

## BAB II

### METODE PERANCANGAN

#### A. ORISINALITAS

Secara garis besar penggunaan jas hujan sudah sangat dianggap penting sejak zaman dahulu, Lance Day and Ian McNeil (1996 :52) menyatakan bahwa pada dasarnya, tentu manusia membutuhkan pelindung dari berbagai elemen yang ada di alam seperti hujan, angin, salju, bahkan debu, hingga saat ini terdapat beberapa penelitian terdahulu mengenai penggunaan jas hujan dan teknik proses pembuatannya. Salah satunya Penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi Kusumawardhani dengan judul “Alternatif Desain Jas Hujan dengan Aplikasi Ragam Hias Motif Mega Mendung, Trusmi Masina Cirebon (2017 : 113) dengan metode penelitian yang digunakan adalah analisis kuantitatif.



Gambar 2.1. Jas Hujan Motif Megamendung  
Sumber : Jurnal Kreator, Pratiwi Kusumawardhani

Target pengguna dari jas hujan ini yaitu para pengendara sepeda motor yang menyukai fashion terutama yang menyukai batik khususnya corak mega mendung. Dalam penelitian ini penulis melakukan penyebaran kuesioner sebagai metode kuantitatif untuk dijadikan justifikasi dan menganalisisnya, sehingga dapat memunculkan desain jas hujan dengan aplikasi motif megamendung yang mengedepankan unsur visual bentuk dan warna yang disebutkan oleh Marvin Bartel. Dalam penelitian yang ia lakukan diharapkan dapat memunculkan varian

baru dalam mendesain jas hujan yang dapat mempertahankan nilai-nilai kebudayaan dengan penerapan motif tradisional. Ragam Hias Motif Mega Mendung yang merupakan Motif Batik yang berasal dari Jawa Barat. Motif ini adalah motif yang menjadi icon Jawa Barat/ Sunda karena keunikannya. Karena menurutnya Keunikan dari kebudayaan Sunda saat ini mulai di minati dan mulai dikembangkan dalam hal desain. Didukung dengan motif Megamendung yang menurut kepercayaan masyarakat Cirebon memiliki arti bagaikan awan hitam yang akan membawa hujan, seperti halnya datangnya tirtamaya, yakni air yang memberikan kehidupan sebagai gejala alam yang sangat dihargai di daerah Cirebon.

Selain penelitian terdahulu mengenai Jas Hujan dengan Aplikasi Ragam Hias Motif Mega Mendung Trusmi Masina Cirebon. Penulis juga ingin melakukan pengembangan mengenai penggunaan jas hujan di kalangan pengendara sepeda motor, penelitian tersebut berjudul jas hujan "*dynamic and easy to use*" dengan menampilkan desain jas hujan yang berbeda dengan jas hujan lainnya yang sudah ada di pasaran. Karena saat ini desain jas hujan yang ada di pasaran cenderung menampilkan desain jas hujan yang monoton dari segi jenis dan juga desain yang di tampilkan sehingga para pengguna jas hujan masih banyak yang enggan untuk menggunakan jas hujan khususnya kalangan remaja.

Keunggulan dari jas hujan ini diantaranya yaitu ada pada bentuk jas hujan yang dibuat simple, jas hujan ini tidak memiliki setelan yang terpisah antara bagian atas dan bawah, akan tetapi dibuat menyatu agar mudah digunakan dan juga di lipat, selain itu jas hujan ini memiliki desain yang menarik sehingga pengguna jas hujan khususnya remaja diharapkan dapat tertarik untuk menggunakan jas hujan ini.

## **B. KELOMPOK PENGGUNA PRODUK**

Dalam hal ini kelompok pengguna produk terbagi menjadi 3 kategori, diantaranya yaitu :

**a. Primer**

Dalam kategori primer ini yaitu pengguna yang tergolong memiliki minat besar terhadap produk jas hujan ini. Dalam hal ini pengguna dalam kategori primer harus sesuai dengan target market yang ingin dicapai.

**b. Sekunder**

Kategori ini yaitu pengguna yang kemungkinan dapat membeli produk jas hujan yang ditawarkan atau mungkin memiliki minat untuk memiliki jas hujan tersebut.

