

ABSTRAK

PERANCANGAN APLIKASI DAN MEDIA PROMOSI UNTUK PENJAHIT UMKM DI KOTA BANDUNG

Oleh

Adrian Kinarsaputra Juwana

1164015

Bandung merupakan kota kreatif yang memiliki banyak pionir ekonomi kreatif. Penjahit termasuk bidang UMKM yang belum tersorot dengan baik karena tidak adanya wadah serta promosi untuk mereka. Penjahit sekarang mulai mengalami penurunan omset diakibatkan oleh maraknya online shop yang sudah tersebar banyak di internet, dan penjahit masih belum mulai memasarkan jasanya di internet. Dengan perancangan ini, dibuat sebuah wadah berbasis aplikasi untuk menampung penjahit di Kota Bandung. Aplikasi ini bertujuan untuk menaikkan nama penjahit sebagai pelaku dibalik layar. Banyak orang yang belum mengetahui penjahit-penjahit yang berbakat di Kota Bandung bisa mulai mencarinya di aplikasi yang dirancang.

Kata kunci : aplikasi, penjahit, umkm, bandung, kreatif

ABSTRACT

DESIGN OF APPLICATION AND PROMOTION MEDIA FOR UMKM TAILORS BANDUNG

Submitted by

Adrian Kinarsaputra Juwana

1164015

Bandung is a creative city that have a lot of creative economy pioneer. The tailor is included in one of UMKM (Micro, Small, Medium Enterprises) fields that have not been known well because there is no place and promotion for them. Tailor nowadays have lower earnings because there are plenty online shops in the internet, while tailor have not start their services there.

With this design, there will be an application to contain all of the tailors in Bandung. This application aimed to raise the name of the tailors, who are the man behind the stage all this time. People who have not known the talented tailors all over Bandung can start searching them in the designed application.

Keywords : application, tailor, umkm, bandung, creative

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR ORISINALITAS LAPORAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK (INDONESIA)	vi
ABSTRACT (ENGLISH)	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	3
1.3 Tujuan Perancangan.....	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	4
1.5 Skema Perancangan	5
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Fashion.....	6
2.1.1 Penjahit/Seamstress/Tailor	6
2.1.2 Ready to Wear / Pret-a-Porter.....	7
2.1.3 Made-to-Measure.....	7
2.1.4 Bespoke	7

2.2 Pengertian Perancangan Aplikasi	8
2.2.1 Pengertian Aplikasi Multimedia	8
2.2.2 Jenis-jenis Aplikasi	9
2.3 Desain Antarmuka Pengguna (<i>User Interface Design</i>)	11
2.3.1 <i>Novice User (Casual User)</i>	11
2.4 Prinsip-prinsip Desain Antarmuka (<i>Interface</i>).....	12
2.5 Fotografi.....	13
2.6 <i>Vector</i>	14
2.6.1 <i>Vector Art</i>	15
2.6.2 <i>Bitmap</i>	15
2.7 Psikologi Muda Dewasa	15
BAB III URAIAN DATA DAN ANALISIS	17
3.1 Institusi/Lembaga Terkait	17
3.1.1 <i>Brand Preposition</i>	17
3.1.2 Kedudukan, Tugas, dan Fungsi Badan Ekonomi Kreatif Indonesia	19
3.2 Data dan Fakta	20
3.2.1 Penjahit/ <i>Seamstress/Tailor</i>	20
3.2.2 UMKM.....	20
3.2.3 Ekonomi Kreatif Fashion	21
3.2.4 Program Pemerintah untuk UMKM.....	21
3.2.5 Program Pemerintah untuk Penjahit	22
3.3 Hasil Kuisisioner dan Wawancara	22
3.3.1 Hasil Kuisisioner	22
3.3.2 Hasil Wawancara	34

3.3.2.1 Wawancara Penjahit	34
3.3.2.1 Wawancara Badan Ekonomi Kreatif Indonesia	35
3.4 Tinjauan Karya Sejenis	36
3.4.1 Aplikasi GO-JEK	36
3.4.2 Iwearingzule.com	37
3.4.3 Tinjauan Jurnal Sejenis	38
3.5 Analisa Terhadap Masalah Berdasarkan Data dan Fakta	39
3.5.1 Analisa SWOT Penjahit	39
3.5.2 Analisa SWOT Media Aplikasi	40
3.5.3 Analisa STP	40
BAB IV PEMECAHAN MASALAH	42
4.1 Konsep Komunikasi	42
4.2 Konsep Kreatif	42
4.2.1 Konsep Verbal	42
4.2.2 Konsep Media	43
4.2.3 Konsep Visual	43
4.2.4 Warna	46
4.2.5 Tipografi	46
4.2.6 Logo	47
4.2.7 Konsep Layout	49
4.3 Tampilan Aplikasi	49
4.4 Penerapan Media	55
4.4.1 Media Utama	55
4.4.1.1 <i>Taskflow</i> Media Utama	56

