

PROGRAM STUDI SARJANA SISTEM INFORMASI

PROPOSAL PROYEK AKHIR MATA KULIAH

12S4056 - VISUALISASI DATA



FOOD TRENDSETTER VISUALIZATION

OLEH:

12S17029	Silvany Lumbangaol
12S17041	Dewi Purnama Napitupulu
12S17067	Fradina Kristina Sinambela
12S16050	Reinheart Christian Simanungkalit

PROGRAM STUDI S1 SISTEM INFORMASI

FAKULTAS INFORMATIKA DAN TEKNIK ELEKTRO

INSTITUT TEKNOLOGI DEL

2020

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	2
BAB 1 PENDAHULUAN.....	2
1.1 Latar Belakang	2
1.2 Tujuan	2
1.3 Ruang Lingkup	3
BAB 2 LANDASAN TEORI.....	4
2.1 Makanan Organik	4
2.2 <i>Visual Design Application</i>	6
2.3 <i>Trendsetter</i>	6
BAB 3 METODE DAN JADWAL PENELITIAN.....	8
3.1 Metode Penelitian	8
3.2 Jadwal Penelitian.....	9
DAFTAR PUSTAKA.....	10

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Setiap manusia membutuhkan berbagai jenis asupan agar dapat memperoleh manfaat gizi, energi, vitamin, dan kesehatan yang merupakan hasil dari apa yang dimakan. Makanan dan minuman merupakan salah satu kebutuhan pokok untuk bertahan hidup. Banyaknya ragam jenis makanan di dunia ini membuat manusia memiliki kebebasan dalam memilih makanan. Beragam jenis makanan dikemukakan dari berbagai jenis daerah berupa makanan olahan berbahan organik ataupun makanan berupa kemasan.

Di zaman modern saat ini, sangat mudah untuk menemukan makanan pilihan. Banyak platform yang menyediakan menu makanan beserta harga untuk mempermudah pengguna dalam memesan makanan. Begitu juga dengan melihat makanan kekinian yang banyak diminati oleh masyarakat luas. Mayoritas orang ingin mencicipi suatu makanan berdasarkan banyaknya apresiasi pembeli yang dapat kita lihat melalui ulasan makanan dari berbagai sudut pandang perorangan.

Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mengetahui tren makanan saat ini adalah dengan mengamati jumlah kenaikan penjualan pada berbagai jenis rumah makan. Data kenaikan penjualan yang disimpan dalam basis data dapat diolah lebih lanjut sehingga menghasilkan pemahaman dan informasi baru. Jika penjualan meningkat pada salah satu jenis makanan dari berbagai rumah makan, dapat dikatakan bahwa jenis makanan tersebut merupakan tren makanan saat ini.

Dengan demikian, dibutuhkan perancangan komunikasi visual yang terpadu untuk mendukung analisis informasi tren makanan saat ini. Visualisasi yang baik akan merepresentasikan data yang akurat dan memberi pemahaman yang lebih mendalam.

1.2 Tujuan

Tujuan dari pengerjaan proyek adalah sebagai berikut:

1. Mendapatkan informasi mengenai minat konsumen dalam memilih makanan pada rentang tahun 2004 sampai 2016.
2. Mengetahui tren sayuran yang diminati oleh masyarakat.
3. Menghasilkan visualisasi grafik perubahan jumlah pencarian jenis makanan.

1.3 Ruang Lingkup

Ruang lingkup proyek pada adalah sebagai berikut.

1. *Tools* yang digunakan untuk mengolah data adalah *Tableau*.
2. *Dataset* yang digunakan dalam pengerjaan proyek ini diperoleh dari <https://www.kaggle.com/GoogleNewsLab/food-searches-on-google-since-2004?select=seasonality-values-d2b9a3.csv>

BAB 2 LANDASAN TEORI

2.1 Makanan Organik

Makanan organik adalah semua jenis pangan yang berasal dari organisme hidup (hewan atau tumbuhan). Namun, saat ini istilah organik digunakan secara terbatas untuk produk-produk tanaman yang tidak atau hanya sedikit menggunakan pestisida dan pupuk buatan. Makanan organik diciptakan sesuai dengan semua standar produksi yang sudah ditentukan. Pada sejarah kehidupan manusia setiap makanan yang diciptakan melalui proses agrikultur bisa disebut sebagai organik. Manfaat dari makanan organik sendiri bagi kesehatan yaitu bekerja membersihkan darah, membuang racun yang menumpuk dalam sel, membantu regenerasi sel-sel baru, menjaga daya tahan tubuh, mengurangi resiko terkena penyakit, menjaga keseimbangan kadar asam basa tanpa menggunakan obat-obatan. Manfaat lain dari makanan organik yaitu untuk menjaga dan meningkatkan keseimbangan ekologi sehingga lingkungan lebih terjaga dan segar karena bahan pangan organik tidak menggunakan bahan kimia dalam proses pembibitannya.