**c. Tersier**

Kategori ini tergolong sebagai pengguna yang hanya sesekali dapat membeli atau menggunakan produk yang ditawarkan.

Selain 3 kategori yang mempengaruhi kelompok pengguna produk, terdapat juga 3 kelompok target calon pengguna yang memiliki tujuan produk untuk mengenal target sasaran dari produk sehingga kebutuhan pada desain pembuatan jas hujan dapat dihadirkan secara kualitas dan kuantitas. Diantaranya yaitu :

**1. Demografis**

**a. Usia dan Jenis Kelamin**

Ditujukan untuk laki-laki dan perempuan kalangan remaja dan dewasa usia 17 tahun sampai 25 tahun, karena menurut Freddy Rangkuti (2017) berdasarkan data umum menurut WHO masa remaja akhir yaitu pada usia 17 – 25 Tahun. Hal tersebut dikarenakan sebagian besar kalangan tersebut sangat memperhatikan fashion dari pakaian yang ia gunakan, termasuk penggunaan mantel dan juga jas hujan. Beberapa orang menganggap jas hujan yang ada di pasaran masih memiliki desain yang kurang menarik untuk digunakan. Sehingga masih sering muncul perasaan enggan dalam menggunakannya.

### **b. SES (Socio Economics Status)**

Target market yang dituju sesuai dengan Status Ekonomi Sosial menengah ke atas yaitu SES A. Menurut Dr. Etta Mamang Sangadji (2017) Standar pengelompokan SES dapat dikategorikan berdasarkan range, diantaranya SES A yaitu konsumen yang memiliki pengeluaran dia atas 3.000.000, SES B yaitu 2.000.000 - 3.000.000, SES C 1.500.000 – 2.000.000, SES D 7.00.000 – 1.000.000, dan SES E yaitu di bawah 700.000.. Karena jas hujan yang akan ditawarkan akan memiliki kualitas yang cukup baik dari segi desain dan juga bahan-bahan material yang digunakan maka SES yang ditargetkan yaitu SES A.

### **c. Pendidikan dan Pekerjaan**

Selain Status Ekonomi Sosial, target market dari segi pendidikan yaitu mahasiswa dan juga pekerja muda yang memiliki daya Tarik tinggi terhadap mode, serta menyukai keunikan dan behaviour dari produk jas hujan yang ada.

### **d. Status Perkawinan**

Sasaran market yang dituju yaitu belum menikah, dikarenakan pada masa ini seseorang lebih memperhatikan produk yang digunakan terutama jas hujan yang dapat mendukung mode pengguna saat berkendara.

## **2. Geografis**

Dari segi geografis, pengelompokan jas hujan ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu fisik dan non fisik, dari segi fisik target market jas hujan ini di sesuaikan berdasarkan kondisi lingkungan, Misalnya saja beberapa daerah di Indonesia memiliki curah hujan yang tinggi, karena Indonesia juga hanya terdiri dari 2 musim yaitu musim panas dan hujan, hal tersebut dipengaruhi oleh letak geografisnya. Nana Supriatna dan Mamat Ruhimat (2006:8).

Selain fisik, segi non fisiknya yaitu berupa keadaan penduduk serta aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat di Indonesia khususnya Jakarta yang terkadang tidak dapat mengetahui secara pasti akan turunnya hujan, bahkan

dalam keadaan panas sekalipun dapat terjadinya hujan. Dengan didukung dengan aktifitas Jakarta yang padat akan pengguna sepeda motor.

### **3. Aspek Budaya**

Aspek budaya yang dituju terkait target marketnya yaitu masyarakat urban di wilayah Jakarta.

### **4. Psikografis**

Ditujukan kepada remaja dengan kelas sosial menengah atas dan gaya hidup yang mengerti dengan fashion style dan menggunakan sepeda motor dalam mendukung kegiatannya sehari-hari.

### **5. Behavior**

Perilaku konsumen terhadap produk ditargetkan pada orang-orang yang rela mengeluarkan biaya yang lebih mahal untuk mendapatkan barang atau kebutuhan penunjangnya, namun dengan kualitas yang lebih baik.

