

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring perkembangan zaman yang semakin maju, salah satu dampak buruk dari kemajuan adalah sifat konsumtif yang berkembang pada masyarakat saat ini. Pengaruh dari faktor lingkungan, merasa konsumsi konstan sebagai pembentukan identitas, tekanan membandingkan diri sendiri dengan orang lain, dan mengharuskan membeli barang yang ‘cocok’, bisa memunculkan sifat konsumtif itu sendiri (Fletcher, 2008). Yang terkena dampak utama adalah anak muda yang kebanyakan adalah perempuan. Seiring berkembangnya tekstil di dunia fesyen pada era ini, membuat para penggiat fesyen dan para *brand* fesyen berlomba-lomba memproduksi fesyen. Dari ujung kepala hingga ujung kaki yang dikenakan, dapat kita saksikan semua adalah bagaian dari fesyen. Kita sebagai konsumen seakan tidak mau kalah berlomba-lomba untuk membeli barang-barang fesyen yang terkini. Tidak akan sulit menemukan toko baju atau butik-butik pada zaman sekarang, tak terkecuali toko fesyen dalam jaringan pun sudah banyak sekali. Mode ini disebut dengan *fast fashion*. *Fast fashion* adalah gerai retail yang membuat *fashion* secara kilat dan murah untuk kebutuhan para konsumen tanpa memikirkan dampaknya.

Akibatnya, semakin banyak sampah sisa dari konsumen maupun produsen fesyen itu sendiri. Semakin sering masyarakat mengkonsumsi fesyen maka, semakin banyak juga limbah-limbah yang dihasilkan oleh produsen. Di TPST Bantargebang, menurut situs Portal Resmi Unit Pengelola Sampah Terpadu Dinas Lingkungan Hidup Provinsi DKI Jakarta sampah yang datang pada TPST tersebut diperkirakan 7.400 ton/hari dan akan terus bertambah setiap tahunnya, tidak dipungkiri juga menurut Gubernur DKI Jakarta, Anies Baswedan, TPST Bantargebang dikabarkan akan *overload* pada 2021.

Pada media digital saat ini, sedang ramai digalakkan kampanye kepedulian terhadap lingkungan, karena adanya pengaruh dari limbah-limbah yang dihasilkan oleh manusia telah mengotori lingkungan, termasuk limbah tekstil. Menurut Zero Waste Indonesia, industri *fashion* adalah penyumbang pencemaran terbesar setelah minyak. Memang bukan hanya sekedar isu, bahwa pewarna tekstil dan bahan material tekstil yang di produksi di pabrik menggunakan bahan kimia dan bahan sintesis yang sulit terurai, seperti *Polyester* dan *Nylon*, itu menurut *Co-Founder of Parompong R.A.W Management. Fast fashion* contoh yang paling nyata pada saat ini. Cara kerja retail ini dengan memproduksi barang yang lebih murah dan cepat, diharapkan agar segera dikonsumsi oleh masyarakat tanpa memikirkan dampak pada lingkungan. Industri *fashion* juga banyak dikonsumsi pada saat ini karena dianggap sebagai kebutuhan dan mengkomunikasikan identitas. Menurut Edgexpo.com Industri ini seharusnya paling banyak bertanggung jawab atas pemanasan *global*.

Salah satu komunitas yang bergerak dalam bidang ini adalah Zero Waste Indonesia. Mereka mengkampanyekan masalah ini dengan membuat kegiatan saling bertukar baju-baju dengan pengguna fesyen yang lain tanpa harus membeli. Kegiatan ini dinaungi oleh Zero Waste Indonesia dengan nama #TukarBaju. Bisa juga dikatakan acara #TukarBaju ini memberi solusi dengan konsep *Reusable Fashion*. Namun, sesungguhnya budaya dan pelaku *reusable fashion* sejatinya sudah ada sejak lama. Disekitar provinsi Jawa Tengah, menyebutnya dengan *lungsuran*. *Lungsuran* dalam Bahasa Jawa artinya pakaian bekas (barang lama). Sejak kecil kita sudah di sodori oleh baju-baju turunan dari orang tua, kakak, atau saudara kita yang mungkin sudah tidak muat lagi atau malah mereka sudah bosan memakainya, lalu diberikan kepada kita. Seiring perkembangan mode, budaya *lungsuran* sudah berkurang karena dianggapnya mode baju yang di turunkan pada kita saat ini sudah kuno atau sudah bukan era-nya. Padahal baju-baju *lungsuran* yang di berikan ke kita

masih bisa mengikuti perkembangan mode, dengan cara merombak beberapa bagian agar lebih terlihat masa kini.

