

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Sejarah fashion di Indonesia sudah ada sejak 1000 tahun sebelum masehi. Kerajaan dahulu juga sangat aktif dalam pertukaran sumber daya alam dengan negara lain, terutama kain dan tekstil. Kemudian, pada titik tertentu tekstil dan pakaian jadi Indonesia sangat dipengaruhi oleh budaya Eropa dan tren kolonial Belanda. Kaum muda lebih menyukai gaya Barat sedangkan kaum tua masih lebih menyukai pakaian tradisional. Dengan perkembangannya yang pesat sejak adanya dunia fashion datang ke Indonesia, cepatnya penyebaran dan peredaran tren di kalangan Indonesia dengan arah kiblat yang berbeda-beda.

Cepatnya perkembangan fashion di Indonesia dengan banyaknya tampilan dari beragam karya dihasilkan oleh kain dan tekstil, terbuatlah clothing store local yang bernama Visiontgoods. Toko yang berkembang dipasar *fashion* di Jakarta dengan memiliki identitas sendiri dan memberi gaya tampilan kesan tersendiri. Toko ini memiliki brand identity yang berawal dari eksperimental oleh pemilik toko tersebut dan sudah berdiri sejak tahun 2019. Visiontgoods memiliki pasar untuk kebutuhan produk *fashion* dan masyarakat yang tertarik dengan adanya fashion. Dengan banyaknya gaya fashion beragam, toko ini menawarkan gaya dipasarnya sendiri dengan adanya sepatu pantovel yang memiliki sol tinggi namun dapat dipakai untuk formal atau non-formal dan sebuah celana cargo yang terbuat dari bahan kulit. Dengan pesatnya inovasi dari gaya dan identitas pada dunia fashion, bahan kulit tersebut sangatlah penting dikarenakan dapat membuat citra yang tercipta dari adanya pemilihan bahan terhadap produk terutama untuk produk berbahan kulit. Minimnya pengetahuan mengenai bahan yang dipakai pada produk *fashion* sendiri, mengakibatkan ketidaktahuan konsumen terhadap bahan yang dipakai pada produk *fashion* Visiontgoods. Adanya keunggulan dan kekurangan dari bahan kulit yang dipakai pada produk Visiontgoods yang masih belum diketahui oleh konsumennya. Penggunaan bahan pada produknya menggunakan bahan sintetis dimana bahan ini hampir menyerupai bahan kulit

asli. Kulit sintetis mempunyai beberapa kelebihan dan kekurangannya terhadap sekitar, penggunaannya, dan manfaat bagi manusia sendiri.

Kulit buatan adalah bahan yang digunakan untuk menggantikan kulit di berbagai bidang seperti pelapis, pakaian, sepatu, kain dan kegunaan lainnya. Produk ini dikembangkan dan diperkenalkan ke pasar pada tahun 1948 yang disebut dengan Vinil. Bahan kulit ini dibuat dikarenakan adanya kekurangan pasokan dalam jumlah besar dan pada akhirnya diberhentikan. Kualitas berikutnya bahan diaplikasikan dengan cat resin pada permukaan resin yang memiliki tekstur dan penampilan berbeda dengan sebelumnya. Jepang merupakan negara yang memproduksi kulit sintetis paling besar, sekitar 40% produk mereka telah diekspor. Kulit sintetis sebagian besar dikonsumsi untuk alas kaki pada sepatu, secara teknis bahan ini merupakan salah satu yang terbaik dalam kemampuannya. Pada umumnya, kulit sintesis unggul dalam ketahanan luntur, kemampuan cetakan, dan ketahanan abrasi.

Suatu pembuatan produk dengan menggunakan bahan alami atau bahan asli sangatlah berdampak besar kepada lingkungan. Efek yang ditimbulkan dapat berpengaruh juga terhadap populasi beberapa hewan dan mengguncang kestabilan untuk sekitar. Dengan adanya dampak yang berpengaruh terhadap lingkungan terutama pada hewan, munculah adanya kulit buatan atau buatan dengan bahan yang bisa dibilang hampir menyerupai kulit hewan tersebut. Bahan sintesis ini dibuat untuk meminimalisir penggunaan kulit hewan sebagai produk fashion. Dengan banyaknya produk yang beredar dengan menggunakan kulit hewan asli, dibutuhkannya suatu media informasi untuk mengingatkan dan mengurangi dari adanya penggunaan kulit hewan asli untuk suatu produk fashion dan pengenalan bahan sintesis ini. Penggunaan bahan kulit sintesis bisa dibilang lebih efektif dalam segi harga, pemakaian, dan pencarian bahan yang lebih unggul dibandingkan dengan bahan kulit asli. Pengenalan bahan kulit sintesis kepada masyarakat masih bisa dibilang minim dan tidak besarnya kesadaran masyarakat pada adanya bahan kulit sintesis terhadap keefektifannya dan tidak mengganggu kestabilan populasi hewan. Bahan sintesis ini bisa dibilang merupakan tiruan dari kulit hewani namun bahan ini dapat dijangkau dan memiliki harga dibawah dari

bahan kulit asli hewani dengan standar rasa yang sama dengan bahan kulit hewani.