## **C. RELEVANSI DAN KONSEKUENSI STUDI**

### **1. Pengetahuan**

Beberapa pengetahuan diantaranya terkait desain produk, perkembangan jas hujan di pasaran, serta budaya, dan didukung dengan materi mengenai perkembangan jas hujan sangat dibutuhkan untuk mengembangkan desain dan juga kualitas bahan yang digunakan dalam proses pembuatannya. Selain itu proses wawancara juga dilakukan terhadap para pengguna jas hujan dan juga produsen jas hujan yang membuat jas hujan di wilayah Jabodetabek.

### **2. Keterampilan**

Beberapa keterampilan yang didapat dan digunakan yaitu teknik menjahit, teknik mendesain mode, dan juga teknik pengembangan inovasi dari jas hujan, dan didukung dengan materi lain dalam proses pembuatan jas hujan, misalnya saja dalam buku Goet Poespo (2001) yang menyatakan bahwa klasifikasi pakaian dibagi menjadi beberapa jenis yang didukung dengan kreatifitas desainer dalam mengembangkan desain jas hujan menjadi lebih baik dari segi desain dan juga kegunaannya.

### 3. Kelengkapan peralatan



Gambar 2.2. Peralatan Membuat Jas Hujan  
Sumber : Data Pribadi, Pandu Hadi, Mei 2018

Bahan yang digunakan dalam membuat jas hujan diantaranya yaitu :

#### 1. Pra Produksi

Alat yang digunakan diantaranya :

- a. Mesin Jahit
- b. Meteran
- c. Penggaris
- d. Gunting

#### 2. Produksi

Alat yang digunakan diantaranya :

- a. Mesin Jahit
- b. Perekat / *Velcro*
- c. Karet
- d. Spons

#### 3. Pasca Produksi

Alat yang digunakan diantaranya :

- a. Setrika

#### 4. Ketersediaan Material

Material yang dibutuhkan dalam proses pembuatan jas hujan diantaranya yaitu berbahan dasar tekstil diantaranya :

**a. Bahan Parasut Taslan**

Digunakan sebagai bahan dasar jas hujan. Bahan ini memiliki sifat anti air dan tahan terhadap terpaan angin.

**b. Bahan Furing**

Digunakan sebagai bahan pelapis bagian dalam jas hujan. Bahan ini juga memiliki sifat anti air dan tahan terhadap terpaan angin. Sehingga ketahanan jas hujan menjadi lebih kuat.

**c. Resleting**

Digunakan sebagai alat untuk membuka dan menutup bagian tengah jas hujan.

**d. Velcro**

Digunakan untuk merekatkan / menyatukan bagian satu dengan yang lainnya, sehingga dalam hal ini dapat memiliki fungsional yang sama dengan kancing pakaian.

**5. Biaya**

**a. Biaya Bahan Baku**

Berikut perhitungan biaya bahan baku yang dikeluarkan untuk membuat 4 buah jas hujan dengan masing-masing warna yang berbeda:

No	Bahan	Jumlah	Harga	Total
1.	Parasut Taslan	12 Meter	Rp. 25.000 / M	Rp. 300.000
2.	Furing Waterproof	12 Meter	Rp. 16.000 / M	Rp. 192.000
3.	Benang Jahit	4 Roll	Rp. 10.000 / Roll	Rp. 40.000
4.	Resleting	4 Buah	Rp. 15.000 / Bh	Rp. 30.000
5.	Velcro	1 Meter	Rp. 15.000 / M	Rp. 15.000
6.	Tali Hoodie	4 Meter	Rp. 5.000 / M	Rp. 20.000
TOTAL				Rp. 597.000

**Tabel 2.1. Biaya Bahan Baku**  
**Sumber : Data Pribadi, Pandu Hadi, Mei 2018**

### b. Biaya Lain-lain

Biaya untuk keperluan lain yang dikeluarkan untuk membuat 4 buah jas hujan beserta media promosi dan media pendukung diantaranya :