Pada karya ini,, penulis bukan sekedar memperlihatkan dampak lingkungan yang diakibatkan oleh limbah fesyen. Dengan konsep *fashion film*. *Fashion film* menurut London Fashion Film Festival adalah bentuk komunikasi yang menonjolkan apa yang dikenakan oleh model dalam bentuk *audiovisual advertisements, film, short films, video clips and video art*. Di harapkan, penulis bisa menarik minat konsumen fesyen yang notabene adalah perempuan-perempuan muda khususnya di Jakarta Selatan. Jakarta hingga saat ini masih menjadi Ibu Kota negara Indonesia. Jakarta Selatan, bisa disebut menjadi pusatnya anak-anak muda, yang bisa menjadi pusatnya konsumsi fesyen khususnya anak-anak muda yang notabene perempuan. *Reusable Fashion* sendiri, adalah salah satu turunan dari konsep *Sustainable Fashion*, menurut The Good Trades. *Reusable fashion* adalah strategi memakai kembali barang-barang fesyen. Berporos pada *Sustainable Fashion*, penulis akan mencoba fokus kepada konsumen fesyen untuk memberikan solusi-solusi lainnya dengan konsep *fashion* berkelanjutan. Diharapkan *fashion film* ini bisa menyampaikan pesan bijak mengkonsumsi fesyen dan melihat peluang memberi pertolongan pada lingkungan hidup agar lebih baik.

1.2 Permasalahan

Masyarakat konsumtif saat ini belum terbuka atas dampak perbuatannya pada lingkungan khususnya di Kota besar yaitu, Jakarta Selatan. Masyarakat saat ini terlalu banyak hanya memikirkan sebuah keinginan konsumsi yang berlebih. Padahal konsumen juga bisa melakukan kegiatan yang tidak melulu tentang konsumsi, konsepnya disebut dengan *sustainable fashion* ini yang dimana kita bisa lebih menghargai sesuatu yang kita pakai.

1.2.1 Identifikasi Masalah

1. Pengaruh sifat konsumtif untuk lingkungan sekitar.
2. Kegiatan *lungsuran* sudah mulai dilupakan.
3. Belum banyak *fashion film* yang menyuarakan tentang konsep *sustainable fashion*.
4. Belum banyak ditemukan brand fashion yang menggunakan konsep *sustainable fashion*, khususnya di Indonesia.
5. Minimnya pengetahuan masyarakat tentang konsep *sustainable fashion*.

1.2.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana mengenalkan kembali kegiatan *lungsuran* pada konsumen fesyen dengan praktik solusi *sustainable fashion* agar dengan mudah diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari?
2. Bagaimana cara sutradara menyampaikan visual *fashion film* dengan konsep *sustainable fashion* agar diterima oleh konsumen fesyen yang kebanyakan adalah perempuan?

1.3 Ruang Lingkup

1. Apa

Penelitian ini membahas tentang solusi inovasi berupa konsep *fashion* berkelanjutan untuk konsumen fesyen agar lebih bijak mengkonsumsi fesyen.

2. Dimana

Merujuk pada anak-anak muda yang ada di Jakarta Selatan.

3. Kapan

Penulisan dan pengumpulan data dilakukan pada bulan Agustus hingga Desember, dan *fashion film* ini akan diproduksi pada bulan Januari hingga Maret.

4. Siapa

Ditujukan untuk anak-anak muda, berjenis kelamin perempuan di usia 17-35 tahun pengguna fesyen.

5. Bagaimana

Dikemas dengan media *fashion film* di harapkan akan lebih mudah disukai oleh *audience*.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penulisan

1.4.1 Tujuan Penulisan

Tujuannya film ini untuk:

1. Memberi informasi kembali kegiatan *lungsuran* dalam kehidupan dan melakukan solusi-solusi lainnya yang ada dalam *sustainable fashion*.
2. Menyuarakan konsep *sustainable fashion* melalui *fashion film* agar diterima oleh anak-anak muda.

1.4.2 Manfaat Penulisan

1.4.2.1 Manfaat bagi khalayak

Bermanfaat sebagai upaya menyuarakan konsep *sustainable fashion* yang segar menggunakan *fashion film*. Lalu bisa dengan mudah menyebar luaskan kegiatan *lungsuran* dengan melihat dari konsep *sustainable fashion* beserta solusi-solusinya. Membantu komunitas-komunitas lain untuk menyampaikan konsep *sustainable fashion*, namun melalui media yang berbeda.

