

**DAYA TERIMA REMAJA TERHADAP AKSESORI DARI
PULL TABS MINUMAN KALENG**



*Building
Future
Leaders*

MAESAROH

5525107702

Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagai persyaratan dalam
Memperoleh gelar Sarjana Pendidikan

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA BUSANA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

2017

ABSTRAK

Maesaroh. Daya Terima Remaja Terhadap Aksesoris dari *Pull Tabs* Minuman Kaleng. Skripsi Jakarta : Program Studi Tata Busana, Jurusan Ilmu Kesejahteraan Keluarga, Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta 2016.

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data tentang daya terima remaja terhadap kalung dari *pull tabs* minuman kaleng. Penelitian ini dilakukan di kampus Universitas Negeri Jakarta (UNJ). Populasi penelitian ini adalah mahasiswi Universitas Negeri Jakarta. Sampel yang di ambil sebanyak 100 orang dengan kriteria remaja wanita yang berusia 18-21 tahun. Teknik pengumpulan data menggunakan angket dalam bentuk pernyataan tertutup. Variabel penelitian ini adalah variabel tunggal yaitu daya terima remaja terhadap aksesoris dari *pull tabs* minuman kaleng.

Dari hasil temuan data dilapangan dan perhitungan dengan bantuan program SPSS pada daya terima responden mahasiswi remaja awal di kampus Universitas Negeri Jakarta. Hasil perhitungan SPSS menunjukka bahwa daya terima remaja aksesoris dari *pull tabs* minuman kaleng, dalam 4 indikator yakni indicator bentuk desain kalung, indicator ukuran kalung, indicator warna kalung dan indicator penerimaan terhadap harga produk. Daya terima pada bentuk desain kalung yang paling diminati adalah model 3 dengan presentase 92%, daya pada keseimbangan kalung yang paling diminati adalah model 2 dengan presentase 94%, daya terima ukuran kalung yang paling diminati adalah model 2 dan model 5 dengan presentase 86%, daya terima pada kombinasi warna kalung yang paling diminati adalah model 1 dengan presentase 88%, daya terima keinginan pakai yang paling diminati adalah model 3 dengan presentase 88% dan daya terima harga yang dipilih adalah Rp.50.000 sampai dengan Rp.75.000 dan Rp.75.000 sampai dengan Rp.100.000. dari kelima aksesoris kalung dari *pull tabs* minuman kaleng, kalung yang paling diminati adalah kalung model 1 dan 3.

Kata kunci: Daya terima, aksesoris, *pull tabs* minuman kaleng

ABSTRACT

Maesaroh. Thank Teens Against Power of Pull Tabs Accessories Beverage Cans. Jakarta Thesis: Studies Program dressmaking, Family Welfare Science, Faculty of Engineering, Universitas Negeri Jakarta 2016.

This study aimed to obtain data on the acceptability of adolescents to a necklace of pull tabs beverage cans. This research was conducted in the dictionary Jakarta State University (UNJ). This study population is a student at the State University of Jakarta. Samples taken as many as 100 people by the criteria of young women aged 18-21 years. The data collection technique using the questionnaire in the form of a closed statement. The research variables are variables that receive power tunggal teens to accessories from pull tabs beverage cans.

From the findings of field data and calculations with SPSS on student respondents receive power early teens on the campus of the State University of Jakarta. SPSS calculation results menunjukkan that adolescents received power accessories from pull tabs beverage cans, the four indicators, namely indicator design shape necklace, necklace size indicator, the indicator and the indicator color necklace acceptance of the product price. Received power on the form design necklace the most popular is the model 3 with a percentage of 92%, the power to balance the necklace of the most attractive is the model 2 with a percentage of 94%, the received power measurement necklace of the most popular is the model 2 and model 5 with a percentage of 86%, power received on the color combination is the most sought necklace model 1 with a percentage of 88%, acceptance desire is the most sought-made model 3 with a percentage of 88% and acceptance of the chosen price is 50,000 up to and Rp.75.000 Rp.75.000 up to 100,000. of the fifth necklace pull tabs from beverage cans, is the most sought necklace necklace models 1 and 3.

Keywords: Power received, accessories, pull tabs beverage cans

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING**

NAMA DOSEN

TANDA TANGAN

TANGGAL

Vera Utami G. Putri, S.Pd, M.Ds
19811219 200604 2 001
(Pembimbing Materi)



16-02-2017

Esty Nurbaity Arrsy, M.KM
19740928 199903 2 001
(Pembimbing Metodologi)



19-02-2017

PERSETUJUAN PANITIA UJIAN SKRIPSI

NAMA DOSEN

TANDA TANGAN

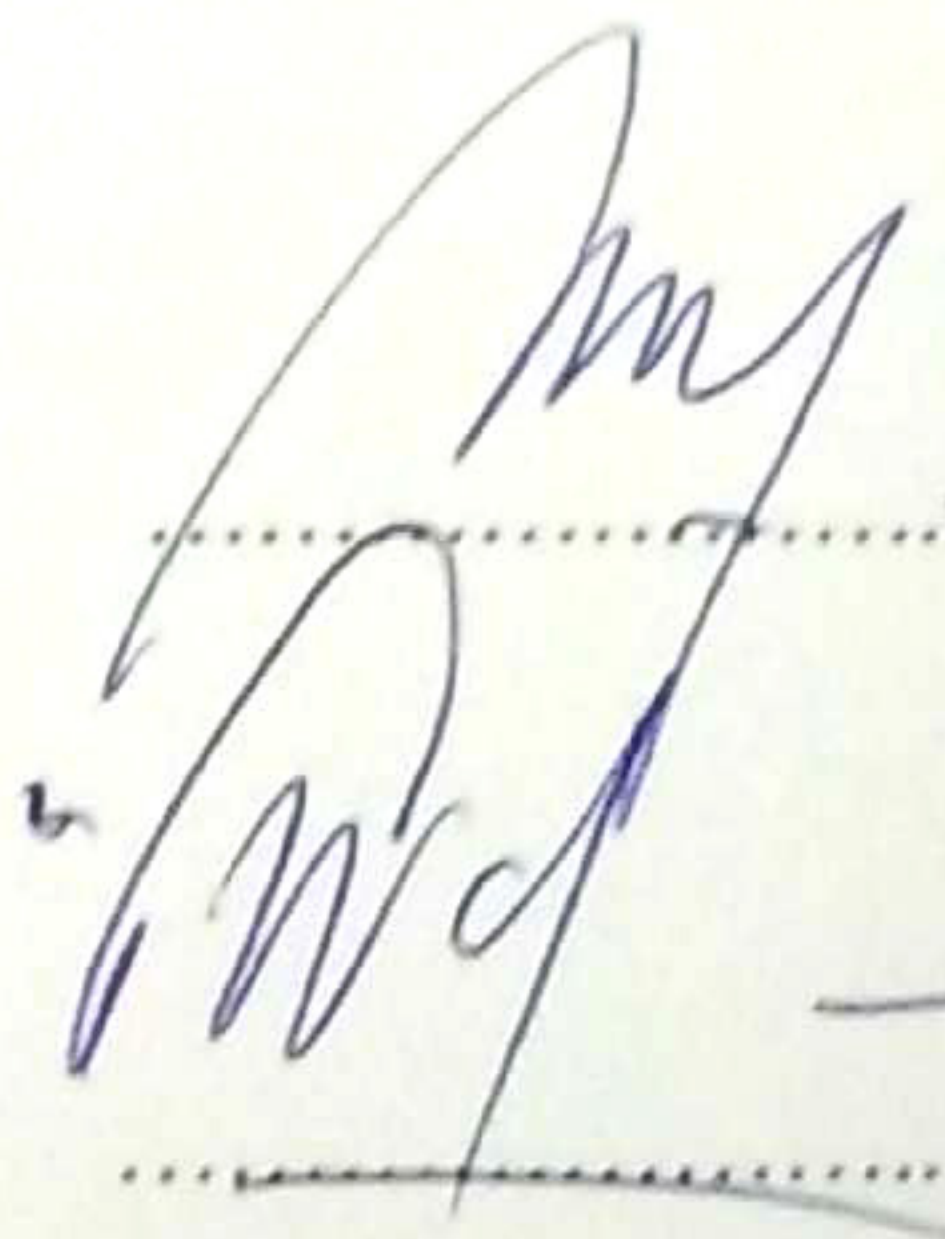
TANGGAL

Ernita Maulida, PhD
19720426 199803 2 001
(Ketua Penguji)



13-02-2017

Dra. Suryawati, M.Si
19640424 198811 2 001
(Anggota Penguji)



19-02-2017

Cholilawati, S.Pd, M.Pd
19760905 200812 2 002
(Anggota Penguji)



19-02-2017

Tanggal Lulus Ujian : 8 Februari 2017

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis skripsi saya ini asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis skripsi ini adalah murni gagasan dan penelitian saya sendiri dengan arahan dosen pembimbing.
3. Dalam karya tulis skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Jakarta, Februari 2017

Yang membuat pernyataan

Maesaroh

5525107702

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya panjatkan atas kehadiran ALLH SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang merupakan syarat untuk mendapatkan kelulusan di Program Studi Tata Busana dan syarat mendapatkan gelar Sarjana S1 Kependidikan.

Dalam skripsi ini penulis memilih judul “DAYA TERIMA REMAJA TERHADAP AKSESORIS DARI *PULL TABS* MINUMAN KALENG”. Penulis menyadari dengan sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena kemampuan pengetahuan serta pengalaman penulis yang terbatas. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya memperbaiki bagi kemampuan laporan ini dan dengan harapan semoga laporan ini dapat memberikan manfaat serta menjadi sumbangan pemikiran bagi semua pihak yang memerlukan.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini. Bantuan serta dukungan dari banyak pihak merupakan semangat bagi penulis untuk menyelesaikan penulisan laporan ini dengan baik, antara lain:

1. Kepada Allah SWT yang telah memberikan kasih sayang dan memberikan berkah serta kelancaran kepada penulis, dalam menyusun skripsi ini.
2. Kepada kedua orangtua, kakak-kakak dan adik yang selalu memberikan dukungan, motivasi, materi dan selalu mendo'akan sehingga peneliti mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
3. Dr. Riyadi, S.T,M.T selaku dekan Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta.
4. Dr. Wesnina, M.Sn selaku Ketua Program Studi Pendidikan Tata Busana S1, Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta.
5. Vera Utami Gede Putri, S.Pd, M.Ds selaku dosen pembimbing materi dan Esty Nurbaety, S.Pd, M.KM selaku dosen pembimbing metodologi yang

senantiasa memberikan waktu, bimbingan dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Cholilahwati S.Pd, M.Pd, selaku dosen pembimbing akademik Pendidikan Tata Busana Non Reguler.
7. Dra. Melly Prabawati, M.Pd dan haryono selaku dosen uji validitas.
8. Dosen-dosen Tata Busana atas bantuan dan ilmunya yang telah diberikan selama ini.
9. Mba Eva yang selalu mengingatkan dan membantu selama ini.
10. Seluruh staff dan karyawan, khususnya Program Studi Tata Busana Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan, untuk itu penulis memohon maaf apabila terdapat kekurangan dan kesalahan baik dari isi maupun penulisan. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi para pembaca.

Jakarta, Februari 2017

Maesaroh

5525107702

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Perumusan Masalah	5
1.5 Tujuan Penelitian	6
1.6 Kegunaan Penelitian	6

BAB II KERANGKA TEORITIS DAN KERANGKA BERFIKIR

2.1 Kerangka Teoritis	7
2.1.1 Daya Terima	7
2.1.2 Remaja	10

2.1.3 Aksesoris	14
2.1.3.1 Tren Aksesoris Kalung 2015	18
2.1.4 Teori Produk, Unsur Desain dan Prinsip Desain.....	20
2.1.4.1 Produk.....	20
2.1.4.2 Pengertian Kualitas Produk	23
2.1.4.3 Harga.....	24
2.1.4.4 Unsur-unsur Desain	25
2.1.4.5 Prinsip Desain	31
2.1.5 Limbah <i>Pull Tabs</i> Minuman Kaleng.....	35
2.1.6 Tusuk Hias.....	40
2.1.7 Kalung dari <i>Pull Tabs</i> Minuman Kaleng	47
2.2. Kerangka Berfikir.....	51

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Tujuan Operasional Penelitian	54
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	54
3.3 Metode Penelitian.....	54
3.4 Variabel Penelitian	55
3.5 Definisi Operasional Penelitian.....	56
3.5.1 Definisi Konseptual Variabel	56
3.5.2 Definisi Operasional Variabel.....	57
3.6 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	57

3.6.1 Populasi	57
3.7 Instrumen Penelitian.....	58
3.8 Uji Persyaratan Instrumen	60
3.8.1 Uji Validitas Instrumen	60
3.8.2 Uji Reliabilitas Instrumen	61
3.9 Teknik Pengumpulan Data	62
3.10 Teknik Analisis Data	62

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data	64
4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen	64
4.2.1 Uji Validitas	64
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	65
4.3 Hasil Penelitian	65
4.3.1 Analisis Deskriptif Data Per Indikator Pernyataan	65
4.4 Interpretasi Data Keseluruhan	73
4.5 Kelemahan Penelitian.....	73

BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	79
5.2 Implikasi.....	80
5.3 Saran.....	80

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Pengukuran skala likert.....	60
Tabel 3.2 Kisi-kisi Instrumen.....	60
Tabel 4.1 Reability statistic.....	65
Tabel 4.2 Daya terima remaja terhadap usia.....	66
Tabel 4.3 Daya terima terhadap bentuk desain kalung.....	67
Tabel 4.4 Keseimbangan produk kalung.....	68
Tabel 4.5 Daya terima terhadap ukuran kalung.....	69
Tabel 4.6 Daya terima terhadap warna kalung.....	70
Tabel 4.7 Keinginan pakai terhadap produk kalung.....	71
Tabel 4. 8 Penerimaan terhadap harga kalung.....	72
Tabel 4.9 Daya terima remaja terhadap aksesoris dari <i>pull tabs</i>	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Kalung Princess.....	16
Gambar 2.2: Kalung Matinne.....	17
Gambar 2.3: Kalung Collar	17
Gambar 2.4: Value Warna.....	29
Gambar 2.5: Lingkaran Warna Addetive dan Subtractive	29
Gambar 2.6: 3 Piece Can.....	37
Gambar 2.7: 2 Piece Pan	38
Gambar 2.8: Aerosol Can.....	38
Gambar 2.9: General Can.....	39
Gambar 2.10: Metal Battery Jacket.....	39
Gambar 2.11: Closer Cap	40
Gambar 2.12: Tusuk Jelujur	41
Gambar 2.13: Tusuk Tikam Jejak	41
Gambar 2.14: Tusuk Tangkai.....	42
Gambar 2.15: Tusuk Piquer	42
Gambar 2.16: Tusuk Flanel.....	43
Gambar 2.17: Tusuk Feston	43
Gambar 2.18: Tusuk Balut	43
Gambar 2.19: Benang Katun.....	44
Gambar 2.20: Benang Polyester.....	45

Gambar 2.21: Benang Nylon	45
Gambar 2.22: Benang Sutra	45
Gambar 2.23: Benang Lubang Kancing	46
Gambar 2.24: Benang Kumparan.....	46
Gambar 2.25: Benang Perak/emas	47
Gambar 2.26: Benang Karet.....	47
Gambar 2.27: Kalung Model 1.....	48
Gambar 2.28: Kalung Model 2.....	49
Gambar 2.29: Kalung Model 3.....	50
Gambar 2.30: Kalung Model 4.....	50
Gambar 2.31: Kalung Model 5.....	51

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat pengantar uji validitas
- Lampiran 2 Kisi-kisi Instrumen
- Lampiran 3 Uji validitas instrument penelitian
- Lampiran 4 Instrumen angket
- Lampiran 5 Tabel hasil uji reliabilitas
- Lampiran 6 Tabel hasil analisis pernyataan
- Lampiran 7 Tabel hasil analisis perindikator
- Lampiran 8 Tabel data responden
- Lampiran 9 Gambar produk
- Lampiran 10 Dokumentasi
- Lampiran 11 Lembar konsultasi

BAB I

PENDAHULUAN

I.I Latar Belakang Masalah

Beberapa tahun terakhir ini Indonesia sedang marak membahas terkait Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) yang mengusung perdagangan bebas, wawasan ASEAN 2020 serta Persiapan Sumber Daya Manusia (SDM) yang terampil, cerdas dan kompetitif. Oleh karenanya baik Pemerintah melalui kebijakan-kebijakannya maupun melalui pelatihan-pelatihan yang diadakan, serta para pengusaha (baik mikro makro) terus berusaha untuk memaksimalkan produk-produknya. Indonesia memiliki 12 sektor prioritas dalam menghadapi MEA, diantaranya: Perikanan, *e-Travel*, *e-ASEAN*, Otomotif, Logistik, Industri Berbasis Kayu, Industri Berbasis Karet, Furnitur, Makanan, Minuman, Tekstil (Aksesoris, pakaian, dan sebagainya) dan Kesehatan (republika: 2015).