No	Bahan	Jumlah	Harga	Total
1.	Display Kayu	1	Rp. 50.000	Rp.50.000
2.	X Banner	1	Rp. 110.000	Rp. 110.000
3.	Sticker	1 (A3 Printed)	Rp. 8.500	Rp. 8.500
4.	Poster	2 (A3 Printed)	Rp. 7.500	Rp. 15.000
5.	Biaya Jahit	4 Jas Hujan	Rp. 150.000 /bh	Rp. 600.000
6.	Sablon	4 Jas Hujan	Rp. 100.000	Rp. 100.000
TOTAL				Rp. 883.500

**Tabel 2.2. Biaya Lain-lain**  
**Sumber : Data Pribadi, Pandu Hadi, Mei 2018**

### c. Harga Jual

Harga jual jas hujan ini akan dipasarkan dengan harga Rp. 200.000 – Rp. 250.000. harga tersebut lebih murah dibandingkan biaya pencetakan dummy karena nantinya jas hujan yang akan di produksi akan jauh lebih banyak. Termasuk dalam biaya pembelian bahan-bahannya, dan juga biaya proses pembuatan dari segi jahit hingga proses sablon dan finishing.

### d. Kemungkinan Produksi

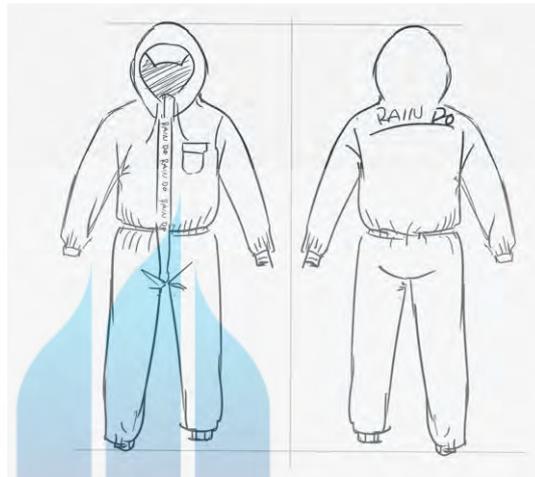
Kemungkinan produksi jika produk jas hujan ini akan di produksi secara masal akan membuat perhitungan harga proses pembuatan akan menjadi lebih murah, beberapa factor diantaranya yaitu produksi jas hujan dengan jumlah produksi kurang lebih 100 buah akan secara otomatis menekan biaya yang dikeluarkan, selain itu pembelian bahan baku yang banyak akan membuat harga bahan baku tersebut menjadi jauh lebih murah.

