

BAB I

PENDAHULUAN

1.1..... Latar

Belakang Masalah

Setiap individu atau kelompok dalam strata sosial tertentu memiliki gaya khas yang dapat menjadi symbol prestise dalam sistem stratifikasi sosial. Gaya hidup ini dapat dilihat dari barang-barang yang digunakan, cara berperilaku, sampai bahasa yang digunakan. Bukan hanya untuk tujuan berkomunikasi semata-mata, tetapi juga simbol identitas (Siregar, 1997:51)

Berpakaian atau berhias sesuai dengan tren *fashion* terkini juga merupakan salah satu bagian dari cara berperilaku dan gaya hidup masyarakat saat ini, khususnya anak muda. Berpakaian lebih dari sekedar untuk cara untuk menjaga kesehatan jasmani dan mematuhi norma-norma kesusilaan, namun berpakaian juga memiliki sebagai cara untuk mengekspresikan identitas diri si pemakai baik lewat pilihan bentuk, corak, maupun warna bahan pakaian yang digunakan. Dahulu, orang lebih banyak memvariasikan pakaian atas dengan berbagai macam warna. Namun kini, pakaian bawah atau celana juga menjadi sandang yang dapat divariasikan dengan berbagai macam bentuk dan warna. Salah satu jenis celana yang populer di variasi di kalangan anak muda adalah *chino pants*.

Chino pants adalah adalah jenis celana katun ringan yang terbuat dari kain chino dengan tenunan twill. *Chino pants* pada umumnya tersedia yang siap pakai maupun *custom chino pants*.

Custom chino pants adalah *chino pants* yang ukurannya di buat khusus sesuai dengan permintaan pembeli. *Custom chino pants* berbeda dengan celana pada umumnya yang menggunakan ukuran pinggang sebagai acuan celana besaran celana. *Custom chino pants* menggunakan ukuran yang berbeda dari celana biasa yaitu *regular fit*, *slim fit* dan *skinny fit* atau dapat disesuaikan dengan permintaan pembeli. Menurut www.tailorstore.com, *regular fit* adalah celana dengan potongan lurus dari pinggang, ke paha, lurus terus hingga ke bagian ujung celana. Potongan celana regular sangat nyaman dipakai karena memberikan ruang yang cukup pada kaki, sehingga dari luar bentuk kaki tidak terlihat. *Slim fit* adalah salah satu jenis potongan celana yang bentuknya menyesuaikan bentuk kaki dan paha, kemudian

mengerucut lurus ke bagian bawahnya, potongan jenis ini memberikan ruang yang cukup pada kaki sehingga sangat nyaman untuk digunakan karena tidak terlalu ketat di kaki tetapi mampu menunjukkan lekuk pada kaki. Celana potongan ini memberi kesan lebih langsing pada kaki pengguna. *Skinny fit* adalah jenis potongan celana yang sangat ketat pada kaki mulai dari paha sampai ke bagian bawah. Jenis potongan ini biasanya menggunakan bahan kain *stretch* atau melar.

Di Kota Bandung yang dikenal sebagai pusat perkembangan fashion di Indonesia banyak ditemui penjual yang menawarkan pembuatan custom chino pants. Baik berupa toko, perorangan, konveksi maupun *online store*. Adapun penyedia *custom chino pants* yang ada antara lain Use Clothing, Vous Denim, dan Bubble Stuff.

1.2..... Permasalahan

1.2.1 Identifikasi

Masalah

1. Kurangnya pemanfaatan *e-commerce* untuk mempermudah transaksi konsumen.
2. Promosi produk *Use Clothing* hanya mengandalkan media sosial.
3. Minimnya pengetahuan kaum muda Kota Bandung tentang adanya penyedia *custom chino pants Use Clothing*
4. Belum tersedianya media promosi untuk *Use Clothing* yang kaya informasi, sekaligus menjadi media persuasi dan kredibel dimata konsumen.

1.2.2 Rumusan Masalah

Bagaimana membuat sebuah media promosi dalam bentuk website e-commerce untuk Use Clothing sebagai media transaksi, promosi dan informasi .