Negara Indonesia memiliki keunggulan dalam menghadapi MEA, baik dari Sumber Daya Alam (SDA) hingga limbah yang dapat ditemukan serta diolah menjadi berbagai macam benda, salah satunya adalah aksesoris yang memiliki nilai jual yang tinggi. Beberapa aksesoris yang dibuat dari limbah diantaranya tas dari kain perca, bros dari kain perca, kalung dari bahan bekas, gelang dan kalung dari sedotan, tas dari plastik bekas, gelang dari zipper bracelet, CD bekas, kalung dari pensil warna dan sebagainya (harnas: 2014).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Roslina Zahra dengan pemanfaatan limbah tutup minuman kaleng (*pull tabs*) menjadi aksesoris kalung

menunjukkan bahwa kualitas produk tersebut memenuhi kriteria berdasarkan unsur desain, prinsip desain, dan teori produk.

Pembuatan aksesoris yang dilakukan oleh Roslina Zahra, menggunakan tema futuristik tribal, dengan sumber inspirasi dari motif tribal karena dalam satu motif terdapat motif suku dari berbagai dunia. Dengan kata lain, persatuan dan kebersamaan terjalin erat dalam motif tribal ini, kemudian dikombinasikan dengan futuristik yang terkesan lebih modern. Warna tribal didominasi warna-warna yang cerah, kontras dan berani. Oleh karena itu, desain ini cocok untuk wanita remaja baik remaja awal dan akhir dari umur (15 tahun – 20 tahun), karena mempunyai karakteristik seorang remaja yang ceria dan selalu ingin mencoba hal yang baru dengan perpaduan style *art of beat* dan *bohemian look*. Kemudian produk di nilai berdasarkan teori produk (Mutu penyelesaian produk, nilai guna, kenyamanan, ketahanan, *gaya/style*, pemeliharaan, harga/nilai jual), dari segi unsur desain dan segi prinsip desain. Produk aksesoris yang telah dibuat oleh Roslina Zahra kalung berjenis *princess*, *matinee* dan *collar*.

Hasil penilaian yang dilakukan oleh lima orang panelis berdasarkan unsur dan prinsip desain, dan teori produk menyatakan bahwa kualitas kalung dari limbah *pull tabs* tutup minuman kaleng ini sangat bagus untuk dikembangkan. Selain dari segi penilaian berdasarkan produk, produk kalung ini dinilai berdasarkan keindahannya juga yaitu dengan menggunakan teori unsur dan prinsip desain. Dari hasil wawancara dengan panelis adalah ukuran kalung harus diperhatikan karena gerak gerik remaja sangat cepat, jadi membutuhkan ukuran kalung yang tidak besar dan tidak pula kecil, tetapi bisa seimbang dengan gerak remaja tersebut. Begitupun dengan kombinasi warna yang digunakan harus lebih

berani lagi menggunakan warna-warna yang gelap, dengan adanya penilaian tersebut mendorong penulis untuk melanjutkan penelitian ketahap selanjutnya. Oleh karena itu penelitian ini sangat baik dilakukan untuk mendapatkan daya terima (suka atau tidak suka) yang lebih sesuai dengan kebutuhan dari para remaja selaku pengguna produk ini, yaitu, daya terima konsumen. Produk yang telah dibuat akan dilihat daya terima oleh konsumen yaitu remaja awal dan akhir dari umur (15 tahun – 20 tahun) sebagai pengguna.

Aksesori merupakan kebutuhan pelengkap dalam tata cara berbusana yang memiliki beragam jenis, adapun jenis aksesoris adalah cincin, gelang, jam tangan, anting, bandana atau bando, jepit rambut, bros dan kalung. Salah satunya adalah kalung. Kalung juga termasuk dalam kategori pelengkap busana atau aksesoris yang juga digunakan untuk menambah keindahan dalam berbusana. Biasanya sebuah kalung dibuat dari logam mulia seperti emas, perak, platina atau logam berharga lainnya, batu mulia seperti intan dan permata, serta rangkaian mutiara atau manik-manik. (<http://id.wikipedia.org/wiki/Kalung>). Karena kalung biasanya dibuat dari bahan-bahan logam yang berharga dan mahal serta apabila logam-logam ini dipakai secara terus menerus maka akan cepat habis, sedangkan membutuhkan waktu lama untuk membentuk kembali logam tersebut. Maka sekarang ini banyak yang mencari alternatif untuk membuat kalung dengan bahan dasar yang mudah didapat dan lebih terjangkau harganya.

Daya terima produk kalung ini harus mengikuti tren yang sedang berlangsung agar diminati oleh konsumen terhadap suatu produk. Pada *fashion week* 2015 salah satu tren aksesoris yang sedang berkembang adalah desain kalung yang berukuran besar dan menggunakan bahan baku plat metal seperti

aksesoris yang di *fashion* showkan oleh Desainer Lanvin dan Chanel. Sedangkan menurut Desainer aksesoris New York Gem Dandy tren aksesoris saat ini adalah bentuk geometris, *silver metals*, *that's wrap*, pengguna warna-warna yang cerah (*high lights*), *art deco*, warna-warna yang *fresh (green withenvy)*, terinspirasi dari binatang (*animal kingdom*), warna pastel (*sweet talk*) (*summer jewelery : 2015*).

Daya terima mencakup reaksi atau respon seseorang terhadap objek tertentu yang ditampilkan dalam bentuk sikap kesukaan atau tidak suka. Dalam hal ini apabila seseorang tertarik terhadap sesuatu produk atau objek tertentu maka ia akan menunjukkan perlakuan senang atau menerima sebagai rasa sukanya. Sebaliknya jika seseorang tidak tertarik terhadap sesuatu produk atau objek tertentu ia akan menunjukkan perlakuan kecewa atau tidak menerima.

Dari berbagai masalah di atas, peneliti tertarik untuk meneliti tentang daya terima remaja terhadap aksesoris dari *pull tabs* minuman kaleng. Peneliti memilih responden remaja dengan usia 18 – 21 tahun, yang dilihat dari sikap suka tidak suka, aspek yang dinilai dari unsur desain dan harga terhadap produk aksesoris kaleng dari *pull tabs* minuman kaleng.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan maka masalah yang timbul dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Desain aksesoris manakah yang paling digemari?
2. Bagaimana daya terima remaja terhadap kaleng dari *pull tabs* minuman kaleng dari bentuk desain?

3. Bagaimana daya terima remaja terhadap kalung dari *pull tabs* minuman kaleng dari ukuran?
4. Bagaimana daya terima remaja terhadap kalung dari *pull tabs* minuman kaleng dari warna?
5. Bagaimana daya terima remaja terhadap kalung dari *pull tabs* minuman kaleng dari harga?

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas maka penulis membatasi masalah pada:

1. Daya terima 5 buah produk kalung dari *pull tabs* minuman kaleng dengan teknik tusuk feston
2. Daya terima dilakukan terhadap 5 buah kalung dari *pull tabs* berdasarkan daya terima bentuk desain, ukuran, warna dan harga kalung dengan target market produk kalangan remaja
3. Menggunakan konsep tema tribal
4. Sampel yang diteliti adalah remaja (18 tahun-21 tahun) mahasiswa UNJ yang terlihat memakai aksesoris

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi pembatasan masalah diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut: “*Bagaimana daya terima remaja terhadap kalung dari pull tabs minuman kaleng?*”

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana daya terima remaja terhadap aksesoris dari *pull tabs*
2. Untuk mengetahui bentuk desain, warna, harga dan ukuran aksesoris dari *pull tabs* yang paling disukai oleh remaja

1.6 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan uraian pada latar belakang yang telah digambarkan pada bagian sebelumnya, maka dapat dijabarkan beberapa kegunaan penelitian, yaitu:

1. Untuk mahasiswa penelitian ini berguna untuk menambah pengetahuan dan keterampilan dibidang busana
2. Bagi peneliti, sebagai penerapan ilmu yang didapat dan mengembangkan ide-ide yang bermanfaat
3. Untuk masyarakat umum untuk dapat mengurangi volume sampah yang mencemari lingkungan dengan memanfaatkannya menjadi barang yang berguna
4. Sebagai informasi bagi jurusan Pendidikan Tata Busana
5. Sebagai tambahan bahan referensi pustaka di perpustakaan Jurusan Ilmu Kesejahteraan Keluarga

BAB II

KERANGKA TEORITIS DAN KERANGKA BERFIKIR

2.1. KERANGKA TEORITIS

2.1.1. Daya Terima

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengertian daya ialah kemampuan untuk melakukan sesuatu atau bertindak, sedangkan terima adalah menyambut, mendapat atau memperoleh sesuatu (Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, 2002. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi ketiga* Jakarta: Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, h:241 dan 1182). Dapat diartikan bahwa daya terima adalah kemampuan seseorang untuk menyambut atau menerima sesuatu.

Penerimaan (*acceptance*) menyangkut penilaian seseorang akan sifat suatu benda yang menyebabkan orang menyenangi benda/objek tersebut. Pembentukan penerimaan suatu produk didapatkan dari pengetahuan yang berbentuk pengalaman pribadi serta didasarkan informasi yang diterima orang lain, yang memiliki pengaruh. (Sumarwan, Riset Pemasaran dan Konsumen 2003:226)

Menurut Bimo Walgito (2001), daya terima adalah suatu bentuk reaksi perasaan seseorang terhadap objek tertentu, dimana respon yang ditimbulkan dalam bentuk sikap suka atau tidak suka, menerima atau menolak. Reaksi yang diberikan terhadap objek yang bersifat positif atau sebaliknya. Sedangkan menurut (Singgih D, Gunarsa dan Y. Singgih Gunarsa, Gunung Mulia, 1992:149), daya terima adalah kemampuan banyak untuk memperoleh sesuatu. Menurut

Singgih “kesediaan merupakan sesuatu sikap siap sedia untuk menerima dan melakukan sesuatu tindakan atau perbuatan.

Daya terima merupakan perilaku yang berfungsi dari tindakan konsumen (perilaku pembeli) dan penilaian konsumen terhadap derajat kepuasan yang diperoleh dari tindakan. Kepuasan yang dialami oleh konsumen akan menyebabkan pernyataan dan akan meningkatkan kemungkinan pembelian kembali. Penguatan terjadi ketika konsumen memperoleh respon positif atas tindakan masa lalu. Respon yang diterima oleh konsumen akan meningkatkan probabilitas pembelian kembali dimasa akan datang, sedangkan respon negatif sebaliknya (Sutisno, 2001: 31-32).

Dalam menerima suatu objek atau produk, seseorang dipengaruhi oleh pengetahuan terhadap suatu objek atau produk. Pengetahuan terhadap produk adalah pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk. Atribut yang berwujud seperti desain, warna dan harga sangat mempengaruhi reaksi seseorang terhadap suatu produk (<http://urc.ipb.ac.id>).

Desain, warna dan harga merupakan karakteristik dari produk tersebut. Desain adalah rancangan hasil pemikiran yang mempertimbangkan berbagai hal, seperti bentuk fungsional dan bentuk penampilan (Soekarno dan Lanawati Basuki, 2003:2). Chodijah dan Moh. Alim Zaman mendefinisikan desain sebagai sesuatu yang disusun berdasarkan garis, bentuk, warna, value dan tekstur yang menghasilkan kesan secara visual melalui suatu proses (Chodijah dan Moh. Alim Zaman, 2001:2). Warna mempunyai pengaruh penting bagi kehidupan dan

memberi efek tertentu terhadap suatu benda. Warna dapat memberi pengaruhnya secara fisik maupun psikis (Resni K., 2008).

Menurut Kotler, harga adalah jumlah keseluruhan nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat yang didapatkan atau digunakannya atas produk dan jasa (Taufiq Amir, 2005:163). Harga seringkali dijadikan indikator kualitas suatu produk (Teguh Budiarto dan Fandi Ciptono, 1997:147-148)

Konsumen adalah pemakaian barang-barang hasil produksi (barang pakaian, makanan dan sebagainya). Pada prinsipnya setiap manusia mempunyai kebutuhan akan barang dan jasa. Kebutuhan tersebut karena adanya keinginan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Konsumen juga dapat berarti sebagai setiap orang yang ingin memenuhi kebutuhannya terhadap barang dan jasa (Wijaya, 2000:5). Sehingga dapat dikatakan bahwa konsumen adalah individu dan anggota masyarakat yang membutuhkan barang dan jasa, yang tersedia di pasaran.

Konsumen individu membeli barang dan jasa untuk digunakan sendiri. Misalnya membeli pakaian, sepatu, dan lainnya.

Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa daya terima merupakan reaksi atau respon seseorang terhadap objek tertentu yang ditampilkan dalam bentuk sikap kesukaan atau tidak suka. Dalam hal ini apabila seseorang tertarik terhadap sesuatu produk atau objek tertentu (kalung dari sampah minuman kaleng) maka ia akan menunjukkan perlakuan senang dan menerima sebagai rasa sukanya. Sebaliknya jika seseorang tidak tertarik terhadap sesuatu produk atau objek tertentu ia akan menunjukkan perlakuan kecewa atau tidak menerima.

2.1.2 Remaja

Masa remaja (*adolescence*) merupakan masa perkembangan yang merupakan masa transisi dari anak-anak menuju dewasa. Masa ini dimulai sekitar usia 10 hingga 12 tahun dan berakhir pada usia 18 hingga 21 tahun. Dalam menelusuri masa remaja harus mengingat bahwa tidak semua remaja sama (Dryfoos dan Barkin, 2006). Remaja dalam arti "*Adolescence*" berasal dari kata latin "*Adolescere*" yang artinya tumbuh kearah kematangan (Muss, 1985:4). Kematangan ini tidak hanya berarti kematangan fisik, akan tetapi kematangan sosial psikologi (Sarwono Sarlito Wirawan, 2008:8). Remaja melewati perubahan yang kognitif yang signifikan (Keating, 2004: Kuhn dan Franklin, 2006).

Menurut Zulkifli (2009: 64) dalam bukunya menyebutkan remaja dengan istilah "puber", sedangkan orang barat menyebutnya "*adolesensi*". Keduanya merupakan transisi dari masa anak-anak menjadi dewasa. Sedangkan di Negara kita ada yang menggunakan istilah "akil balig", pubertas", dan yang paling banyak menyebutnya "remaja". Masa *adoleseni* berada di antara usia 17-20 tahun. Atau mengambil batas-batas pemulanya pada saat remaja mengalami perkembangan jasmani yang sedangkan batas-batas akhir pada saat berakhir perkembangan jasmani. Menurut Michaelis, pada awal *adolsen* seseorang mengalami perkembangan jasmani yang pesat karena organ-organ pada tubuh waktu itu sedang mampu-mampunya mengatasi gangguan apa saja yang didorong oleh perkembangan kelenjar jenis.

Beberapa di antara sifat-sifat *adoleses* adalah:

1. Mulai jelas sikapnya terhadap nilai-nilai hidup
2. Jika pada masa pubertas mengalami keguncangan, dalam masa ini jiwanya mulai tampak tenang.
3. Sekarang ia mulai menyadari bahwa mengecam itu mudah, tetapi ternyata melaksanakan itu sukar.
4. Ia menunjukkan perhatiannya kepada masalah kehidupan yang sebenarnya.

Menurut Hurlock remaja ialah seseorang yang sedang dalam masa perkembangan berfikir maupun mentalnya. Pada masa perkembangan masa remaja ialah masa peralihan kanak-kanak ke masa yang dewasa. Dalam psikologi istilah yang umum dipakai ialah “pubertas”.

Menurut Hurlock terhadap 8 kondisi-kondisi yang mempengaruhi konsep diri remaja, antara lain ialah:

1. Usia kematangan

Remaja yang matang lebih awal, yang dilakukan seperti orang yang hampir dewasa, dapat mengembangkan konsep diri yang menyenangkan sehingga dapat menyesuaikan diri dengan baik.

2. Penampilan diri

Penampilan diri yang berbeda membuat remaja merasa rendah diri meskipun perbedaan yang ada menambah daya tarik fisik. Sebaliknya, daya tarik fisik menimbulkan penilaian yang menyenangkan tentang ciri kepribadian dan menambah dukungan sosial.

3. Kepatutan seks

Kepatutan seks dalam penampilan diri, minat dan perilaku membantu remaja mencapai konsep diri yang baik. Ketidak patutan seks membuat remaja sadar diri dan hal ini memberikan akibat buruk pada perilakunya.

4. Nama dan julukan

Remaja peka dan merasa malu bila teman-teman sekelompok menilai namanya buruk atau bila mereka memberi nama julukan yang bernada cemoohan.

5. Hubungan keluarga

Seorang remaja yang mempunyai hubungan erat dengan seorang anggota keluarga akan mengidentifikasikan diri dengan orang dan ingin mengembangkan pula kepribadian yang sama.

6. Teman-teman sebaya

Teman-teman sebaya mempengaruhi pola kepribadian remaja dalam dua cara. Pertama, konsep diri remaja merupakan cerminan dari anggapan tentang konsep teman-teman tentang dirinya, dan kedua ia berada dalam tekanan untuk mengembangkan ciri-ciri kepribadian yang diakui.

7. Kreatifitas

Remaja yang semasa kanak-kanak didorong agar kreatif dalam bermain dan dalam tugas-tugas akademis, mengembangkan perasaan individualitas dan identitas yang memberikan pengaruh yang baik pada konsep diri.

