

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan industri *fashion* yang pesat, tren dan mode baru terus bermunculan. Hal ini memunculkan fenomena *Fast Fashion*, menurut Merriem-Webster Dictionary (2021), *fast fashion* merupakan pendekatan terhadap desain, kreasi, dan pemasaran dari mode pakaian yang menekankan pembuatan tren mode dengan cepat dan tersedia dengan murah bagi konsumen. Namun, meski terdengar positif karena memungkinkan akses yang lebih mudah bagi masyarakat terhadap pakaian serta memberikan berbagai pilihan pakaian dengan harga yang murah bagi konsumen, *fast fashion* menyebabkan peningkatan jumlah limbah tekstil (*textile waste*) yang memberikan banyak dampak negatif bagi lingkungan dan menjadi salah satu penyebab terbesar dari kerusakan lingkungan.

Akses yang lebih mudah terhadap pakaian mengakibatkan pakaian yang dimiliki tidak dipakai atau disimpan dalam waktu yang lama sehingga jumlah pakaian yang dibuang meningkat pesat. Menurut *Fashion Industry Waste Statistic* oleh EDGE Fashion Intelligence (2021), satu dari dua orang membuang langsung pakaian yang sudah tidak terpakai atau tidak mereka inginkan ke tempat pembuangan. Hasilnya, 64% dari 34 milyar pakaian yang diproduksi setiap tahunnya berakhir di TPA (Tempat Pembuangan Akhir). Pakaian yang berakhir di TPA membutuhkan waktu yang sangat lama untuk dapat terurai terlebih lagi dengan banyaknya pakaian yang menggunakan bahan *polyester* yang tak lain merupakan plastik dan salah satu penyebab utama dari *microplastic*. Selain itu, pakaian yang berakhir di TPA ini juga memancarkan gas rumah kaca. Menurut United Nations Climate Change News (2018), 10% dari emisi gas rumah kaca global berasal dari industri *fashion* karena rantai produksinya yang panjang dan produksi energi yang intensif. Menurut artikel online oleh The Pretty Planeteer (2019) dan *Fashion Industry Waste Statistic* oleh EDGE Fashion Intelligence menyatakan bahwa rata-rata konsumen membuang 31,7 kg pakaian pertahunnya dan secara global menghasilkan 13

juta ton limbah tekstil setiap tahunnya yang 95% di antaranya masih dapat digunakan kembali (*reused*) atau didaur ulang (*recycle*).

Saat ini Indonesia belum memiliki sistem pengelolaan limbah tekstil yang jelas dari hulu ke hilirnya. Pengelolaan sampah di Indonesia masih jauh dari pengelolaan sampah yang baik dan benar, hal ini dapat terlihat dari sampah yang tidak dipisahkan dan diolah lebih lanjut sesuai kategorinya juga dari tingginya tingkat persenan sampah yang tidak terkelola yaitu 40.64% berdasarkan *website* SIPSN Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Indonesia (2021). Banyak dari sampah/limbah tekstil yang berakhir mencemari perairan dan laut. Menurut Naurah Nazifah, Campaign Activation TukarBaju Zero Waste Indonesia, dalam wawancara dengan Republika (2020) menyatakan bahwa sampah yang ditemukan saat mengikuti acara di Pantai Ancol Timur pada tahun 2018 mayoritas berupa limbah tekstil dan sampah jaring yang terbuat dari benang bukannya sampah plastik.

Akan tetapi, di Indonesia mulai bermunculan bisnis *fashion* yang menyadari gentingnya permasalahan ini dan menjalankan prinsip *sustainable fashion* yang menjunjung etika untuk menjaga kelestarian lingkungan dan mengurangi kontribusi polusi/sampah yang dihasilkan serta memperhatikan kesejahteraan pekerja pada bisnisnya. Salah satunya adalah Pable, *startup* yang mendaur ulang limbah tekstil menjadi kain baru. Semua produk Pable dibuat untuk memberikan kehidupan kedua bagi limbah tekstil agar memiliki nilai dan dapat digunakan kembali. Kemudian, jika sudah tidak terpakai akan didaur ulang kembali dan proses ini terus berlanjut menjadi sebuah siklus sehingga tidak akan pernah berakhir menjadi limbah (*waste*).

Produk Pable merupakan hasil daur ulang dari limbah tekstil *pre-consumer* dan *post-consumer*. Limbah tekstil *pre-consumer* berupa kain perca atau sisa dari hasil pemotongan di pabrik, sedangkan limbah tekstil *post-consumer* berupa pakaian yang sudah tidak terpakai dari konsumen akhir. Untuk mendapatkan limbah tekstil *post-consumer*, Pable melaksanakan program "Dropbox" yaitu program yang diadakan untuk menjawab pertanyaan masyarakat mengenai limbah *post-consumer*.

