

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Potensi musik sebagai ekonomi kreatif di kota Bandung memang didukung oleh keberadaan komunitas yang menjadi energi kreatif di Kota Bandung. Hal ini senada dengan hasil penelitian antropolog asal Amerika (Brent Luvaas,2012) yang menyimpulkan bahwa komunitas memiliki peranan besar dalam penciptaan proses kreatif anak muda di Kota Bandung mulai dari menggelar festival musik, dan menerbitkan majalah hingga membuat album pop. Saat ini kota Bandung memiliki banyak sekali komunitas salah satunya komunitas musik *K-pop*, budaya musik pop merupakan efek dari globalisasi dan berkaitan dengan masalah sehari-hari seperti *superstar*, *fashion*, transportasi, gaya hidup, dan sebagainya yang dapat dinikmati oleh semua orang atau kalangan tertentu (Soraya,2013).

Perkembangan yang signifikan mengenai *Korean Wave* tentunya membawa K-Pop sebagai salah satu unsur *Korean Wave* menjadi semakin dikenal setiap harinya. Konsumsi dari K-Pop pada akhirnya akan memunculkan kelompok penggemar (Storey,2006). Keterlibatan kelompok penggemar K-Pop yang biasa disebut *fandom* (*fans kingdom*), yang bertujuan sebagai wadah penggemar untuk mewakili budaya partisipati dalam mendukung para idola *K-Pop* dimana melalui *fandom* inilah beberapa aktivitas penggemar dapat terwujud (Cartwrite,2010). *Fandom* atau kelompok penggemar merupakan faktor terpenting dalam hubungan antar penggemar dan objek fanatisme mereka terutama pada *idol* group *K-pop*. Melalui *fandom* tersebut biasanya kelompok penggemar *K-Pop* berkumpul untuk melakukan beberapa kegiatan seperti *fans gathering*, *fans project*, *K-Pop festival*, *Konser idol* dan melakukan beberapa aktivitas di luar ruangan.

Dengan banyaknya persebaran *fans* di berbagai daerah membuat adanya perbedaan pola perilaku, berdasarkan data penggemar K-pop di berbagai daerah

memiliki identitas atau ciri khas tersendiri. (Firdha ,2012). Dari hasil wawancara dan observasi, kebanyakan di kota Bandung memiliki *fandom* yang berasal dari agensi *YG Entertainment*, seperti group *Blackpink* yang memiliki *fandom Blink*, *Bigbang* dengan *fandom Vip*, *Ikon* dengan *fandom Ikonik*, *Winner* dengan *fandom Inncircle*, serta *Treasure* dengan *fandom Teume*. Dengan ini dapat disimpulkan bahwa *fans* sudah menyebar ke seluruh dunia termasuk di Indonesia dan khususnya kota Bandung.

Dengan adanya fenomena *Korean Wave* ini mengakibatkan pula penggemar *K-Pop* memiliki karakter yang berbeda dengan karakter *fans* musik lainnya, mereka lebih ambisius dan loyal terhadap *idolnya* hal itu dapat dilihat dengan kebiasaan mereka untuk menghadiri acara atau konser lebih awal dengan tujuan mendapatkan posisi yang terbaik saat menonton konser dan untuk menunjukkan identitasnya biasanya saat menghadiri konser *idol K-pop fans* gemar membawa banyak pernak-pernik *idolnya*. Dengan begitu muncul kebutuhan produk *fashion* tas yang dapat memenuhi kebutuhan penggemar *K-pop* untuk menghadiri konser atau *event*, dengan menggunakan material yang aman saat terkena air. Namun, saat ini belum adanya *brand* yang memfokuskan dalam memenuhi kebutuhan *fans K-Pop* tersebut.

I.2 Identifikasi Masalah

Permasalahan penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Berkembangnya fenomena komunitas musik *K-Pop* di Kota Bandung saat ini.
2. Besarnya minat para anggota komunitas musik *K-Pop* di Kota Bandung untuk aktif dan menghadiri mengikuti berbagai kegiatan yang di selenggarakan oleh komunitas.
3. Adanya kebutuhan produk *fashion* untuk digunakan oleh anggota komunitas *K-Pop* di Kota Bandung ketika menghadiri berbagai kegiatan yang diselenggarakan komunitas.

I.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana perkembangan komunitas musik *K-pop* di kota Bandung?
2. Aktifitas apa saja yang dilakukan komunitas *K-Pop* di kota Bandung ?
3. Bagaimana mengembangkan peluang produk *fashion* yang baik digunakan *fans K-pop* saat mendatangi acara komunitas *K-Pop*?

I.4 Batasan Masalah

Mengingat banyaknya kebutuhan yang bisa ditemukan dalam masalah ini, Maka perlu adanya batasan masalah yang jelas dan bisa dijangkau. Adapun batasan – batasan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Target Konsumen

Target konsumen adalah Komunitas *K-pop YG Entertainment* di Kota Bandung seperti komunitas *Ikonik* Bandung dan *Teume* Bandung.

2. Target Market

Untuk perempuan dengan kisaran umur 20 tahun hingga 30 tahun yang memiliki ketertarikan pada musik *K-Pop* dan berdomisili di Kota Bandung. Memiliki sikap yang aktif dalam mengikuti acara komunitas musik *K-Pop* di Kota Bandung.

3. Kurun Waktu

Penelitian ini dilakukan pada kurun waktu tahun 2020 hingga tahun 2021 yang bertempat di Kota Bandung.

I.5 Tujuan Penelitian

1. Memberikan referensi dan Analisa perkembangan musik *K-pop* di Kota Bandung.
2. Mempelajari aktivitas yang dilakukan komunitas musik *K-pop* di Kota Bandung.
3. Merancang produk *fashion* yang ditunjukkan untuk fans K-pop saat mendatangi acara komunitas *K-Pop* di Kota Bandung.

