

P-ISSN : 2655-9811, E-ISSN : 2656-1964
J. Feasible., Vol. 4, No. 1, Februari 2022 (39-47)
©2019 Pusat Inkubasi Bisnis dan Kewirausahaan
Universitas Pamulang (PINBIKUNPAM)

JURNAL ILMIAH
FEASIBLE
BISNIS, KEWIRAUSAHAAN & KOPERASI

Pengembangan Produk Baju Balita Berbasis Online

Apri Astuti*, Eka Aprivia², Sisilia Ernawati³, Gaudensiana Meak⁴
Universitas Nusa Mandiri; ns033877@gmail.com¹

Received 19 Oktober 2021 | Revised 15 Februari 2022 | Accepted 25 Februari 2022

*Korespondensi Penulis

Abstrak

Pengusaha yang membuka usaha dalam bidang pakaian anak sudah sangat banyak hal tersebut menjadi salah satu daya saing dalam penjualan pakaian balita atau anak pada toko Yellow. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk membuat peluang usaha baru bagi kelompok DESA. Metode yang diberikan yaitu berupa Inovasi untuk menambah daya tarik konsumen terhadap produk Yellow. Yellow memberikan inovasi berupa jasa custom baju untuk menarik minat konsumen yang ingin memiliki baju untuk anaknya dengan gambar atau motif yang diinginkan. Hasil yang diharapkan yaitu penjual produk pakaian anak yang meningkat dan menambah keuntungan. Yellow membuka usaha berupa produk pakaian anak dengan memberikan Inovasi berupa Jasa Custom baju yang sesuai dengan permintaan konsumen.

Kata Kunci: Pakaian; Inovasi; Usaha; Custom

Abstract

Entrepreneurs who open businesses in the field of children's clothing have very many things that become one of the competitiveness in selling toddler or children's clothing at the Yellow store. The purpose of this research is to create new business opportunities for the VILLAGE group. The method given is in the form of innovation to increase consumer attraction for Yellow products. Yellow provides innovation in the form of custom clothing services to attract consumers who want to have clothes for their children with the desired image or motif. The expected result is that sellers of children's clothing products increase and increase profits. Yellow opened a business in the form of children's clothing products by providing innovations in the form of custom clothing services in accordance with consumer demand.

Keywords: Clothes; Innovation; Business; Custom

PENDAHULUAN

Pada zaman yang serba modern saat ini manusia sangat mudah saat ingin mendapatkan sesuatu. Segala keperluan pokok seperti makanan, minuman, pakaian ataupun alat rumah tangga lainnya sudah sangat mudah untuk dijumpai. Pakaian

merupakan salah satu usaha yang cukup menjanjikan karena busana atau pakaian merupakan salah satu kebutuhan primer bagi manusia. Dan akan selalu dibutuhkan oleh masyarakat.

Kebutuhan primer atau kebutuhan pokok yang dapat mempertahankan hidup

manusia yaitu meliputi sandang (pakaian), pangan (makan dan minum), dan papan (tempat tinggal).(Dewi et al., 2020). Dengan adanya hal tersebut membuat kelompok kami DESA membuka peluang usaha baru yaitu Penjualan Produk Pakaian Balita atau anak berbasis online. Saat ini sudah banyak penjualan suatu produk kebutuhan sehari-hari yang di jual secara Online guna untuk memberikan kemudahan untuk para konsumen atau masyarakat. Dalam melayani permintaan konsumen. DESA membuka toko dengan penjualan berbasis online.

Saat ini fungsi dari internet tidak hanya untuk membantu mencari suatu informasi. Namun, saat ini dengan bantuan internet banyak para pengusaha yang memanfaatkan untuk menjual dan mempromosikan produk yang dimiliki dengan membangun sebuah *Website*. Perancangan *Website* sudah banyak dilakukan untuk menunjang kegiatan promosi maupun penjualan produk dari sebuah perusahaan.(Siregar, 2018). Untuk menggunakan *Website* para pemakai membutuhkan jaringan internet, dan penggunaan *Website* dapat digunakan dengan membuka melalui *browser* dengan bantuan dari perangkat komputer atau pun perangkat selular.