Program ini pertama kali diadakan pada tahun 2021 di dua mall Kota Jakarta dan diinformasikan melalui media sosial Instagram. Melalui program Dropbox, Pable menyediakan kotak untuk menyimpan pakaian yang sudah tidak terpakai masyarakat di dua titik lokasi selama jangka waktu yang telah ditentukan untuk kemudian didaur ulang. Masyarakat dapat mengikuti program Dropbox dengan mendatangi secara langsung titik dropbox disediakan.

Namun, hal ini menyebabkan terbatasnya target audiens yang dapat mengikuti program tersebut. Padahal, program ini mendapatkan tingkat antusiasme yang tinggi serta menarik perhatian masyarakat yang jauh atau sulit mengakses lokasi Dropbox secara langsung. Terlebih informasi diadakannya Dropbox yang hanya disampaikan melalui postingan Instagram menyebabkan banyak masyarakat yang tertinggal informasi dan melewatkan program tersebut. Selain itu, mayoritas masyarakat Indonesia belum mengetahui bagaimana cara menyikapi pakaian yang sudah tidak terpakai dengan benar dan belum terbiasa untuk memilah dan mendaur ulang pakaian, serta penyerapan kembali kain hasil daur ulang pun turut menjadi permasalahan lain yang dihadapi Pable.

Oleh karena itu, diperlukan suatu pembaruan yang dapat menjadi solusi dari permasalahan yang telah disebutkan. Maka dilakukan perancangan aplikasi *mobile* yang berupa *prototype* untuk menguji visual dan fungsinya sebagai media yang dapat mempermudah mengikuti program Dropbox dengan memungkinkan adanya penjemputan dan pengiriman pakaian tidak terpakai, edukasi dan informasi pengelolaan pakaian tidak terpakai, serta penjualan produk Pable. Selain itu, dibutuhkan juga media pendukung untuk memberikan informasi mengenai aplikasi kepada target pengguna.

Aplikasi *mobile* dipilih untuk digunakan karena mayoritas masyarakat Indonesia sudah memiliki dan menggunakan *smartphone* serta internet sehingga akan mudah untuk mengakses aplikasi *mobile*. Hal ini dapat disimpulkan berdasarkan data Digital Indonesia: 2022 dari Data Reportal bekerjasama dengan We Are Social dan Kepios yang menyatakan bahwa 73.7% penduduk Indonesia merupakan pengguna internet dan 96% pengguna tersebut memiliki perangkat *smartphone*. Aplikasi *mobile* juga dipilih karena

memungkinkan untuk mengakses fitur lengkap dari perangkat seperti kamera, *storage*, dan notifikasi sehingga dapat mendukung fitur-fitur yang dibutuhkan untuk mempermudah pengguna.

Aplikasi ini diharapkan dapat menjadi media informasi program Pable sehingga dapat mempermudah masyarakat mengikuti program yang tersedia serta dapat memberikan informasi dan mengedukasi mengenai cara menyikapi pakaian yang sudah tidak terpakai.

## **1.2 Permasalahan**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, masalah yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Program Dropbox dapat menjadi solusi bagi limbah tekstil *post-consumer*. Namun, belum terdapat media yang dapat mewadahi program tersebut.
2. Masyarakat belum mengetahui bagaimana cara menyikapi pakaian yang sudah tidak terpakai yang baik dan benar.
3. Masyarakat Indonesia belum terbiasa untuk memilah dan mendaur ulang pakaian yang sudah tidak terpakai.
4. Belum terdapat aplikasi *mobile* sebagai media yang dapat mengintegrasikan semua kebutuhan.

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, rumusan masalah yang dapat dirumuskan yaitu:

Bagaimana merancang *prototype* aplikasi *mobile* sebagai media informasi yang dapat mengakomodasi program Pable?

## **1.3 Ruang Lingkup**

Berdasarkan masalah yang ada, batasan-batasan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Limbah tekstil yang dimaksud dibatasi sebatas pakaian yang sudah tidak terpakai dari konsumen akhir (*post-consumer textile waste*).

