BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Program Studi Pendidikan Tata Busana merupakan salah satu Program Studi yang terdapat di Departemen Pendidikan Kesejahteraan Keluarga Fakultas Pendidikan Teknologi dan Kejuruan Universitas Pendidikan Indonesia. Program Studi Pendidikan Tata Busana merupakan program studi yang mengarahkan mahasiswanya untuk dapat menguasai konsep, sikap, dan keterampilan dibidang tata busana, melalui kegiatan perkuliahan yang memadukan bidang teknologi kejuruan dan bidang profesi kependidikan. Sesuai dengan tujuan Program Studi Pendidikan Tata Busana seperti yang tercantum di dalam kurikulum (2011, hlm. 1) yaitu :

> Mendidik mahasiswa untuk menghasilkan lulusan yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan yang Maha Esa, memiliki sifat-sifat sebagai warga negara yang baik serta berfikiran terbuka, kreatif, profesional dan percaya diri dalam melaksanakan tugasnya.

Upaya dalam mencapai tujuan Program Studi Pendidikan Tata Busana, maka disusunlah kurikulum. Kurikulum yang dibuat terdiri dari beberapa kelompok mata kuliah, yaitu kelompok Mata Kuliah Dasar Wajib, Mata Kuliah Bidang Studi dan kelompok Mata Kuliah Paket Pilihan. Salah satu kelompok Mata Kuliah Paket Pilihan yaitu paket Manajemen Bisnis Desain Mode.

Manajemen Bisnis Desain Mode merupakan salah satu mata kuliah yang wajib ditempuh mahasiswa yang memilih paket Desain Mode. Mata kuliah ini diselenggarakan pada semester 5 (lima) dengan bobot 3 (tiga) sks. Tujuan mata kuliah manajemen bisnis desain mode, sesuai dengan silabus perkuliahan (2011, hlm. 1) yaitu:

> Mahasiswa dapat memahami pengertian dan fungsi manajemen bisnis desain mode, tujuan dan peran manajemen bisnis desain mode, etika bisnis desain mode, strategi bisnis desain mode, manajemen sumber daya manusia dalam bisnis desain mode, dan promosi bisnis desain mode.

Secara garis besar materi perkuliahan Manajemen Bisnis Desain Mode meliputi pengetahuan pengertian dan fungsi manajemen bisnis desain mode, tujuan dan peran manajemen bisnis desain mode, etika bisnis desain mode, strategi bisnis desain mode, manajemen sumber daya manusia dalam bisnis desain mode, dan promosi bisnis desain mode.Hasil belajar manajemen bisnis desain mode yang diperoleh mahasiswa dapat dilihat dari kompetensi yang dicapai yaitu mahasiswa memiliki kompetensi tentang pengertian dan fungsi manajemen bisnis desain mode, tujuan dan peran manajemen bisnis desain mode, etika bisnis desain mode, strategi bisnis desain mode, manajemen sumber daya manusia dalam bisnis desain mode, dan promosi bisnis desain mode. Hasil belajar Manajemen Bisnis Desain Mode diharapkan dapat memberikan sumbangan yang berarti terhadap kesiapan menjadi seorang *public relations fashion*.

Profesi *public relations* di era informasi *digital* saat ini merupakan profesi yang menjanjikan pada industri dibidang busana, karena semakin banyaknya industri besar bidang busana yang sangat membutuhkan tenaga ahli dalam bidang publikasi. Profesi *Public Relations* bergerak di berbagai bidang salah satunya yaitu *Public Relation Fashion*. *Public RelationsFahion* menurut Goschie (1986. Hlm, 170) adalah "bisnis yang menciptakan kesan yang baik mengenai suatu brand fashion dari perusahaan melalui publikasi, menanggapi minat publik mengenai fashion dan menjaga hubungan baik dengan publik". Tugas utama *public relation fashion* yaitu, menjaga hubungan baik antara perusahaan yang menjadi pemasok bahan ataupun yang menjadi distributor misalnya *depratment store*, begitupun dengan konsumen, membantu perusahaan untuk mengetahui dan merespon *trend fashion* yang sedang berkembang di masyarakat, membantu untuk menyampaikan *trend fashion* yang sedang berkembang di masyarakat kepada perusahaan yang akan mengundang minat konsumen untuk membeli suatu produk, membantu untuk mempublikasikan produk terbaru yang dikeluarkan oleh perusahaan yang berfungsi untuk membuat image suatu perusahaan baik dimata publik iklan pada media elektronik maupun media cetak, melalui window display, dan melalui fashion show, dan membantu manajemen menjembatani konsumen yang akan membeli suatu produk pada perusahaan.

Pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh dari Mata Kuliah Manajemen Bisnis Desain mode, ditunjang kondisi fisik, mental, dan emosional berupa kematangan, kecerdasan, keterampilan, motivasi, dan kesehatan pada diri mahasiswa, diharapkan dapat memberikan sumbangan yang berarti kepada mahasiswa terhadap munculnya kesiapan menjadi *Public Relations Fashion*.

Uraian latar belakang masalah di atas, mendorong penulis untuk mengadakan penelitian tentang " Kontribusi Hasil Belajar Manajemen Bisnis Desain Mode Terhadap Kesiapan Menjadi *Public RelationsFashion*".