Kelompok DESA membuka usaha Bernama Yellow yang merupakan salah satu toko penjualan pakaian yang bergerak dibidang *fashion* anak, berupa kaos. DESA memasarkan produknya melalui *website*. Dengan sistem yang berjalan saat ini, masih ada beberapa masalah yang terjadi di bahan baku untuk pembuatan pakaian dimana DESA harus dengan cermat memilih bahan pakaian yang akan digunakan untuk membuat produk pakaian anak agar dapat menghasilkan produk yang sesuai dengan permintaan konsumen. Dan Toko Yellow harus terus mengembangkan atau memberikan tampilan *Website* dan gambar produk serta deskripsi produk yang menarik. Dengan melakukan pen-

jualan melalui *Website* Pihak konsumen dapat dengan mudah untuk memilih serta membeli produk pakaian di Toko Yellow dengan lebih mudah dan efisien tanpa perlu repot datang ke pasar atau toko baju lainnya.

Ibu-ibu rumah tangga merupakan konsumen utama yang diincar untuk melakukan pembelian pada pakaian anak yang dijual oleh Toko Yellow. Kebanyakan ibu-ibu rumah tangga sangat gemar untuk mendandani anak mereka sesuai dengan *fashion* yang sedang *tren* saat ini. Kata *Fashion* sudah sangat akrab dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Masyarakat selalu mengindentikkan *fashion* dengan busana. Sementara *fashion* tidak hanya berupa busana. Namun juga berupa segala sesuatu yang sedang *tren* dalam kalangan masyarakat tertentu dan *fashion* akan terus dikembangkan oleh para pengembang *fashion*.(Trisnawati, 2016). Subsektor *fashion* menjadi penyumbang terbesar kinerja ekspor ekonomi kreatif sebanyak 54,54% Pada tahun 2016.selain itu, industri *fashion* memiliki kontribusi yang cukup besar terhadap devisa negara dan produk domestik bruto Nasional.(Tjandra et al., 2020)

Adapun *Fashion* di Indonesia telah berkembang pesat, seperti perkembangan teknologi yang semakin hari semakin berkembang.(Tyaswara et al., 2017). Dan sebenarnya *fashion* tidak terus menurun berhubungan dengan pakaian.Namun, juga berhubungan dengan hal sedang di gandrungi atau disenangi oleh masyarakat seperti selera makanan, hiburan, dan lain-lain pada saat waktu tertentu.

Jadi, sebenarnya *fashion* itu dapat berupa apa saja yang sedang diminati oleh banyak orang dan menjadi pusat perhatian atau *tren* bagi masyarakat tertentu. *Fashion* dapat juga disebut sebagai pembaruan, oleh sebab itu, *fashion* kebanyakan tidak bersifat kekal. Karena cenderung terus bergerak dan berubah

setiap saat. Dan busana merupakan contoh *Fashion* yang terus bergerak dan tidak bersifat kekal, maka *fashion* sering kali dikaitkan dengan busana. Dan pengusaha yang membuka usaha dalam bidang pakaian anak ini sudah sangat banyak sehingga banyaknya pelaku usaha yang menjual produk yang serupa dengan toko DESA yaitu pakaian anak. Hal tersebut menjadi salah satu daya saing dalam penjualan pakaian balita atau anak pada toko Yellow.