1.4.2.2 Manfaat bagi Universitas

Memberikan alternatif dan pengetahuan sebuah penelitian tentang konsep *sustainable fashion* melalui *fashion film*.

1.4.2.3 Manfaat Bagi Mahasiswa

Menambah pengetahuan tentang konsep *sustainable fashion* serta bisa mempraktikkan di kehidupan sehari-hari. Menambah pengalaman tentang penyutradaraan sebuah *fashion film*.

1.5 Metode Penulisan

Pengumpulan data penelitian ini, menggunakan metode kualitatif. Kualitatif bisa mencakup dalam kehidupan bermasyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsional organisasi, pergerakan sosial dan hubungan kekerabatan. Metode kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak statistik, penelitian kualitatif juga disebut sebagai penelitian bersifat seni (kurang terpola atau metode interpretatif, atau naturalistik, karena dilakukan pada kondisi alamiah) Pada metode kualitatif penulis melakukan pengumpulan data berupa literatur, wawancara semiterstruktur, observasi partisipasi golongan pasif (Ghony dan Almanshur, 2012). Namun sebagai data pendukung dalam penelitian, penulis menyelipkan berupa kuesioner angket dalam menentukan khalayak sasaran, namun tetap di analisis menggunakan metode kualitatif. Metode kualitatif dianggap cocok oleh penulis untuk pengumpulan data pada penelitian ini, karena merujuk pada analisis suara dan gambar. Dengan metode kualitatif maka pengumpulan data ada beberapa jenis, yaitu:

- Observasi

Observasi adalah proses pengumpulan informasi langsung dengan mengamati orang dan tempat di lokasi penelitian (Cresswell, 2012). Observasi yang penulis lakukan termasuk golongan partisipasi pasif, penulis datang ke tempat kegiatan konsumen yang diamati, tetapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan atau interaksi yang diciptakan oleh konsumen (Ghony dan Almanshur, 2012). Yang perlu diperhatikan saat observasi yaitu:

1. Ruang/tempat

2. Pelaku
3. Kegiatan
4. Benda-benda
5. Waktu
6. Peristiwa
7. Tujuan
8. Perasaan

- Wawancara

Pada wawancara kali ini, penulis menggunakan metode wawancara semiterstruktur, dengan tujuan untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, di mana pihak narasumber diminta pendapat dan berbicara tentang ide-idenya (Sugiyono, 2012).

- Kuesioner

Kuesioner menurut Soewardikoen dalam Octavia¹ dan Fadilla, (2017) adalah metode pengumpulan data untuk mendapatkan data dari khalayak banyak atau sulit dilakukan dengan wawancara yang berguna untuk mengetahui informasi dan mempelajari sikap, keyakinan, perilaku dan karakteristik khalayak sasaran. Kuesioner dalam metode kali ini, hanya sebagai data penguat dalam menentukan khalayak sasar. Tetap dengan bentuk statistik, namun dengan jumlah koresponden yang tidak ditentukan. Penulis menentukan jumlah koresponden berdasarkan seberapa kuat data yang didapatkan. Jika menurut penulis 44 koresponden di rasa sudah cukup valid, maka penulis akan mengambil sampel data dengan 44 koresponden.

- Studi Pustaka

Studi pustaka dibutuhkan untuk mencari beberapa referensi untuk pendekatan, fenomena, solusi, dan media. Penulis membaca beberapa buku, artikel, jurnal, dan website yang terkait dengan perilaku konsumen, pendekatan Psikologi sosial terkait dengan fesyen, konsep

sustainable fashion, fashion film, serta buku berdasarkan *jobdesk* saat ini.

- Analisis Karya Sejenis

Karya sejenis dalam penelitian ini yang pertama berupa film dokumenter yang membahas tentang limbah *fast fashion*, dan tentang perilaku konsumen fesyen. Kedua, dengan kemasan kurang lebih sejenis dengan pesan yang akan penulis buat yaitu *sustainable fashion*, yang ketiga berupa *fashion film*.

1.5.1 Analisis Data

Berdasarkan data yang penulis kumpulkan melalui metode pengumpulan data wawancara, studi literatur, dan observasi, secara pendekatan penulis menggunakan teori psikologi sosial, dan menggunakan teori berdasarkan media *fashion film*, lalu teori konsumtif dalam bidang fesyen dan *sustainable fashion* diharapkan cukup untuk diolah.

