



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan yang ketat banyak terjadi di dalam bisnis *Fashion Outlet*. Mulai dari persaingan kualitas produk, persaingan desain, bahkan sampai persaingan harga. Bisnis *Fashion Outlet* yang berkembang pesat pun terjadi di daerah Tangerang khususnya Gading Serpong. *Factory Outlet* adalah sebuah bisnis industri pakaian dengan konsep dasarnya yaitu menjual sisa barang dari pabrik kualitas ekspor yang dijual dengan harga miring alias murah (Saputra Bayu, 2011).

Sebuah *Fashion Outlet* juga membutuhkan promosi agar dikenal oleh banyak orang. Hal tersebut mengharuskan para pelaku bisnis *Fashion Outlet* untuk memutar otak dalam hal berpromosi dan mencari media promosi yang tepat untuk memperkenalkan produk dan *Fashion Outlet* milik mereka. Media promosi yang efektif dan tepat sasaran menjadi “senjata utama” untuk memperkenalkan bisnis *Fashion Outlet* yang mereka miliki. Banyak juga yang berpromosi melalui jalur media cetak maupun media elektronik. Promosi selain untuk memperkenalkan produk, juga memiliki tujuan yang lebih penting yaitu untuk mengangkat *brand identity* dan meningkatkan minat konsumen untuk membeli produk dari suatu perusahaan.

Hills Fashion Outlet yang berada di Gading Serpong pun melihat peluang ini dan ingin membuat media promosi elektronik berupa *website*. Promosi yang

sudah pernah dilakukan oleh *Hills Fashion Outlet* sebelumnya melalui jalur media cetak seperti umbul-umbul dan menurut sang pemilik media promosi tersebut kurang efektif. Sang pemilik sekarang ingin berpromosi lewat jalur media elektronik dengan membuat sebuah *website* agar lebih dikenal oleh banyak orang dan bisa bersaing dengan *Fashion Outlet* lainnya.

Adapun kelebihan dan kekurangan yang dimiliki oleh *Hills Fashion Outlet* yaitu *Hills* mempunyai konsep bangunan yang unik dan berbeda dan produk yang ditawarkan lebih ke arah fashion. Kekurangan dari *Hills* sendiri adalah barang atau produk yang ditawarkan memiliki *stock* yang terbatas, yang artinya suatu produk tidak selalu tersedia. Menurut sang Owner, beliau ingin *Hills Fashion Outlet* ini berpeluang untuk bisa menjadi tempat *one stop shopping* yang nyaman, beliau juga mengatakan bahwa *Fashion Outlet* miliknya ini memiliki banyak ancaman dari lingkungan luar yaitu khususnya kompetitor *Fashion Outlet* lainnya yang masih di dalam satu grup dengan *Hills Fashion Outlet*.

Website dipilih sebagai media promosi untuk mempromosikan *Hills Fashion Outlet* karena mempunyai banyak keunggulan. Ada lima keunggulan berpromosi melalui *website* yaitu *International Coverage* (dapat diakses oleh semua orang di seluruh dunia), *Lifetime Useful* (informasi dapat ditampilkan terus-menerus selama website aktif), *Complete* (informasi yang disampaikan lebih lengkap dan jelas), *Database* (dapat menyimpan data atau informasi tentang pelanggan), *Cost Saving* (harga berpromosi lewat

website lebih murah dibandingkan berpromosi lewat iklan TV atau koran). Dari penjelasan di atas, sudah bisa dilihat bahwa berpromosi lewat website jauh lebih efektif dan efisien dibandingkan berpromosi lewat media cetak seperti umbul-umbul, poster, dan lain-lain. Itulah alasan *Hills Fashion Outlet* ingin berpromosi lewat media website.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana merancang media promosi website untuk Hills Fashion Outlet

1.3 Batasan Masalah

Ruang lingkup batasan masalah pada pembahasan ini, penulis merumuskannya sebagai berikut:

- Penulis akan membahas perancangan media promosi website *Hills Fashion Outlet* dengan target pasar utama yang dituju, yaitu para kaum muda yang berdomisili di Indonesia.
- Pembuatan website *Hills Fashion Outlet* ini juga dibatasi hanya pada pembuatan secara visual, layout, dan informasi tentang *Hills Fashion Outlet*.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Penulis akan membagi tujuan Tugas Akhir menjadi dua:

- Tujuan Umum
 - Bertujuan untuk merancang sebuah website sebagai media promosi untuk memperkenalkan *Hills Fashion Outlet*.
 - Bertujuan untuk mengangkat *brand identity Hills Fashion Outlet* melalui website ini.
- Tujuan Khusus
 - Bertujuan untuk memenuhi persyaratan kelulusan sebagai Tugas Akhir di Universitas Multimedia Nusantara.

1.5 Metode Pengumpulan Data

Menurut Arikunto (2002:136) “Metode penelitian atau pengumpulan data adalah cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya. Berdasarkan pengertian tersebut, disimpulkan bahwa metode penelitian adalah cara yang dipergunakan untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian. Perinciannya sebagai berikut:

1. Metode Pengumpulan Data Primer

a. Wawancara

Menurut Lexy. J. Moleong (1991:135) wawancara adalah percakapan dengan tujuan tertentu. Dalam metode ini peneliti berhadapan langsung dengan responden (tatap muka) untuk emndapatkan informasi secara lisan dengan mendapatkan data tujuan yang dapat menjelaskan masalah penelitian. (Kurniawan, 2015).

Penulis langsung bertatap muka di lapangan dengan pemilik dari *Hills Fashion Outlet* yang bernama Niko Deb untuk bertanya-tanya mengenai *Hills Fashion Outlet*.