Oleh karena itu, sebagai salah satu daya tarik bagi para konsumen setiap pelaku usaha harus memberikan inovasi agar dapat menjadi daya tarik tersendiri supaya konsumen lebih memilih produk mereka. Inovasi Produk yaitu pemanfaatan produk baru atau produk yang lebih baik sehingga dapat diterima dan digunakan oleh konsumen. (Ela Elliyana, 2021)

Inovasi yang diberikan pada produk yang dimiliki oleh para pelaku usaha dapat menjadi peluang bagi pelaku usaha tersebut untuk dapat lebih meningkatkan penjualan dan keuntungan. Dan inovasi yang diberikan oleh para pelaku usaha dimaksudkan agar dapat memenuhi permintaan konsumen yang semakin lama semakin kompleks.

Dan inovasi yang Toko Yellow berikan pada produk mereka agar konsumen atau masyarakat dapat membeli produk dari Toko Yellow yaitu dengan memberikan produk baru custom ini dilakukan demi memenuhi permintaan konsumen yang ingin menambahkan atau memberikan gambar atau motif yang sesuai dengan keinginan konsumen. Serta, memberikan tampilan pada *Website* dan Gambar Produk yang menarik minat konsumen.

METODE

Tahapan yang digunakan meliputi: tahap perencanaan usaha, tahap produksi usaha dan tahap pemasaran produk.

Tahap Perencanaan Usaha yang sudah Toko Yellow lakukan untuk mengembangkan produk baju balita atau anak-anak yang saat ini sudah berjalan. Dan Toko Yellow saat ini meluncurkan produk baru berupa *custom, custom* ini bisa berupa tulisan maupun gambar sesuai dengan permintaan atau minat pembeli. Banyak sekali dari minat masyarakat untuk membeli baju *custom* dan disini baju custom yang Toko Yellow keluarkan dengan harga yang sangat terjangkau, mudah dan *simple*. Pencapaian yang saat ini dikelola oleh Toko Yellow bisa mengeluarkan produk custom sesuai dengan minat dari kalangan masyarakat, Kami sudah mendapatkan keuntungan berupa hasil pencapaian yaitu pengembalian modal walaupun belum sepenuhnya dari penjualan produk *custom* yang sudah berjalan saat ini.

Tahap produksi usaha sedang berjalan pada penjualan *website* Toko Yellow melalui alur: penerimaan order, mendesign nama/gambar sesuai permintaan, proses sablon gambar/nama, pressing/ packaging dan pengiriman.

Strategi pemasaran adalah salah satu kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh usaha untuk mempertahankan kelangsungan usaha, untuk berkembang, dan untuk mendapatkan laba. (Dellia Mila Vernia et al., 2020). Berikut tahap pemasaran produk dari Toko Yellow meliputi:

Produk: a) Segmentasi, sasaran usaha ini adalah ibu-ibu yang memiliki anak usia balita sampai anak-anak; b) Target market usaha ini adalah usia 0-12 Tahun; c) *Positioning*, usaha yang menempatkan diri sebagai penjual pakaian anak; dan d) Strategi pemasaran, penjualan melalui *Instagram* dan *website*.

Harga produk terdiri dari: kaos custom gambar seharga Rp 80.000/bh; kaos custom nama seharga Rp 95.000/bh dan kaos polos seharga Rp 45.500/bh. 3) Lokasi, Usaha ini didirikan di Jalan Kayu

Besar No 48, Kalideres Jakarta Barat dan Promosi memberikan diskon ke pembeli melalui *Instagram* dan *Website*.

Manajemen Usaha

Manajemen usaha adalah salah satu kegiatan untuk mengatur segala hal dalam menjalankan usaha sehingga tujuantujuan yang diharapkan dapat tercapai.(Kimbali, 2020)

Usaha pada Toko Yellow ini adalah usaha yang berjalan pada bidang pakaian anak. Pada saat ini banyak para pelaku usaha yang berkecimpung pada dunia *fashion* hal ini membuat banyaknya para pesaing sehingga usaha Toko Yellow ini harus memiliki perencanaan dalam manajemen.

