

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era modern ini, industri fesyen secara terus menerus menghadirkan terobosan baru. Mulai dari munculnya desainer-desainer muda dari berbagai kalangan usia dan negara, tren yang bervariasi setiap tahunnya, sampai *brand-brand* fesyen yang menawarkan produk dengan inovasi terkini. Kondisi tersebut saling berkaitan yang secara bersamaan mempercepat pergerakan fesyen global juga memengaruhi persaingan dalam dunia bisnis fesyen. Persaingan yang semakin ketat memicu para pelaku industri fesyen secara rutin meningkatkan mutu produk serta memperluas jangkauan bisnis agar tetap mampu bersaing dengan pengusaha lain, salah satunya melalui media *advertising* (periklanan) bidang busana.

Periklanan atau iklan berperan sebagai media promosi atau pemasaran dan merupakan salah satu upaya yang efektif dalam memperluas jangkauan bisnis. Upaya ini dilakukan dengan mengenalkan, memasarkan sekaligus menjual produk fesyen kepada khalayak. Hal tersebut sesuai dengan tujuan iklan yaitu memberikan informasi mengenai produk kepada konsumen sehingga dapat memengaruhi konsumen untuk membeli produk yang dipromosikan. Pembuatan iklan tidak terlepas dari aspek-aspek penting yang perlu dipertimbangkan, seperti; jenis produk fesyen yang dijual berupa pakaian, aksesoris, atau milineris; target bisnis yang ditujukan berdasarkan usia dan gender; serta seberapa luas jangkauan yang akan dicapai dari iklan tersebut. Keberhasilan pembuatan suatu media *advertising* bidang busana salah satunya berkaitan dengan kreativitas yang dituangkan dalam mengemas iklan yang informatif, unik dan menarik serta ketepatan dalam pemilihan media periklanan yang digunakan sangat berpengaruh terhadap efisiensi serta efektivitas iklan dalam memasarkan produk fesyen tertentu.

Media yang digunakan dalam memasarkan suatu usaha dalam bentuk produk maupun jasa secara umum dapat berupa media cetak, media elektronik,

media luar ruang (*outdoor*), dan media alternatif. Pada dasarnya setiap media periklanan memiliki kelebihan dan kelemahannya masing-masing. Penggunaannya pun bergantung pada kebutuhan perusahaan dalam memasarkan usahanya. Kebutuhan tersebut salah satunya mencakup tujuan dan jangkauan yang akan dicapai guna mempertahankan eksistensi produk atau perusahaan itu sendiri. Dalam industri fesyen, setiap media periklanan pada dasarnya dapat membantu efektivitas pemasaran produk atau jasa dengan catatan dalam iklan tersebut memuat informasi lengkap, serta memiliki kemasan menarik dan kreatif yang mampu mendorong masyarakat sebagai konsumen untuk membeli produk atau jasa fesyen yang dipromosikan.

Media *advertising* memiliki peran penting dalam upaya meningkatkan efektivitas pemasaran suatu produk ataupun jasa termasuk salah satunya usaha bidang busana. Media *advertising* menghasilkan tampilan yang memiliki kesan sederhana namun berisi informasi yang lengkap dengan penataan letak elemen-elemen seperti gambar dan teks yang disusun secara singkat, jelas dan padat serta penggunaan warna yang mampu menarik perhatian konsumen terhadap produk atau jasa yang dipromosikan. Beberapa jenis media *advertising* memiliki kelemahan dimana jangkauan pemasarannya kecil pada titik penempelan atau penyebaran iklannya saja. Meskipun begitu, didukung dengan perkembangan teknologi yang sudah maju, berbagai jenis media *advertising* dapat disebarkan secara *online* melalui media-media sosial yang ada, sehingga pada zaman ini media periklanan memiliki akses yang lebih luas dalam jangkauan pemasarannya.

Secara umum bahasan mengenai iklan secara menyeluruh merupakan bidang yang dikaji lebih dalam pada pembelajaran Desain Grafis, namun sebagai media promosi, iklan juga dijadikan salah satu kajian dalam perkuliahan di Program Studi Pendidikan Tata Busana dalam mata kuliah Komputer Terapan yang ditempuh mahasiswa Pendidikan Tata Busana pada semester tiga. Dalam perkuliahan Komputer Terapan, selain mempelajari pengetahuan umum mengenai iklan sebagai suatu upaya dalam memasarkan usaha bidang busana baik dalam bentuk produk maupun jasa, mahasiswa juga diwajibkan membuat suatu media *advertising* (periklanan) sebagai salah satu tugas dalam mata kuliah ini. Media *advertising* tersebut dibuat menggunakan aplikasi *Microsoft Word*, dengan

menyisipkan komponen-komponen grafis berupa *background*, *main image*, *clip art*, *wordart*, dan *text*, berkaitan dengan produk atau jasa yang akan dipromosikan serta penerapan prinsip desain terhadap komponen grafis yang telah disusun sedemikian rupa, sehingga menghasilkan sebuah media iklan yang menarik yang informasi lengkap mengenai produk atau jasa.

Hasil tugas media *advertising* bidang busana memiliki mutu atau kualitas yang berbeda-beda, bergantung pada gagasan, sumber ide, serta kreatifitas yang dimiliki mahasiswa. Hal ini merepresentasikan kemampuan mahasiswa dalam pembelajaran mata kuliah Komputer Terapan khususnya dalam membuat media *advertising* bidang busana, sehingga perlu adanya penilaian terhadap media *advertising* yang telah dibuat untuk mendapatkan data mengenai keberhasilan mahasiswa dalam pembelajaran.