1.3..... Fokus

Masalah

Dalam pengerjaan Tugas Akhir ini fokus dari perancangan ini dapat dirumuskan dalam 4W1H berikut :

1. *What* (Apa)?

Perancangan *website e-commerce* dan media pendukung lain yang tepat untuk *Use Clothing* sebagai media transaksi, promosi & informasi.

2. *Who* (Siapa)?

Target audience website e-commerce ini adalah Siswa SMA, mahasiswa dan pekerja usia 17 – 30 tahun dengan kondisi ekonomi menengah, memiliki karakteristik tinggal di kota besar dan familiar dengan teknologi khususnya internet.

3. *Where* (Dimana)?

Penelitian akan dilakukan di Warung Lobak, Soreang di lokasi konveksi *Use Clothing*.

4. *When* (Kapan)?

Penelitian & pengerjaan *website e-commerce* akan dimulai bulan Februari 2014 – Juni 2014.

5. *How* (Bagaimana)?

Penelitian akan dilakukan dengan cara observasi langsung dan wawancara dengan Rifky Mulki Akbar selaku pemilik dari *Use Clothing*. Membagikan angket kepada pengguna produk *Use Clothing* dan melakukan studi literature dari berbagai sumber antara lain buku dan internet yang relevan dengan masalah yang dibahas.

1.4..... Tujuan

Perancangan

Menghasilkan website e-commerce Use clothing sebagai media transaksi, promosi dan informasi .

1.5..... Cara

Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Primer

- Observasi

Menurut Kartono (1980: 142) pengertian observasi diberi batasan sebagai berikut: “studi yang disengaja dan sistematis tentang fenomena sosial dan gejala-gejala psikis dengan jalan pengamatan dan pencatatan”. Selanjutnya dikemukakan tujuan observasi adalah: “mengerti ciri-ciri dan luasnya signifikansi dari interelasinya elemen-elemen tingkah laku manusia pada fenomena sosial serba kompleks dalam pola-pola kulturil tertentu”.

Observasi dibutuhkan penulis sebagai acuan apakah website yang di buat sudah tepat sesuai dengan selera target market :

1. Website *e-commerce* sejenis
2. Observasi pengguna website secara langsung

- Wawancara

Menurut Prabowo (1996: 11) wawancara adalah metode pengambilan data dengan cara menanyakan sesuatu kepada seseorang responden, caranya adalah dengan bercakap-cakap secara tatap muka.

- Angket

Pengertian metode angket menurut Arikunto (2006:151) “Angket adalah pernyataan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadi atau hal-hal yang ia ketahui”. Sedangkan menurut

Sugiyono (2008:199) “Angket atau kuesioner merupakan tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab”.

2. Sumber Data

Sekunder

- Studi Pustaka

Menurut Nazir (1998 : 112) : “Studi kepustakaan merupakan langkah yang penting dimana setelah seorang peneliti menetapkan topik penelitian, langkah selanjutnya adalah melakukan kajian yang berkaitan dengan teori yang berkaitan dengan topik penelitian. Dalam pencarian teori, peneliti akan mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya dari kepustakaan yang berhubungan. Sumber-sumber kepustakaan dapat diperoleh dari : buku, jurnal, majalah, hasil-hasil penelitian (tesis dan disertasi), dan sumber-sumber lainnya yang sesuai (internet, koran dll)”.

1.6. Kerangka

Perancangan

Kerangka perancangan ini dibuat untuk menjaga agar dalam proses penggarapan TA tetap sesuai prosedur. Dengan topik TA yaitu website maka kerangka ini juga yang menjadi pembeda antara perancangan sebuah website yang menekankan pada ITnya (untuk jurusan engineering) atau yang menekankan pada visualnya (untuk jurusan DKV).