HASIL dan PEMBAHASAN

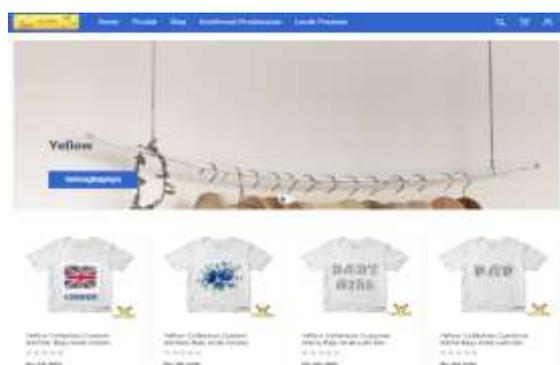
Hasil

Bagian *Home Page* :
Home



Gambar 1. Tampilan Home pada Website Yellow

Tampilan beranda atau tampilan halaman pada suatu website, tampilan *homepage* toko Yellow ini berisi kan tampilan produk, *slider*, *contact* serta tampilan artikel. Produk



Gambar 2. Produk dari Yellow

Barang yang ingin dijual, didalam produk berisikan barang-barang serta kategori barang pada produk yang sedang tayang atau sedang diperjual belikan.

Rincian Produk



Gambar 3. Rincian Produk

Halaman pada rincian produk ini berisi detail produk dari deskripsi produk, nama produk, harga, whatsapp serta bisa order melalui ini.

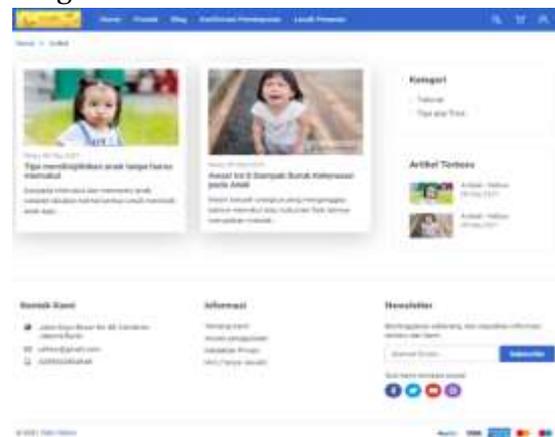
Pencarian



Gambar 4. Pencarian

Sesuatu yang akan atau hendak *customer* cari atau search pada halaman tersebut / pencarian produk-produk atau artikel lainnya.

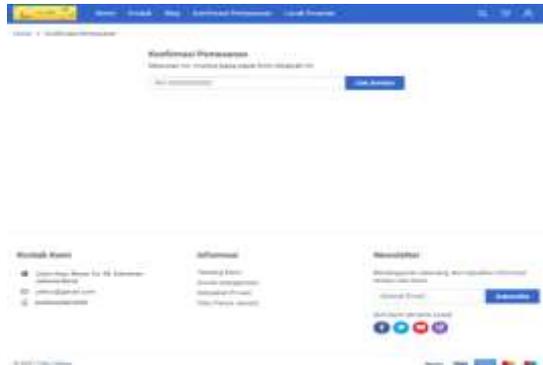
Blog



Gambar 5. Blog

Berisi seputar parenting atau tips-tips serta tutorial untuk diterapkan serta diperhatikan dalam kehidupan sehari-hari, bisa menambah wawasan atau ilmu pengetahuan bagi orang tua baru.

Konfirmasi Pemesanan



Gambar 6. Konfirmasi Pemesanan

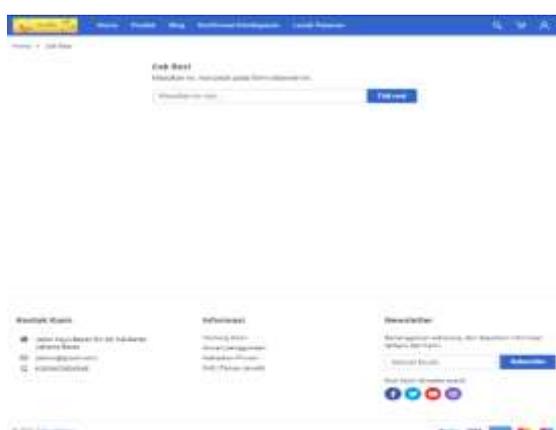
Berisikan daftar produk serta keterangan pada pemesanan atau pembelian barang pada toko Yellow dengan cara mencari no pesanannya dengan menggunakan konfirmasi pemesanan atau bisa disebut dengan cek invoice yang sudah masuk di pemesanan.