Kemampuan dan keberhasilan mahasiswa dalam membuat produk media *advertising* dapat diukur dengan menggunakan alat penilaian yang konsisten. Alat penilaian media *advertising* bidang busana pada mata kuliah Komputer Terapan merupakan instrumen yang disusun secara sistematis berdasarkan kriteria dan indikator yang ditetapkan, dan merupakan standar dalam menilai kemampuan serta keberhasilan mahasiswa melalui hasil tugas media *advertising* yang telah dibuat. Berdasarkan studi pendahuluan pada mata kuliah Komputer Terapan, diperoleh data bahwa alat penilaian tugas media *advertising* yang digunakan masih bersifat global dan belum terperinci dalam mengukur ketercapaian proses pembelajaran dan kemampuan mahasiswa yang berkaitan dengan pengetahuan serta keterampilan pada pembuatan media *advertising* bidang busana media *advertising* bidang busana. Berdasarkan kondisi tersebut maka perlu adanya pengembangan alat penilaian yang secara spesifik ditujukan untuk mengukur kemampuan mahasiswa dalam membuat media *advertising* bidang busana guna memperoleh data mengenai keberhasilan mahasiswa serta ketercapaian pembelajaran.

Uraian di atas menjadi dasar pemikiran penulis untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Alat Penilaian Media Advertising Bidang Busana Pada Mata Kuliah Komputer Terapan”** dengan indikator yang lebih jelas dan terperinci.

Alat penilaian ini diharapkan dapat digunakan dalam mengukur hasil belajar mahasiswa dalam membuat media *advertising* bidang busana secara akurat.

B. Rumusan Masalah Penelitian

Perumusan masalah diperlukan untuk menjelaskan masalah yang akan muncul dan akan diteliti lebih lanjut. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Pada mata kuliah Komputer Terapan, alat penilaian yang digunakan dalam menilai tugas media *advertising* bidang busana masih bersifat global dan belum terperinci dalam mengukur ketercapaian proses pembelajaran dan kemampuan mahasiswa yang berkaitan dengan pengetahuan serta keterampilan pada pembuatan media *advertising* bidang busana yang menerapkan berbagai komponen grafis sebagai unsur penyusun media *advertising* serta mencantumkan aspek yang menunjang keberhasilan aktivitas *advertising*.
2. Diperlukan alat penilaian yang tersusun dan dapat digunakan dalam mengukur kemampuan serta keberhasilan mahasiswa dalam membuat tugas *advertising* bidang busana dengan mengacu pada indikator-indikator yang jelas dan spesifik.

Bertolak dari pernyataan tersebut, dari latar belakang serta rumusan masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana merancang alat penilaian media *advertising* bidang busana pada mata kuliah Komputer Terapan?”

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan hasil yang ingin dicapai dalam suatu penelitian. Tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Memperoleh data dengan melakukan studi pendahuluan mengenai penggunaan alat penilaian media *advertising* bidang busana pada mata kuliah Komputer Terapan.
2. Merancang alat penilaian tugas media *advertising* bidang busana dalam bentuk rubrik penilaian yang jelas dan spesifik.
3. Melakukan proses validasi rubrik sebagai alat penilaian media *advertising* bidang busana.

4. Melakukan revisi terhadap rubrik sebagai alat penilaian sesuai dengan masukan dari validator (*expert judgement*)
5. Menganalisis hasil validasi rubrik penilaian media *advertising* bidang busana.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian merupakan hasil dari tercapainya tujuan. Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1) Aspek Teoritis

Dilihat dari aspek teoritis, diharapkan penelitian ini secara umum dapat memperdalam keilmuan di bidang pendidikan mengenai pembuatan alat penilaian, khususnya alat penilaian tugas media *advertising* bidang busana pada mata kuliah Komputer Terapan.

2) Aspek Praktis

Dilihat dari aspek praktis, diharapkan hasil pembuatan alat penilaian dalam penelitian ini dapat digunakan dalam upaya menilai tugas media *advertising* khususnya dibidang busana pada mata kuliah Komputer Terapan yang dapat digunakan oleh pendidik untuk mengukur kemampuan mahasiswa sesuai kriteria penilaian, indikator pembelajaran, dan kurikulum pembelajaran.

E. Struktur Organisasi

Struktur organisasi penelitian ini disusun secara sistematis yang terdiri dari lima bab, yaitu:

Bab I Pendahuluan, berisi latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan struktur organisasi skripsi. Bab II Kajian Pustaka, mencakup gambaran mata kuliah Komputer Terapan, tujuan mata kuliah Komputer Terapan, pengertian media *advertising*, tujuan dan fungsi *advertising*, jenis-jenis media *advertising*, komponen grafis, prinsip desain, serta rancangan alat penilaian tugas media *advertising* bidang busana. Bab III Metode Penelitian, membahas tentang desain penelitian, partisipan dan lokasi penelitian, instrumen penelitian, prosedur penelitian, dan analisis data Bab IV berisi tentang Temuan dan Pembahasan, meliputi tahap studi pendahuluan, tahap pembuatan alat penilaian, tahap validasi, tahap revisi, serta pembahasannya. Bab V berisi tentang Simpulan dan Rekomendasi dari hasil penelitian.