

ABSTRAK

PERANCANGAN APLIKASI *MOBILE* PRODUK *FASHION* LOKAL BANDUNG UNTUK KALANGAN MUDA DI KOTA BESAR INDONESIA

Oleh

Ricardo

1364082

Kota Bandung memiliki berbagai macam produk fesyen lokal yang kualitas setara dengan produk dari *brand* asing dan harganya yang bisa dikatakan dapat bersaing dengan harga produk lain. Namun seiring perkembangan zaman, hingga perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin membuat produk fesyen lokal dipandang sebelah mata. Masyarakat dirasa masih kurang peduli terhadap produk lokal, sehingga pamornya tergeserkan oleh produk-produk fesyen dari merek luar yang semakin banyak bermunculan di Bandung.

Oleh karena itu, tujuan perancangan ini adalah untuk memperkenalkan dan mempromosikan produk fesyen lokal melalui media yang efektif dan efisien kepada masyarakat, yaitu dengan melalui aplikasi jual-beli yang terpadu.

Metode yang digunakan ialah dengan membuat aplikasi terpadu jual-beli untuk produk fesyen lokal itu sendiri, dan kemudian juga dengan membuat *event* promosi dari aplikasi tersebut yang berupa acara *Mini Fashion Show* dan *Grand Launching*. Juga didukung dengan berbagai media promosi dan *gimmick*. Diharapkan dengan adanya perancangan aplikasi ini dapat memperkenalkan dan mempromosikan produk fesyen lokal, kemudian juga diharapkan dapat meningkatkan kepedulian masyarakat dalam berbelanja produk lokal Bandung.

Kata kunci: aplikasi, Bandung, fesyen, lokal, produk, promosi.

ABSTRACT

MOBILE APPLICATION DESIGNING OF BANDUNG LOCAL FASHION PRODUCT FOR YOUTH PEOPLE IN INDONESIA'S BIG CITY

Submitted by

Ricardo

1364047

Bandung city have a wide variety of local fashion products that qualities are equal to the foreign brands' products and the prices are very competitive with the others. As time goes by and the change of people's lifestyle, local fashion products are getting more underestimated. Society is still unaware of local brands that resulting its prestige shifted by foreign fashion products that increasingly emerged in Bandung

Therefore, the purpose of this design is to introduce and promote local fashion products through an effective and efficient media to the society, which is through an integrated trading application.

The method used is to create an integrated application of buying and selling for local fashion products and also create promotional events for the application such as Mini Fashion Show and Grand Launching event that also supported by various gimmick and promotional media. This design is expected to introduce and promote local fashion products so that the society will increase their awareness towards Bandung local products.

Keywords: apps, Bandung, fashion, local, product, promotion.

DAFTAR ISI

Cover Dalam	i
Lembar Pengesahan	ii
Lembar Orisinalitas Karya Dan Laporan	iii
Lembar Persetujuan Publikasi Karya Ilmiah	iv
Kata Pengantar	v
Abstrak Bahasa Indonesia	vi
Abstrak Bahasa Inggris	vii
Daftar Isi	viii
Daftar Gambar	x
Daftar Tabel	xii
Daftar Diagram.....	xiii
Daftar Lampiran	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	2
1.3 Tujuan Perancangan	2
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	3
1.5 Skema Perancangan	4
BAB II LANDASAN TEORI	5
2.1 Teori Promosi.....	5
2.2 Jenis – Jenis Promosi	6
2.3 Pengertian Aplikasi <i>Mobile</i>	6
2.4 Karakteristik Perangkat <i>Mobile</i>	7
2.5 Teori <i>Typography</i>	9
BAB III DATA DAN ANALISI MASALAH	10
3.1 Data dan Fakta.....	10

3.1.1 Perusahaan / Lembaga Terkati	10
3.1.2 Hasil Observasi	13
3.1.3 Hasil Wawancara	14
3.1.4 Hasil Kuesioner	16
3.1.5 Tinjauan Karya Sejenis	30
3.2 Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data & Fakta	32
3.2.1 Analisis STP	32
3.2.2 Analisis SWOT	33
BAB IV PEMECAHAN MASALAH	35
4.1 Konsep Komunikasi	35
4.2 Konsep Kreatif	36
4.3 Konsep Media	37
4.4 Hasil Karya.....	38
4.4.1 Logo	38
4.4.2 Media Utama.....	38
4.4.3 Media Promosi	41
4.4.4 <i>Gimmick Media</i>	47
4.5 <i>Timeline</i> Media Promosi	53
4.6 <i>Budgeting</i>	53
4.6.1 <i>Budgeting</i> Pembuatan Aplikasi	53
4.6.2 <i>Budgeting</i> Media Promosi.....	54
4.6.3 <i>Budgeting</i> Pemotretan	55
4.6.4 <i>Budgeting</i> Jasa Desainer	55
4.6.5 Total <i>Budgeting</i>	56
BAB V PENUTUP.....	57
5.1 Simpulan	57
5.2 Saran.....	58
Daftar Pustaka	59