1.5.1.1 Pendekatan Psikologi Sosial

Psikologi sosial adalah ilmu yang mempelajari tentang individu dan kelompok serta menginvestigasi bagaimana pemikiran, perasaan dan perilaku individu dipengaruhi oleh kehadiran orang lain baik aktual maupun imajinatif. Tujuannya sangat jelas mengarah pada perilaku konsumen yang konsumtif terhadap fesyen.

1.5.1.2 Pendekatan Konsumtif

Dalam dunia mode, faktor yang bisa saja menjadi pengaruh perilaku ini adalah tekanan untuk membandingkan diri sendiri, mengharuskan membeli barang yang ‘cocok’ untuk *outfit*, tuntutan budaya untuk pengalaman dan membeli barang-barang yang sesuai, konsumsi sebagai bagian dari proses pembentukan identitas. Biasanya perilaku ini menular.

1.5.1.3 Fashion Film

Secara konsep, *fashion film* adalah bentuk komunikasi yang menonjolkan apa yang dikenakan oleh model dalam bentuk *audiovisual advertisements, film, short films, video clips and video art*. Biasanya, *fashion film* digunakan untuk mempromosikan sebuah brand fashion atau sekarang bisa juga untuk sekedar memperkenalkan sebuah *agency* model. Dengan demikian, *fashion film* ini sengaja menonjolkan mode yang memberikan solusi-solusi dari *sustainable fashion*.

1.5.1.4 Sustainable Fashion

Sustainable fashion arti Bahasa adalah Mode/fesyen berkelanjutan. *Sustainable fashion* adalah konsep dimana kita bisa memperpanjang umur fesyen yang kita pakai. Dengan demikian, konsep *sustainable fashion* diharapkan kita bisa lebih menghargai pakaian yang kita punya. Karena *fashion film* ini fokus terhadap konsumen, maka menurut penulis strategi yang cocok untuk konsumen adalah *reuse, repairing, dan repurpose*.

1.5.2 Sistematika Penulisan

Setelah melakukan analisis data yang didapat dengan wawancara, observasi dan studi literatur, penulis juga melakukan analisis karya sejenis yang berfokus pada visual dan pengayaannya. Dengan ide besar *fashion film*, maka ada pengembangan konsep. Berdasarkan *Jobdesk* sutradara, urutan penulisan dimulai dari, pra produksi, produksi dan pasca produksi sebagai berikut:

- Pra Produksi

Tahap ini terjadi pembuatan naskah dilanjut penata kamera melakukan observasi penataan kamera dengan mencari referensi

fashion film yang berkaitan dengan tema yang diambil sebagai pembandingan dalam pengambilan gambar nanti. Dalam pra produksi sutradara akan membuat *director's treatment*, outline cerita, persiapan alat yang akan dipergunakan, mempersiapkan *costume* karena *fashion film* identik dengan *fashion* yang ditampilkan, mempersiapkan anggaran produksi, dan membentuk tim produksi.

