

ABSTRAK

“ DIKARU “

Sleeping Bag Multifungsi Untuk Kegiatan Outdoor

Pertanggungjawaban Tertulis
Program Studi Desain Produk Jurusan Desain Grafis dan Multimedia
Universitas Mercu Buana Jakarta, 2017

Oleh : Untung Arizal

Penggunaan kantung tidur atau yang biasa disebut *sleeping bag* pada dasarnya tujuan utamanya adalah untuk memberikan kenyamanan, kehangatan dan menjaga dari udara dingin dan angin pada saat tidur di luar ruangan.

Pada saat ini di mana penggunaan *sleeping bag* di Indonesia bisa dibilang masih sangat terbatas karena penggunaan *sleeping bag* saat ini biasanya hanya dikhususkan pada saat melakukan kegiatan *outdoor* saja seperti: Camping, Hiking, dan Travelling. Saat ini penyuka kegiatan *outdoor* juga hanya melakukan kegiatan *outdoor* tersebut hanya satu atau dua kali dalam jangka satu tahun karena kesibukan kehidupan pada jaman modern pada saat ini.

Dalam dunia yang semakin berkembang saat ini masyarakat pada umumnya mengharapkan munculnya sesuatu hal baru pada suatu produk guna memberikan nilai efektifitas yang lebih tinggi. Pengembangan pada suatu produk bertujuan meningkatkan nilai ekonomis dan efektifitas pada suatu produk.

Banyak orang menganggap produk adalah suatu penawaran yang nyata, tetapi produk bisa lebih nyata dari itu. Secara luas produk adalah, segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat property, organisasi, informasi, dan ide.

Dalam merencanakan pengembangan produk ada beberapa tingkatan produk yang mesti kita ketahui: 1. Manfaat Inti (*core benefit*), 2. Produk dasar (*basic product*), 3. Produk yang diharapkan (*expected product*), 4. Produk tambahan (*augmented product*), 5. Produk potensial (*potencial product*). Setiap tingkatan menambah nilai pelanggan yang lebih besar, dan kelimanya merupakan bagian dari hirarki nilai pelanggan (*customer value hierarchy*).

Kata kunci: Kantung tidur (*Sleeping bag*), Produk, Hirarki nilai pelanggan (*customer value hierarchy*).

ABSTRACT

“ DIKARU “

Sleeping Bag Multifungtion for Outdoor Activity

Written Project Report

Study Programs Product Design Departement of Graphic Design and Multimedia
Universitas Mercu Buana Jakarta, 2017

By : Untung Arizal

The use of sleeping bag or commonly called sleeping bag is basically the ultimate goal is to provide comfort, warmth and keep it from the cold and wind at the time of sleeping outdoors.

At the moment in which the use of the sleeping bag on arguably Indonesia is still very limited because of the use of the sleeping bag at this time is usually only set aside at the time doing outdoor activities like: Camping, Hiking, and Traveling. Currently interested in outdoor activities is also just doing outdoor activities is only one or two times in a one-year term because of the bustle of life in the modern era at the moment.

In a world that is increasingly growing society at large expect the emergence of something new on a product in order to give a higher effectiveness rating. Development on a product aimed at upgrades its economic value and effectiveness in a product.

Many people consider product is a real offer, but the product can be more real than that. The product is extensively, everything that can be offered to the market to satisfy a desire or needs, including physical goods, services, experiences, events, people, places, organizations, property information, and ideas.

In planning product development there are several levels of product that we know must be: 1. The benefits of the core (core benefit), 2. The basic product (basic product), 3. The expected products (expected product), 4. Additional products (augmented product), 5. Product potential (potencial product). Each level adds value to customers, and all five are part of the hierarchy of customer value (Hirarki nilai pelanggan).

Keywords: Sleeping bag (Kantung tidur), products, customer value Hierarchy (Hirarki nilai pelanggan).