Latar Belakang Masalah

Use Clothing merupakan usaha *clothing* berupa *custom chino pants* yang sudah berjalan 1.5 tahun di Bandung sehingga memerlukan media transaksi, promosi, dan informasi yang kredibel untuk memperkenalkan produk dan memperluas cakupannya

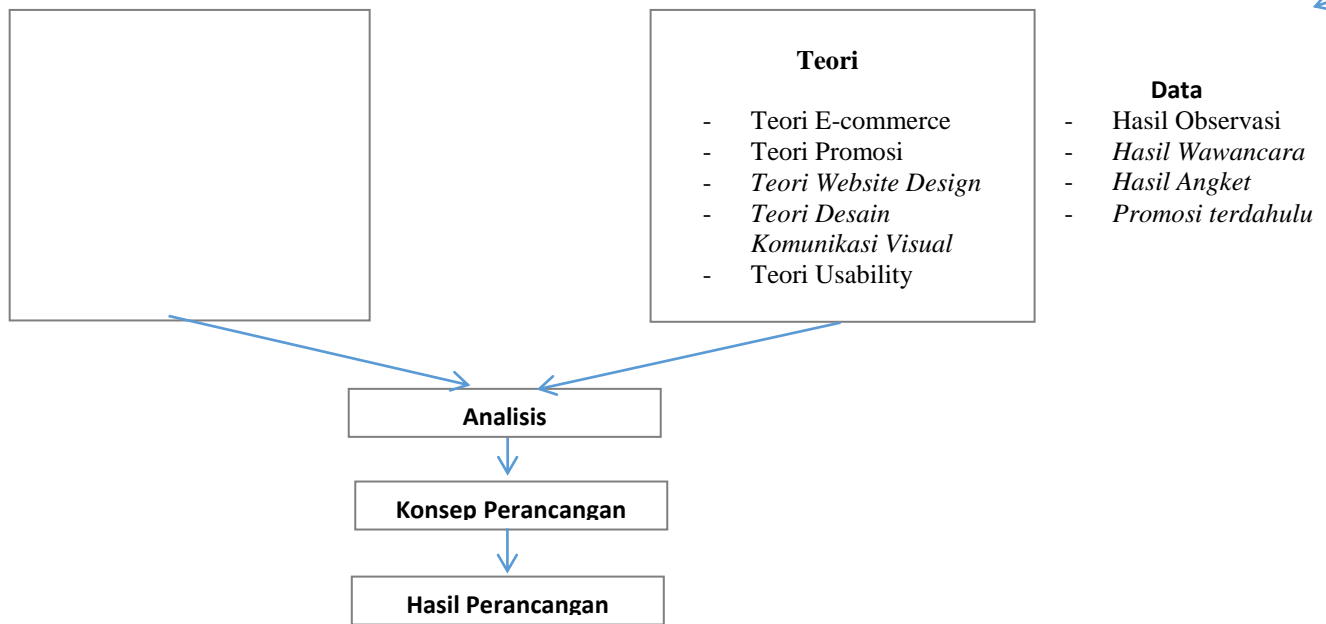


Rumusan Masalah

Bagaimana membuat sebuah media promosi dalam bentuk website yang mampu mempermudah konsumen dalam melakukan transaksi belanja online.

Ide

Membuat *website e-commerce* sebagai media transaksi, promosi dan informasi untuk memperkenalkan & memperluas cakupan pasar produk *Use Clothing*, serta mempermudah konsumen dalam melakukan pembelian secara online.



Gambar 1.1 Kerangka Penelitian

1.7 Pembabakan

1. Bab I Pendahuluan

Bab ini memaparkan latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, fokus masalah, tujuan perancangan, cara pengumpulan data, kerangka perancangan, pembabakan.

2. Bab II Dasar Pemikiran

Pengumpulan teori-teori yang berkaitan dengan *website e-commerce*.

3. Bab III Data dan Analisis

A. Data

Menjelaskan berbagai data mengenai selera pasar dan identitas brand yang digunakan sebagai referensi pembuatan *website ecommerce*.

B. Analisis

Menjelaskan tentang seperti apakah desain website ecommerce yang sesuai dengan selera konsumen menurut data yang telah diperoleh.

4. Bab IV Konsep & Hasil Perancangan,

A. Konsep: konsep komunikasi (ide besar), konsep kreatif (pendekatan), konsep media media apa yang digunakan), dan konsep visual (jenis-jenis huruf, bentuk, warna, gaya visual)

B. Hasil Perancangan, mulai dari sketsa hingga penerapan pada media.

5. Bab V Penutup

Berisi tentang kesimpulan yang dicapai dari hasil penelitian solusi yang didapat dari hasil penelitian.