8. Cita-cita

Bila remaja mempunyai cita-cita yang realistis, maka ia akan mengalami kegagalan remaja, sedangkan remaja yang realistis tentang kemampuannya lebih banyak mengalami keberhasilan daripada kegagalan, ini akan menimbulkan percaya diri yang lebih besar yang memberikan konsep diri yang lebih baik.

Masa remaja memiliki tentang waktu usia, diantaranya dibedakan menjadi tiga bagian, yaitu: (1) Masa remaja awal 12-15 tahun, (2) masa remaja pertengahan, 15-18 tahun, (3) masa remaja akhir, 18-21 tahun. Sedangkan menurut World Health Organization (WHO) membagi rentang usia remaja dalam dua bagian yaitu: (1) remaja awal 0-15 tahun, (2) remaja akhir 15-20 tahun. Dalam hal ini Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) sendiri menetapkan usia 15-24 tahun sebagai usia pemuda (*youth*). (Sarwono Sarlito Wirawan, 2008. Psikologi Remaja. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. Hal. 10).

Sedangkan definisi remaja yang diberikan oleh organisasi kesehatan dunia atau *World Health Organization* (WHO) memberikan definisi tentang remaja yang lebih bersifat konseptual. Dalam definisinya tersebut dikemukakan tiga kriteria definisi tentang remaja. Yaitu biologis, psikologis dan sosial ekonomi. Maka secara lengkap definisi tersebut sebagai berikut:

1. Individual berkembang dari saat pertama kali ia menunjukkan tanda-tanda seksual sampai pada pencapaian kematangan seksual.
2. Individual mengalami perkembangan psikologi dan pola identifikasi dari kanak-kanak menjadi dewasa.

3. Terjadi peralihan dari ketergantungan sosial-ekonomi yang penuh kepada keadaan yang relatif lebih mandiri (Muangman, 1980:9).

Remaja pada umumnya memiliki rasa ingin tahu yang tinggi sehingga sesekali ingin mencoba, menghayal, dan merasa gelisah, serta berani melakukan pertentangan jika mereka disepelekan atau tidak dianggap. Untuk itu, mereka sangat memerlukan keteladanan, konsisten, serta komunikasi yang tulus dan empatik dari orang dewasa. (Ali, 2011: 18).

Dari berbagai teori diatas mengenai remaja yang dikemukakan para ahli dapat disimpulkan bahwa remaja merupakan masa perkembangan yang merupakan masa transisi dari anak-anak menuju dewasa, yang memiliki rasa ingin tahu yang tinggi sehingga ingin mencoba, menghayal, dan merasa gelisah, serta berani melukan pertentangan jika mereka disepelekan atau tidak dianggap.

2.1.3 Aksesoris

Aksesoris adalah pernak-pernik fashion yang melengkapi busana. Aksesoris merupakan pelengkap busana yang sifatnya hanya untuk menambah keindahan si pemakai seperti cincin, kalung, bross dan lain sebagainya. Dalam pembahasan lain dikatakan bahwa aksesoris adalah segala sesuatu yang ditambahkan pada seperangkat busana yang sedang dikenakan oleh seseorang, bahwa dengan menggunakan pelengkap busana tadi seseorang merasa bahwa busana yang sedang dikenakan sudah sempurna (Sofie Sapago Hoetomo, pelengkap busana).

Berdasarkan pengertian diatas, menurut (Stelawati Jahja, 1995:2) pelengkap busana dapat digolongkan menjadi dua yaitu:

1. *Millineries*, adalah pelengkap busana yang mempunyai fungsi selain sebagai hiasan untuk menambah keindahan, juga mempunyai fungsi lain. Contohnya seperti tas, kaca mata, *belt* dan sebagainya.
2. *Accessories*, adalah pelengkap busana yang mempunyai sifat hanya sebagai hiasan untuk menambah keindahan. Contohnya seperti kalung, gelang, cincin, anting dan sebagainya

Fungsi dari pelengkap busana atau aksesoris yang utama adalah menutupi bagian yang kurang sempurna dan menonjolkan bagian yang sempurna (Ernawati, 2008:14). Aksesoris mempunyai sifat dekoratif atau sebagai hiasan, dengan menggunakan aksesoris sebagai pelengkap busana penampilan seseorang akan dapat mengekspresikan dirinya dan menambah kepercayaan diri sendiri karena orang lain akan memberikan perhatian kepadanya (<http://female.kompas.com>). Karakteristik aksesoris adalah sesuai dengan fungsi dan kegunaannya. Seperti kalung fungsinya dipakai di leher, kegunaannya untuk hiasan dan mempercantik si pemakai.

Aksesoris atau perhiasan dibagi menjadi dua golongan, yaitu perhiasan asli atau murni dan perhiasan imitasi atau tiruan. Perhiasan asli adalah perhiasan yang dibuat dari logam mulia sebagai pengikat batu-batuan yang menghiasainya, antara lain platina dan emas platina berwarna putih (Syahandini Purnomo, 2001:189). Perhiasan tiruan lebih cepat mengikuti perkembangan mode dibandingkan perhiasan asli, karena mudah didapat dan harganya lebih murah sehingga memungkinkan tiap orang dapat memiliki dan memakainya.

Dari penelitian Roslina Zahra, peneliti ingin membatasi bentuk kalung pada jenis *princess*, *mittinee* dan *collar* sebagai bentuk kalung yang digunakan.

Menurut Dini Lestari (2008:11) kalung ialah sebuah perhiasan melingkar yang dikaitkan atau digantungkan pada leher seseorang. banyak sekali macam-macam kalung seperti dari ukuran, bentuk dan jenisnya. Pemilihan kalung disesuaikan dengan kerah baju yang akan dikenakan. Kalung adalah perhiasan yang digunakan untuk memberi sentuhan kecantikan dengan menonjolkan bagian leher dan dada (Uci Soemarno, 2007:6).

1. Princess

Kalung ini ukurannya lebih longgar daripada Choker, kalung ini merupakan ukuran kalung yang paling umum. Kalung ini memiliki panjang 42-49 cm.



Gambar 2.1 Aksesoris Kalung Princess
(Sumber: <http://www.pittalady.com>)

2. Matinee

Posisi kalung menggantung di atas belahan dada. Kalung matinee berukuran panjang 50-61 cm.



Gambar 2.2 Aksesoris Kalung Matinee
(Sumber: www.kalungmanik.wordpress.com)

3. Collar

Kalung jenis ini berukuran panjang antara 31-33 cm (12-13 inchi). *Collar* ini digunakan tepat di ujung bawah leher, saat mengenakan busana dengan garis leher U, *boat necks* serta *off-the-shoulder*.



Gambar 2.3 Aksesoris Kalung Collar
(Sumber: www.id.aliexpress.com)

Kalung *matinee* salah satu kalung yang selalu disenangi dan tidak pernah lekang, selalu berkembang dan dapat digunakan di berbagai situasi dan kondisi, baik hanya sebagai aksesoris pemercantik atau memperindah sampai investasi masa depan. Tren kalung 2014 didominasi dengan desain-desain futuristik nan glamor, namun tetap tidak berlebihan. (<http://geraldbrilliant.wordpress.com>). Kemudian menurut *Lanvin statement accessory* salah satu trend kalung tahun 2014 merupakan campuran gaya kalung besar dan mewah tersebut akan

menghiasi pakaian dan tidak perlu memakai *accessory* lain. (<http://www.fortuin-fashion.com>).

Kalung merupakan perhiasan yang digunakan untuk memberi sentuhan kecantikan dengan menonjolkan bagian leher dan dada. Biasanya kalung banyak dibuat dari logam mulia, seperti emas, perak, platina atau logam berharga lainnya, batu mulia seperti intan dan permata, serta rangkaian mutiara atau manik-manik. Berdasarkan hal diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti kalung yang terbuat dari bahan baku yang belum pernah ada yaitu seperti pemanfaatan *pull tabs* minuman kaleng menjadi material dasar dalam pembuatan kalung.

2.1.3.1 Tren Aksesoris Kalung 2015

Adapun tren aksesoris tahun 2015 menurut *fashion show spring/summer* (www.fashionisers.com) adalah:

1. *Relic Liontin* : inspirasi dari beberapa Desainer yang terinspirasi dari berbagai bentuk-bentuk menarik dan desain liontin.
2. *Breastplate Necklaces* : menunjukkan kepribadian pemakainya, dengan penggunaan logam dan bentuknya yang rumit dengan demikian membuktikan bahwa kepribadiannya tidak mudah ditebak. Letak kalung yang mendominasi pada bagian dada.
3. *Tube Necklaces* : bentuk tabung menjadi salah satu trend 2015 dengan penggunaan warna dan tekstur yang beragam, sangat baik jika dikombinasikan pada setiap penampilan.
4. *Wooden Jewellery* : kayu adalah kata kunci berikut untuk trend fashion berikutnya. Aksesoris kayu adalah cara untuk menciptakan penampilan.

5. *Bejeweled dan Beaded Jewellery* : manik-manik yang berwarna-warni dengan penggunaan kombinasi warna serta menggunakan berbagai macam bentuk yang berbeda sehingga membuat terlihat menarik.
6. *Natural Stones* : batu alam merupakan bahan baku penting dalam menciptakan potongan-potongan perhiasan yang menawan. Dengan penggunaan bentuk yang besar dan asimetris.
7. *Chains* : kalung bergaya *Chains* merupakan trend yang beragam dari para Desainer yang kemudian dipopulerkan diatas panggung untuk di *fashion show* kan.
8. *Massive Geometric Forms* : terinspirasi dari bentuk geometris seperti persegi, segitiga, lingkaran dan lain-lainnya.
9. *Choker* : *Choker* hadir dengan desain yang besar, menggabungkan tekstur, kombinasi warna dan detail.
10. *Hippie* : salah satu rancangan dengan tren *hippie* yaitu kalung berumbai berwarna-warni dari *Creatures of the Wind*.
11. *Vintage* : menunjukkan menawannya seorang wanita yang anggun dan glamor. Terlihat dari desain dan bentuknya yang *vintage* atau *classic*.

Dari banyaknya tren aksesoris diatas, peneliti Roslina Zahra menggunakan tren geometris dan perpaduan *Future Tribal* sebagai tema dari pembuatan kalung dari *pull tabs* minuman kaleng. Karena dilihat dari karakteristik dari geometris yaitu terlihat kaku sama halnya dengan tekstur kaleng kaku.

2.1.4 Teori Produk, Unsur Desain dan Prinsip Desain

2.1.4.1 Produk

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) disebutkan bahwa yang dimaksud dengan produk adalah barang dan jasa yang dibuat dengan ditambah gunanya atau nilainya dalam proses produksi dan menjadi hasil akhir dari suatu proses produksi tersebut. Dalam penelitian ini dijelaskan bahwa tujuan akhir dari suatu proses produksi tidak lain adalah barang yang digunakan untuk berbagai tujuan guna memenuhi kebutuhan manusia (2002:290). Menurut buku Dinamika Pemasaran, produk adalah apa saja, yang dapat ditawarkan kepada pasar agar dapat dibeli, digunakan atau dikonsumsi, yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan mereka (M. Taufiq Amir, 2009:8).

Sedangkan menurut (Shinta Doriza dan Ernita Maulida, 2007:139) produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Produk menurut Philip Kotler dan Kevin Keller (2013:4) 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.

Menurut Kotler (2013:4) terdapat 5 tingkatan produk, yaitu:

1. *Core Benefit* : layanan atau manfaat yang benar-benar dibeli pelanggan.
2. *Basic Product* : yaitu bentuk dasar dari daya tarik suatu produk yang dapat dirasakan oleh panca indera.
3. *Expected Product* : serangkaian atribut dan kondisi yang biasanya diharapkan pembeli ketika mereka membeli produk tersebut.

4. *Augmented Product* : yaitu sesuatu yang membedakan antara produk yang ditawarkan oleh badan usaha dengan produk-produk yang ditawarkan oleh pesaing.
5. *Potential Product* : yaitu semua argumentasi dan perubahan bentuk yang dialami oleh suatu produk dimasa datang.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller dalam bukunya manajemen pemasaran (2013:8-10) mengatakan agar dapat dijadikan merek, produk harus didiferensiasikan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) secara online di situs <http://kbbi.web.id/>, bahwa diferensiasi adalah proses atau cara membedakan sesuatu. Sesuatu yang dimaksud dalam penelitian ini produk. Produk yang harus didiferensiasikan diantaranya adalah:

- a. Bentuk, banyak produk yang didiferensiasikan berdasarkan bentuk ukuran, bentuk atau tekstur fisik produk.
- b. Fitur, sebagian besar produk dapat ditawarkan dengan memvariasikan fitur yang melengkapi fungsi dasar mereka.
- c. Penyesuaian, pemasar dapat mendiferensiasikan produk dengan menyesuaikan produk tersebut dengan keinginan perorangan.
- d. Kualitas kinerja, yaitu tingkat dimana karakteristik utama beroperasi. Kualitas menjadi dimensi yang semakin penting untuk didiferensiasi ketika perusahaan menerapkan sebuah model nilai dan memberikan kualitas yang lebih tinggi dengan uang yang lebih rendah.

- e. Kualitas kesesuaian, pembeli mengharapkan produk mempunyai kualitas kesesuaian yang tinggi, yaitu tingkat dimana semua unit diproduksi identik dan memenuhi spesifikasi yang dijanjikan.
- f. Ketahanan, ukuran unsur operasi harapan produk dalam kondisi biasa atau penuh tekanan, merupakan atribut berharga untuk produk-produk tertentu.
- g. Kendalaan, pembeli biasanya akan membayar lebih untuk produk yang lebih diandalkan. Kendala adalah probabilitas bahwa produk tidak akan mengalami multifungsi atau gagal dalam periode waktu tertentu.
- h. Kemudahan perbaikan, ukuran kemudahan perbaikan produk ketika produk itu tidak berfungsi atau gagal. Kemudahan ideal yang terjadi jika pengguna dapat memperbaiki sendiri produk tersebut dengan sedikit biaya dan waktu.
- i. Gaya: menggambarkan penampilan dan rasa produk kepada pembeli.

Menurut Indriyo Gitosudarmo produk adalah segala sesuatu yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan manusia ataupun organisasi. Suatu perusahaan sering kali menjual atau memasarkan tidak hanya suatu produk saja tetapi bermacam produk yang dipasarkannya. Karena dengan memasarkan banyak macam produk maka perusahaan akan memperoleh stabilitas hasil yang lebih tinggi. Sedangkan perusahaan yang hanya menjual satu macam produk jika produk tersebut mengalami kegagalan atau tidak disenangi lagi, maka perusahaan akan mengalami kesulitan (Danang Sunyoto, 2014:69).

Menurut W.J. Stanton (1981) produk ialah seperangkat atribut baik berwujud maupun tidak berwujud, termasuk didalamnya masalah warna, harga, nama baik pabrik, nama baik toko yang menjual (pengecer), dan pelayanan pabrik serta pelayanan pengecer, yang diterima oleh pembeli guna memuaskan keinginannya (Buchari Alma. 2009:139).

Menurut (Danang Sunyoto, 2014:73) produk menurut daya tahannya dapat diklasifikasikan menjadi tiga kelompok, yaitu:

1. Barang yang tahan lama

Barang yang tahan lama (*durable goods*) merupakan barang nyata yang biasanya melayani banyak kegunaan, misalnya pakaian.

2. Barang yang tidak tahan lama

Barang yang tidak tahan lama (*nondurable goods*) merupakan barang nyata yang biasanya dikonsumsi untuk satu atau beberapa kegunaan.

3. Jasa

Jasa adalah kegiatan, manfaat, atau kegunaan yang ditawarkan untuk dijual.

2.1.4.2 Pengertian Kualitas Produk

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kualitas adalah kadar, mutu dan tingkat baik buruknya sesuatu (Hal:457). Payne (1993:24) memberikan definisi kualitas produk adalah suatu bentuk dengan nilai kepuasan yang kompleks (Rachmad Hidayat, 2009:59). Kualitas produk ialah penggerak kepuasan pelanggan yang pertama dan kualitas produk ini adalah dimensi global (Darmadi Duriyanto, 2004:38).

Sedangkan menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2008:272) mengatakan bahwa kualitas produk adalah sebagai salah satu sarana positioning utama pemasar. Kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk dan jasa.

2.1.4.3 Harga

Menurut Kotler, harga adalah jumlah keseluruhan nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat yang didapatkan atau digunakannya atas produk dan jasa (M. Taufiq Amir, 2005:163). Pengertian harga menurut Monroe (2003) adalah jumlah uang yang harus dikorbankan untuk memperoleh sesuatu yang diinginkan. Sedangkan menurut Hawkins, Mothersbaugh & Best (2007), harga adalah jumlah uang yang harus dibayar untuk mendapatkan hak menggunakan produk.

Terkadang harga berfungsi sebagai sinyal kualitas. Produk dengan harga yang terlalu rendah dapat dianggap memiliki kualitas rendah. Memiliki barang-barang mahal juga menunjukkan bahwa pemilik produk-produk tersebut mampu membayar barang mahal. Oleh karena itu, penetapan harga memerlukan pemahaman menyeluruh tentang peran simbolik suatu harga, bahwa harga berperan dalam produk dan target pasar yang diincar. Harga menjadi panduan yang menunjukkan bagaimana sumber daya harus digunakan. Harga menentukan produk dan jasa apa yang dihasilkan dan berapa jumlahnya. Harga menentukan bagaimana produk dan jasa harus diproduksi. Dan harga menentukan untuk siapa produk dan jasa yang dihasilkan.