Rincian Pembayaran



Gambar 7. Rincian Pembayaran

Cek Status Pesanan



Gambar 8. Cek Status Pesanan

Cek Resi



Gambar 9. Cek Resi

Halaman cek resi ini berisi kan pelacakan resi pesanan yang sudah customer beli sebelumnya, customer bisa search menggunakan atau dengan halaman ini, nanti akan diarahkan ke link pelacakan resinya serta customer bisa klik jasa ekspedisi yang di pakai.

User Interface Aplikasi

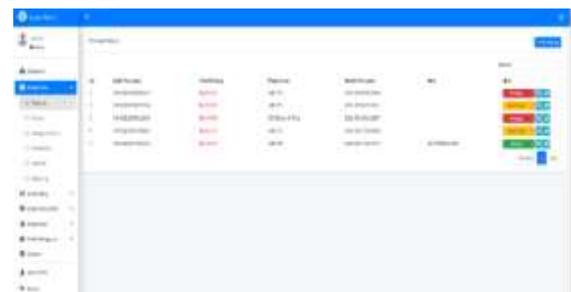
Bagian Admin: Tampilan yang hanya bisa diakses oleh admin toko Yellow sendiri, bisa melihat statistik pentunjuk serta produk yang paling banyak terjual, dan bisa mengakses serta mengubah tampilan produk atau keterangan toko Yellow.

Dashboard



Gambar 10. Dashboard pada Website Yellow

Pesanan



Gambar 11. Data Penerimaan Pesanan Produk pada Website Yellow

Produk



Gambar 12. Data Produk Usaha pada Website Yellow

Rekening



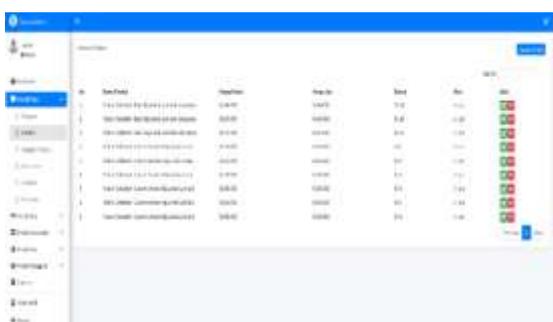
Gambar 13. Rekening pada Website Yellow

Identitas Perusahaan



Gambar 14. Identitas

Menu



Gambar 15. Menu pada Website Yellow

Berisi Tampilan pada halaman *Home Website*, bisa menambahkan seputar toko Yellow Seperti, Tentang Toko, Kebijakan Privasi, FAQ, *Home*, Cek Status Pesanan, Produk, Cek Resi, Blog serta konfirmasi pembayaran, ini bisa di aktifkan dan juga

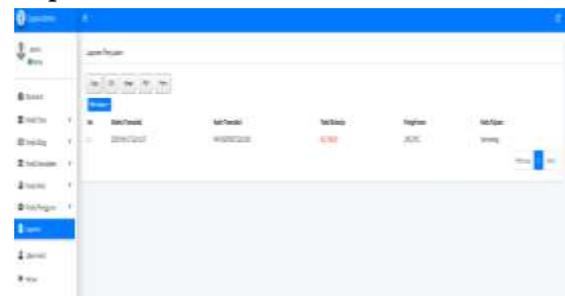
bisa di nonaktifkan, admin juga bisa menambahkan juga untuk menu2 yang akan ditampilkan lagi.

