

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Brodo *Footwear* didirikan bulan Februari 2010. Di bawah payung PT. Harlanda Putra Indonesia (HPI) oleh 2 orang mahasiswa dari ITB yaitu Muhammad Yukka Harlanda dan Putera Dwi Karunia, setelah mendesign prototipe dan menyiapkan konsep akhirnya Brodo Footwear meluncurkan rangkaian produknya yang pertama pada Juni 2010. Nama Brodo diambil dari bahasa Italia yang memiliki arti “Kaldu Ayam” Ada beberapa alasan atas pemilihan nama ini. Pertama, dalam beberapa masakan Italia dibutuhkan essence, atau rasa dasar yang bisa menentukan berhasil, enak atau tidaknya masakan tersebut. Essence itu adalah Brodo. Sama seperti berpakaian, dibutuhkan sebuah dasar (sepatu) yang bisa memberikan knock out factor terhadap keseluruhan cita rasa pakaian tersebut. Alasan kedua adalah agar nantinya brand ini bisa diterima secara Internasional, dibutuhkan nama yang merepresentasikan image eksklusif. Kata dari bahasa Italia dianggap sesuai dengan image yang ingin ditampilkan. Seperti yang dilakukan Giordano, perusahaan asal Hong Kong yang menggunakan bahasa Italia.

Brodo Footwear merupakan salah satu industri kreatif yang lahir di kota Bandung yang memproduksi sepatu dan aksesoris dari bahan genuine leather (kulit asli) yang dibuat secara hand made. Brodo Footwear lahir di era-modern dimana industri sekarang sedang berlomba-lomba meningkatkan mutu dan kualitasnya baik itu industri perusahaan besar maupun industri perusahaan yang kecil, dengan melalui program-program periklanan dan promosi melalui media internet seperti media sosial yang saat ini menjadi alat promosi yang sangat wajib hukumnya, demi terciptanya brand awereness dan brand image dimata konsumennya. (Yukka Harlanda, 2023)

Brodo pada tahun 2024 ingin mengeluarkan produk kategori baru yang akan di peruntukan untuk anak-anak yaitu Brodo Kids. Merupakan *sub-category* dari brand Brodo layaknya kategori yang lain seperti *Active* (Sepatu Olahraga), *essential* (*non-footwear*), *lifestyle* (*Sneakers*) dan *Signature* (Sepatu Kulit).

Desain sepatu anak yang di buat adalah turunan desain dari siluet *existing* yaitu artikel Corte Jog yang di desain sedemikian rupa agar dapat memenuhi kebutuhan dari anak yang harus memiliki desain sederhana dan gampang saat di gunakan dan tentunya kaki anak pengguna agar dapat bertumbuh dengan baik dan nyaman saat di gunakan.

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah pada latar belakang yang sudah dijabarkan sebelumnya yaitu :

- A. Perancangan ulang produk ini di tujukan untuk memenuhi kebutuhan proyek brand Brodo untuk kategori barunya yaitu Brodo *Kids* yang berfokus pada produk alas kaki untuk anak umur 4 – 8 tahun.
- B. Perancangan ulang produk ini melakukan pertimbangan dari segi kebutuhan pengguna usia 4 – 8 tahun.
- C. Perancangan ulang produk ini berdasarkan produk eksisting dari Brodo yaitu artikel Corte Jog.

1.3 Rumusan Masalah

Berikut adalah identifikasi masalah berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan sebelumnya. Brodo ingin memasuki pasar alas kaki untuk anak, oleh karena itu di adakannya perancangan ulang pada produk eksisting artikel Corte Jog untuk di sesuaikan dengan kebutuhan sepatu untuk anak anak umur 4 – 8 tahun.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Pertanyaan penelitian ini adalah bagaimana perancangan ulang produk artikel Corte Jog agar memenuhi kebutuhan Brand Brodo untuk kategori Brodo *Kids*?

1.5 Tujuan Perancangan

Tujuan perancangan ini adalah sebagai berikut, yaitu :

- A. Untuk merancang ulang artikel Corte Jog agar sesuai dengan kebutuhan anak umur 4-8 tahun.
- B. Untuk memenuhi kebutuhan proyek Brodo *Kids* dan membuat produk untuk kategori baru dari Brand Brodo. (kategori Brodo *Kids*)

1.6 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penulisan ini fokus pada :

- A. Produk sepatu yang akan dirancang ulang adalah artikel Corte Jog dirancang ulang agar sesuai dengan kebutuhan anak.
- B. Desain yang dibuat dan material yang digunakan mengikuti arahan dari Perusahaan.

1.7 Ruang Lingkup Perancangan

Studi analisa dalam perancangan ini berfokus terhadap perancangan ulang sepatu artikel Corte Jog Brand Brodo yang akan disesuaikan dengan kebutuhan anak.

1.8 Keterbatasan Penulisan/Perancangan

Keterbatasan penulisan perancangan ulang sepatu untuk brodo artikel corte jog ini dilakukan saat melakukan MBKM sehingga dalam proses perancangan produk semua mengikuti keinginan perusahaan. Waktu perancangan sepatu ini adalah di enam bulan. Dan memiliki keterbatasan manufaktur karna harus mengikuti keterbatasan yang ada di Industri.

1.9 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa manfaat, yaitu :

A. Manfaat bagi ilmu pengetahuan :

Dapat menjadi rujukan studi desain mengenai produk sepatu anak.

B. Manfaat bagi masyarakat :

Dapat menjadi pilihan dan memenuhi kebutuhan alas kaki bagi anak.

C. Manfaat bagi industri :

Dapat menjadi informasi mengenai produk yang sesuai dengan kebutuhan produk sepatu anak.

D. Manfaat bagi penulis :

Mendapatkan pengalaman menangani proyek besar dari perusahaan.

1.10 Sistematika Penulisan Laporan

Sistematika penulisan laporan Perancangan Ulang Sepatu Anak Untuk PT. Brodo Ganesha Indonesia Studi Kasus Artikel Corte Jog adalah:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini terdapat latar belakang perancangan, identifikasi masalah, rumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, batasan masalah, ruang lingkup penelitian, keterbatasan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika perancangan.

BAB II KAJIAN

Dalam bab ini terdapat kajian pustaka, kajian lapangan dan summary yang berisi teori dan kondisi lapangan serta pengantar untuk bab selanjutnya.

BAB III METODE

Dalam bab ini terdapat perancangan produk, metode penggalan data, proses perancangan dan metode validasi.

BAB IV PEMBAHASAN

Dalam bab ini terdapat proses perancangan dan hasil validasi.

BAB V KESIMPULAN

Dalam bab ini terdapat kesimpulan dan tujuan dari perancangan yang telah dicapai.

DAFTAR PUSTAKA

Terdapat literatur-literatur yang didapatkan dalam merancang produk.