Strategi harga dapat menentukan bagaimana konsumen mengkategorikan harga dari suatu merek (apakah, rendah, sedang, atau tinggi), dan bagaimana perusahaan atau seberapa fleksibel mereka dalam memikirkan harga (Keller, 2008). Dalam tingkatan harga, terdapat area dimana sebuah harga dapat diterima, disebut *price brands*, yang menunjukkan fleksibilitas dan pemasar dapat menerapkan harga pada merek ke dalam tingkatan tersebut (<http://eprints.uny.ac.id>). Pada akhirnya, konsumenlah yang menentukan tepat-tidaknya harga yang ditetapkan oleh perusahaan. Konsumen membandingkan harga itu dengan persepsi nilai penggunaan produk yang bersangkutan, jika harganya melebihi jumlah nilai, konsumen tidak akan membeli produk tersebut (Philir Kotler, 1987:33).

2.1.4.4 Unsur-unsur Desain

Unsur desain dapat didefinisikan sebagai bahan dasar, komponen atau media yang digunakan dalam pembuatan suatu desain. Setiap unsur mempunyai ciri dan keunikan sendiri. Unsur-unsur harus dipadukan secara seimbang dan sempurna.

Unsur desain merupakan unsur-unsur yang digunakan untuk mewujudkan desain sehingga orang lain dapat membaca desain tersebut. Maksud unsur disini adalah unsur-unsur yang dapat dilihat atau sering disebut dengan unsur visual (Ernawati, 2008:201). Unsur-unsur desain ini terdiri atas garis, bentuk, tekstur, ukuran, *value* dan warna. Melalui unsur-unsur inilah seorang perancang dapat mewujudkan rancangannya.

1. Garis

Menurut Sadjiman Ebdi Sanyoto (2009:87) terdapat dua pengertian mengenai garis, yaitu:

1. Suatu hasil goresan yang disebut garis nyata atau kaligrafi.
2. Batas atau limit suatu benda, batas sudut ruang, batas warna, bentuk massa, rangkaian massa, dan lain-lain yang disebut garis semu atau maya.

Terdapat empat jenis garis sebagai dasar dalam pembuatan bermacam-macam garis yaitu:

- a. Garis lurus yang terdiri dari garis horizontal, diagonal dan vertikal.
- b. Garis lengkung yang terdiri dari garis lengkung kubah, garis lengkung busur, dan garis lengkung mengapung.
- c. Garis majemuk yang terdiri dari garis zig-zag dan garis berombak/lengkung S. Garis zig-zag sebenarnya merupakan garis-garis lurus berbeda arah yang bersambung dan garis berombak/lengkung S adalah garis lengkung yang bersambung.
- d. Garis gabungan yaitu garis hasil gabungan antara garis lurus, garis lengkung dan garis majemuk.

2. Arah

Arah merupakan unsur seni/rupa yang menghubungkan bentuk dan ruang. Setiap bentuk (garis, bidang atau volume) dalam ruang tertentu mempunyai arah terkecuali bentuk lingkaran dan bola. Arah bisa horizontal, vertikal, diagonal atau miring ke dalam membentuk sudut dengan taraf (Sadjiman Ebdi Sanyoto, 2009:117-118)

3. Bentuk

Bentuk apa saja di alam dunia ini juga karya seni/desain, tentu mempunyai bentuk (*form*). Bentuk apa saja yang ada di alam dapat disederhanakan menjadi titik, garis, bidang, gempal, kerikil, pasir, kelereng dan semacamnya yang relatif kecil dan “tidak berdimensi” dapat dikategorikan sebagai titik (Sadjiman Ebdy Sanyoto, 2009:83).

Menurut Sadjiman Ebdy Sanyoto (2009:104) terdapat macam-macam bentuk meliputi bidang geometri dan non-geometri.

a. Bentuk Geometri adalah bidang teratur yang dibuat secara matematika.

Raut bidang geometri atau bidang yang dibuat secara matematika, meliputi segitiga, segiempat, segilima, segienam, segidelapan, lingkaran dan sebagainya

b. Bidang Non Geometri adalah bidang yang dibuat secara bebas. Bidang non-geometri dapat berbentuk bidang organik, bidang bersudut bebas, bidang gabungan, dan bidang maya. Bidang organik yaitu bidang yang dibatasi garis lengkung bebas, bidang bersudut bebas yaitu bidang-bidang yang dibatasi garis patah-patah bebas sedangkan bidang gabungan yaitu bidang gabungan antara lengkung dan bersudut.

4. Tekstur

Setiap bentuk atau benda apa saja di alam ini termasuk karya seni pasti memiliki permukaan atau raut. Setiap permukaan tentu memiliki nilai atau ciri khas. Nilai atau ciri khas permukaan tersebut berupa kasar, halus, polos, bermotif/bercorak, mengkilap, buram, licin, keras, lunak dan

sebagainya. Dengan demikian tekstur adalah nilai atau ciri khas suatu permukaan atau raut (Sadjiman Ebdi Sanyoto, 2009:120).

Tekstur dari kain tergantung dari asal serat, struktur benang, struktur tenunan, dan penyempurnaan tekstil. Perubahan dalam salah satu aspek akan merubah tekstur dari kain tersebut. Tekstur dalam bidang seni/desain digunakan sebagai alat ekspresi sesuai dengan karakter tekstur itu sendiri.

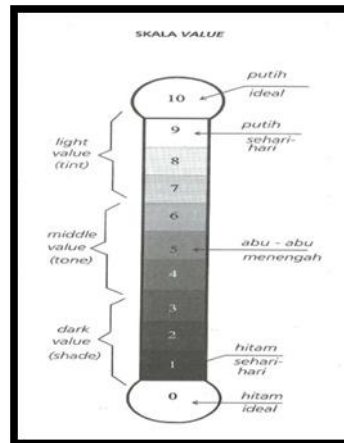
Menurut Sadjiman Ebdi Sanyoto (2009:124) karakter tekstur diantaranya:

1. Tekstur halus : lembut, ringan dan tenang
 2. Tekstur kasar : kuat, kokoh, berat dan keras
5. Ukuran

Setiap bentuk (titik, garis, bidang, gempal) tentu memiliki ukuran, bisa besar, kecil, panjang, pendek, tinggi, rendah. Ukuran-ukuran ini bukan dimaksudkan dengan besaran sentimeter atau meter, tetapi ukuran yang bersifat nisbi. Nisbi artinya ukuran tersebut tidak mempunyai nilai mutlak atau tetap, yakni bersifat relatif atau tergantung pada area dimana bentuk tersebut berada (Sadjiman Ebdi Sanyoto, 2009:116).

6. *Value* (gelap-terang)

Benda hanya dapat terlihat karena adanya cahaya, baik cahaya alam maupun cahaya buatan. Jika diamati pada suatu benda terlihat bahwa bagian-bagian permukaan benda tidak diterpa oleh cahaya secara merata, ada bagian yang terang dan ada bagian yang gelap. Hal ini menimbulkan adanya nada gelap terang pada permukaan benda. Nada gelap terang ini disebut dengan istilah *value* (Sadjiman Ebdi Sanyoto, 2009:57).

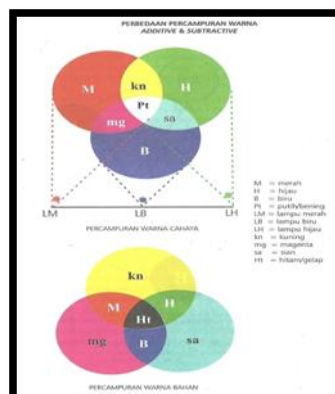


Gambar 2.4 Value Warna

(Sumber: Buku Nirmana Elemen-elemen Seni dan Desain)

7. Warna

Warna merupakan kesan yang ditimbulkan oleh cahaya terhadap mata, oleh karena itu warna tidak akan terbentuk jika tidak ada cahaya. Menurut kejadiannya, warna dibagi menjadi dua yaitu warna *additive* dan *subtractive*. *Additive* adalah warna yang berasal dari cahaya yang disebut spectrum (pencampuran warna cahaya). Sedangkan warna *subtractive* adalah warna yang berasal dari pigmen (pencampuran warna bahan). (Sadjiman Ebdy Sanyoto, 2009:17).



Gambar 2.5 Lingkaran Warna Additive dan Subtractive

(Sumber: Buku Nirmana Elemen-elemen Seni dan Desain)

Terdapat lima klasifikasi warna, yaitu warna primer, sekunder, intermediate, tersier dan kuartar. Masing-masing memiliki kelompok nama-nama warna.

a. Warna Primer

Warna primer disebut juga warna dasar atau pokok, karena warna ini tidak dapat diperoleh dengan pencampuran hue lain. Warna primer ini terdiri dari warna merah, kuning, biru.

b. Warna Sekunder

Warna sekunder merupakan hasil pencampuran dari dua warna primer, warna sekunder terdiri dari orange, hijau dan ungu.

c. Warna Intermediet (warna antara/penghubung)

Warna intermediet (warna antara/penghubung) dapat diperoleh dengan dua cara yaitu dengan mencampurkan warna primer dengan warna sekunder yang berdekatan dalam lingkaran warna dengan cara mencampurkan dua warna primer dengan perbandingan 1 : 2.

d. Warna Tertier

Warna tertier adalah warna yang terjadi apabila dua warna sekunder dicampur dalam jumlah yang sama, sehingga menghasilkan warna kecoklatan. Warna tertier ada tiga yaitu coklat kebiruan, coklat kemerahan, coklat kekuningan.

e. Warna Kwarter

Warna kwarter adalah warna yang dihasilkan oleh pencampuran dua warna tertier dalam jumlah yang sama, sehingga menghasilkan warna

kecoklatan. Warna kwarter ada tiga yaitu hijau kecoklatan, orange kecoklatan, dan ungu kecoklatan.

8. Ruang

Jika kita akan meletakkan atau menyusun bentuk-bentuk tentu memerlukan ruang. Setiap bentuk pasti menepati ruang. Oleh karena itu, ruang merupakan unsur rupa yang harus ada, karena ruang merupakan tempat bentuk-bentuk berada. Dikarenakan suatu bentuk dapat dua dimensi atau tiga dimensi, maka ruangpun berbentuk dua dimensi dan tiga dimensi.

Berdasarkan dari macam-macam unsur desain yang ada, peneliti memilih unsur desain bentuk (menggunakan bentuk-bentuk geometris), ukuran (menggunakan ukuran yang kecil hingga besar) dan warna (penggunaan warna kontras 3 warna dengan menggunakan tingkat *value* yang berbeda-beda) dalam pembuatan kalung. Karena sesuai dengan karakteristik dari bahan baku yang digunakan.

2.1.4.5 Prinsip Desain

Prinsip desain adalah suatu cara, teknik atau petunjuk bagaimana menerapkan unsur-unsur kedalam suatu desain. Prinsip-prinsip desain ini meliputi: harmoni/kesatuan, proporsi, keseimbangan, aksent/pusat perhatian dan irama (Ernawati dkk, 2008:23).

Prinsip dapat disebut pula asas. Sedangkan, prinsip desain adalah asas dalam menyusun sebuah karya desain, sehingga desain yang diciptakan mencapai sasaran yang diinginkan. Prinsip desain juga merupakan pedoman atau cara yang

digunakan dalam mengatur unsur desain, sehingga didapat efek tertentu pada setiap desain.

1. Harmoni

Harmoni merupakan prinsip yang paling penting, karena menimbulkan kesan adanya kesatuan melalui pemilihan dan penyusunan objek-objek. Pada prinsip harmoni, ada lima aspek penting dalam penerapannya terhadap suatu desain, yaitu: harmoni garis dan bentuk, ukuran, tekstur, ide dan warna.

Harmoni adalah prinsip desain yang menimbulkan kesan adanya kesatuan melalui pemilihan dan susunan objek atau ide atau adanya keselarasan dan kesan kesesuaian antara bagian yang satu dengan bagian yang lain dalam suatu benda, atau antara benda yang satu dengan benda lain yang dipadukan. Dalam suatu bentuk, harmoni dapat dicapai melalui kesesuaian setiap unsur yang membentuknya (Ernawati dkk, 2008:211).

Harmoni tercipta apabila unsur desain yang disusun mempunyai persamaan dan persesuaian dengan objek yang ada atau benda yang akan dibuat, dilakukan dengan perulangan, peralihan dan kontras. Harmoni atau selaras merupakan perpaduan dari unsur-unsur yang berbeda dekat. Jika unsur-unsur disatukan berdampingan maka akan timbul kombinasi tertentu dan timbullah keserasian atau harmoni.

2. Kesatuan

Prinsip kesatuan sesungguhnya ialah “adanya saling hubungan” antara unsur yang disusun. Jika satu atau beberapa unsur dalam susunan

terdapat saling hubungan maka kesatuan telah dapat dicapai (Sadjiman Ebdy Sanyoto, 2009:213).

Dengan demikian kesatuan adalah penggabungan elemen-elemen desain dapat disusun sedemikian rupa hingga menjadi satu kesatuan bentuk yang terorganisir dari setiap unsur desain hingga tercapailah suatu karya desain yang menarik dan harmonis. Misalnya leher berbentuk bulat diberi kerah yang berbentuk bulat pula dan begitu juga sebaliknya.

3. Proporsi

Proporsi berasal dari kata Inggris *proportion* yang artinya perbandingan, proporsional artinya seimbang, sebanding. (E. Pino, Kamus Inggris- Indonesia, 349). Dengan demikian proporsi dapat diartikan perbandingan atau keseimbangan yakni dalam satu obyek antara bagian satu dengan bagian lainnya sebanding. (Sadjiman Ebdy Sanyoto, 2009:249).

Ada dua hal yang perlu diperhatikan untuk mendapatkan proporsi yang baik adalah sebagai berikut:

- a. Agar dapat dicapai susunan yang menyenangkan dan menarik harus diketahui bagaimana menciptakan hubungan.
- b. Agar dapat dihasilkan ukuran dan bentuk yang baik harus dapat dibuat perubahan dalam rupa sesuai yang diinginkan.

4. Keseimbangan

Keseimbangan adalah kesan yang didapat karena adanya daya tarik yang sama antara satu bagian dengan bagian lainnya pada susunan desain. Secara wujud dan jumlahnya mungkin tidak sama tetapi nilainya dapat

seimbang. Keseimbangan berkenaan dengan kualitas bobot atau kesan berat ringannya suatu karya desain. Keseimbangan juga dapat diartikan sebagai suatu keadaan ketika tidak ada bagian yang lebih terbebani.

Menurut Sadjiman Ebdy Sanyoto (2009:237). Ada beberapa jenis keseimbangan, antara lain sebagai berikut:

a. Keseimbangan simetris

Keseimbangan simetris yaitu keseimbangan antara ruang sebelah kiri dan ruang sebelah kanan sama persis, baik dalam bentuk rautnya, besaran ukurannya, arahnya, warnanya maupun teksturnya.

b. Keseimbangan memancar

Sesungguhnya sama dengan keseimbangan simetris, tetapi kesamaan polanya bukan hanya diantara ruang sebelah kiri dan ruang sebelah kanan melainkan juga antara ruang sebelah atas dan ruang sebelah bawah.

c. Keseimbangan sederajat

Keseimbangan komposisi antara ruang sebelah kiri dan ruang sebelah kanan tanpa melihat bentuk yang ada di masing-masing ruang. Jadi, meskipun memiliki bentuk raut yang berbeda, tetapi besarnya sederajat, misalnya bentuk raut lingkaran dengan bentuk raut segitiga dengan besaran yang sama.

d. Keseimbangan tersembunyi

Keseimbangan tersembunyi sering disebut juga keseimbangan asimetris yaitu keseimbangan antara ruang sebelah kiri dan

ruang sebelah kanan meskipun keduanya tidak memiliki besaran yang sama maupun bentuk raut yang sama.

2.1.5 Limbah *Pull Tabs* Minuman Kaleng

Pada dasarnya masyarakat akan menganggap limbah adalah sampah yang tidak ada gunanya dan harus dibuang, akan tetapi jika limbah terus menumpuk maka akan menimbulkan penumpukan sampah. Limbah tidak selamanya harus dibuang karena ada limbah yang harus dibuang dan ada limbah yang masih bisa digunakan. Limbah yang dapat diolah akan menjadi berbagai macam benda yang memiliki nilai jual yang tinggi. Dalam hal ini, salah satu limbah yang masih dapat diolah kembali atau didaur ulang ialah *pull tabs* minuman kaleng.

Dilansir dari Undang-Undang RI No.18 Tahun 2008 dan Peraturan Pemerintah No.18 Tahun 1999 tentang sampah dan limbah dapat dibedakan sebagai berikut:

1. Sampah adalah sisa kegiatan sehari-hari manusia atau proses alam yang berbentuk padat. Penghasil sampah adalah setiap orang atau akibat proses alam yang menghasilkan sampah. Hampir semua sampah bisa didaur ulang baik untuk pupuk atau lainnya.
2. Limbah adalah sisa suatu usaha atau kegiatan.
3. Sampah identik dengan kegiatan manusia secara individu maupun berkelompok. Limbah identik dengan suatu kegiatan atau proses yang lebih kompleks seperti yang ada di lingkungan industri. Hasil kegiatan atau aktivitas atau proses industri yang tidak dapat digunakan kembali

dapat disebut limbah, tetapi beberapa limbah industri kini dapat dimanfaatkan kembali.

