

[Type text]

JURNAL PROYEK TUGAS AKHIR

JOURNAL FOR FINAL PROJECT

Niswatusyifa 1401100088

DKV Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom

S1 Desain Komunikasi Visual

Kata kunci :Industri sepatu Cibaduyut, penurunan pengunjung , media informasi pendekatan, buku ilustrasi, produk lokal Cibaduyut.

Abstrak

Bandung ini sebagai Paris van Java Berbagai lokasi wisata belanja *factory outlet* di kota Bandung, selalu ramai dikunjungi oleh banyak wisatawan luar Bandung. Tempat belanja salah satunya daerah Cibaduyut yang merupakan tempat yang cocok untuk membawa sekeluarga berbelanja.

Berdasarkan hasil analisa data yang diolah dari berbagai sumber, utamanya IKM Persepatuan Cibaduyut bahwa toko-toko sepatu di Cibaduyut mengalami penurunan omset yang cukup mengkhawatirkan dan mempengaruhi para pengunjung. Selama ini Cibaduyut selalu mengandalkan katalog dan masih kurang mengandalkan media informasi yang cukup jelas untuk pendekatan terhadap masyarakat sekitar.

Metode yang digunakan adalah metode kualitatif, wawancara dan analisis SWOT. Media yang di buat adalah sebuah buku yang terdapat informasi dan ilustrasi yang menjelaskan produk lokal Cibaduyut. Manfaat dari media buku ini adalah, memudahkan orang untuk mengetahui lebih jelas produk lokal buatan Cibaduyut khususnya sepatu *handmade*.

1. Pendahuluan

Bandung dikenal sebagai salah satu lokasi wisata di Indonesia karena memiliki ragam keindahan alam seperti wisata Curug Dago, Curug Malela, Curug Jompong, Curug Maribaya dan wisata alam lainnya. Wisata buatan contohnya Trans Studio Bandung (TSB), Karang Setra *Waterland*, wisata rohani Darul Tauhid, hingga wisata belanja. Banyak wisatawan lokal sering menjadikan kota Bandung sebagai tempat tujuan wisata, karena banyaknya lokasi-lokasi wisata belanja. Seorang warga Eropa menjuluki kota Bandung ini sebagai *Paris van Java* karena, di Portugal bagian utara terdapat jalan yang hampir mirip dengan jalan di kota ini dan merupakan konservasi budaya sebagai satu-satunya tempat untuk menunjukkan *life style* (gaya hidup). Berbagai lokasi wisata belanja seperti pasar baru dan *factory outlet* di kota Bandung, selalu ramai dikunjungi oleh banyak wisatawan yang berasal dari daerah luar Bandung. Dari sekian beberapa tempat belanja di Bandung, Cibaduyut adalah tempat pelengkap koleksi oleh-oleh yang cocok dan terjangkau untuk membawa sekeluarga berbelanja untuk memenuhi kebutuhan dari segi *fashion* seperti busana, tas hingga sepatu. Pengunjung Cibaduyut dominan berasal dari luar kota Bandung atau wisatawan dalam negeri. Warga Bandungnya sendiri masih jarang untuk berkunjung ke Cibaduyut. Pada saat ini toko-toko sepatu kecil maupun toko besar di Cibaduyut mengalami penurunan omset yang cukup drastis dari tahun ke tahun yang berpengaruh terhadap para pengunjung. Menurut

[Type text]

data dari Dinas Persepatuan di Cibaduyut atau UPT /UKM pada tahun 2003 Cibaduyut mengalami penurunan omset yang cukup drastis hingga tahun 2013.

2. Dasar Teori

2.1 Metodologi Penelitian

menganalisa kebiasaan masyarakat Bandung dan meneliti wilayah Cibaduyut yang menjadi objek penelitian. Dalam melakukan penelitian.

- **2.2 Observasi** atau pengamatan langsung dan pencatatan secara sistematis terhadap objek yang diteliti melalui beberapa toko yang terdapat di Cibaduyut sebagai *sample*.
- Wawancara
Narasumber yang akan dipilih ialah pemilik toko yang memahami atau sudah cukup lama berpengalaman di bidang bisnis sepatu
- Penyebaran Kuisioner.
Bertujuan untuk pengambilan data objek yang diteliti secara langsung.

Keterangan Tabel dan gambar



Gambar 3.1.2 Grafik Pendapatan di Sentra Industri Kecil Persepatuan Cibaduyut

Sumber: Instalasi Pengembangan IKM Persepatuan Cibaduyut

3. Pembahasan

[Type text]

4. Kesimpulan

Cibaduyut merupakan tempat wisata belanja di Bandung sekaligus pelengkap koleksi oleh-oleh yang cocok dan terjangkau untuk membawa sekeluarga berbelanja untuk memenuhi kebutuhan dari segi fashion seperti busana, tas hingga sepatu.

5. Daftar Pustaka

- [1] Agustrijanto . 2001 *Seni Mengasah Kreativitas dan Memahami Bahasa Iklan*. Bandung: [2] Cangara. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta [3], Darmaprawira W.A, Sulasmi. 2002. *Teori dan Kreatifitas Penggunaanya*. Bandung [4] E. Doyle, Michael. 2003. *Tehnik pembuatan gambar berwarna*. Jakarta [5] F.M, Husein. 2002. *Sistem Informasi Manajemen*, Edisi Revisi, Cetakan Pertama. Yogyakarta [6] Fandy, Tjiptono. 2001. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Cetakan Kelima, Yogyakarta [7] John W, Cresswell. 2013. *Reseach Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif* . Yogyakarta [8] Kadir, Abdul. 2002. *Pengenalan Informasi*. Yogyakarta [9] Kotler, Amstrong. 2013. *Dasar-dasar Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta: [10] Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta [11] Mulyana. 2003. *Ilmu Komunikasi*. Bandung [12] Sabarguna. 2004. *Analisis Penelitian Kualitatif*. Jakarta: [13] Sadjiman Ebdi, Sanyoto. 2005. *Dasar –dasar tata rupa dan desain Nirmana*. Yogyakarta [14] Satori, Djam'an. 2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung [15] Sitepu, B.P. 2012. *Penulisan Buku Teks Pelajaran*. Bandung [16] Yoyok RM, Siswandi. 2008. *Pendidikan Seni Budaya*. Jakarta [17] Yusuf Syamsu L.N. 2006 .*Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja* Bandung