## D. SKEMA PROSES KERJA

### 1. Skema Proses Perancangan



**Tabel 2.3. Skema Proses Perancangan**  
**Sumber : Data Pribadi, Pandu Hadi, Mei 2018**



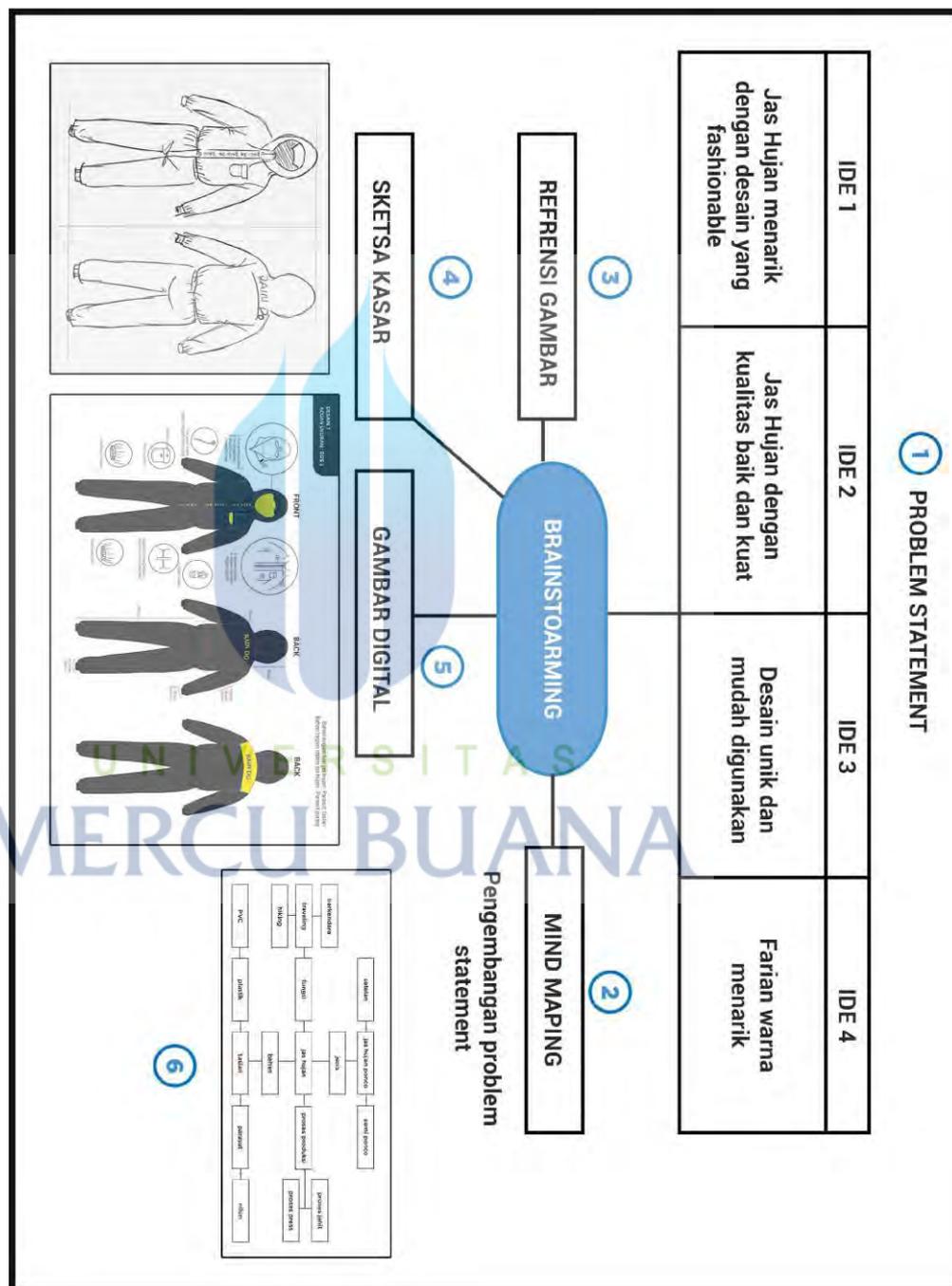
**Tabel 2.4. Sketsa Desain**  
**Sumber : Data Pribadi, Pandu Hadi, Mei 2018**

Berikut adalah skema proses pembuatan “jas hujan Dinamic & Easy to Use” diantaranya yaitu :

#### a. Konsep dan Brainstoarming

Dalam tahapan ini yaitu adalah menentukan tahapan apa yang ingin dilakukan dan menentukan konsep apa yang akan ditujukan, mulai dari gaya desain bentuk, warna, dan style apa yang akan digunakan dalam proses pembuatannya. Dalam hal ini konsep dibuat untuk mempermudah pengguna jas hujan dalam proses penggunaannya, karena berdasarkan proses riset desain yang sudah dilakukan menyimpulkan bahwa sebagian besar pengguna jas hujan merasa kesulitan pada saat menggunakan jas hujan dalam keadaan yang mendadak, misalnya saja jas hujan yang ada di pasaran terpisah antara bagian atas dan bawah sehingga proses penggunaan jas hujan

menjadi relatif lama. Selain itu pemilihan bahan jas hujan dengan kualitas yang baik ditujukan untuk memperkuat daya tahan Jas hujan dikarenakan masih banyak produk jas hujan yang menggunakan bahan dengan kualitas yang kurang baik dalam proses pembuatannya.



Tabel 2.4 Konsep dan Brainstorming  
 Sumber : Data Pribadi, Pandu Hadi, Mei 2018

**b. Pengumpulan Data**

Tahapan yang dilakukan yaitu mengumpulkan data-data yang ada di lapangan. Dalam hal ini data yang diperoleh yaitu berdasarkan riset desain yang sudah dilakukan sebelumnya, yakni dengan wawancara kepada pengguna dan juga produsen jas hujan. Selain itu data kuesioner juga sangat dibutuhkan dalam hal ini.