4.4.2 Media Pendamping	57
4.4.2.1 <i>Creative Brief</i>	57
4.4.1.1 <i>Timeline</i> Promosi	57
4.4.1.1 Media Promosi	58
BAB V PENUTUP	66
5.1 Kesimpulan	66
5.2 Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	67



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Gender Responden	22
Tabel 3.2	Umur Responden	23
Tabel 3.3	Tempat Tinggal Responden	23
Tabel 3.4	Pekerjaan Responden.....	24
Tabel 3.5	Gadget Responden	24
Tabel 3.6	Lama Penggunaan Gadget Responden	25
Tabel 3.7	Media Sosial Responden.....	25
Tabel 3.8	Pengetahuan Responden tentang GO-JEK	26
Tabel 3.9	Penggunaan aplikasi GO-JEK Responden	26
Tabel 3.10	Penggunaan fitur Go-Pay Responden	27
Tabel 3.11	Kemudahan GO-JEK bagi Responden	27
Tabel 3.12	Penggunaan Instagram Responden	28
Tabel 3.13	Kesukaan membaca <i>Fashion News</i> Responden.....	28
Tabel 3.14	Pengetahuan Responden tentang istilah <i>Haute Couture</i>	29
Tabel 3.15	Penggunaan Jasa Jahit Responden.....	29
Tabel 3.16	Cara Responden Mendapatkan Produk Fashion	30
Tabel 3.17	Penggunaan Jasa Responden	30
Tabel 3.18	Penjahit Langgan Responden.....	31
Tabel 3.19	Pertimbangan Jasa Jahit Responden	31
Tabel 3.20	Peningkatan Kualitas Penjahit Menurut Responden	32
Tabel 3.21	Pertimbangan Bahan Responden	32
Tabel 3.22	Pertimbangan Jasa Pengantaran Responden	33
Tabel 3.23	Pertimbangan Ketepatan Waktu Responden	33

Tabel 3.24	Pertimbangan Hasil yang Kurang Memuaskan bagi Responden	34
Tabel 4.1	Tabel Timeline Promosi	57



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Skema Perancangan	5
Gambar 3.1	Logo Badan Ekonomi Kreatif Indonesia	17
Gambar 3.2	Tabel Kriteria UMKM	21
Gambar 3.3	User Interface Aplikasi GO-JEK	36
Gambar 3.4	Website Iwearzule.com	37
Gambar 4.1	Logo Aplikasi HI-JAHIT	44
Gambar 4.2	<i>Icon dan Buttons</i> aplikasi HI-JAHIT	44
Gambar 4.3	Foto proses akhir fitur desain aplikasi HI-JAHIT	45
Gambar 4.4	<i>Splash Screen</i> Aplikasi HI-JAHIT	45
Gambar 4.5	Skema warna aplikasi HI-JAHIT	46
Gambar 4.6	Tipografi aplikasi HI-JAHIT	46
Gambar 4.7	Logo aplikasi HI-JAHIT	47
Gambar 4.8	Alternatif Logo aplikasi HI-JAHIT	47
Gambar 4.9	Alternatif Logo aplikasi HI-JAHIT	48
Gambar 4.10	Alternatif Logo aplikasi HI-JAHIT	48
Gambar 4.11	Grid Layout aplikasi HI-JAHIT	49
Gambar 4.12	Tampilan aplikasi HI-JAHIT	50
Gambar 4.13	Tampilan aplikasi HI-JAHIT	50
Gambar 4.14	Tampilan aplikasi HI-JAHIT	51
Gambar 4.15	Tampilan aplikasi HI-JAHIT	51
Gambar 4.16	Tampilan aplikasi HI-JAHIT	52
Gambar 4.17	Tampilan aplikasi HI-JAHIT	53
Gambar 4.18	Tampilan aplikasi HI-JAHIT	53

Gambar 4.19	Tampilan aplikasi HI-JAHIT	54
Gambar 4.20	Tampilan aplikasi HI-JAHIT	54
Gambar 4.21	Tampilan aplikasi HI-JAHIT	55
Gambar 4.22	<i>Taskflow</i> aplikasi HI-JAHIT	56
Gambar 4.23	Mockup <i>Hanging Banner</i>	58
Gambar 4.24	Desain <i>Hanging Banner</i>	58
Gambar 4.25	<i>Timeline</i> Video Promosi Instagram	59
Gambar 4.26	Mockup Carousel Instagram	59
Gambar 4.27	Mockup Iklan Facebook	60
Gambar 4.28	Mockup Sindonews.com	61
Gambar 4.29	Desain Brosur	62
Gambar 4.30	Desain Magic Mirror dan Penempatannya	63
Gambar 4.31	Frame Teaser Youtube	64
Gambar 4.32	Frame Short ads Youtube 1	64
Gambar 4.33	Frame Short ads Youtube 2	65
Gambar 4.34	Frame Short ads Youtube 3	65

DAFTAR LAMPIRAN

Sketsa Tugas Akhir	70
--------------------------	----

