

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Fashion menjadi hal terpenting dalam kehidupan sehari-hari baik dalam hal penampilan maupun gaya keseharian yang bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan diri dan sebagai alat komunikasi untuk menyampaikan identitas pribadi atau penilaian seseorang. Di dalam masyarakat, persoalan gaya merupakan hal yang segalanya. Setiap orang diminta untuk bisa memainkan dan mengontrol peranan mereka sendiri dan semua manusia adalah performer. Gaya pakaian, gayarambut, dan aksesoris-aksesoris lainnya merupakan bagian dari pertunjukan identitas dan kepribadian diri. Pakaian tidak hanya sebagai penutup dan penunjang penampilan, melainkan dapat mencerminkan kepribadian seseorang.

Perkembangan teknologi masa kini sangatlah pesat membuat kepribadian seseorang lebih terbuka pada pengetahuan global dalam berbagai bidang salah satunya bidang *fashion*, hal ini didukung oleh berbagai sisi positif, baik desainer yang semakin potensial, tingkat perekonomian yang baik, hingga area ritel semakin berkembang pesat.

Nilai positif dari perkembangan teknologi dibidang *fashion* contohnya perkembangan jual beli produk *fashion* melalui media sosial, yang pada zaman dahulu penjual atau perusahaan hanya dapat menjual produknya melalui store ataupun toko di daerah masing-masing dan pembeli hanya dapat membeli produk *fashion* yang mereka inginkan di toko tersebut, akan tetapi pada zaman sekarang ini sering kita temui banyak orang yang menjual produknya melalui platform media sosial dan pembeli dapat membeli produk yang mereka inginkan dimanapun lokasi toko. Meskipun perkembangan teknologi zaman semakin signifikan, masih ada sisi negatif dari perkembangan zaman sekarang ini, yaitu banyak pembeli yang belum mengetahui atau sedikit pengetahuan tentang perbedaan fashion bermerek dengan brand orisinal atau asli dengan fashion bermerek yang tiruan atau palsu di platform media sosial seperti Instagram, tiktok, ataupun online shop lainnya.

Berdasarkan permasalahan tersebut akan dilakukan implementasi metode *deep learning* yaitu CNN atau *Convolution Neural Network*, yang dapat digunakan

untuk mengklasifikasi citra objek berdasarkan karakteristiknya. Dimana dalam metode CNN atau *Convolution Neural Network* dapat melakukan analisis berdasarkan karakteristik tertentu dari objek yang akan diklasifikasi pada pengalaman di masa sebelumnya (Eka Putra, 2016).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, adapun rumusan masalah yang terdapat pada penelitian ini, yaitu :

1. Bagaimana cara menerapkan perbedaan produk *brand fashion* yang orisinal atau tiruan dengan menggunakan metode CNN ?
2. Bagaimana cara membuat *prototype* android untuk jenis *brand fashion* nike ?

1.3 Tujuan

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan sebagai :

3. Melakukan klasifikasi untuk mengetahui perbedaan produk *fashion* dengan memakai *brand orisinal* dan *tiruan* menggunakan metode CNN
4. Membantu konsumen mengetahui *brand fashion* Nike tiruan atau orisinal dengan menggunakan *prototype* aplikasi android untuk jenis *brand fashion* nike.

1.4 Batasan Masalah

Adapun Batasan dari penelitian ini yaitu:

5. Produk yang digunakan meliputi sepatu, topi, dan t-shirt.
6. Brand yang digunakan hanya dari *brand Nike*
7. Area citra yang diambil untuk produk sepatu, *t-shirt* dan topi dari logo.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan kemudahan konsumen untuk membedakan antara *brand* produk orisinal atau *brand* produk tiruan.