Logo



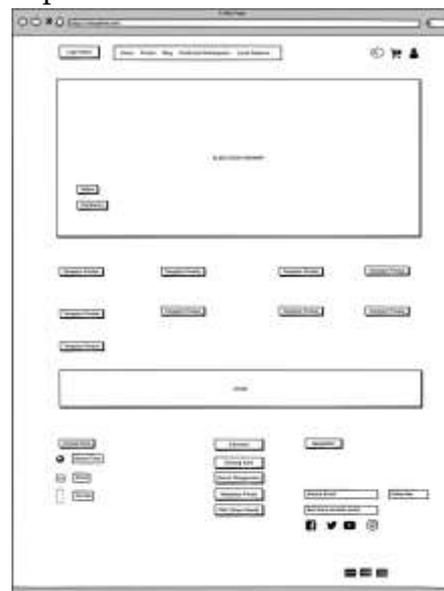
Gambar 16. Logo pada Yellow

Laporan



Gambar 17. Laporan

Mockup



Gambar 18. Mockup

Mockup adalah media visual dari suatu konsep desain yang diberikan efek visual sehingga hasilnya sangat tempak atau menyerupai wujud nyata, mockup dapat memberikan gambaran nyata dari sebuah konsep desain sebagaimana konsep itu akan terlihat jika sudah diaplikasikan. (Rizkita et al., 2018)

Analisis Ekonomi Usaha

Tabel 1. Analisis Ekonomi Usaha

Faktor Internal	<i>Strengths/Kekuatan</i> S	<i>Weakness/Kelemahan</i> W
	Toko Yellow Pada <i>Website</i> Yellow dapat menerima pesanan dengan custom gambar baju yang sesuai dengan keinginan dari customer.	Toko Yellow Pada <i>Website</i> Yellow belum banyak masyarakat yang mengetahui tentang <i>Website</i> Yellow sehingga masih belum banyak pesanan produk
Faktor Eksternal	<i>Opportunities/Peluang</i> O	<i>Threats/Ancaman</i> T
	Saat ini tren pakaian semakin berkembang. Dengan perkembangan yang semakin baik ini Toko Yellow dapat terus mengembangkan usaha dan mendapatkan keuntungan yang lebih banyak dengan terus melakukan promosi melalui media social yaitu Facebook, Instagram dan Tiktok dari Toko Yellow.	Dengan banyaknya perusahaan yang bergerak dibidang yang sama menjadi tingkat daya saing yang tinggi untuk Toko Yellow.

Pembahasan

Website Yellow yaitu sebuah media yang digunakan oleh Toko Yellow sebagai tempat penjualan atau pemasaran serta promosi dari produk yang di hasilkan Toko Yellow. *Customer Website* Yellow ini digunakan oleh *Customer* untuk melihat dan memilih produk yang dicari atau sesuai oleh *customer*. *Customer* harus membuka *Website* Yellow dan harus memiliki koneksi internet. Bagi masyarakat yang belum mengetahui *Website* Yellow mereka bisa mengetahui dari media sosial Instagram, Facebook, dan Tiktok Yellow. Maka Toko Yellow harus gencar mempromosikan produk nya pada Instagram, Facebook, dan TikTok Yellow. Dan Setelah *customer* membuka *Website* Yellow lalu memilih dan memesan produk yang ingin di beli, Toko Yellow akan mendapatkan notifikasi pemesanan dan melakukan proses penerimaan pesanan lalu menyiapkan produk dan mengirimkan produk yang sesuai pesanan lalu mengirimkan ke alamat *Customer*.

