

# BAB 2

★ PENDAHULUAN ★



# LATAR BELAKANG

Buku bukan sekedar hanya kumpulan teks-teks yang dijadikan satu. Menurut Tarigan (1986), buku merupakan standar yang disusun oleh pakar dalam bidangnya untuk maksud-maksud dan tujuan instruksional yang dilengkapi dengan sarana pengajaran yang serasi dan mudah dipahami oleh pemakainya disekolah maupun diperguruan tinggi sehingga dapat menunjang sesuatu program pengajaran.

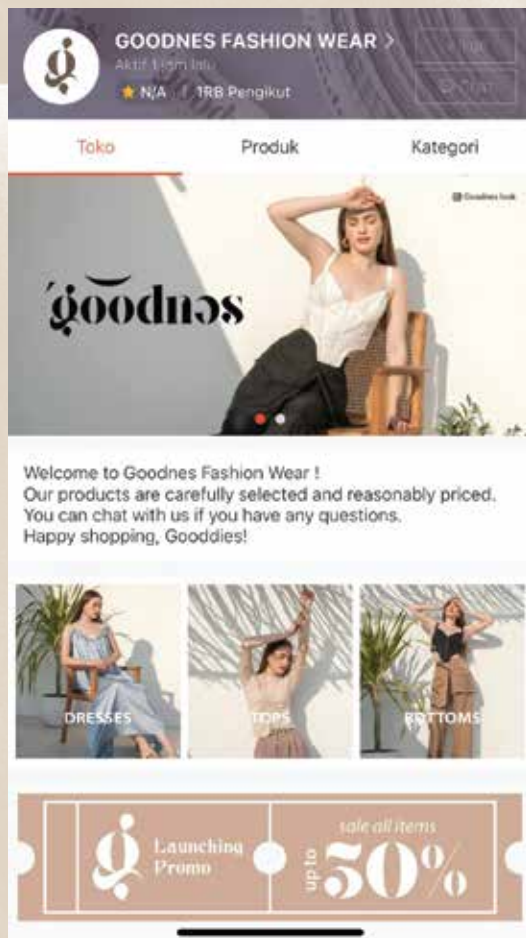
Media Visual (Daryanto, 1993:27), artinya semua alat peraga yang digunakan dalam proses belajar yang bisa dinikmati lewat panca-indera mata. Media visual (image atau perumpamaan) memegang peran yang sangat penting dalam proses belajar. Media visual dapat memperlancar pemahaman dan memperkuat ingatan.

Dengan demikian media visual dapat diartikan sebagai alat pembelajaran yang hanya bisa dilihat untuk memperlancar pemahaman dan memperkuat ingatan akan isi materi pelajaran. Buku yang telah memiliki keunggulan dibandingkan media lain harus dibuat menjadi menarik dengan menampilkan visualnya, sehingga dapat meningkatkan minat baca serta menjadi salah satu cara menarik perhatian agar brand menjadi lebih dikenal, dengan menampilkan identitas dan value brand kedalam buku.

Pembuatan Perancangan ini diperlukan karena belum adanya interaksi intens atau soft selling antara Goodnes dengan audiensnya, hal ini di perlukan untuk memperjelas audience yang secara umum dapat dengan mudah mengambil informasi yang diberikan dalam buku tersebut, maka buku dapat menerangkan secara umum gambaran atau keseluruhan informasi tentang Goodnes yang berisi gambar (visual) dan tulisan-tulisan (verbal) yang dapat membantu audiens dalam menerima dan mengingat informasi tentang Goodnes. Pembuatan buku visual juga agar mengembakan bisnis goodnes lebih besar lagi dengan mencari investor atau partner bisnis yg tertarik membantu pengembangan goodnes sehingga buku visual ini bisa penulis jadikan Media persentation kepada calon partner bisnis.

# DATA OBJEK

*Goodnes* adalah merk pakaian *ready-to-wear* wanita berupa atasan, bawahan dan set baju yang berdiri pada September 2022 yang berasal dari Yogyakarta. Ayu Edtyca sebagai pemilik Melalui tagline “*Style with attitude*”, sebuah gagasan *woman empowered woman* yang Ayu ingin sampaikan dengan menciptakan sebuah merk pakaian wanita yang dimana pemakainya nanti mengerti apa yang mereka pakai akan menunjang sikap dan kekuatan sebagai wanita. Dengan mengedepankan kualitas dengan kisaran harga Rp150.000-Rp300.000, Ayu ingin setiap pemakainya dapat menciptakan dan menikmati semua moment yang dalam hidupnya, karena Ayu percaya setiap produk yang dibuat sangat mengedepankan kenyamanan, membangun rasa percaya diri, dan tentunya dengan pembawaan yang elegan di setiap koleksinya.



# TARGET AUDIENS

- Demografis

Memberikan gambaran secara nyata tingkat sosial, budaya, dan ekonomi dari masyarakat sekitar yang menjadi target pasar Goodnes. Berikut spesifikasinya:

Umur	: 22 - 35 tahun
Jenis Kelamin	: Wanita
Kelas Sosial	: Menengah hingga menengah keatas
Pendidikan	: Mahasiswa hingga Sarjana
Status	: Lajang hingga Menikah

- Geografis

Spesifik lingkungan target pasar meliputi Daerah Istimewa Yogyakarta JABODETABEK dan Bali, bahkan beberapa konsumen berasal dari kota lainnya.

- Psikologis

Konsumen berasal dari kalangan yang aktif, praktis, tertarik akan dunia mode. Serta kalangan suka berbelanja, up to date, dan aktif di sosial media.

# ANALISA S-W-O-T

- **Strength**

Kualitas kain dan jahitan terbaik, harga terjangkau, trendy, selalu ready stock, tersedia dengan banyak warna.

- **Weakness**

Hanya tersedia dalam 1 ukuran (all size), hanya tersedia pemesanan online, tidak untuk semua kalangan, kurangnya interaksi kenapa audience

- **Opportunity**

Eksplorasi untuk menambah koleksi sangat besar, kemungkinan adanya toko sendiri, memanfaatkan sistem kolaborasi dengan KOL dan menambah size untuk menjangkau market yang lebih luas, peminat fashion yang sadar akan kualitas barang semakin tinggi.

- **Threat**

Belum dapat menjangkau beberapa kalangan karena beberapa keterbatasan, banyaknya kompetitor dalam dunia mode pakaian wanita dengan model baju sejenis.

## KESIMPULAN ANALISA S-W-O-T

Berdasarkan hasil SWOT diatas maka, goodnes memiliki kelemahan dengan kurangnya pengetahuan produk serta interaksi kepada audience atau soft selling, karena banyaknya pesaing serta kelebihan mereka yang dapat menjangkau target audience, sehingga diperlukan pemanfaatan peluang, salah satunya adalah dengan membuat buku visual agar membantu audiens dalam menerima dan mengingat informasi tentang Goodnes. Menerangkan secara umum gambaran atau keseluruhan informasi tentang Goodnes yang berisi gambar (visual) dan tulisan-tulisan (verbal) yang dapat membantu audiens dalam menerima dan mengingat informasi tentang Goodnes. karena permintaan pasar yang selalu ada, dan peminat fashion yang sadar akan kualitas produk selalu meningkat.