2. Metode Pengumpulan Data Sekunder

a. Studi Pustaka

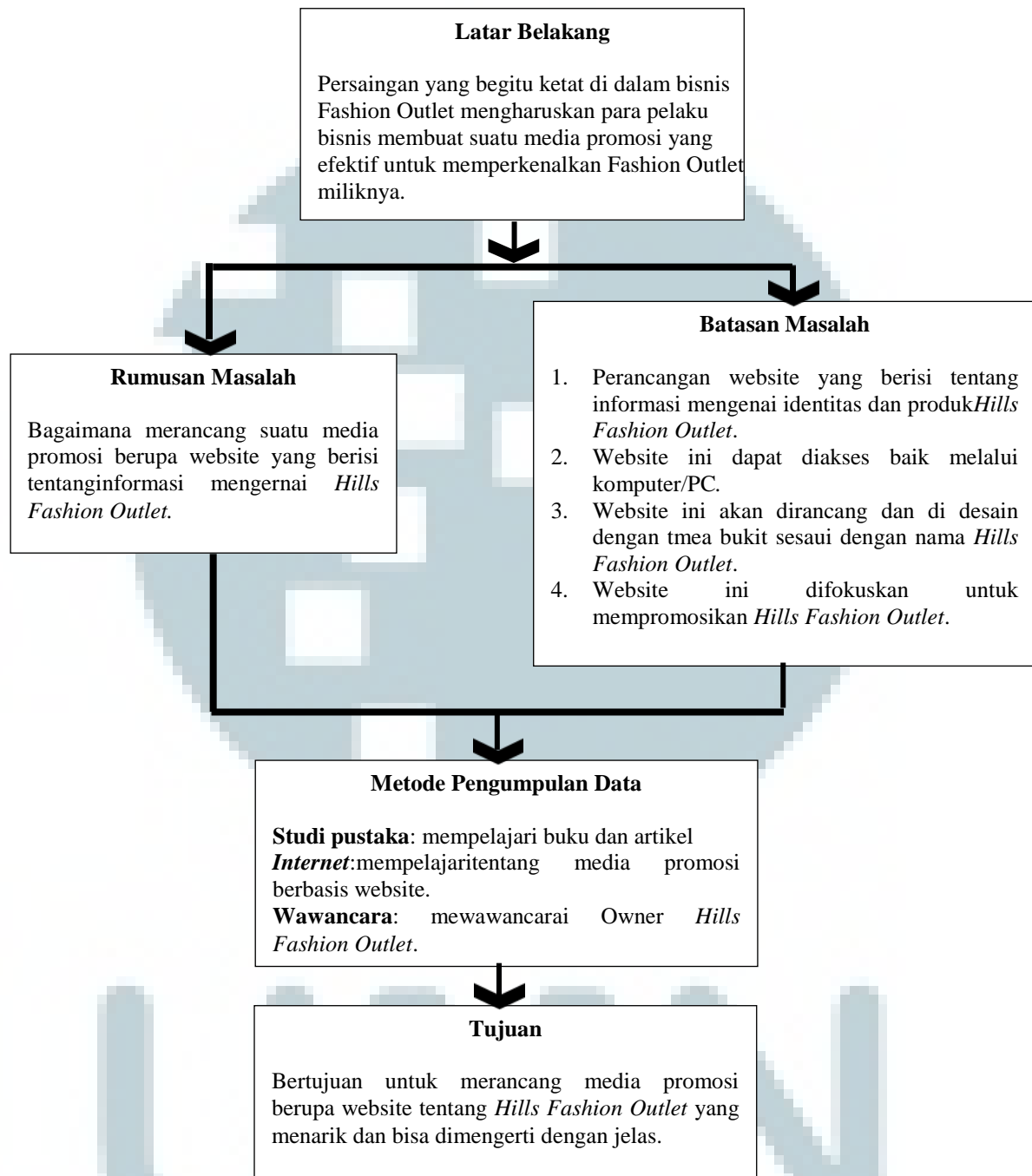
Pengumpulan data dan informasi didapat dari buku dan artikel yang berhubungan dengan media promosi dan website.

b. Internet

Pengumpulan data juga didapatkan melalui internet untuk mempermudah penulis dalam mencari informasi yang berhubungan dengan media promosi dan website.

UMMN

1.6 Skematika Perancangan



Gambar 1.1. Diagram Skematika Perancangan

1.7 Metode Perancangan

Metode perancangan yang digunakan penulis di dalam membuat media promosi website Hills Fashion Outlet yaitu:

1. Wawancara

Penulis melakukan wawancara terhadap pemilik Hills Fashion Outlet guna mengetahui data-data tentang Hills Fashion Outlet dan media promosi apa saja yang sudah pernah Hills Fashion Outlet lakukan.

2. Studi Pustaka

Penulis juga mencari data melalui buku-buku tentang media promosi website.

3. Analisis

Setelah mendapatkan data yang diperlukan, penulis menganalisis data tersebut untuk dijadikan pedoman dalam membuat rancangan desain website untuk Hills Fashion Outlet.

4. *Brain Storming*

Penulis melakukan *brain storming* terhadap data-data yang sudah dikumpulkan untuk mendapatkan intisari dari data-data tersebut.

5. Mencari Referensi Website

Penulis mencari contoh kira-kira sistem dan tampilan website seperti apa yang akan dibuat.

6. Eksekusi

Setelah melakukan pencarian referensi, penulis segera mengeksekusi website untuk Hills Fashion Outlet.

1.8 Timeline

Bulan	November				Desember				Januari				Februari				Maret				April			
Kegiatan	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Revisi Fenomena Judul	■	■																						
Identifikasi Masalah		■	■	■	■	■	■	■																
Pengumpulan Data			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■												
Analisis Data						■	■	■	■	■	■	■												
Studi Literatur			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■												
Eksekusi Karya													■	■	■	■	■	■	■	■				

UMMN