Menurut (<http://www.kajianpustaka.com>) jenis-jenis sampah adalah sebagai berikut:

1. Limbah organik, merupakan limbah bahan alam yang berasal dari tumbuhan dan hewani, biasa dihasilkan dari kegiatan pertanian, perikanan dan peternakan. Limbah ini dapat dengan mudah diuraikan atau mudah membusuk. Limbah organik mengandung unsur karbon. Contoh: kulit buah, kotoran hewan dan lain-lain.
2. Limbah anorganik, jenis limbah ini berasal dari sumber daya alam yang tidak dapat diperbaharui, sangat sulit atau bahkan tidak bisa untuk diuraikan dan tidak dapat membusuk. Sumber limbah berasal dari pemukiman, pembangunan, perdagangan, industri dan rumah tangga. Limbah ini tidak mengandung unsur karbon. Contoh: kaca, plastik, beling dan baja.

Kaleng adalah benda yang sulit untuk terurai, jika kaleng ditimbun di dalam tanah, dapat memicu terjadinya karat. Kaleng yang korosif mengandung beberapa logam berat seperti magnesium atau kalium dan dapat mencemari air tanah yang banyak digunakan oleh masyarakat. Logam-logam berat tersebut umumnya tidak bisa dicerna oleh tubuh dan akan tertimbun, seperti halnya kalium yang bisa mengendap ditulang. (health.detik:2011).

Kaleng dapat dibedakan menjadi 6 jenis menurut fungsinya, diantaranya adalah: (charasusanti, kaleng:2009)

1. *3 piece can* (kaleng sarden)

Yaitu bentuk kaleng yang terdiri dari 3 unsur pokok, yaitu *body*, *botton* dan *topend/lid*, contohnya *industrial can* dan *food can*.



Gambar 2.6 3 Piece Can

(Sumber: <http://www.cometa.co.id>)

2. *2 piece can* (kaleng minuman)

Kaleng yang dibuat dari bahan baku plat timah dan aluminium yang terdiri dari 2 bagian yaitu 1 *body* dan 1 tutup. Dengan komposisi lembaran aluminium pada umumnya digunakan pada industri minuman karena sifatnya yang lebih ringan dan daya korosif oleh udara yang rendah namun lapisan dalam aluminium pun selalu dilapisi oleh lapisan pelindung tertentu. Pada bagian pembuka dan penutup kaleng disebut dengan *pull tabs*.



Gambar 2.7 2 Piece Pan
(Sumber: <http://kaskus.co.id/thread>)

3. *Aerosol Can* (kaleng baygon, kaleng pewangi ruangan)

Kemasan aerosol banyak digunakan untuk mengemas produk-produk non pangan seperti kosmetik (parfum), pembersih kaca, pengharum ruangan, cat semprot, pemadam kebakaran dan pestisida.

Kemasan aerosol terdiri dari 3 (tiga) bagian yaitu: produk cair, propelen pendorong cairan dan bagian gas dengan pengaruh tekanan.

Berdasarkan bahan kemasannya maka kemasan aerosol dibedakan atas:

1) Kemasan aerosol, 2) kemasan aerosol gelas dan 3) kemasan aerosol plastik.



Gambar 2.8 Aerosol Can
(Sumber: <http://www.scjohnson.co.id>)

4. *General can* (kaleng biskuit)

Yang termasuk dalam jenis ini adalah kaleng yang dipergunakan untuk mengemas makanan kering, susu bubuk, coklat bubuk dan bahan-bahan kimia seperti racun serangga, pengharum ruangan, minyak pelumas, cat dan lain sebagainya.



Gambar 2.9 General Can
(Sumber: <http://www.cometa.co.id>)

5. *Metal battery jacket* (pelapis baterai)

Seng digunakan untuk lapisan tahan karat pada batu baterai. Paduannya dengan tembaga menghasilkan kuningan. Selongsong seng pada baterai berfungsi sebagai, anode yaitu (Muhammad rizal 2007, 58-59. Anode adalah elektrode, bisa berupa logam maupun penghantar listrik lain, pada sel elektrokimia yang terpolarisasi jika arus listrik mengalir ke dalamnya. (<http://id.wikipedia.org/wiki/Anode>).



Gambar 2.10 Metal Battery Jacket
(Sumber: <http://www.saft7.com>)

6. *Closer cap* (botol kaleng)

Tutup botol *Crown* ini terbuat dari lembaran baja tekan (timah baja berlapis/baja tanpa timah) pada sisi dalam dilapisi dengan gabus atau liner PVC untuk mencegah kebocoran. Tutup botol *Crown/cop* ini sangat cocok digunakan untuk sebagai tutup botol minuman berkarbonasi, bir, soda, susu kedelai dan jus buah, tutup botol kecap, tutup botol saos, tutup botol limun.



Gambar 2.11 Closer Cap

(Sumber: <http://food.detik.com/read>)

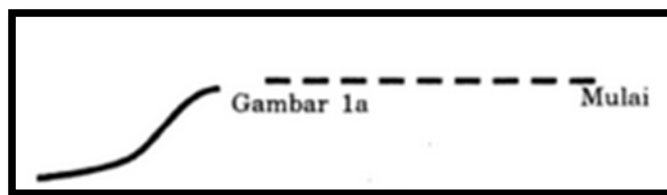
2.1.6 Tusuk Hias

Tusuk hias terdiri atas dua kelompok yaitu tusuk hias dasar dan tusuk hias variasi. Tusuk hias dasar adalah tusuk-tusuk yang merupakan dasar untuk membuat tusuk hias variasi. Tusuk variasi yaitu tusuk yang berasal dari variasi tusuk hias dasar baik dengan memvariasikan arah, jarak dan sebagainya sehingga menghasilkan bermacam-macam tusuk dengan gaya yang berbeda (<http://mode.ok-rek.com>).

Menurut (Porrie Muliawan, 2012:1) macam-macam tusuk dasar, terdiri dari:

1. Tusuk Jelujur

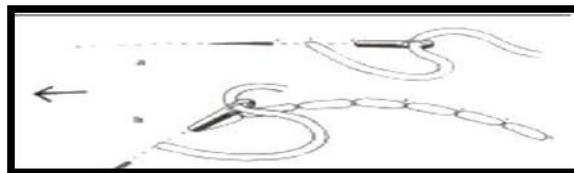
Tusuk jelujur merupakan bentuk tusuk yang sangat sederhana. Kekuatan jahitan tusukan jelujur sangat kurang, karena memang fungsi dan tusuk jelujur ini hanya sebagai tusuk sementara.



Gambar 2.12 Tusuk Jelujur
(Sumber: Buku Busana Ernawati dkk jilid 1)

2. Tusuk Tikam Jejak

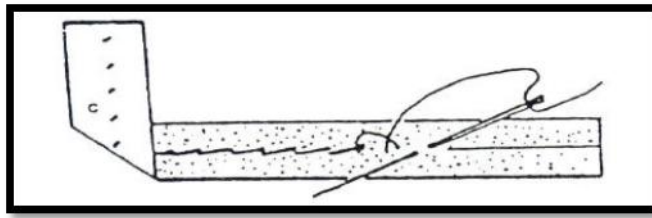
Tusuk tikam jejak merupakan tusuk utama yang digunakan dalam menjahit pakaian. Bentuk tusuk tikam jejak bila dilihat dari atas kain sangat mirip dengan bentuk jahitan mesin, tapi bila dilihat dari bawah terlihat kurang rapi karena memang jahitan tangan.



Gambar 2.13 Tusuk Tikam Jejak
(Sumber: Buku Busana Ernawati dkk jilid 1)

3. Tusuk Tangkai

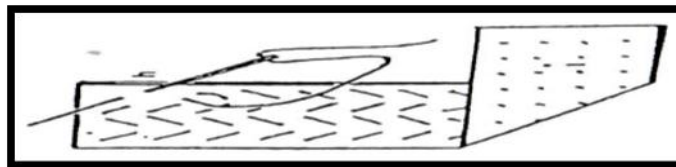
Tusuk tangkai merupakan kebalikan dari tusuk tikam jejak dan dipakai sebagai tusuk hias atau memberi tanda-tanda nama. Dikerjakan dari kiri ke kanan dengan perhatian jatuhnya tusuk-tusuk serong pada bagian luar kain dan searah.



Gambar 2.14 Tusuk Tangkai
(Sumber: Buku Busana Ernawati dkk jilid 1)

4. Tusuk Piquer

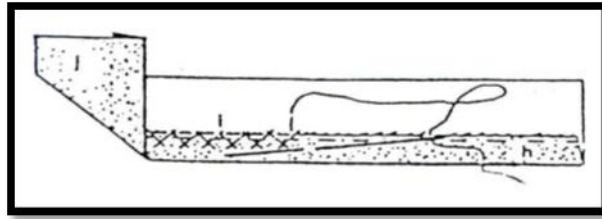
Tusuk ini digunakan pada pekerjaan penjahit yaitu pekerjaan dengan kain rambut kuda dan bahan pelapis pada pakaian mantel, dikerjakan dari atas kebawah dan sebaliknya.



Gambar 2.15 Tusuk Piquer
(Sumber: Buku Busana Ernawati dkk jilid 1)

5. Tusuk Flanel

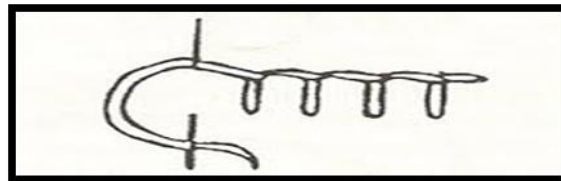
Tusuk ini dipakai untuk meletakkan sesuatu pada bagian lain dengan cara yang lembut. Pada bagian luar terlihatnya tusuk-tusuk dasar. Dikerjakan dari kiri ke kanan.



Gambar 2.16 Tusuk Flanel
(Sumber: Buku Tata Busana Ernawati dkk jilid 1)

6. Tusuk Feston

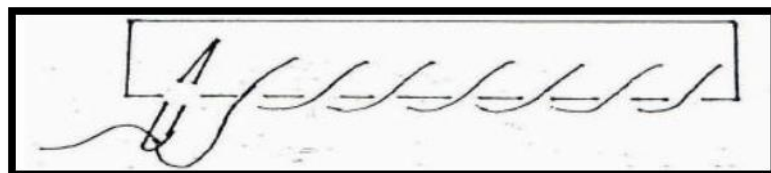
Tusuk ini dipakai untuk menyelesaikan tiras-tiras, supaya serat-serat tidak keluar dari tepian guntingan . dikerjakan dari kiri ke kanan. Menyambung benang-benang baru selalu keluar pada sengkelit yang terakhir.



Gambar 2.17 tusuk Feston
(Sumber: Buku Tata Busana Ernawati dkk jilid 1)

7. Tusuk Balut

Tusuk ini dapat digunakan untuk menyelesaikan tiras kampak sebagai pengganti tusuk feston dengan letak tusuk-tusuk miring sekali dan mengambil bahan dari tiras 1 mm. jarak dari tusuk-tusuk 3 mm atau 0,5cm.



Gambar 2.18 Tusuk Balut
(Sumber: Buku Tata Busana Ernawati dkk jilid 1)

Dari beberapa jenis macam-macam tusuk dasar, peneliti menggunakan tusuk feston sebagai perantara dalam pembuatan kalung pada peneliti ini. Karena tusuk feston dapat menutupi lempengan-lempengan kaleng yang tajam, sehingga ketika menyentuh kulit leher tidak terluka.

Dalam pembuatan tusuk hias, tentunya menggunakan benang sebagai bahan utamanya. Jenis dan karakteristik setiap benang pun berbeda-beda. Diantaranya yaitu: (Pilmawati, 2010:11-13).

1) Benang Katun

Benang ini digunakan untuk menjahit dengan mesin maupun tangan pada bahan katun, rayon dan linen. Karena mempunyai sifat bahan yang halus dan lembut.



Gambar 2.19 Benang Katun
(Sumber: Buku 111 Tips dan Trik Mahir Menjahit)

2) Benang Polyester

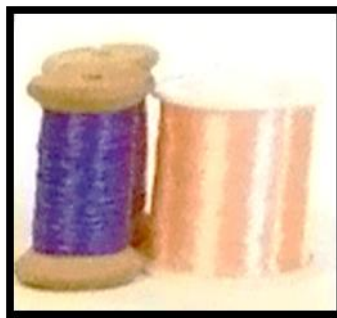
Benang polyester mempunyai sifat kuat dan elastis, digunakan untuk berbagai bahan sintesis dan alami.



Gambar 2.20 Benang Polyester
(Sumber: Buku 111 Tips dan Trik Mahir Menjahit)

3) Benang Nylon

Terbuat dari plastik, tidak dipakai untuk menjahit dengan mesin dan dipergunakan pada bahan yang halus kuat tapi elastis.



Gambar 2.21 Benang Nylon
(Sumber: Buku 111 Tips dan Trik Mahir Menjahit)

4) Benang Sutra

Benang halus digunakan untuk menjahit sutera atau bahan woll yang halus dan ringan.



Gambar 2.22 Benang Sutra
(Sumber: Buku 111 Tips dan Trik Mahir Menjahit)

5) Benang Lubang Kancing

Benang yang kuat dan tebal untuk memasang lubang kancing dan kancing.



Gambar 2.23 Benang Lubang Kancing
(Sumber: Buku 111 Tips dan Trik Mahir Menjahit)

6) Benang Kumparan

Lebih umum dipakai untuk skala jahitan banyak. Dipergunakan pada tangkai kumparan mesin jahit *high speed*.



Gambar 2.24 Benang Kumparan
(Sumber: Buku 111 Tips dan Trik Mahir Menjahit)

7) Benang Perak/emas

Dari campuran polyester dan lapisan perak/emas digunakan untuk jahitan dekoratif.



Gambar 2.23 Benang Perak/emas
(Sumber: Buku 111 Tips dan Trik Mahir Menjahit)

8) Benang Karet

Benang ini bersifat elastis sehingga banyak digunakan untuk mengerutkan bagian-bagian pakaian.



Gambar 2.24 Benang Karet
(Sumber: Buku 111 Tips dan Trik Mahir Menjahit)

Dari beberapa macam benang, benang yang digunakan pada penelitian Roslina Zahra adalah menggunakan benang Nylon. Karena jika dipadukan dengan jenis kaleng minuman akan terlihat lebih mengkilat ditambah dengan warna kaleng yang didominasi warna silver sesuai dengan tema yang digunakan adalah futuristik.

2.1.7 Kalung dari *Pull Tabs* Minuman Kaleng

Kalung *pull tabs* minuman kaleng adalah yang berbahan dasar *pull tabs* minuman kaleng yang sudah tidak dipakai lagi yang berasal dari limbah minuman kaleng. Menggunakan teknik hias pada *pull tabs* sehingga mempermudah untuk dapat dibentuk sesuai desain yang digunakan yaitu dengan menggunakan lebih

banyak siluet geometris berdasarkan motif tribal dan unsur dari futuristik. Jenis kalung yang digunakan adalah jenis *princess*, *mittinee* dan *collar* sebagai bentuk kalung yang digunakan. Kalung *matinee* salah satu kalung yang selalu disenangi dan tidak pernah lekang, selalu berkembang dan dapat digunakan di berbagai situasi dan kondisi, baik hanya sebagai aksesoris pemercantik atau memperindah sampai investasi masa depan. Dalam pembuatan kalung ini tetap dalam unsur desain yaitu desain, bentuk, ukuran, warna dan tekstur.

Dalam penelitian ini, terdapat 5 buah kalung *pull tabs* minuman kaleng dengan desain yang berbeda yang telah dibuat oleh Roslina Zahra Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta tahun 2015. Berikut ini adalah deskriptif dari kelima kalung tersebut.

1. Kalung Model 1

Kalung model 1 merupakan kalung yang berjenis *princess*. Pembuatan kalung ini memerlukan 57 *pull tabs*. Menggunakan kombinasi 4 warna (jingga, kuning, hijau dan ungu) dengan value yang berbeda. Teknik meronce pada bagian mute-mute, dan pada benang menggunakan tusuk feston.



Gambar 2.25 Kalung 1
(Sumber: Dokumen Pribadi)

2. Kalung Model 2

Kalung model 2 merupakan kalung yang berjenis *matinee*. Pembuatan kalung ini memerlukan 36 buah *pull tabs*. Menggunakan kombinasi 4 warna (jingga, kuning, hijau dan ungu) dengan value berbeda. Teknik meronce pada bagian mute-mute, dan pada benang menggunakan tusuk feston.



Gambar 2.26 Kalung 2
(Sumber: Dokumen Pribadi)

3. Kalung Model 3

Kalung model 3 merupakan kalung yang berjenis *princess* karena kalung ini ukurannya lebih longgar daripada *choker*. Pembuatan kalung ini memerlukan 54 buah *pull tabs*. Menggunakan kombinasi 4 warna (jingga, kuning, biru dan ungu) dengan value yang berbeda. Teknik meronce pada bagian mute-mute, dan pada benang menggunakan tusuk feston.