Cash Flow Usaha atau arus kas adalah_ arus masuk dan arus keluar kas setara kas.(Sari et al., 2019) pada Toko Yellow *Cash* di jabarkan sebagai berikut :
Cash Flow, perencanaan bisnis dengan modal awal Rp. 7,935,100 , menghasilkan produk sebanyak 30pcs perbulan dengan penjualan Rp. 45.500 Per pcs.
 Perkiraan omset per bulan
 $= \text{Rp } 45.500 \times 30$
 $= \text{Rp. } 1,350,000$
 Perkiraan omset per tahun
 $= \text{Rp } 1,350,000 \times 12$
 $= \text{Rp } 16,200,000$
 Dengan asumsi nilai penjualan relatif stabil. Total Biaya Produksi = Total Investasi + Total biaya bahan baku per tahun + Penyusutan per tahun (10%)
 $= \text{Rp } 7,935,100 + (\text{Rp } 322,400 \times 12) + (10\% \times \text{Rp } 600,000)$
 $= \text{Rp } 11,863,900$ Unit Penjualan/tahun
 $= 30\text{pcs} \times 12 \text{ bulan} = 360 \text{ pcs}$
 Keuntungan per tahun = Penerimaan – Total Biaya Produksi
 $= \text{Rp } 16,200,000 - \text{Rp } 11,863,900$

= Rp 4,337,000

Dengan perkiraan omset per bulan sebesar Rp. 1,350,000 dan perkiraan omset pertahun sebesar Rp. 16,200,000 maka akan menghasilkan keuntungan sebesar Rp. 4,337,000 untuk tahun pertama dengan asumsi semua produk habis terjual. Berdasarkan analisis *Internal Rate of Return (IRR)* yaitu 0.17% per tahun dan analisis BEP selama 0.31 tahun, maka rencana kegiatan usaha ini layak untuk dilaksanakan.

IRR (*Internal rate of return*) adalah tingkat bunga yang menyamakan present value aliran kas keluar yang di harapkan dengan present value aliran kas yang masuk yang diharapkan. (Fachrur, 2019) IRR dapat mengukur apakah investasi yang akan diberikan dapat menguntungkan atau tidak menguntungkan. Dan dapat menjadi tolak ukur apakah usaha tersebut dapat dijalankan atau tidak dijalankan.

Potensi dan Peluang

Potensi Usaha pada Toko Yellow dalam mengembangkan usaha pakaian anak diantaranya: (1) Model *custom* gambar dan nama sesuai keinginan pembeli yang tentunya menambah minat kaum orang tua untuk anaknya tampil lebih *fashionable* dan lucu; (2) Seiring berjalannya waktu, pakaian anak tidak hanya digunakan untuk keseharian saja, tapi juga untuk acara-acara resmi, seperti pernikahan. Liburan atau kunjungan keluarga; (3) Secara ekonomi dan *finansial*, perputaran uang pada usaha toko pakaian anak sangatlah cepat, karena usaha ini sangat berkait erat dengan gaya hidup anak-anak yang orang tuanya mengikuti *trend/mode*; (4) Dengan besarnya potensi permintaan pada *fashion*, maka permintaan pasar usaha toko pakaian anak sangatlah terbuka lebar karena sekelompok orang tua *relative* cukup besar; dan (5) Usaha pakaian anak pada dasarnya menyediakan kebutuhan anak, sehingga meskipun usaha toko

pakaian belum tentu memperoleh pendapatan yang tetap atau tidak memiliki penghasilan tetap, tetapi daya minat orang tua yang terus ada dan cukup lumayan membuat usaha toko pakaian anak memberi peluang yang cukup besar.

Peluang usaha pada Toko Yellow, meliputi: (1) Memiliki cara pemasaran yang lebih praktis dan dapat dijangkau lebih luas oleh semua kalangan; (2) Semakin bertambahnya pengusaha toko pakaian anak yang meluas, berdampak pada meluasnya target pasar; (3) Semakin tingginya permintaan pasar terhadap pakaian anak; dan (4) Dengan membuat desain/*custom* yang berbeda dengan yang lain, kami yakin produk Toko Yellow mampu bersaing dengan pengusaha lain yang lebih maju.