I.6 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini yaitu:

1. Memberikan referensi perkembangan terkini dalam musik *K-Pop* di Kota Bandung.
2. Memberikan informasi aktivitas yang dilakukan oleh komunitas *K-Pop* di Kota Bandung.
3. Memberikan alternatif rancangan produk *fashion* saat menghadiri acara komunitas *K-Pop* di Kota Bandung.

I.7 Metodologi Penelitian

Penulis melakukan pengumpulan data dengan meninjau tempat penelitian yaitu dengan studiliteratur, observasi, dan wawancara.

1. Studi Literatur, dengan mengumpulkan beberapa jurnal dalam mencari teori dasar dalam upaya mencari data penelitian.

2. Observasi, dengan datang ke tempat observasi yang juga tempat rujukan dan topik utama dari bahan penelitian.
3. Wawancara, dengan mengumpulkan informasi langsung kepada *fans K-Pop* di kota Bandung, dengan tujuan mendapatkan informasi lebih dalam data penelitian.

I.8 Kerangka Penelitian

FENOMENA

Pengenalan budaya Korea ke seluruh penjuru dunia memunculkan sebuah fenomena demam Korea atau biasa disebut dengan *Hallyu* atau *Korean Wave* yang muncul akibat ketertarikan yang luar biasa terhadap budaya Korea, seperti musik, film, dan hiburan. Perkembangan yang signifikan mengenai *Korean Wave* diatas tentunya membawa *K-Pop* sebagai salah satu unsur *Korean Wave* menjadi semakin dikenal setiap harinya dan memiliki banyak komunitas penggemar di seluruh dunia, yang biasa disebut *fandom (fans kingdom)*,

TUJUAN

1. Memberikan referensi dan Analisa perkembangan musik *K-pop* di Kota Bandung.
2. Mempelajari aktivitas yang dilakukan komunitas musik *K-pop* di Kota Bandung.
3. Merancang produk *fashion* yang ditunjukkan untuk fans *K-pop* saat mendatangi acara komunitas *K-Pop* di Kota Bandung.

KONSEP PERANCANGAN

Berdasarkan studi literatur dan data lapangan yang sudah didapatkan, menghasilkan konsep untuk perancangan tas multifungsi untuk memenuhi kebutuhan aktivitas – aktivitas komunitas music *K-pop* di Kota Bandung dengan teknik *digital printing*, menggunakan material kulit sintetis dan juga mika pvc.

EKPLORASI

Melakukan ekplorasi *Digital Printing* yang mengambil dari konsep moodboard.

METODE PENELITIAN

1. Studi Literatur, dengan mengumpulkan beberapa jurnal dalam mencari teori dasar dalam upaya mencari data penelitian.
2. Observasi, dengan datang ke tempat observasi yang juga tempat rujukan dan topik utama dari bahan penelitian.
3. Wawancara, dengan mengumpulkan informasi langsung kepada *fans K-Pop* di kota Bandung, dengan tujuan mendapatkan informasi lebih dalam data penelitian.

ANALISA PERANCANGAN

1. Merancang suatu produk fashion tas yang mengacu pada kebutuhan khusus komunitas *music K-Pop*.
2. Produk tas ini diharapkan memiliki fungsi dan model yang menarik serta memenuhi penyimpanan barang *merchandise K-Pop* saat menghadiri suatu acara.
3. Perancangan menggunakan bahan mika pvc serta kulit sintesis.

KESIMPULAN SEMENTARA

Dengan adanya fenomena *Korean Wave* ini mengakibatkan pula penggemar K-Pop memiliki karakter yang berbeda dengan karakter *fans* musik lainnya, mereka lebih ambisius dan loyal terhadap *idolnya* hal itu dapat dilihat dengan kebiasaan mereka untuk menghadiri acara atau konser lebih awal dengan tujuan mendapatkan posisi yang terbaik saat menonton konser dan untuk menunjukkan identitasnya biasanya saat menghadiri konser *idol K-pop fans* gemar membawa banyak pernak-pernik *idolnya*. Dengan begitu muncul kebutuhan produk *fashion* tas yang dapat memenuhi kebutuhan penggemar K-pop untuk menghadiri konser atau *event*. Dengan menggunakan bahan mika pvc yang dapat memberikan kesan transparan sehingga pernak-pernik idol dapat terlihat saat menghadiri suatu acara aktivitas *K-Pop*.

I.9 Metode Penelitian

Sistematika dalam laporan tugas akhir terdiri dari 5 bab

BAB I Pendahuluan

Pemaparan latar belakang di susun sesuai dengan topik pembahasan tugas akhir yang menunjuk kepada komunitas pecinta musik *K-Pop* di Kota Bandung.

BAB II Studi Literatur

Penjelasan tentang teori teori dasar yang terkait meliputi Kota Bandung, Komunitas, Perancangan desain, Perkembangan musik *K-Pop* di Kota Bandung secara umum untuk perancangan Tugas akhir.

BAB III Data Lapangan

Pemaparan yang meliputi proses hasil studiliteratur, wawancara, observasi dengan kata kunci dari karakter musik *K-Pop*.

BAB IV Analisa Perancangan

Pemaparan meliputi konsep perancangan seperti tema, image dengan konsep pembuatan karya inovasi penikmat musik *K-Pop*, Konsep *merchandising* hingga menjabarkan visual ilustrasi produk fesyen yang telah di buat.

BAB IV Penutupan

Pemaparan saran dan kesimpulan dalam menyelesaikan tugas akhir.