**c. Sketsa Desain**

Pada proses ini sketsa desain dilakukan untuk menentukan bentuk dasar dan juga syle yang akan dibentuk dalam proses pembuatan jas hujan. Dalam proses ini dibuat beberapa alternatif desain yang akan dipilih sebelum masuk ke tahapan technical drawing.

**d. Technical Drawing**

Setelah proses sketsa dilakukan, tahapan selanjutnya yaitu membuat technical drawing. Dalam tahap ini opsi desain harus sudah dipilih dan dibuat ulang secara terstruktur dengan mengikuti acuan dasar ukuran yang ada.

**e. Dummy**

Proses ini merupakan finishing setelah ditentukan desain yang akan dibuat. Dalam hal ini belum ada produksi masal karena tahap ini menentukan kualitas jas hujan yang dihasilkan sebelum diproduksi secara masal.

**f. Design**

Tahapan akhir yaitu proses desain, dimana dalam tahap ini dibuat bentuk-bentuk media promosi yang akan membantu proses pemasaran desain jas hujan. Dalam hal ini desain sangat penting peranannya karena dapat mendukung image dari produk yang akan ditawarkan kepada konsumen.

## 2. Skema Proses Produksi

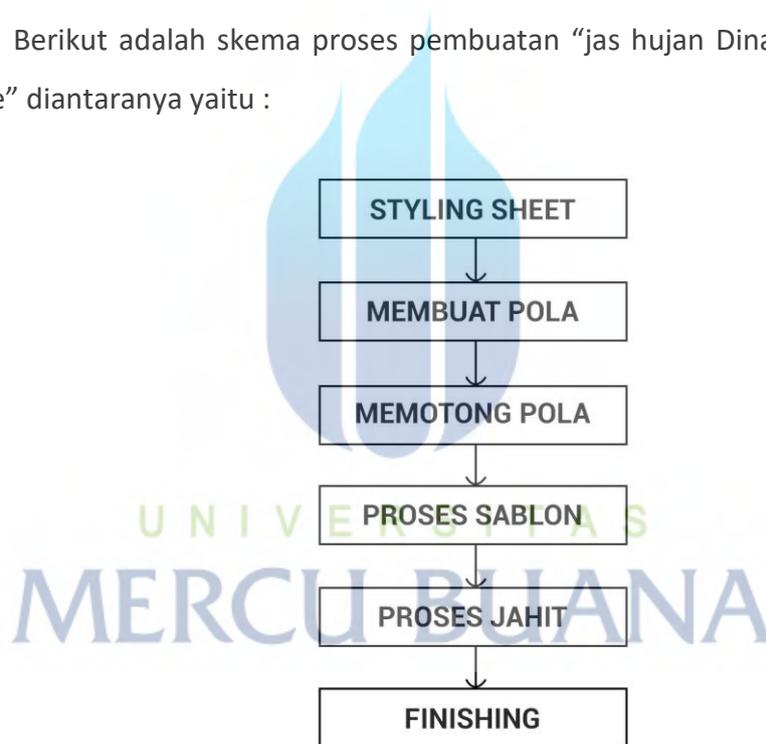
Dalam skema proses kerja, terakhir adalah proses produksi yang sangat menentukan hasil dari rancangan di tahap sebelumnya. Proses produksi ini juga melalui beberapa tahap, dalam proses pembuatan jas hujan ini proses produksi dilakukan oleh penjahit.