Daftar Gambar

Gambar 2.1 Skema Perancangan.....	4
Gambar 3.1 Logo Badan Ekonomi Kreatif Indonesia (BEKRAF)	10
Gambar 3.2 Wawancara dengan Narasumber.....	16
Gambar 3.3 Aplikasi <i>Stylefeed</i>	30
Gambar 3.4 Aplikasi <i>LYKE</i>	31
Gambar 4.1 Jenis <i>Typeface</i>	36
Gambar 4.2 Ilustrasi <i>Banner</i> Aplikasi.....	37
Gambar 4.3 Ilustrasi <i>Banner</i> Aplikasi.....	37
Gambar 4.4 Logo LOCAL.BDG.....	38
Gambar 4.5 Tampilan <i>Loading Page</i> Aplikasi	39
Gambar 4.6 Tampilan <i>Sign Up</i> dan <i>Login Page</i> Aplikasi.....	39
Gambar 4.7 Tampilan Halaman Utama	40
Gambar 4.8 Poster <i>Grand Launching</i> Aplikasi LOCAL.BDG	41
Gambar 4. 9 Poster <i>Mini Fashion Show</i>	42
Gambar 4. 10 Desain <i>X-Banner Grand Launching</i> Aplikasi LOCAL.BDG	43
Gambar 4. 11 Desain <i>Billboard</i> Promosi Aplikasi LOCAL.BDG.....	44
Gambar 4. 12 Desain <i>Website</i> LOCAL.BDG	45
Gambar 4. 13 Desain <i>Website</i> LOCAL.BDG	45
Gambar 4. 14 Tampilan Desain Laman <i>Instagram</i> LOCAL.BDG	46
Gambar 4. 15 Desain Tampilan Laman <i>Facebook</i> LOCAL.BDG.....	46
Gambar 4. 16 Desain <i>Giftcard</i> 1 LOCAL.BDG	47
Gambar 4. 17 Desain <i>Giftcard</i> 2 LOCAL.BDG	47
Gambar 4. 18 Desain <i>Giftcard</i> 3 LOCAL.BDG	48
Gambar 4. 19 Desain <i>Notebook</i> LOCAL.BDG.....	48
Gambar 4. 20 Desain Amplop Undangan <i>Grand Launching & Mini Fashion</i> LOCAL.BDG	49
Gambar 4. 21 Desain Undangan <i>Grand Launching & Mini Fashion</i> LOCAL.BDG	49
Gambar 4. 22 Desain <i>Shopping Bag</i> LOCAL.BDG	50

Gambar 4. 23 Desain <i>ToteBag</i> LOCAL.BDG	51
Gambar 4. 24 Desain <i>ToteBag</i> LOCAL.BDG	51
Gambar 4. 25 Desain <i>T-Shirt</i> LOCAL.BDG.....	52

Daftar Tabel

Tabel 4.1 Tabel Media Promosi	51
Tabel 4.2 Tabel <i>Budgeting</i> Pembuatan Aplikasi.....	51
Tabel 4.3 Tabel <i>Budgeting</i> Promosi.....	53
Tabel 4.4 Tabel <i>Budgeting</i> Pemotretan	53
Tabel 4.5 Tabel Total <i>Budgeting</i>	54

Daftar Diagram

Diagram 3.1 Usia Responden	16
Diagram 3.2 Jenis Kelamin Responden	17
Diagram 3.3 Pekerjaan Responden	17
Diagram 3.4 Pendapatan Per Bulan Responden.....	18
Diagram 3.5 Pendidikan Terakhir Responden	19
Diagram 3.6 Domisili Responden	19
Diagram 3.7 Seberapa Sering Responden Berbelanja Produk <i>Fashion</i>	20
Diagram 3.8 <i>Brand</i> Apa Yang Cenderung Responden Pilih.....	21
Diagram 3.9 Alasan Dalam Memilih <i>Brand</i> Asing.....	21
Diagram 3.10 Alasan Memilih <i>Brand</i> Lokal.....	22
Diagram 3.11 Apakah Responden Tertarik Membeli Produk <i>Fashion</i> Lokal	23
Diagram 3.12 Seberapa Sering Responden Menggunakan <i>Gadget</i>	23
Diagram 3.13 Apakah Responden Sering Berbelanja Produk <i>Fashion</i> Secara <i>Online</i>	24
Diagram 3.14 Apakah Aplikasi Apa Yang Dipakai Dalam Berbelanja Produk <i>Fashion</i>	25
Diagram 3.15 Pilihan Berbelanja <i>Online</i> di <i>Website</i> atau <i>Aplikasi Mobile</i>	25
Diagram 3.16 Yang Menjadi Pilihan Dalam Memilih Aplikasi <i>Mobile</i> Produk <i>Fashion</i>	26
Diagram 3.17 Apakah Responden Mengetahui Aplikasi <i>Mobile</i> Untuk Produk <i>Fashion</i> Lokal.....	27
Diagram 3.18 Nama Aplikasi Yang Responden Ketahui.....	27
Diagram 3.19 Apakah Responden Setuju Apabila Ada Aplikasi <i>Mobile</i> Khusus Produk <i>Fashion</i> Lokal.....	28
Diagram 3.20 Ketertarikan Responden Untuk Berbelanja Produk <i>Fashion</i> Lokal Apabia Terdapat Aplikasi Khusus Produk <i>Fashion</i> Lokal	29

Daftar Lampiran

Lampiran <i>List</i> Pertanyaan Wawancara.....	60
Lampiran <i>List</i> Pertanyaan Kuesioner	63
Lampiran Acc Sketsa	65