SIMPULAN

Dari usaha yang Toko Yellow lakukan dapat di simpulkan ;

Dengan penjualan online yang dilakukan Toko Yellow dengan *Website* Yellow dapat membantu memasarkan dan mempromosikan produk penjualan pakaian anak pada Toko Yellow.

Inovasi yang dilakukan oleh Toko Yellow dapat meningkatkan daya saing dengan perusahaan lain yang bergerak dibidang yang sama.

Bertujuan untuk memenuhi permintaan pasar yang sangat mendukung dalam perkembangan usaha ini dan selain itu Toko Yellow ini didirikan untuk membuka peluang usaha baru dan menambah penghasilan bagi kami.

DAFTAR PUSTAKA

Dellia Mila Vernia, Widiyanto, S., Dwi Narsih, Mu'thia Mubashira, & Leni Tiwinyanti. (2020). Sosialisasi Dan Pembekalan Strategi Pemasaran Produk Olahan Pisang Pada Siswa Pondok. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, 4(1), 125-128.

- <https://doi.org/10.37859/jpumri.v4i1.1919>
- Dewi, N. M. I. K., Widiati, I. A. P., & Utama, I. N. (2020). Implikasi Penjualan Pakaian Bekas Impor bagi Konsumen di Kota Denpasar. *Jurnal Interpretasi Hukum*, 1(1), 216–221. <https://doi.org/10.22225/juinhum.1.1.2222.216-221>
- Ela Elliyana, D. S. (2021). *BUKU AJAR KEWIRAUSAHAAN*. Ahlimedia Book. <https://books.google.co.id/books?id=BCsTEAAAQBAJ>
- Fachrur, M. (2019). *Analisis Kelayakan Investasi Rencana Perluasan Usaha Pada Cv. Pirsart Tenun Dan Batik*. November. <http://repository.unikal.ac.id/id/eprint/78>
- Kimbal, R. W. (2020). *Peran Modal Sosial Dikalangan Pekerja Perempuan Dalam Penguatan Manajemen Usaha Industri Kecil Indonesia adalah salah satu negara di dunia yang memiliki jumlah penduduk terbanyak . Dari 7 , 6 milyar penduduk dunia , Indonesia menduduki peringkat ke empat .* 15(1).
- Rizkita, N., Rosely, E., & Nugroho, H. (2018). Aplikasi Pendaftaran dan Transaksi Pasien Klinik Hewan di Bandung Berbasis Web. *eProceedings of Applied Science*, 4(3), 1512–1520.
- Sari, M. M., Mulyati, S., & Widarwati, E. (2019). Pengaruh Stock Selection Skill, Market Timing Ability, Turnover Ratio Dan Cash Flow Terhadap Kinerja Reksa Dana Syariah. *TSARWATICA (Islamic Economic, Accounting, and Management Journal)*, 1(01), 45–55. <https://doi.org/10.35310/tsarwatica.v1i01.80>
- Siregar, V. M. M. (2018). Perancangan Website Sebagai Media Promosi Dan Penjualan Produk. *TAM (Technology Acceptance Model)*, 9(1), 15–21.
- Tjandra, V. W., Hartono Karnadi, & Luri Renaningtyas. (2020). Perancangan Fashion Brand Anggethik. *DKV Adiwarna*, 1(16), 1–11.
- Trisnawati, T. Y. (2016). Fashion sebagai Bentuk Ekspresi Diri dalam Komunikasi. *Jurnal The Messenger*, 3(2), 36. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.268>
- Tyaswara, B., Rizkina Taufik, R., Suhadi, M., Danyati, R., & Bahasa Asing BSI Jakarta, A. (2017). Pemaknaan Terhadap Fashion Style Remaja Di Bandung. *Jurnal Komunikasi*, 3(September), 2579–3292.