**Tabel 2.5 Skema Produksi**

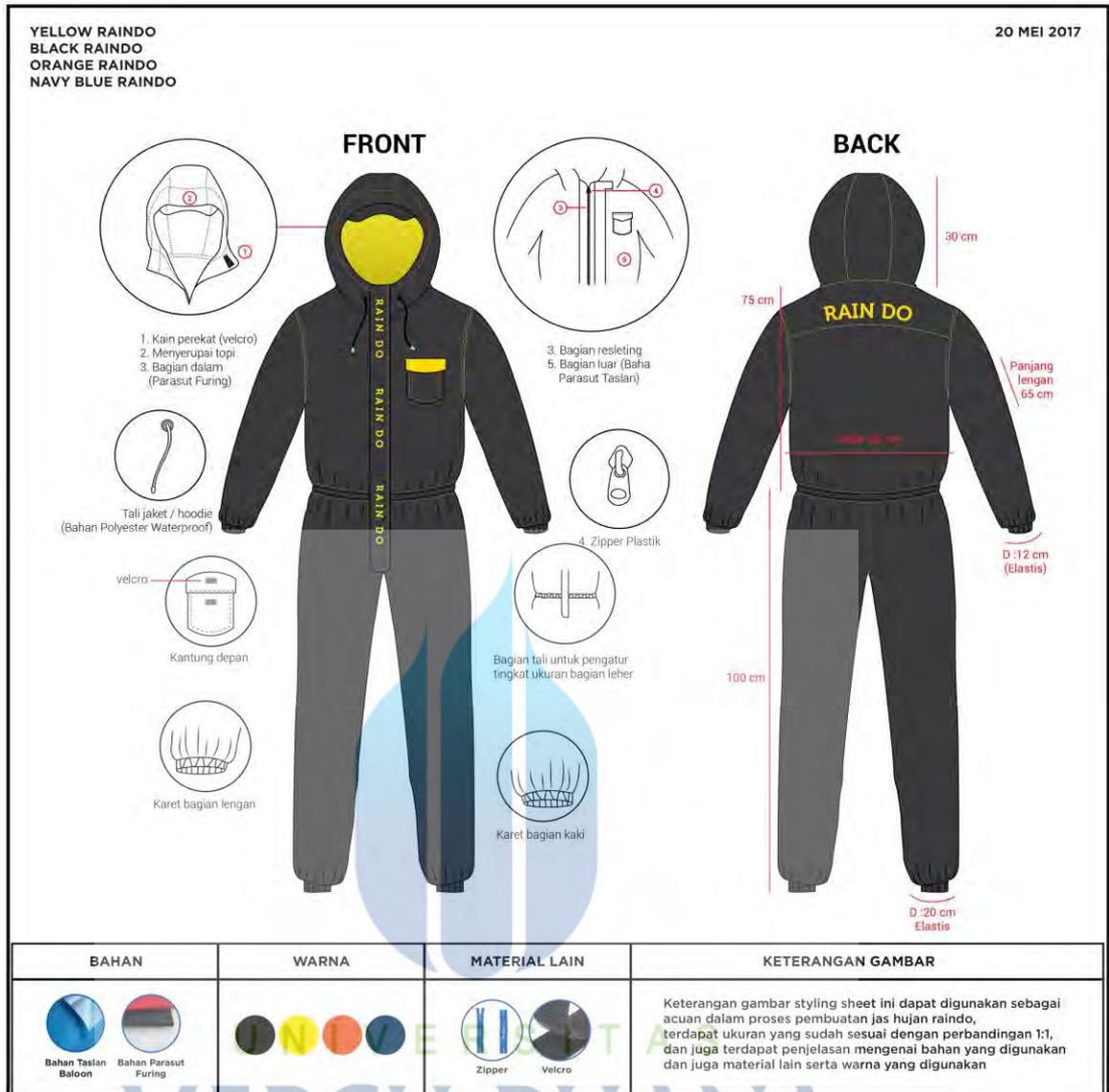
**Sumber : Data Pribadi, Pandu Hadi, Mei 2018**

Berikut adalah skema proses pembuatan “jas hujan Dinamic & Easy to Use” diantaranya yaitu :



**Tabel 2.6 Skema Proses pembuatan jas hujan**

**Sumber : Data Pribadi, Pandu Hadi, Mei 2018**



Tabel 2.7 Gambar Styling Sheet  
 Sumber : Data Pribadi, Pandu Hadi, Mei 2018



Gambar 2.3 Gambar Pola Jas Hujan  
 Sumber : Data Pribadi, Pandu Hadi, Mei 2018