untuk mencari informasi seputar *simulator* balap.

3. Perancangan antarmuka “Racelab“ bermanfaat bagi “Racelab” dalam memasarkan produknya yang lebih menarik pengguna *simulator* balap.
4. Perancangan antarmuka "Racelab" bisa menjadi referensi untuk penelitian mendatang tentang desain antarmuka *website* di Universitas Pembangunan Jaya.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang “Racelab” sebagai wadah untuk komunitas *simulator* balap beserta uraian terkait “Racelab” sebagai perusahaan perangkat *simulator* balap. Sehingga dilakukan perancangan desain Antarmuka sebagai media promosi “Racelab” di JABODETABEK yang berisi rumusan masalah yang didapat hingga tujuan, manfaat serta sistematika penulisan dari perancangan media promosi “Racelab”.

BAB II TINJAUAN UMUM

Bab ini berisi uraian dari teori-teori penelitian, tinjauan teori, tinjauan pustaka, kerangka berpikir sebagai pedoman dari perancangan media promosi “Racelab”.

BAB III METODOLOGI DESAIN

Bab ini menjelaskan prosedur pelaksanaan penelitian hingga selesai. Bab ini juga akan menjelaskan terkait metode penelitian yang digunakan dalam perancangan.

BAB IV PERANCANGAN

Bab ini akan menjelaskan mengenai proses dari perancangan media promosi dari hasil analisis data yang telah didapatkan.

BAB V HASIL

Bab ini menjelaskan mengenai hasil yang diperoleh dalam penelitian dan pembahasan secara menyeluruh.