Gambar 2.27 Kalung 3
(Sumber: Dokumen Pribadi)

4. Kalung Model 4

Kalung model 4 merupakan kalung yang berjenis *matinee*, karena posisi kalung menggantung di atas belahan dada. Pembuatan kalung ini memerlukan 44 buah *pull tabs*. Menggunakan kombinasi 4 warna (jingga, kuning, biru dan ungu) dengan value yang berbeda. Teknik meronce pada bagian mute-mute, dan pada benang menggunakan tusuk feston.



Gambar 2.28 Kalung 4
(Sumber: Dokumen Pribadi)

5. Kalung Model 5

Kalung model 5 merupakan kalung yang berjenis *matinee*. Pembuatan kalung ini memerlukan 26 buah *pull tabs*. Menggunakan kombinasi warna kontras berpasangan yaitu warna hijau, kuning, merah dan ungu. Terdapat perulangan

ke bagian bawah tetapi tidak sama besar ukurannya. Teknik meronce pada bagian mute-mute, dan pada benang menggunakan tusuk feston.



Gambar 2.29 Kalung 5
(Sumber: Dokumen Pribadi)

2.2 KERANGKA BERFIKIR

Limbah menjadi salah satu sumber daya yang dapat bertambah setiap harinya, limbah minuman kaleng merupakan salah satu limbah yang tidak dapat diurai, akan tetapi dapat diolah atau didaur ulang menjadi berbagai macam bentuk atau barang yang memiliki nilai jual yang cukup baik serta diminati konsumen. Limbah minuman kaleng, seperti badan kaleng hingga *pull tabs*-nya dapat didaur ulang menjadi berbagai kerajinan, salah satunya aksesoris baik kalung, tas, dan sebagainya.

Aksesoris kalung merupakan salah satu aksesoris yang memiliki berbagai macam bentuk dan tujuan, dari untuk penggunaan formal dan non-formal, dari untuk pemakaian hingga sebagai barang koleksi. Dari berbagai macam kepentingan tersebut, kalung sendiri dapat dibuat dari bahan yang sederhana seperti limbah dan sebagainya, hingga bahan yang bernilai perak, emas, serta permata. Kalung dari *pull tabs* minuman kaleng ini menggunakan teknik hias

pada *pull tabs* dengan menggunakan lebih banyak siluet geometris berdasarkan motif tribal dan unsur futuristik. Kalung ini ditujukan kepada remaja usia antara 18-21 tahun. Kalung *pull tabs* termasuk dalam kategori kalung *princess*, *matinee* dan *collar* karena ukuran lingkaran kalungnya. Dan jenis kalung ini pun banyak digunakan remaja pada umumnya. Dengan karakteristik kalung yaitu pemilihan bahan baku, desain, bentuk, warna dan bahan baku pelengkap.

Berdasarkan penelitian sebelumnya, yang dilakukan oleh Roslina Zahra. Kalung dari *pull tabs* minuman kaleng ini menurut para ahli berdasarkan unsur dan prinsip desain yaitu warna sudah bagus, bentuk dan ukuran sudah baik, motif sudah baik, memiliki nilai guna, kenyamanan sudah cukup nyaman, ketahanan dapat bertahan, pemeliharaan mudah, kalung berbahan dasar *pull tabs* minuman kaleng memiliki harga yang terjangkau dikarenakan bahan baku yang digunakan mudah untuk dijumpai, dengan kualitas yang baik.

Daya terima konsumen terhadap kalung *pull tabs* minuman kaleng adalah sebuah reaksi yang ditujukan oleh konsumen dalam bentuk sikap suka atau tidak suka, menerima atau menolak, setuju atau tidak setuju terhadap kalung berbahan dasar *pull tabs* minuman kaleng dengan teknik hias berdasarkan motif tribal dan unsur futuristik dari segi produk yaitu bentuk desain kalung, ukuran kalung, warna kalung, penerimaan harga dan kesiapan untuk mengkonsumsi atau mengenakan atau tidak kalung dari *pull tabs* minuman kaleng dengan teknik hias.

Hal ini membuat peneliti tertarik untuk meneliti daya terima kalung *pull tabs* minuman kaleng terhadap konsumen remaja, peneliti ingin mengetahui apakah konsumen menerima atau menolak kalung *pull tabs* menggunakan teknik

hias berdasarkan motif tribal dan unsur futuristik. Dan dinilai dari bentuk desain kalung, ukuran kalung, warna kalung dan penerimaan harga terhadap produk kalung *pull tabs*. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen remaja putri yang berumur antara 18-21 tahun mahasiswa Universitas Negeri Jakarta (UNJ) yang terlihat mengenakan aksesoris.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tujuan Operasional Penelitian

Secara operasional penelitian ini bertujuan untuk memperoleh dan menganalisis data daya terima remaja mengenai aksesoris kalung dari *pull tabs* minuman kaleng.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kampus Universitas Negeri Jakarta (UNJ). Karena kampus merupakan tempat dimana banyaknya remaja. Waktu penelitian adalah pada semester genap sampai ganjil tahun 2016.

3.3 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif dengan kategori survey, dengan analisis kuantitatif menggunakan angket. Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, atau obyek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran, atau suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai faktor-faktor, sifat-sifat hubungan antar fenomena yang diselidiki (Nazir, 2005:54).

Penelitian ini bertujuan untuk membuat deskripsi/gambaran mengenai data “Daya Terima Remaja Terhadap Aksesoris dari Limbah *Pull Tabs*”

Sedangkan survey digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alami (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, tes, wawancara, dan sebagainya (Sugiyono, 2012:16).

Karakteristik survey menurut (Isaac dan Michael dalam Sukardi 2012:195) adalah:

- a. Rencana penelitian yang dibuat secara sistematis, sehingga isi tepat dan pelaksanaan efisien mengacu kepada prinsip sistematis.
- b. Mendekati keadaan populasi yang ada dengan menerapkan prinsip representatif atau keterwakilan.
- c. Meyakinkan bahwa data yang dieksplorasi secara eksplisit dan obyektif.
- d. Data dapat diekspresikan secara kuantitatif.

3.4 Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan. (Sugiyono, 2010:60) Penelitian ini hanya menggunakan satu variabel yaitu daya terima remaja terhadap aksesoris dari *pull tabs* minuman kaleng.

3.5 Definisi Operasional Penelitian

3.5.1 Definisi Konseptual Variabel

Definisi konseptual adalah pernyataan yang mengartikan atau memberi makna suatu konsep istilah tertentu. Definisi konseptual merupakan penggambaran secara umum dan menyeluruh yang menyiratkan maksud dan konsep atau istilah tersebut *konstitutif* (definisi yang tersepakati oleh banyak pihak dan telah dibakukan setidaknya di kamus bahasa).

- a. Daya terima adalah sebuah reaksi yang ditujukan oleh konsumen dalam bentuk sikap suka atau tidak suka, menerima atau menolak, setuju atau tidak setuju terhadap produk.
- b. Remaja adalah masa perkembangan yang merupakan masa transisi dari anak-anak menuju dewasa, yang dimiliki rasa ingin tahu yang tinggi sehingga ingin mencoba, menghayal, dan merasa gelisah, serta berani melakukan pertentangan jika mereka disepelekan atau tidak dianggap.
- c. Aksesoris adalah pelengkap busana yang sifatnya untuk memperindah dan mempercantik si pemakai, dengan menggunakan pelengkap busana seseorang akan menambah rasa percaya diri dan merasa bahwa busana yang dikenakan sudah sempurna karena orang lain akan memberikan perhatian kepadanya.
- d. *Pull tab* adalah pembuka minuman kaleng. Kaleng adalah benda yang sulit untuk terurai, jika kaleng ditimbun di dalam tanah maka dapat memicu terjadinya karat.

- e. Aksesoris *pull tabs* minuman kaleng adalah perhiasan yang digunakan pada bagian leher dan dada yang berbahan dasar *pull tabs* minuman kaleng yang sudah tidak dipakai lagi yang berasal dari limbah minuman kaleng. Menggunakan teknik hias pada *pull tabs* sehingga mempermudah untuk dapat dibentuk sesuai desain yang digunakan yaitu dengan menggunakan lebih banyak siluet geometris berdasarkan motif tribal dan unsur dari futuristik.

3.5.2 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah daya terima remaja terhadap aksesoris dari *pull tabs* minuman kaleng adalah sikap/reaksi individu terhadap aksesoris kalung *pull tabs* minuman kaleng (aspek bentuk desain, warna, dan ukuran). Daya terima merupakan perilaku yang berfungsi dari tindakan konsumen (perilaku pembeli) dan penilaian konsumen terhadap derajat kepuasan yang diperoleh dari tindakan. Kepuasan yang dialami oleh konsumen akan menyebabkan pernyataan dan akan meningkatkan kemungkinan pembelian kembali. Penguatan terjadi ketika konsumen memperoleh respon positif atas tindakan masa lalu. Respon yang diterima oleh konsumen akan meningkatkan probabilitas pembelian kembali dimasa akan datang, sedangkan respon negatif sebaliknya. (Sutisno, 2001: 31-32).

3.6 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

3.6.1 Populasi

Menurut Sugiyono, (2010:117), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa yang terlihat sedang memakai aksesoris kalung di kampus Universitas Negeri Jakarta.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. (Sugiyono, 2010:118). Pada penelitian ini sampel yang diambil yaitu sebanyak 100 mahasiswa yang terlihat sedang memakai aksesoris kalung di kampus Universitas Negeri Jakarta. Penentuan jumlah sampel diambil menurut Roscoe menyatakan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500 (Sugiyono, 2012:74). Sedangkan Bailey (1982) berpendapat bahwa untuk penelitian yang akan menggunakan analisis data statistik, besar sampel yang paling kecil adalah 30, walaupun ia juga mengakui bahwa banyak peneliti lain menganggap bahwa besar sampel sebesar 100 merupakan jumlah yang minimum. (Irawan Soehartono, 2008:58).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu sampling insidental. Sampling insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. (Sugiyono, 2010:124). Dalam penelitian ini kriteria responden yang cocok yaitu mahasiswa yang terlihat sedang memakai aksesoris di kampus Universitas Negeri Jakarta (UNJ) dan berusia 18-21 tahun.

3.7 Instrumen Penelitian

Dalam penelitian kuantitatif, peneliti akan menggunakan instrumen untuk mengumpulkan data. Instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti. (Sugiyono, 2010:133). Pada penelitian ini, bentuk instrumen

yang digunakan berupa kuesioner atau angket yang sifatnya tertutup, yaitu responden memilih alternatif jawaban yang telah disediakan penulis.

Jenis skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tertentu fenomena sosial. Dalam penelitian fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut dengan variabel penelitian. Jawaban yang digunakan biasanya memiliki tingkatan dari sangat positif sampai sangat negatif.

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. (Sugiyono, 2012:142).

Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui (Suharsimi Arikunto, 2013). Angket atau kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup, dimana sudah disediakan jawabannya sehingga responden tinggal memilih. Kuesioner ini terdiri dari bentuk checklist, sebuah daftar dimana responden memberikan tanda checklist pada kolom yang sesuai. Butir-butir pernyataan disusun dalam bentuk skala likert. Untuk setiap butir pernyataan disediakan 4 tingkatan jawaban dengan bobot nilai sebagai berikut: untuk pernyataan positif SS (Sangat Suka) dengan bobot nilai 4, S (Suka) dengan bobot nilai 3, TS (Tidak Suka) dengan bobot nilai 2, STS (Sangat Tidak Suka) dengan bobot nilai 1.

Tabel 3.1 Pengukuran Skala Likert

Pilihan Jawaban	Nilai Pernyataan
Sangat SuKA (SS)	4
Suka (S)	3
Tidak Suka (TS)	2
Sangat Tidak Suka (STS)	1

**Table 3.2 Kisi-kisi Instrumen Daya Terima Remaja Terhadap Kalung
Dari *Pull Tabs* Minuman Kaleng**

Variabel	Indikator	Item Butir	Jumlah
Daya terima remaja terhadap aksesoris dari <i>pull tabs</i> minuman kaleng	Bentuk desain kalung	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10	10
	Ukuran kalung	11, 12, 13, 14, 15	5
	Warna kalung	16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25	10
	Penerimaan terhadap harga produk	26, 27, 28, 29, 30	5
Jumlah			30

3.8 Uji Persyaratan Instrumen

3.8.1 Uji Validitas Instrumen

Suatu instrument dikatakan reliabel jika instrument tersebut dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data. Instrument yang baik terlebih dahulu dilakukan uji validitas reliabilitas.

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Sebab instrument yang valid atau

sahih mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya instrument yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. (Sugiyono, 2010:173)

Uji validitas instrument bertujuan untuk mengetahui apakah instrument yang dibuat benar-benar mengukur yang akan diukur. Di dalam penelitian ini, validitas yang dipilih adalah validitas isi, karena pertanyaan pada tes disusun berdasarkan kisi-kisi soal. Suryabrata mengatakan bahwa sesuatu alat evaluasi dikatakan memiliki validitas jika evaluasi tersebut dibuat dengan cara memasukkan aspek-aspek yang hendak diukur. Untuk menguji validitas instrument langkah-langkah yang harus dilakukan adalah:

- a. Membuat indikator dan sub-indikator lalu menyusun butir-butir pernyataan.
- b. Membuat kisi-kisi instrument yang sesuai dengan pernyataan yang telah dibuat.
- c. Mengkonsultasikan instrument yang telah dibuat kepada dosen pembimbing dan 2 dosen ahli, bila kurang sesuai kemudian dapat diperbaiki.

3.8.2 Uji Reliabilitas Instrumen

Instrumen yang reliabel adalah instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2009: 173). Tujuan dari pengujian validitas dan reliabilitas adalah mendapatkan instrument yang valid dan reliabel (tetap) sebagaimana syarat mutlak untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel. Uji reliabilitas dilakukan dengan uji *alpha cronbach* dengan tarif signif 5%. Jika nilai alpha >0,9 artinya reliabilitas sempurna, jika alpha antara 0,7-0,9 maka reliabilitas tinggi, jika

alpha antara 0,50-0,70 maka reliabilitas moderat, dan jika nilai alpha <0,50 maka reliabilitas rendah (Perry Roy Hilton dan Charlotte Brownlow, 2004: 364).

3.9 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan suatu hal yang penting dalam penelitian karena metode ini merupakan strategi atau cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitiannya (Sudaryono, 2013: 29). Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data diperoleh dengan cara menyebarkan angket kepada mahasiswa Universitas Negeri Jakarta (UNJ) yang berusia 18-21 tahun yang terlihat mengenakan aksesoris kalung di kampus Universitas Negeri Jakarta.

Adapun langkah-langkah yang ditempuh dalam proses pengumpulan data antara lain:

- a. Menyiapkan kisi-kisi instrument penelitian.
- b. Membuat pernyataan yang sesuai dengan kisi-kisi instrument
- c. Melaksanakan uji validitas dengan dua dosen ahli.
- d. Menyebarkan instrument penelitian berupa angket yang telah dinyatakan valid oleh dosen ahli kepada 100 orang responden.
- e. Memeriksa hasil angket yang telah di isi oleh responden dan mengolah data.

3.10 Teknik Pengumpulan Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Teknik analisis data yang dipergunakan dalam

penelitian ini adalah statistik deskriptif. Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2009: 207-208).

Adapun tahapan dalam menganalisis data yaitu dengan mengolah data primer kemudian hasil berupa presentase dan digambarkan melalui tampilan diagram batang dan juga tabel. Data primer diolah menggunakan SPSS.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskriptif Data

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan data tentang daya terima remaja terhadap kalung dari *pull tabs* minuman kaleng, serta untuk mengetahui gambaran tentang daya terima remaja terhadap aksesoris dari *pull tabs* minuman kaleng berdasarkan indikator, yaitu bentuk desain kalung, warna kalung, ukuran kalung dan penerimaan kalung.

Data diperoleh berdasarkan angket yang telah didistribusikan kepada 100 responden (remaja 18-21 tahun) di kampus Universitas Negeri Jakarta, sesuai dengan karakteristik yang telah ditentukan yaitu remaja (mahasiswa) yang berada di kampus Universitas Negeri Jakarta.

4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen

4.2.1 Uji Validitas

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisioner yang telah dikonsultasikan ke 2 dosen ahli kemudian diuji cobakan dengan 100 responden. Kuisioner berupa pernyataan yang seluruhnya berjumlah 30 butir soal. Nilai r sebesar 0,361. Keputusan masing-masing pernyataan: bila nilai r hitung (corrected item-total correlation) $>$ r table (0,361), maka pernyataan tersebut valid.

4.2.2 Uji Reabilitas

Setelah semua pernyataan tersebut telah valid semua, analisis dilanjutkan dengan uji reabilitas. Keputusannya: bila nilai r alpha $>$ r table, maka pernyataan tersebut reliabel. Nilai r alpha berarti uji reabilitas adalah sangat reliabel dan dapat dipergunakan sebagai alat pengumpulan data.