2. Penelitian ini ditujukan untuk masyarakat umum dengan target utama kelompok usia 22-31 tahun (dewasa awal) yang memiliki ketertarikan di bidang *fashion* dan lingkungan.
3. Penelitian dilaksanakan pada bulan Oktober 2021 – Juli 2022.
4. Penelitian ini ditargetkan untuk masyarakat yang berdomisili di wilayah Jakarta, Bandung, dan Surabaya. Namun, tidak menutup kemungkinan adanya masyarakat dari wilayah lain.
5. Melalui aplikasi mobile, penelitian ini diharapkan dapat menjadi media informasi program Pable yang dapat mempermudah akses mengikuti program Dropbox serta menginformasikan cara menyikapi pakaian yang sudah tidak terpakai.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah merancang *prototype* aplikasi *mobile* sebagai media informasi yang dapat mengakomodasi program Pable.

#### **1.5 Pengumpulan Data dan Analisis**

Metodologi penelitian yang digunakan pada perancangan *prototype* aplikasi *mobile* ini adalah metode campuran antara kualitatif dan kuantitatif. Metode campuran merupakan metode yang menggabungkan antara metode kualitatif dan kuantitatif sehingga data yang didapatkan melalui salah satu dari dua metode tersebut dapat melengkapi data dari metode lainnya sehingga kedua data yang melengkapi satu sama lain tersebut memberikan pemahaman lebih lengkap terhadap permasalahan penelitian ketimbang hanya menggunakan salah satu metode (Creswell, 2014: 43-48).

##### **1.5.1 Metode Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

##### **1. Observasi**

Dalam Soewardikoen (2019: 49) dijelaskan bahwa observasi dalam bidang penelitian visual merupakan kegiatan mengamati dan mencatat unsur-unsur dalam imaji atau gambar untuk membaca

keterkaitan antar unsur dan pesan yang terkandung dalam imaji atau gambar. Observasi dilakukan terhadap beberapa mobile aplikasi sejenis untuk mendapatkan data visual sebagai pembanding.

## **2. Wawancara**

Menurut Soewardikoen (2019: 53) dijelaskan bahwa wawancara adalah percakapan yang bertujuan untuk menggali pemikiran, konsep, pengalaman pribadi, pendirian, atau pandangan dari narasumber. Wawancara dilakukan kepada ahli dibidang yang terkait seperti perancang UI/UX atau aplikasi dan pemilik perusahaan untuk mendapatkan informasi mengenai pengalaman atau pandangan narasumber dalam perancangan UI/UX serta untuk mendapatkan informasi mengenai perusahaan.

## **3. Kuisisioner**

Kuisisioner adalah cara untuk memperoleh data dalam waktu relatif singkat karena dapat menghubungi banyak orang sekaligus dengan menggunakan daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden (Soewardikoen, 2019: 60). Dalam perancangan ini, kuisisioner dilakukan secara daring melalui *google form* kepada target audiens dari objek penelitian untuk mendapatkan data aspek khalayak sasaran.

## **4. Studi Pustaka**

Studi pustaka menurut Nazir (dalam Ainin, 2017: 42) merupakan metode pengumpulan data dengan mengadakan studi terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang berkaitan dengan masalah yang dipecahkan. Buku-buku dan literatur yang digunakan yaitu mengenai teori UI/UX dan teori DKV seperti warna, layout, dll. Teori-teori tersebut digunakan untuk dijadikan landasan dalam meneliti dan merancang.

### **1.5.2 Metode Analisis Data**

Menganalisis data adalah menghubungkan antara rumusan masalah dan kerangka teori dengan data hasil penelitian (Soewardikoen, 2019: 81). Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