## **1.2 Permasalahan**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat diidentifikasi masalahnya sebagai berikut:

1. Kurangnya suatu informasi mengenai penggunaan (dampak, keefektifan, dan manfaat) bahan kulit sintetis terhadap produk *fashion* di masyarakat terutama remaja yang mengikuti dunia *fashion*.
2. Visiontgoods belum memiliki media informasi yang efektif mengenai penggunaan bahan kulit sintesis terhadap produk *fashion* terhadap remaja yang ringkas dan mudah dipahami.

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

Sesuai dengan identifikasi masalah di atas, dapat ditarik rumusan masalahnya yaitu:

Bagaimana merancang media informasi yang tepat sebagai upaya meningkatkan wawasan informasi mengenai penggunaan bahan kulit sintetis terhadap produk *fashion* terhadap remaja.

## **1.3 Ruang Lingkup**

Untuk menghindari pembahasan yang terlalu luas, ruang lingkup dibatasi pada aspek sebagai berikut:

1. Perancangan Buku Zine terhadap produk *fashion* yang menggunakan bahan kulit sintesis pada UMKM Visiontgoods.
2. Perancangan ini difokuskan pada perancangan Buku Zine mengenai adanya penggunaan kulit sintesis terhadap produk *fashion* pada aspek media tersebut. Meliputi konsep visual elemen grafis dan citra yang akan ditampilkan untuk membuat suatu media tersebut.
3. Pengumpulan data dilakukan di daerah Jakarta dan perancangan dilakukan di Bandung.

4. Proses perancangan dilaksanakan sejak bulan Maret 2022, dengan melakukan pengamatan untuk mengumpulkan data dan akan selesai pada bulan Agustus 2022.

#### **1.4 Tujuan Perancangan**

Tujuan dari perancangan ini adalah merancang media informasi produk Fashion dari UMKM Visiontgoods yang bertujuan agar masyarakat dapat mengetahui terkait keefektifan, dampak, dan manfaat penggunaan bahan kulit sintetis terhadap produk *fashion*.

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

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

Metode yang dipakai untuk mengumpulkan data dalam perancangan media informasi untuk memenuhi tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi yang dilakukan kepada tempat dan produk *fashion* dari UMKM Visiontgoods dengan cara melakukan pengamatan secara langsung dan mengumpulkan data yang diperlukan.
2. Wawancara semi formal dan semi terstruktur dengan narasumber dari pemilik UMKM Visiontgoods dan ahli produk kulit atau penanggung jawab dalam bidang penggunaan kulit pada produk *fashion* Visiontgoods untuk mendapatkan data yang diperlukan untuk perancangan media informasi ini. Wawancara dapat dilakukan dengan pemilik dan penanggung jawab dalam bidang penggunaan kulit dari Visiontgoods sendiri yang akan dilakukan di Legok Tangerang Selatan
3. Kuesioner yang disebarakan untuk mengetahui kepuasan dan pengetahuan masyarakat mengenai penggunaan bahan kulit dari UMKM Visiontgoods dan menerima saran atas bagaimana media informasi yang lebih efektif untuk sebuah media informasi ini. Kuisisioner dilakukan kepada mereka para pengikut dari dunia *fashion* dan beberapa merupakan pembeli dari produk Visiontgoods sendiri yang berumur 15-35 tahun pada daerah Lampung, Jakarta, dan Bandung.