Table 4.1 (Reabilitas)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.937	30

4.3 Hasil Penelitian

4.3.1 Analisis Deskriptif Data Per Indikator Pernyataan

Pada bagian ini data akan disajikan dalam bentuk diagram batang dan deskripsi data per indikator. 4 indikator, hasil penelitian terdapat 100 responden remaja mahasiswa berusia 18-21 tahun yang berada di kampus Universitas Negeri Jakarta (UNJ). Tabel data hasil pernyataan kuesioner terdapat pada lampiran, berikut ini adalah deskripsi data per indicator.

Tabel 4.2 Daya terima remaja terhadap usia

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18	13	13.0	13.0	13.0
	19	25	25.0	25.0	38.0
	20	24	24.0	24.0	62.0
	21	38	38.0	38.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa rata-rata responden dalam penelitian ini berusia 21 tahun dengan persentase tertinggi sebanyak 38%. Masa remaja (*adolescence*) merupakan masa perkembangan yang merupakan masa transisi dari anak-anak menuju dewasa. Masa ini dimulai sekitar usia 10 hingga 12 tahun dan berakhir pada usia 18 hingga 21 tahun. Remaja pada umumnya memiliki rasa ingin tahu yang tinggi sehingga sesekali ingin mencoba, menghayal, dan merasa gelisah, serta berani melakukan pertentangan jika mereka disepelkan atau tidak dianggap. Untuk itu, mereka sangat memerlukan keteladanan, konsisten, serta komunikasi yang tulus dan empatik dari orang dewasa. Sifat-sifat remaja adalah 1) Mulai jelas sikapnya terhadap nilai-nilai hidup. 2) Jika pada masa pubertas mengalami keguncangan, dalam masa ini jiwanya mulai tampak tenang. 3) Sekarang ia mulai menyadari bahwa mengancam itu mudah, tetapi ternyata melaksanakan itu sukar. 4) Ia menunjukkan perhatiannya kepada masalah kehidupan yang sebenarnya.

A. Teori Unsur Desain

Unsur desain adalah unsur-unsur yang digunakan untuk mewujudkan desain sehingga orang lain dapat membaca desain tersebut. Unsur-unsur tersebut unsur-unsur yang dapat dilihat atau sering disebut dengan unsur visual. Melalui unsur-unsur desain ini terdiri atas garis, bentuk, tekstur, ukuran, *value* dan warna.

B. Teori prinsip Desain

Prinsip desain adalah suatu cara, teknik atau petunjuk bagaimana menerapkan unsur-unsur kedalam suatu desain. prinsip-prinsip desain ini meliputi: harmoni/kesatuan, proporsi, keseimbangan, *aksen*/pusat perhatian dan irama.

4.1 Daya terima remaja terhadap bentuk desain aksesoris *pull tabs* minuman kaleng model 1,2,3,4 dan 5

Bentuk sangat penting dalam membuat produk, bentuk merupakan ciri khas suatu produk. Bentuk yang dikenal ada 2 macam, yaitu bentuk geometri dan bentuk non geometri.

Table 4.3 Daya terima terhadap bentuk desain kalung

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Suka	3	3.0	3.0	3.0
Suka	47	47.0	47.0	50.0
Sangat Suka	50	50.0	50.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa aksesoris *pull tabs* minuman kaleng dapat diterima dengan baik oleh remaja umur 18 – 21 tahun dengan 100 reponden, dengan persentase sebanyak 50%, memilih sangat suka 47% memilih suka, dan 3% memilih tidak suka terhadap bentuk desain. Karena sesuai dengan karakteristik remaja yang memiliki bentuk yang kecil, unik/menarik.

4.2 Keseimbangan produk kalung *pull tabs* minuman kaleng model 1, 2, 3, 4 dan 5

Table 4.4 Keseimbangan produk kalung

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Suka	50	50.0	50.0	50.0
Sangat Suka	50	50.0	50.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa aksesoris *pull tabs* minuman kaleng dapat diterima dengan baik oleh remaja umur 18 – 21 tahun dengan 100 reponden, dengan persentase sebanyak 50% memilih sangat suka, dan 50% memilih suka terhadap keseimbangan kalung. Karena kalung *pull tabs* sudah memiliki hubungan yang menyenangkan antara warna dan bentuk aksesoris.

4.3 Daya terima terhadap ukuran kalung *pull tabs* minuman kaleng model 1,2,3,4, dan 5

Table 4.5 Daya terima terhadap ukuran kalung

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Suka	2	2.0	2.0	2.0
Suka	58	58.0	58.0	60.0
Sangat Suka	40	40.0	40.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa aksesoris *pull tabs* minuman kaleng dapat diterima dengan baik oleh remaja umur 18 – 21 tahun dengan 100 reponden, dengan persentase sebanyak 40% memilih sangat suka, dan 58% memilih suka dan 2% memilih tidak suka terhadap ukuran kalung. Karena sesuai dengan karakteristik remaja yang memiliki ukuran kecil yang nyaman untuk digunakan.

4.4 Daya terima terhadap warna kalung *pull tabs* minuman kaleng model 1,2,3,4 dan 5

Tabel 4.6 Daya terima terhadap warna kalung

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Suka	51	51.0	51.0	51.0
Sangat Suka	49	49.0	49.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa aksesoris *pull tabs* minuman kaleng dapat diterima dengan baik oleh remaja umur 18 – 21 tahun dengan 100 reponden, dengan persentase sebanyak 49% memilih sangat suka, dan 51% memilih tidak suka terhadap warna kalung. Karena sesuai dengan karakteristik remaja yang menyukai warna aksesoris yang cerah, terang, ceria untuk menjadi membuat mereka menjadi pusat perhatian.

4.5 Keinginan pakai terhadap produk kalung *pull tabs* minuman kaleng model 1,2,3,4 dan 5

Tabel 4.7 Keinginan pakai terhadap produk kalung

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Ingin	6	6.0	6.0	6.0
Ingin	64	64.0	64.0	70.0
Sangat Ingin	30	30.0	30.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa aksesoris *pull tabs* minuman kaleng dapat diterima dengan baik oleh remaja umur 18 – 21 tahun dengan 100 reponden, dengan persentase sebanyak 30% memilih sangat ingin, 64% memilih ingin, dan 6% memilih tidak ingin terhadap keinginan memakai. Karena remaja memiliki rasa tahu yang tinggi sehingga ingin mencoba hal yang baru, dan berani melakukan pertentangan.

C. Teori Harga

Menurut Kotler, harga adalah jumlah keseluruhan nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat yang didapatkan atau digunakannya atas produk dan jasa. Produk dengan harga yang terlalu rendah dapat dianggap memiliki kualitas rendah. Memiliki barang-barang mahal juga menunjukkan bahwa pemilik produk-produk tersebut mampu membayar barang mahal.

4.6 Penerimaan terhadap harga produk

Tabel 4.8 Penerimaan terhadap harga produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rp.100.000-Rp.125.000	15	15.0	15.0	15.0
	Rp.75.000-Rp.100.000	42	42.0	42.0	57.0
	Rp.50.000-rp.75.000	43	43.0	43.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas daya terima remaja terhadap harga kalung dari *pull tabs* minuman kaleng dengan presentase terbanyak 43% memilih harga kalung Rp.50.000 sampai dengan Rp.75.000, 42% memilih harga Rp.75.000 sampai dengan Rp.100.000, sedangkan 15% memilih harga Rp.100.000 sampai dengan Rp.125.000. Harga menjadi salah satu aspek penting dalam memasarkan suatu prodak. Harga Rp.50.000 sampai dengan Rp.75.000 merupakan harga yang sesuai, karena dalam menentukan harga memperhatikan faktor kualitas produk, desain, ketahanan produk, kenyamanan pakai yang baik.

4.4 Interpretasi Data Keseluruhan

Tabel 4.9 Daya terima remaja terhadap aksesoris dari *pull tabs*

daya terima remaja terhadap aksesoris dari *pull tabs*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Suka	51	51.0	51.0	51.0
	Sangat Suka	49	49.0	49.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa daya terima remaja terhadap aksesoris kalung dari *pull tabs* memiliki daya terima yang baik. Dilihat berdasarkan aspek bentuk, ukuran, warna, keinginan pakai, dan penerimaan harga. Dengan persentase 51% responden menyatakan suka, dan 49% responden menyatakan sangat suka.

4.5 Kelemahan Penelitian

Meskipun penelitian ini sudah dilakukan secara optimal dengan memberikan penjelasan tentang daya terima remaja terhadap aksesoris dari *pull tabs* minuman kaleng. Namun masih banyak terdapat kelemahan didalamnya yang disebabkan karena keterbatasan. Kelemahan-kelemahan penelitian tersebut secara umum adalah sebagai berikut:

1. Dalam pengisian kuesioner, pada saat penyebaran angket peneliti kesulitan untuk memahami responden dikarenakan waktu yang terbatas.

-
2. Dalam mengisi kuesioner diharapkan responden dapat teliti. Namun tidak menutup kemungkinan adanya kelalaian dalam pengisian kuesioner oleh responden.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengedaran angket pada 100 responden di kampus Universitas Negeri Jakarta (UNJ), hasil penelitian ini bahwa daya terima remaja terhadap aksesoris dari *pull tabs* minuman kaleng bahwa lebih dari separuh responden memberikan reaksi yang baik terhadap aksesoris dari *pull tabs* minuman kaleng.

Terdapat 4 indikator yang mempengaruhi daya terima remaja terhadap aksesoris dari *pull tabs* minuman kaleng, yakni bentuk desain kalung, warna kalung, ukuran kalung dan penerimaan terhadap harga kalung.

Dari ke 4 indikator tersebut, hasil menunjukkan bahwa reaksi daya terima pada keseimbangan kalung 94% paling tinggi dibandingkan dengan pernyataan lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa reaksi terhadap desain kalung yaitu bentuk desain, warna, ukuran dan penerimaan harga merupakan suatu kesukaan yang ditunjukkan oleh responden. Dari kelima desain kalung, maka kalung model 2 adalah kalung yang paling menarik, disukai, dan ingin dipakai oleh remaja atau kalung yang paling diterima oleh remaja. Dalam hal ini produk aksesoris dari *pull tabs* minuman kaleng diterima dengan baik.

5.2 Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka implikasi yang diperoleh berdasarkan hasil penelitian adalah:

1. Dengan adanya daya terima remaja terhadap aksesoris dari *pull tabs* minuman kaleng dapat menjadi pilihan baru sebagai inspirasi dalam pembuatan aksesoris.
2. Mengembangkan ide, kreatif serta kemampuan mahasiswa dalam membuat sesuatu yang biasa menjadi hal yang lebih bernilai.
3. Menumbuhkan jiwa kreatif mahasiswa yang mampu membuat sesuatu yang baru dan unik.
4. Sebagai salah satu referensi bagi Universitas Negeri Jakarta dalam penelitian selanjutnya mengenai daya terima pada bahan limbah sebagai aksesoris.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian diatas daya terima remaja terhadap aksesoris dari *pull tabs* minuman kaleng yang telah dijabarkan, maka diharapkan:

1. Bagi mahasiswa Pendidikan Tata Busana agar lebih kreatif untuk membuat suatu produk yang lebih unik dan menarik sebagai salah satu wujud karya yang dapat dihasilkan dari mata kuliah yang telah ditetapkan.
2. Diharapkan lebih banyak lagi menggunakan teknik-teknik yang dapat digunakan dalam membuat aksesoris.
3. Penelitian ini hendaknya dijadikan acuan bahwa setiap sesuatu yang sudah dianggap sebagai barang yang sudah tidak mempunyai nilai atau tidak

berharga seperti limbah *pull tabs* minuman kaleng dapat menjadi sesuatu yang sangat bernilai dalam hal ekonomi.

DAFTAR PUSTAKA

SUMBER BUKU:

- Bimo Walgito, 2001. *Psikologi Sosial*. Yogyakarta: Andi
- Budiarto Teguh dan Fandi Ciptono, 1997, *Pemasaran Internasional*. Yogyakarta: BPFE
- Chodijah dan Moh. Alim Zaman, MP.d, 2001. *Desain Mode Tingkat Dasar*. Jakarta: Meutia Cipta Sarana
- Dini Lestari S.Sn, 2008. *Membuat Aneka Perhiasan dari Manik-manik*. Jakarta: Demedia Pustaka
- Doriza Shinta dkk, 2009. *Penelitian Pendidikan*. Depok: Ulimnuha Press
- Singgih D, Gunarsa. dan Ny. Y. Singgih Gunarsa, 2004. *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentangan Kehidupan Edisi 5*. Jakarta: Erlangga
- Hurlock, Elizabeth B. 1990. *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Erlangga
- Irawan soehartono, 2008. *Metode penelitian social suatu teknik penelitian bidang kesejahteraan social dan ilmu social lainnya*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Resni K. 2008 *Lets Make-Up By Wawa Sugimurwati*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Philip Kotler, 2005. *Manajemen Pemasaran* (Alih bahasa Benyamin Molan). Jilid 1. Jakarta: PT. INDEKS. (Buku asli diterbitkan tahun 2003).
- Moh Nazir, 2009. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Porrie Muliawan, 2007. *Dasar-dasar teknik menjahit*. Jakarta: PT. BPK Gunung Mulia
- Sadjiman, 2009. *Nirmala Elemen-elemen seni desain*. Yogyakarta: JALASUTRA
- Soekarno dan Lanawati Basuki, 2003. *Panduan Membuat Ilustrasi Busana Tingkat Dasar*. Jakarta: Kawan Pustaka
- Uci Soemarno, 2007. *Kalung chic dan unik buatan sendiri*, Jakarta: PT. Gramedia pustaka utama
- Sudaryono, Gaguk Mrgo, Wardani Rahayu, 2013, *pengembangan instrument penelitian pendidikan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono,2010. *Penelitian pendidikan*. Bandung: ALFABETA
- Sukardi, 2003. *Metodologi penelitian pendidikan*, Yogyakarta: PT. Bumi

Tim penyusun Kamus Pusat Bahasa, (2002). *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi ketiga*. Jakarta: Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional.

Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, 1990, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka

Zulkifli., *Psikologi Perkembangan*, Bandung, Remaja Rosdakarya, 2009

SUMBER INTERNET:

Rima, 2014. *Spring/Summer 2015 Accessory Trends* <http://www.fashionisers.com/trends/spring-summer-2015-accessory-trends/>. Akses tanggal 20 Maret 2015

Dharmesta, 2011. Meraih Untung dengan Mengolah Kaleng Bekas 2011. <http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2011/04/18/09220974/Meraih.Untung.dengan.Mengolah.Kaleng.Bekas>. Akses Tanggal 5 Desember 2014

Anonim, 2014. Trend Motif Tribal <http://m.kompasiana.com/post/read/634693/1/motif-tribal-trend-di-2014.html>. Akses Tanggal 3 Mei 2015

<http://www.republika.co.id/berita/ekonomi/makro/15/10/12/nw3398361-pemerintah-tetapkan-12-sektor-prioritas-hadapi-mea>

<http://www.harnas.co/2014/11/08/pesona-aksesori-dari-sampah-non-organik>

SUMBER SKRIPSI:

Zahra, Roslina. *Kualitas Hasil Aksesori Kalung Dari Sampah Minuman Kaleng*. Jakarta: Universitas Negeri Jakarta, 2015



**Table 3.1 Kisi-kisi Instrumen Daya Terima Remaja Terhadap Kalung
Dari *Pull Tabs* Minuman Kaleng**

Variabel	Indikator	Item Butir	Jumlah
Daya terima remaja terhadap aksesoris dari <i>pull tabs</i> minuman kaleng	Bentuk desain kalung	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	10
	Ukuran kalung	11,12,13,14,15	5
	Warna kalung	16,17,18,19,20,21,22,23,24,25	10
	Penerimaan terhadap harga produk	26,27,28,29,30	5
Jumlah			30

Kisi-kisi pernyataan tentang: **Daya Terima Remaja Terhadap Aksesoris dari**
***Pull Tabs* Minuman Kaleng**

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	<p>- Daya terima terhadap bentuk desain kalung</p> <p>Bentuk desain produk kalung <i>pull tabs</i> nomor 1</p>				
2.	Bentuk desain produk kalung <i>pull tabs</i> nomor 2				
3.	Bentuk desain produk kalung <i>pull tabs</i> nomor 3				
4.	Bentuk desain produk kalung <i>pull tabs</i> nomor 4				
5.	Bentuk desain produk kalung <i>pull tabs</i> nomor 5				
6.	<p>- Keseimbangan produk kalung</p> <p>Keseimbangan bentuk desain kalung nomor 1</p>				
7.	Keseimbangan bentuk desain kalung nomor 2				
8.	Keseimbangan bentuk desain kalung nomor 3				
9.	Keseimbangan bentuk desain kalung nomor 4				
10.	Keseimbangan bentuk desain kalung nomor 5				
11.	<p>- Daya terima terhadap ukuran kalung</p> <p>Proposional ukuran produk kalung <i>pull tabs</i> nomor 1</p>				
12.	Proposional ukuran produk kalung <i>pull tabs</i> nomor 2				
13.	Proposional ukuran produk kalung <i>pull tabs</i> nomor 3				
14.	Proposional ukuran produk kalung <i>pull tabs</i> nomor 4				
15.	Proposional ukuran produk kalung <i>pull tabs</i> nomor 5				