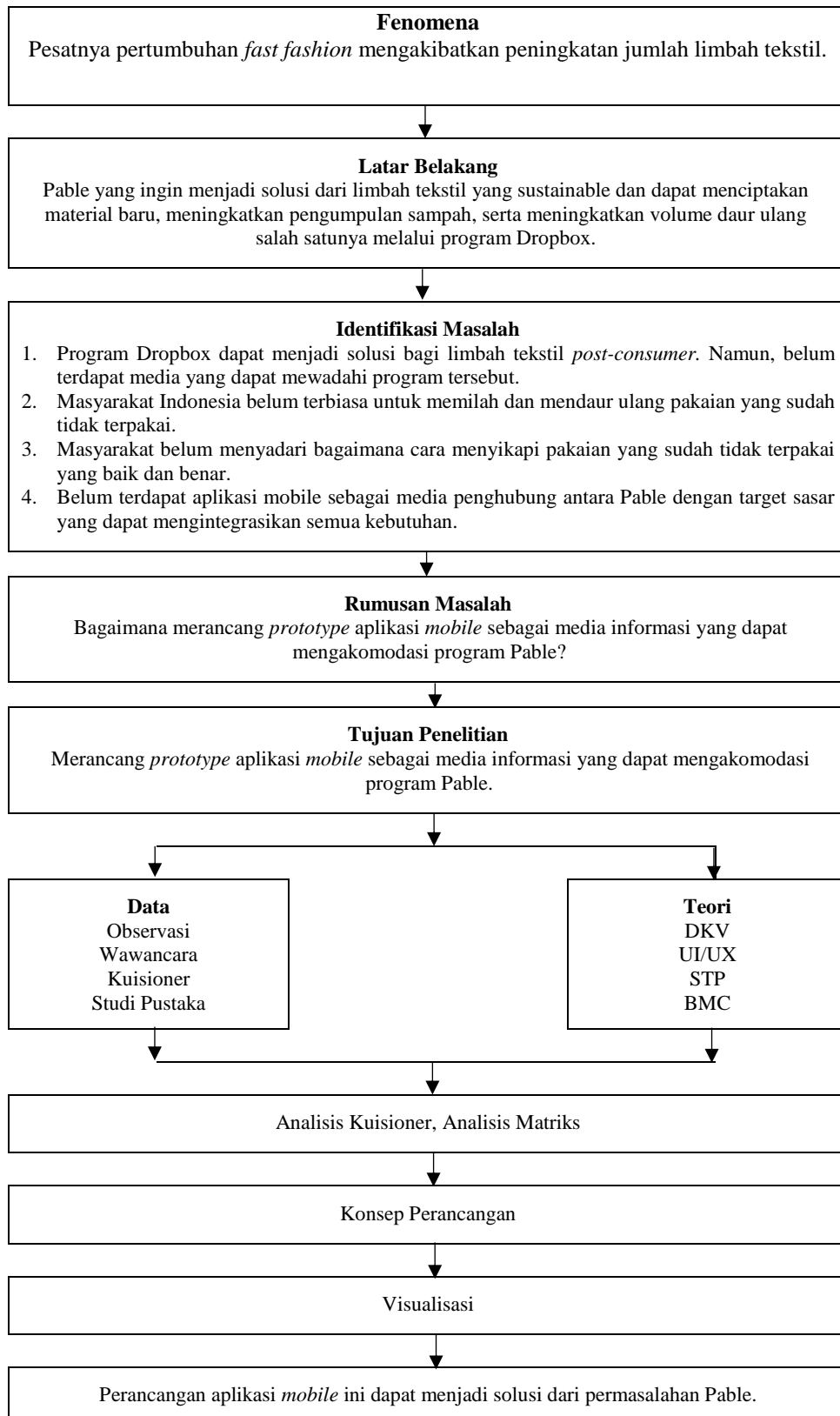
#### **1. Analisis Kuisisioner**

Menganalisis data hasil kuisisioner dengan melakukan perhitungan dari poin-poin variable objek penelitian yang kemudian ditafsirkan dan ditarik kesimpulan sehingga dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan kelanjutan perancangan.

#### **2. Analisis Matriks**

Menurut Soewardikoen (2019: 104) analisis matriks merupakan proses membandingkan seperangkat data dan menarik kesimpulan dengan menyejajarkannya dengan teori yang digunakan. Data hasil analisis visual dan kuisisioner yang didapat kemudian disejajarkan dengan teori dan ditarik kesimpulan.

## 1.6 Kerangka Penelitian



Gambar 1. 1 Kerangka Penelitian  
Sumber: Dokumentasi Pribadi



## **1.7 Pembabakan**

### **BAB I Pendahuluan**

Menjelaskan mengenai latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, teknik pengumpulan data dan analisis, kerangka penelitian yang digunakan, dan pembabakan.

### **BAB II Landasan Teori**

Merupakan dasar pemikiran yang menjelaskan mengenai dasar teori yang relevan yaitu teori UI/UX, desain, dan komunikasi visual sebagai pijakan untuk membuat laporan penelitian, kerangka pemikiran, dan asumsi.

### **BAB III Data dan Analisis Data**

Menguraikan hasil pencarian data secara terstruktur dari data aspek imaji, data wawancara, dan data kuesioner serta analisis visual, analisis kuisisioner, analisis matriks yang ditutup dengan penarikan kesimpulan.

### **BAB IV Konsep dan Hasil Perancangan**

Menjelaskan konsep yang digunakan dalam perancangan serta menampilkan hasil dari perancangan mobile aplikasi yang telah dibuat.

### **BAB V Kesimpulan**

Kesimpulan akhir mengenai hasil dari laporan penelitian dan saran yang berkaitan dengan penulisan laporan penelitian dan penelitian lebih lanjut.