Peneliti menggunakan faktor kesehatan, kualitas, rasa, ramah lingkungan, dan food safety untuk melihat persepsi masyarakat Surabaya terhadap makanan organik. [1]

Pengukuran variabel didasarkan pada indikator persepsi tentang kesehatan yaitu:

a. Kesehatan

1. Menjaga daya tahan tubuh (imunitas).
2. Mengurangi risiko terkena penyakit kronis.
3. Membuang racun yang menumpuk dalam sel.

b. Kualitas

Journal of Applied Nutrition (1993) dengan jelas memperlihatkan bahwa makanan organik lebih memiliki banyak kandungan nutrisi dibanding makanan non-organik.

Pengukuran variabel didasarkan pada indikator persepsi tentang kualitas, yaitu:

1. Makanan organik lebih segar.
2. Makanan organik memiliki kandungan gizi yang lebih yang baik.

3. Makanan organik memiliki tingkat kebersihan yang lebih baik.

c. Rasa

Makanan organik memiliki rasa yang lebih baik dibandingkan makanan non organik, hal tersebut dikarenakan makanan organik tidak mengandung bahan-bahan kimia sehingga tidak mengubah rasa asli dari makanan. Pengukuran variabel didasarkan pada indikator persepsi tentang rasa, yaitu:

1. Rasa makanan organik yang lebih lezat.
2. Makanan organik lebih memiliki daya tarik rasa daripada makanan non organik.
3. Rasa makanan organik lebih asli atau natural daripada makanan non organic

d. Ramah Lingkungan

Makanan organik yang merupakan makanan sehat yang semarak dibicarakan juga merupakan salah satu pola makan yang ramah lingkungan. Makanan organik adalah makanan berasal dari tumbuhan yang dalam proses penanamannya tidak menggunakan pupuk ataupun pestisida kimia serta berasal dari hewan yang dalam pertumbuhannya tidak diberi hormon dari luar maupun antibiotik (Astawan, 2009). Karena tidak menggunakan pupuk ataupun pestisida kimia, jadi tidak menimbulkan polusi air, tanah, dan udara, serta tidak akan meninggalkan residu kimiawi pada tanaman tersebut. Sehingga kelestarian alam dan lingkungan bisa lebih terjaga karena tidak adanya bahanbahan kimia yang merusak lingkungan. Pengukuran variabel didasarkan pada indikator persepsi tentang ramah lingkungan yaitu:

1. Budidaya pangan organik baik bagi kelestarian lingkungan.
2. Budidaya organik lebih aman bagi kelangsungan hidup hewan, tumbuhan, dan manusia.
3. Budidaya pangan organik dapat meningkatkan sektor perkebunan, pertanian, dan bahkan peternakan organik, sehingga dapat menciptakan ekosistem yang ramah lingkungan.

e. *Food Safety*

Tren keamanan pangan (*food safety*) menjadi isu sensitif dalam industri pangan dan berbagai kasus keracunan pangan yang terjadi, berasal dari kontaminasi bahan kimia dan mikrobiologi.

Mengkonsumsi makanan organik sangat baik untuk mempertahankan umur panjang dan badan sehat. Keamanan pangan dan produk organik yang segar serta alami menjadi tuntutan konsumen. Perbaikan mutu kehidupan dan gaya hidup sehat, telah mendorong masyarakat di berbagai negara dan mendorong gerakan gaya hidup sehat dengan tema global Kembali ke Alam (*back to nature*). Pengkuruan variabel didasarkan pada indikator persepsi tentang *food safety* yaitu:

1. Makanan organik bebas dari bahan pengawet, zat aditif, atau penguat rasa.
2. Makanan organik tidak menggunakan rekayasa genetika.
3. Makanan organik lebih tidak membahayakan konsumen karena hampir tidak memiliki residu pestisida.

2.2 Visual Design Application

Tidak jauh berbeda dari belanja secara *offline*, komunikasi pemasaran perlu juga ditampilkan secara lugas dan menarik guna membujuk calon konsumen agar berminat membeli produk yang ditawarkan. Salah satu bentuk komunikasi pemasaran adalah iklan yang harus memiliki kemenarikan khas yang mampu membuat calon konsumen tertarik pada produk yang ditawarkan. Untuk ini, fungsi iklan tersebut adalah harus mampu menginformasikan manfaat produk yang ditawarkan, memunculkan rasa percaya dan menarik hati para calon konsumen. Sebuah desain sebagai salah satu cara mewujudkan daya tarik iklan. Dikatakan menarik apabila isi dan tampilannya mampu menarik pasar sasaran mampu menarik minat para *clickers* dalam akun tersebut sehingga dapat memandu makanan tersebut menjadi trend masa kini. [2]