	- Daya terima terhadap warna kalung				
16.	Kombinasi warna kalung <i>pull tabs</i> nomor 1				
17.	Kombinasi warna kalung <i>pull tabs</i> nomor 2				
18.	Kombinasi warna kalung <i>pull tabs</i> nomor 3				
19.	Kombinasi warna kalung <i>pull tabs</i> nomor				
20.	Kombinasi warna kalung <i>pull tabs</i> nomor 5				
	Pernyataan	SI	I	TI	STI
	- Keinginan pakai terhadap produk kalung				
21.	Keinginan memakai kalung nomor 1				
22.	Keinginan memakai kalung nomor 2				
23.	Keinginan memakai kalung nomor 3				
24.	Keinginan memakai kalung nomor 4				
25.	Keinginan memakai kalung nomor 5				

Penerimaan terhadap harga produk kalung

26. Harga kalung nomor 1

- | | |
|-----------------------------|------------------------------|
| a. Rp. 50.000 – Rp. 75.000 | c. Rp. 100.000 – Rp. 125.000 |
| b. Rp. 75.000 – Rp. 100.000 | d. Rp. 125.000 – Rp. 150.000 |

27. Harga kalung nomor 2

- | | |
|-----------------------------|------------------------------|
| a. Rp. 50.000 – Rp. 75.000 | c. Rp. 100.000 – Rp. 125.000 |
| b. Rp. 75.000 – Rp. 100.000 | d. Rp. 125.000 – Rp. 150.000 |

28. Harga kalung nomor 3

a. Rp. 50.000 – Rp. 75.000

c. Rp. 100.000 – Rp. 125.000

b. Rp. 75.000 – Rp. 100.000

d. Rp. 125.000 – Rp. 150.000

29. Harga kalung nomor 4

a. Rp. 50.000 – Rp. 75.000

c. Rp. 100.000 – Rp. 125.000

b. Rp. 75.000 – Rp. 100.000

d. Rp. 125.000 – Rp. 150.000

30. Harga kalung nomor 5

a. Rp. 50.000 – Rp. 75.000

c. Rp. 100.000 – Rp. 125.000

b. Rp. 75.000 – Rp. 100.000

d. Rp. 125.000 – Rp. 150.000

ANGKET

1. IDENTITAS RESPONDEN

Nama:

Usia:

2. PETUNJUK PENGISIAN

- a. Bacalah dengan baik setiap pernyataan dalam angket ini
- b. Berilah tanda ceklis (✓) pada salah satu kolom jawaban yang tersedia sesuai dengan pendapat Anda

SS : SANGAT SUKA SI : SANGAT INGIN

S : SUKA I : INGIN

TS : TIDAK SUKA TS : TIDAK INGIN

STS : SANGAT TIDAK SUKA STI : SANGAT TIDAINGIN

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
	- Daya terima terhadap bentuk desain kalung				
1.	Bentuk desain produk kalung <i>pull tabs</i> nomor 1				
2.	Bentuk desain produk kalung <i>pull tabs</i> nomor 2				
3.	Bentuk desain produk kalung <i>pull tabs</i> nomor 3				
4.	Bentuk desain produk kalung <i>pull tabs</i> nomor 4				
5.	Bentuk desain produk kalung <i>pull tabs</i> nomor 5				
	- Keseimbangan produk kalung				
6.	Keseimbangan bentuk desain kalung nomor 1				
7.	Keseimbangan bentuk desain kalung nomor 2				
8.	Keseimbangan bentuk desain kalung nomor 3				
9.	Keseimbangan bentuk desain kalung nomor 4				
10.	Keseimbangan bentuk desain kalung nomor 5				
	- Daya terima terhadap ukuran kalung				
11.	Proposional ukuran produk kalung <i>pull tabs</i> nomor 1				
12.	Proposional ukuran produk kalung <i>pull tabs</i> nomor 2				
13.	Proposional ukuran produk kalung <i>pull tabs</i> nomor 3				
14.	Proposional ukuran produk kalung <i>pull tabs</i> nomor 4				
15.	Proposional ukuran produk kalung <i>pull tabs</i> nomor				

	5				
	- Daya terima terhadap warna kalung				
16.	Kombinasi warna kalung <i>pull tabs</i> nomor 1				
17.	Kombinasi warna kalung <i>pull tabs</i> nomor 2				
18.	Kombinasi warna kalung <i>pull tabs</i> nomor 3				
19.	Kombinasi warna kalung <i>pull tabs</i> nomor 4				
20.	Kombinasi warna kalung <i>pull tabs</i> nomor 5				
	- Keinginan pakai terhadap produk kalung	SI	I	TI	STI
21.	Keinginan memakai kalung nomor 1				
22.	Keinginan memakai kalung nomor 2				
23.	Keinginan memakai kalung nomor 3				
24.	Keinginan memakai kalung nomor 4				
25.	Keinginan memakai kalung nomor 5				

26. Harga kalung nomor 1

- | | |
|-----------------------------|------------------------------|
| a. Rp. 50.000 – Rp. 75.000 | c. Rp. 100.000 – Rp. 125.000 |
| b. Rp. 75.000 – Rp. 100.000 | d. Rp. 125.000 – Rp. 150.000 |

27. Harga kalung nomor 2

- | | |
|-----------------------------|------------------------------|
| a. Rp. 50.000 – Rp. 75.000 | c. Rp. 100.000 – Rp. 125.000 |
| b. Rp. 75.000 – Rp. 100.000 | d. Rp. 125.000 – Rp. 150.000 |

28. Harga kalung nomor 3

- | | |
|-----------------------------|------------------------------|
| a. Rp. 50.000 – Rp. 75.000 | c. Rp. 100.000 – Rp. 125.000 |
| b. Rp. 75.000 – Rp. 100.000 | d. Rp. 125.000 – Rp. 150.000 |

29. Harga kalung nomor 4

a. Rp. 50.000 – Rp. 75.000

c. Rp. 100.000 – Rp. 125.000

b. Rp. 75.000 – Rp. 100.000

d. Rp. 125.000 – Rp. 150.000

30. Harga kalung nomor 5

a. Rp. 50.000 – Rp. 75.000

c. Rp. 100.000 – Rp. 125.000

b. Rp. 75.000 – Rp. 100.000

d. Rp. 125.000 – Rp. 150.000

UJI VALIDITAS 30 RESPONDEN

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.937	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q1	86.97	198.654	.683	.933
Q2	86.97	201.757	.552	.935
Q3	86.70	201.459	.788	.933
Q4	87.00	199.862	.778	.933
Q5	86.73	201.375	.691	.934
Q6	86.83	205.178	.500	.936
Q7	86.80	206.028	.481	.936
Q8	86.67	202.920	.594	.935
Q9	87.00	203.172	.535	.935
Q10	86.93	200.754	.610	.934
Q11	87.13	201.154	.575	.935
Q12	86.87	205.568	.495	.936
Q13	86.90	201.403	.569	.935

Q14	86.97	204.033	.587	.935
Q15	86.87	206.120	.555	.935
Q16	86.90	203.748	.562	.935
Q17	86.97	201.620	.623	.934
Q18	86.53	206.533	.514	.935
Q19	86.70	203.597	.570	.935
Q20	86.73	205.237	.466	.936
Q21	87.50	204.879	.555	.935
Q22	87.17	204.695	.500	.936
Q23	86.87	202.395	.575	.935
Q24	87.33	201.126	.594	.934
Q25	87.30	204.355	.460	.936
Q26	87.07	198.478	.518	.936
Q27	87.00	200.690	.475	.936
Q28	87.40	199.834	.539	.935
Q29	87.17	198.282	.580	.935
Q30	87.07	198.271	.525	.936

HASIL PRESENTASE PERNYATAAN PERBUTIR

Dayaterimaterhadapbentukdesainkalung model 1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TidakSuka	19	19.0	19.0	19.0
Suka	62	62.0	62.0	81.0
SangatSuka	19	19.0	19.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Dayaterimaterhadapbentukdesainkalung model 2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TidakSuka	10	10.0	10.0	10.0
Suka	65	65.0	65.0	75.0
SangatSuka	25	25.0	25.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Dayaterimaterhadapbentukdesainkalung model 3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TidakSuka	8	8.0	8.0	8.0
Suka	53	53.0	53.0	61.0
SangatSuka	39	39.0	39.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Dayaterimaterhadapbentukdesainkalung model 4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SangatTidakSuka	1	1.0	1.0	1.0
TidakSuka	22	22.0	22.0	23.0
Suka	60	60.0	60.0	83.0
SangatSuka	17	17.0	17.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Dayaterimaterhadapbentukdesainkalung model 5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SangatTidakSuka	1	1.0	1.0	1.0
TidakSuka	12	12.0	12.0	13.0
Suka	47	47.0	47.0	60.0
SangatSuka	40	40.0	40.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Keseimbanganprodukkalung model 1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SangatTidakSuka	3	3.0	3.0	3.0
TidakSuka	11	11.0	11.0	14.0
Suka	60	60.0	60.0	74.0
SangatSuka	26	26.0	26.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Keseimbanganproduk kalung model 2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TidakSuka	6	6.0	6.0	6.0
Suka	67	67.0	67.0	73.0
SangatSuka	27	27.0	27.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Keseimbanganproduk kalung model 3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TidakSuka	8	8.0	8.0	8.0
Suka	49	49.0	49.0	57.0
SangatSuka	43	43.0	43.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Keseimbanganproduk kalung model 4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TidakSuka	27	27.0	27.0	27.0
Suka	52	52.0	52.0	79.0
SangatSuka	21	21.0	21.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Keseimbanganprodukkalung model 5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SangatTidakSuka	1	1.0	1.0	1.0
	TidakSuka	17	17.0	17.0	18.0
	Suka	45	45.0	45.0	63.0
	SangatSuka	37	37.0	37.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Dayaterimaterhadapukurankalung model 1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SangatTidakSuka	1	1.0	1.0	1.0
	TidakSuka	37	37.0	37.0	38.0
	Suka	50	50.0	50.0	88.0
	SangatSuka	12	12.0	12.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Dayaterimaterhadapukurankalung model 2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSuka	6	6.0	6.0	6.0
	Suka	70	70.0	70.0	76.0
	SangatSuka	24	24.0	24.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Dayaterimaterhadapukurankalung model 3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SangatTidakSuka	2	2.0	2.0	2.0
	TidakSuka	12	12.0	12.0	14.0
	Suka	57	57.0	57.0	71.0
	SangatSuka	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Dayaterimaterhadapukurankalung model 4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SangatTidakSuka	1	1.0	1.0	1.0
	TidakSuka	32	32.0	32.0	33.0
	Suka	56	56.0	56.0	89.0
	SangatSuka	11	11.0	11.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Dayaterimaterhadapukurankalung model 5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SangatTidakSuka	2	2.0	2.0	2.0
	TidakSuka	12	12.0	12.0	14.0
	Suka	62	62.0	62.0	76.0
	SangatSuka	24	24.0	24.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Dayaterimaterhadapwarnakalung model 1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TidakSuka	12	12.0	12.0	12.0
Suka	63	63.0	63.0	75.0
SangatSuka	25	25.0	25.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Dayaterimaterhadapwarnakalung model 2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TidakSuka	14	14.0	14.0	14.0
Suka	60	60.0	60.0	74.0
SangatSuka	26	26.0	26.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Dayaterimaterhadapwarnakalung model 3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TidakSuka	13	13.0	13.0	13.0
Suka	56	56.0	56.0	69.0
SangatSuka	31	31.0	31.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Dayaterimaterhadapwarnakalung model 4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SangatTidakSuka	1	1.0	1.0	1.0
	TidakSuka	18	18.0	18.0	19.0
	Suka	57	57.0	57.0	76.0
	SangatSuka	24	24.0	24.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Dayaterimaterhadapwarnakalung model 5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SangatTidakSuka	1	1.0	1.0	1.0
	TidakSuka	19	19.0	19.0	20.0
	Suka	44	44.0	44.0	64.0
	SangatSuka	36	36.0	36.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Keinginanpakaiterhadapproduk kalung model 1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SangatTidakIngin	2	2.0	2.0	2.0
	TidakIngin	46	46.0	46.0	48.0
	Ingin	45	45.0	45.0	93.0
	SangatIngin	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Dayaterimaterhadapwarnakalung model 2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakIngin	20	20.0	20.0	20.0
	Ingin	62	62.0	62.0	82.0
	SangatIngin	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Dayaterimaterhadapwarnakalung model 3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SangatTidakIngin	1	1.0	1.0	1.0
	TidakIngin	21	21.0	21.0	22.0
	Ingin	51	51.0	51.0	73.0
	SangatIngin	27	27.0	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Dayaterimaterhadapwarnakalung model 4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SangatTidakIngin	3	3.0	3.0	3.0
	TidakIngin	45	45.0	45.0	48.0
	Ingin	41	41.0	41.0	89.0
	SangatIngin	11	11.0	11.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Dayaterimaterhadapwarnakalung model 5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SangatTidakIngin	2	2.0	2.0	2.0
TidakIngin	23	23.0	23.0	25.0
Ingin	39	39.0	39.0	64.0
SangatIngin	36	36.0	36.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Penerimaanterhadaphargaproduk model 1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Rp. 125.000 - Rp. 150.000	4	4.0	4.0	4.0
Rp. 100.000 - Rp. 125.000	18	18.0	18.0	22.0
Rp. 75.000 - Rp. 100.000	29	29.0	29.0	51.0
Rp. 50.000 - Rp. 75.000	49	49.0	49.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Penerimaanterhadaphargaproduk model 2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Rp. 125.000 - Rp. 150.000	6	6.0	6.0	6.0
Rp. 100.000 - Rp. 125.000	14	14.0	14.0	20.0
Rp. 75.000 - Rp. 100.000	41	41.0	41.0	61.0
Rp. 50.000 - Rp. 75.000	39	39.0	39.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Penerimaanterhadaphargaproduk model 3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rp. 125.000 - Rp. 150.000	8	8.0	8.0	8.0
	Rp. 100.000 - Rp. 125.000	33	33.0	33.0	41.0
	Rp. 75.000 - Rp. 100.000	49	49.0	49.0	90.0
	Rp. 50.000 - Rp. 75.000	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Penerimaanterhadaphargaproduk model 4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rp. 125.000 - Rp. 150.000	11	11.0	11.0	11.0
	Rp. 100.000 - Rp. 125.000	19	19.0	19.0	30.0
	Rp. 75.000 - Rp. 100.000	39	39.0	39.0	69.0
	Rp. 50.000 - Rp. 75.000	31	31.0	31.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Penerimaanterhadaphargaproduk model 5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rp. 125.000 - Rp. 150.000	19	19.0	19.0	19.0
	Rp. 100.000 - Rp. 125.000	26	26.0	26.0	45.0
	Rp. 75.000 - Rp. 100.000	38	38.0	38.0	83.0
	Rp. 50.000 - Rp. 75.000	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

HASIL PRESENTASE PERNYATAAN PER INDIKATOR

Bentukdesainkalung

Bentukdesain

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TidakSuka	3	3.0	3.0	3.0
Suka	47	47.0	47.0	50.0
SangatSuka	50	50.0	50.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Bentukdesainkalung

Keseimbanganproduk

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Suka	50	50.0	50.0	50.0
SangatSuka	50	50.0	50.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Ukurankalung

Ukurankalung

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TidakSuka	2	2.0	2.0	2.0
Suka	58	58.0	58.0	60.0
SangatSuka	40	40.0	40.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Ukurakalung

Keinginanp

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakIngin	6	6.0	6.0	6.0
	Ingin	64	64.0	64.0	70.0
	SangatIngin	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Warnakalung

Warnakalung

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Suka	51	51.0	51.0	51.0
	SangatSuka	49	49.0	49.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Penerimaanterhadaphargapoduk

Hargakalung

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rp.100.000-Rp.125.000	15	15.0	15.0	15.0
	Rp.75.000-Rp.100.000	42	42.0	42.0	57.0
	Rp.50.000-rp.75.000	43	43.0	43.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

PRODUK KALUNG DARI *PULL TABS* MINUMAN KALENG



Gambar Kalung model 1



Gambar Kalung Model 2



Gambar Kalung Model 3



GambarKalung Model 4



GambarKalung Model 5

RIWAYAT HIDUP PENULIS



Maesaroh, lahir di Serang, 25 Oktober, 1986, merupakan anak ke-8 dari 9 bersaudara dari pasangan Bapak Karna dan Alm Ibu Sunaenah. Penulis berkebangsaan Indonesia dan beragama Islam. Kini penulis beralamat Jl. Pegadungan Anyer, Kp. siring, Desa Tj. Manis, Kec. Anyer Serang Banten.

Adapun riwayat pendidikan penulis, yaitu SDN Pematang Waringin Anyer lulus tahun 1999, SMP Negeri 1 Anyer lulus tahun 2002, dan melanjutkan ke Madrasah Aliyah Raudlatul Ulum Anyer lulus tahun 2005. Lalu kursus menjahit di Gayatri pada tahun 2006. Setelah itu tahun 2010 kuliah di Universitas Negeri Jakarta Jurusan Tata Busana S1. Pada semester akhir tahun 2017 penulis telah menyelesaikan Skripsi yang berjudul “*Daya Terima Remaja Terhadap Aksesoris dari Pull Tabs Minuman Kaleng*”.