B. Identifikasi dan Perumusan Masalah

(Mohammad Ali 1992, hlm. 37) menjelaskan identifikasi masalah merupakan rumusan dan deskripsi tentang analisa ruang lingkup masalah yang dirumuskan baik dalam bentuk pertanyaan ataupun pernyataan

1. Identifikasi masalah

Identifikasi masalah diperlukan untuk mengetahui sejauh mana masalah yang akan diteliti agar lebih terarah. Identifikasi masalah pada penelitian ini adalah.

a. Kontribusi hasil belajar Manajemen Bisnis Desain Mode dapat dilihat dari kompetensi yang dimiliki oleh mahasiswa mencakup pengertian dan fungsi manajemen bisnis desain mode, tujuan dan peran manajemen bisnis desain mode, etika bisnis desain mode, strategi bisnis desain mode, manajemen sumber daya manusia dalam bisnis desain mode, dan promosi bisnis desain mode. Hasil belajar dari Manajemen Bisnis Desain Mode diharapkan dapat memberikan sumbangan yang berarti terhadap kesiapan mahasiswa sebagai *Public Relations Fashion*.
b. *Public relation fashion* adalah profesi yang membangun hubungan baik dan bermanfaat antara suatu perusahaan *fashion* dengan masyarakat atau publik terhadap publisitas mengenai suatu brand perusahaan yang mempunyai tugas menjaga hubungan baik antara perusahaan yang menjadi pemasok bahan ataupun yang menjadi distributor misalnya *depratment store*, begitupun dengan konsumen, membantu perusahaan untuk mengetahui dan merespon *trend fashion* yang sedang berkembang di masyarakat, membantu untuk menyampaikan *trend fashion* yang sedang berkembang di masyarakat kepada

perusahaan yang akan mengundang minat konsumen untuk membeli suatu produk, membantu untuk mempublikasikan produk terbaru yang dikeluarkan oleh perusahaan yang berfungsi untuk membuat image suatu perusahaan baik dimata publik

c. Kesiapan menjadi Public Relation Fashion pada dasarnya merupakan kemampuan potensi fisik, mental dan emosional berupa kematangan, kecerdasan, keterampilan, motivasi dan kesehatan yang dimiliki untuk siap mengerjakan sesuatu yang berhubungan dengan *public relations fashion*

2. Rumusan masalah

Perumusan masalah merupakan salah satu tahap di antara sejumlah tahap penelitian yang memiliki kedudukan yang sangat penting dalam suatu kegiatan penelitian. Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: " Bagaimana Kontribusi Hasil Belajar Manajemen Bisnis Desain Mode Terhadap Kesiapan Menjadi *Public RelationFashion*"

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk memperoleh data mengenai Kontribusi Hasil Belajar Manajemen Bisnis Desain Mode Terhadap Kesiapan Menjadi *Public RelationFashion* pada mahasiswa Program pendidikan Tata Busana Departmen Pendidikan Kesejahteraan Keluarga angkatan 2011-2012 secara spesifikasi tujuan tersebut yaitu:

a. Memperoleh data tentang hasil belajar manajemen bisnis desain mode ditinjau dari indikator pengertian dan fungsi manajemen bisnis desain mode
b. Mempeoleh data tentang hasil belajar manajemen bisnis desain mode ditinjau dari indikator tujuan dan peran manajemen bisnis desain mode
c. Mempeoleh data tentang hasil belajar manajemen bisnis desain mode ditinjau dari indikator etika bisnis desain mode
d. Mempeoleh data tentang hasil belajar manajemen bisnis desain mode ditinjau dari indikator manajemen sumber daya manusia dalam bisnis desain mode
e. Mempeoleh data tentang hasil belajar manajemen bisnis desain mode ditinjau dari indikator promosi bisnis desain mode.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak baik langsung maupun tidak langsung. Secara lebih khusus penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi kegunaan teoritis dan kegunaan praktis yaitu:

1. Secara Teoritis

Manfaat dari hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan wawasan keilmuan dan pengetahuan, khususnya mengenai manfaat manajemen bisnis desain mode sebagai kesiapan menjadi *public relation fashion.*

2. Secara Praktis

Manfaat dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan informasi bahwa hasil belajar manajemen bisnis desain mode dapat dimanfaatkan untuk mempersiapkan mahasiswanya di Program Studi Pendidikan Tata Busana Departemen PKK -FPTK -UPI untuk menjadi seorang *public relations fashion.*

E. Struktur Organisasi Skripsi

Struktur Organisasi penulisan dalam penelitian mengenai kontribusi hasil belajar manajemen bisnis desain mode terhadap kesiapan menjadi *public relation fashion,* Secara sistematis dapat diuraikan menjadi lima BAB. BAB I pendahuluan, berisi tentang latar belakang masalah dan perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan stuktur organisasi skripsi. BAB II kajian pustaka, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian berisi kajian pustaka yang berisi tentang Tinjauan Mata Kuliah Manajemen Bisnis Desain Mode, hasil belajar Manajemen Bisnis Desain Mode, *Public Relation, Public Relation Fashion*, Kesiapan Menjadi *Public Relation Fashion*, kerangka berfikir dan hipotesis. BAB III berisi tentang lokasi, populasi, metode penelitian, Definisi oprasional, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, dan prosedur penelitian. BAB IV berisi tentang hasil penelitian dan pembahasan. BAB V berisi tentang kesimpulan dan saran.