2.3 Trendsetter

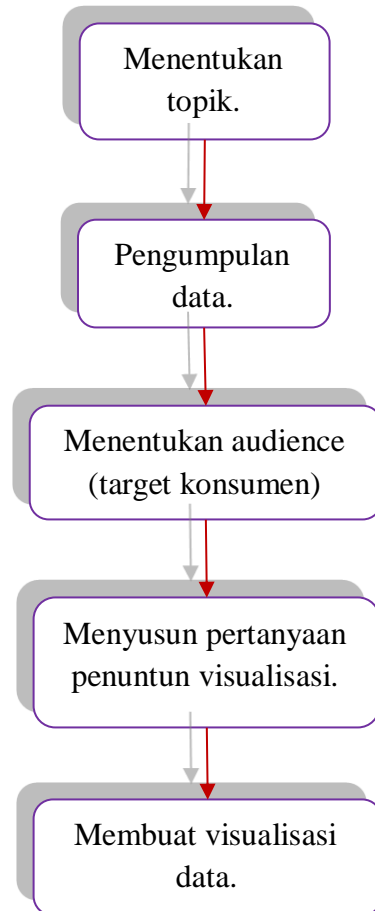
Konsep Pierre Bourdieu adalah (Habitus x Modal) + Ranah = Praktik Sosial. Bordieu merumuskan konsep habitus sebagai analisis sosiologi dan filsafat atas perilaku manusia. Habitus adalah “sruktur mental atau kognitif” yang dengannya orang berhubungan dengan dunia sosial. Orang dibekali dengan serangkaian skema terinternalisasi yang mereka gunakan untuk mempersepsi, memahami, mengapresiasi, dan mengevaluasi dunia sosial. Teori Bourdieu akan diterapkan atau dikaitkan dengan suatu objek yang berkaitan, karena objek tersebut bisa dikatakan sebuah komunitas ataupun sekumpulan individu dalam masyarakat yang memiliki kesamaan usia dan fisik yang dapat memberikan ciri khas dalam keanggotaan mereka, ciri tersebut terbentuk dalam

struktur sosial diluar diri mereka yang diinternalisasikan dan kemudian menjadi habitus. Dalam arti ini, habitus adalah nilai-nilai sosial yang dihayati oleh manusia, dan tercipta melalui proses sosialisasi yang berlangsung lama, sehingga menjadi cara berpikir dan pola perilaku yang menetap didalam diri manusia. Melalui skema inilah orang menghasilkan praktik mereka, mempersepsi dan mengevaluasinya. [3]

Teori ini menjadi pilihan yang dirasa paling tepat dalam menganalisis dan menggambarkan situasi dan peristiwa yang terjadi, dalam hal ini adalah mengidentifikasi jenis makanan yang paling banyak diminati oleh masyarakat pada rentang tahun 2004 sampai 2016 sehingga menjadi *food trendsetter*.

BAB 3 METODE DAN JADWAL PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian



1. Menentukan Topik

Pada tahapan ini, kelompok akan mengambil sebuah topik yang akan dikerjakan dalam penyelesaian proyek Visualisasi Data.

2. Pengumpulan Data

Pada tahap ini, anggota kelompok akan mencari dan mengumpulkan data-data yang relevan dengan topik, data dapat berformat: .xlsx, .csv, .json, dan lainnya.

3. Menentukan *Audience*

Pada tahapan ini, berdasarkan data yang telah ditentukan untuk digunakan, dapat ditentukan siapa saja yang menjadi *audience* atau konsumen pada visualisasi yang akan dibuat.

4. Menentukan Pertanyaan Penuntun Visualisasi

Pada tahapan ini, kelompok akan membentuk, mengumpulkan, serta menentukan beberapa pertanyaan yang dapat dijadikan sebagai acuan dalam membuat sebuah visualisasi data.

5. Membuat Visualisasi Data

Pada tahapan ini, kelompok akan membuat satu ataupun beberapa visualisasi data sesuai dengan topik, serta pertanyaan penuntun visualisasi data yang telah dibentuk sebelumnya.

3.2 Jadwal Penelitian

Kegiatan	Bulan								
	November			Desember				Januari	
	2	3	4	1	2	3	4	1	2
Menentukan Topik									
Pengumpulan Data									
Menentukan <i>Audience</i>									
Menyusun Pertanyaan Penuntun Visualisasi									
Membuat Visualisasi Data.									
Pengumpulan									

DAFTAR PUSTAKA

- [1] O. Winarto and D. Richardo, "ANALISA PERSEPSI MASYARAKAT SURABAYA TERHADAP MAKANAN ORGANIK," *Program Manajemen Perhotelan, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra*, vol. 3, 2015.
- [2] Nurbayti, "(2015) mengemukakan bahwa salah satu bentuk komunikasi pemasaran adalah iklan," *Studi Fenomenologi Pengguna Go-Food di Universitas Amikom Yogyakarta*, vol. 1, pp. 1-10, 2019.
- [3] N. S. Sari, "Korean Fashion Style," *Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Surabaya*, vol. 03, pp. 1-7, 2015.