

## **BAB I. PENDAHULUAN**

### **I.1 Latar Belakang**

Sosial media pada saat ini tidak hanya menjalin komunikasi sosial saja di tengah kalangan masyarakat luas tetapi juga memberikan beberapa manfaat dan peran penting yang mendukung kemajuan dalam berbisnis sehingga memberikan kelancaran dalam usaha yang dapat menjangkau konsumen diberbagai pelosok. Sosial Media merupakan cara yang mudah untuk mencari tahu lebih banyak mengenai pelanggan dalam usaha. Untuk mencari konsumen, dapat dilakukan dengan memanfaatkan #hashtags yang terkait dengan bisnis, kemudian digunakan untuk menemukan calon konsumen yang sesuai sehingga pencarian target konsumen lebih efektif, membantu menemukan konsumen baru dan memperluas target pasar, terutama ketika perusahaan meluncurkan produk baru dan dibagikan melalui sosial media, maka secara cepat mengetahui pendapat konsumen. Dengan adanya kolom komentar pada Instagram misalnya, konsumen bisa langsung memberikan saran/kritik/pertanyaan pada kolom komentar atau mengirim pesan mengenai produk/layanan perusahaan dan hasilnya bisa digunakan untuk melakukan improvisasi terhadap kualitas bisnis perusahaan. Begitupula yang sedang dilakukan oleh perusahaan CV. Rumah Kaos Bandung dalam menjalankan bisnisnya yang mulai melirik sosial media untuk kelancaran dan usahanya dibidang konveksi.

CV. Rumah Kaos Bandung merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang industri produk tekstil atau konveksi. Perusahaan konveksi ini berlokasi di Ujung Berung Bandung Jawa Barat yang sudah mulai dari 2008. Produksi ini berfokus pada bidang produksi keperluan sandang dimana pakaian merupakan kebutuhan manusia yang sudah ada dari abad ke abad dimana yang tidak akan lepas dari kebutuhan manusia terutama untuk melindungi diri dari udara panas dan dingin, dan menjaga tubuh tetap bersih. Pada kehidupan modern, mengenakan pakaian merupakan norma. Seiring dengan zaman pakaian tidak lagi menjadi kebutuhan dasar melainkan menjadi *lifestyle* dari segi *fashion* untuk menunjukkan eksistensi mereka dalam kehidupan sosial.

Fashion sebagai ekspresi diri dan komunikasi dari pemakainya memberikan implikasi bagi penggunaan fashion dalam kaitannya dengan bagaimana orang mengkomunikasikan nilai, status, kepribadian, identitas, dan perasaan kepada orang lain. Ciri dan identitas pribadi menjadi sesuatu yang sangat penting untuk ditunjukkan ketika kita hidup dalam masyarakat, dimana individualitas menjadi tolak ukur penilaian dalam sebuah hubungan maupun interaksi. Karena fashion bisa mengekspresikan sesuatu yang tidak terucap secara verbal inilah, maka fashion juga seringkali digunakan untuk menunjukkan identitas personal dari individu yang bersangkutan. Hanya dengan mengenakan jenis pakaian tertentu maka, orang lain akan bisa menilai kepribadian dan citra dirinya. Sementara itu, diantara para remaja, pada tataran usia remajalah mereka cenderung lebih terpengaruh oleh perkembangan fashion. Mereka yang cenderung masih belum stabil, selalu mencoba hal-hal baru, ingin selalu menonjolkan diri terutama di mata lawan jenisnya. Fashion memang identik dengan remaja, hal ini sudah menjadi umum yang hampir semua orang mengakuinya. Diantara mulai dari kecil, remaja, hingga dewasa dan tua, maka pada tataran remajalah demam fashion begitu berpengaruh dalam kehidupan mereka. Dan mereka tidak jarang memamerkan penampilannya di jejaring sosial.

Jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat *account* pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan komunikasi. Jejaring sosial terbesar antara lain Facebook, Path, Instagram, Myspace dan Twitter. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media *broadcast*, maka media sosial menggunakan internet. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan member kontribusi dan *feedback* / umpan balik secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.

Untuk memperkenalkan produk perusahaan kepada konsumen perlu adanya media yang bisa membantu konsumen mengenai fashion yang dimiliki perusahaan. Media merupakan suatu alat perantara atau pengantar yang berfungsi untuk menyalurkan pesan atau informasi dari suatu sumber kepada penerima pesan.

Tujuan lain perusahaan dalam menggunakan media dalam Perusahaan Rumah Kaos Bandung, beberapa diantaranya:

- Untuk menyebarkan informasi suatu produk kepada calon konsumen yang potensial.
- Untuk mendapatkan konsumen baru dan untuk menjaga loyalitas konsumen tersebut.
- Untuk menaikkan penjualan serta laba atau keuntungan.
- Untuk membedakan dan mengunggulkan produknya dibandingkan dengan produk kompetitor.
- Untuk branding atau membentuk citra produk di mata konsumen sesuai dengan yang diinginkan.
- Untuk merubah tingkah laku dan pendapat konsumen tentang suatu produk.

Media Promosi disesuaikan dengan segmen konsumen yang akan menjadi sasaran dimana target dari CV. Rumah Kaos Bandung merupakan kaum remaja yang senang akan mengekspresikan diri dan aktif dalam jaringan sosial. Misalnya menggunakan media sosial untuk kaum remaja, group Whatsaap, Instagram, Facebook, Internet, dan untuk masyarakat area dekat bisa menggunakan *banner* atau *flyier*.

## **I.2 Tujuan Kerja Praktek**

Adapun tujuan kerja praktek yang dilakukan di CV. Rumah Kaos Bandung yaitu sebagai berikut:

1. Mempelajari cara mendesain baju sebelum di produksi dan diserahkan pada konsumen.
2. Mengetahui cara pembuatan / produksi kaos di dunia kerja (perusahaan konveksi).

3. Mengetahui cara menyablon / menerapkan desain atau gambar pada baju.
4. Meningkatkan cara beradaptasi, serta berkompetisi dalam dunia kerja.
5. Meningkatkan kecakapan mandiri dalam bekerja serta percaya diri dalam penyelesaian masalah yang dihadapi dalam dunia usaha.
6. Memahami karakter pelanggan serta pesaingannya dalam dunia usaha.
7. Mempelajari sistem kinerja perusahaan terutama dalam bidang konveksi.

### **I.3 Waktu dan Tempat Pelaksanaan**

Selama melakukan praktek kerja di Rumah Kaos Bandung yang merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang konveksi yang berada di Ujung Berung untuk mempelajari bagaimana cara kerja dari industri tekstil dan kreatif, berikut tempat dan waktu selama pelaksanaan kerja praktek :

#### **Plaksanaan Kerja Praktek:**

Tempat : CV Rumah Kaos Bandung  
Alamat : Cluster Pesona Regency Blok J37, Pasirwangi, Kec.  
Ujung Berung, Kota Bandung

#### **Waktu Pelaksanaan:**

Waktu Kerja Praktek : 31 Mei 2020 – 7 Juli 2020

Jam Kerja : 13.00 WIB – 18.00 WIB

Kegiatan kerja praktik di CV. Rumah Kaos Bandung dilaksanakan selama 1 bulan atas izin dari pemilik perusahaan.