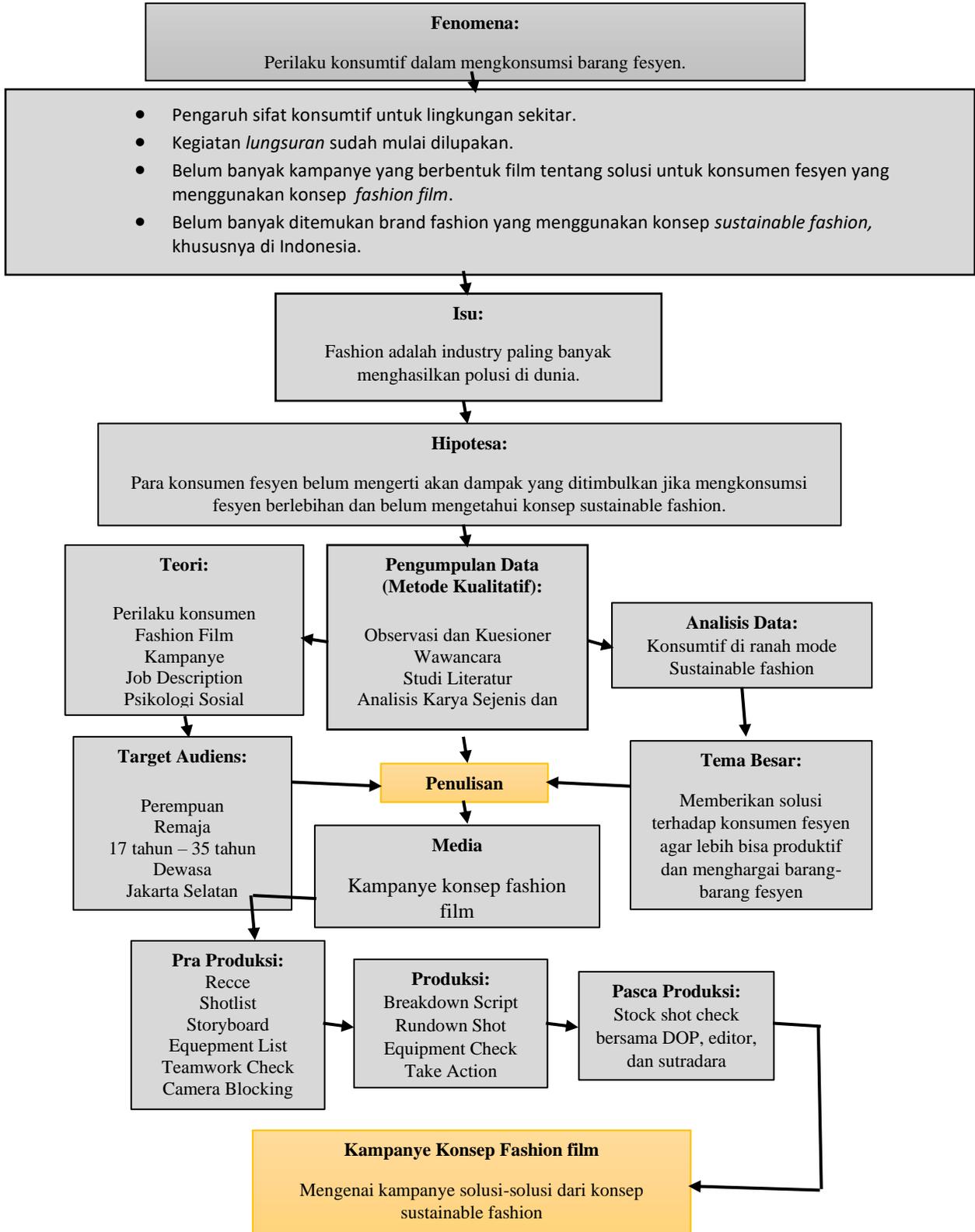
- **Produksi**

Pada tahap produksi ini terjadi pengambilan gambar yang sudah dipersiapkan sebelumnya. Sutradara berperan memimpin jalannya produksi dan bertanggung jawab atas segala sesuatu yang terjadi dalam proses produksi dengan konsep *fashion film*.

- **Pasca Produksi**

Tahap ini adalah tahapan terakhir dalam proses pembuatan film. Penata kamera bersama sutradara dan editor melakukan pemeriksaan ulang pada hasil produksi dan data untuk melihat kesesuaian konsep yang telah dibuat. Lalu editor melakukan editing *offline* dan *online*, dibarengi dengan *scoring*.

1.6 Kerangka Penulisan



Gambar 1. 1 Kerangka Penulisan

(Sumber: Dokumen Pribadi)

1.7 Sistematika Penulisan

Dalam Proses penyusunan laporan tugas akhir ini, sistematika penulisan terbagi menjadi empat bab. Secara garis besar sebagai berikut:

Bab I. Pendahuluan

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan penelitian, cara pengumpulan data dan analisis, kerangka penelitian, sistematika penulisan.

Bab II. Studi Literatur

Bab ini berisi tentang pendekatan penelitian / teori yang akan diterapkan pada penelitian dari segi konsep, audience, dan karya yang akan penulis buat.

Bab III. Analisis Karya Sejenis dan Uraian Data Hasil Survey

Bab ini berisi tentang analisis sampel karya sejenis, hasil pengamatan, hasil wawancara, hasil kuesioner, yang telah diolah secara runtut.

Bab IV. Konsep Karya

Bab ini berisikan tentang ide besar, konsep kreatif, konsep media (apa saja yang digunakan), perencanaan media (biaya media, gear, dan lain-lain), Konsep Bisnis, dan Konsep Visual.

Bab V. Kesimpulan

Berisikan tentang kesimpulan dan saran setelah mendapatkan masukan dan saran pada waktu sidang.