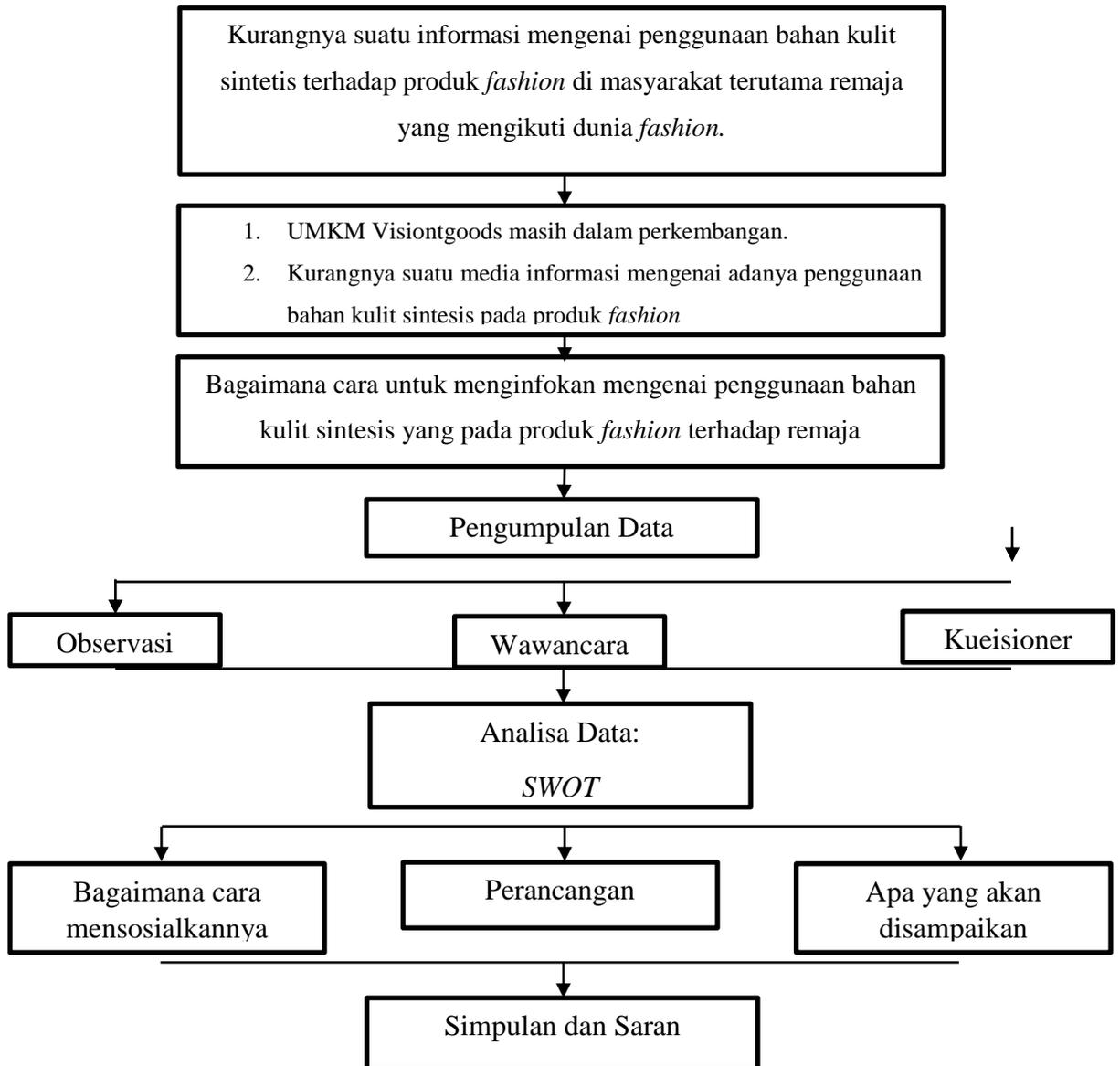
4. Studi pustaka dengan melalui berbagai referensi sumber jurnal tentang *fashion*, buku mengenai adanya penggunaan kulit terhadap *fashion*, dan website mengenai kemajuan di dunia *fashion* yang berkepercayaan tinggi terkait dengan media informasi untuk produk *fashion* Visiontgoods.

### **1.5.2 Analisis Data**

Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis SWOT untuk mengetahui adanya suatu kelebihan, kekurangan, keunggulan, kesempatan, dan ancaman dari perancangan media informasi ini. Secara umum, pengertian dari SWOT ialah perencanaan data dengan menggunakan 4 komponen, yaitu:

1. *Strengths*  
Komponen kekuatan yang dapat dihasilkan dari penggunaan kulit sintesis oleh produk Visiontgoods
2. *Weakness*  
Komponen kelemahan yang memungkinkan beresiko terhadap mencegah keuntungan dan kekurangan dari penggunaan bahan kulit sintesis oleh produk Visiontgoods.
3. *Oppoturnities*  
Komponen peluang yang dapat diraih untuk meraih suatu keuntungan yang maksimal dari penggunaan bahan kulit sintesis pada produk Visiontgoods.
4. *Threats*  
Komponen ancaman yang dapat dihadapi untuk menghindari hal-hal yang terjadi dan dapat mengganggu adanya keuntungan dari penggunaan bahan kulit sintesis.

## 1.6 Kerangka Perancangan



**Gambar 1.1** Skema Kerangka Penelitian

(Sumber: Data diri sendiri)

## 1.7 Pembabakan

BAB 1 akan menjelaskan mengenai latar belakang adanya UMKM Visiontgoods yang merupakan UMKM yang menjual beberapa produk *fashion* beserta tujuan, ruang lingkup, penelitian, cara mengumpulkan data dan metode analisis yang digunakan, serta kerangka perancangan.

BAB 2 menjelaskan teori yang relevan mengenai pembuatan media informasi mengenai penggunaan bahan kulit sintesis pada produk Visiontgoods. Selain itu kerangka pemikiran dan asumsi dalam penelitian untuk perancangan dari media informasi produk *fashion*.

BAB 3 merupakan sajian data serta menjabarkan analisis data, baik imaji, kuesioner, wawancara, observasi, analisis internal maupun eksternal, analisis SWOT serta penarikan kesimpulan penelitian mengenai penggunaan bahan kulit untuk beberapa produk dari Visiontgoods.

BAB 4 menguraikan strategi yang digunakan dalam merancang media informasi dan identitas seperti *visual identity* dan bentuk media beserta pengaplikasiannya pada produk Visiontgoods.

BAB 5 sebagai penutup berisi kesimpulan dan saran pada waktu sidang.