

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia *fashion* di Indonesia telah dimulai sejak masa penjajahan dan semakin berkembang pesat setelah Indonesia merdeka. Perkembangan ini terlihat dari kemajuan teknologi dalam proses produksi, distribusi yang semakin meluas, serta perkembangan desain yang mengikuti selera masyarakat Indonesia yang berubah. Perkembangan *fashion* tidak hanya terbatas pada busana dan aksesoris seperti kalung dan gelang, namun juga mencakup benda-benda fungsional lain yang dirancang dengan desain yang canggih dan unik. Benda-benda ini menjadi alat yang dapat meningkatkan tampilan penggunanya (Hendariningrum dan Susilo, 2008:25). Setiap tahun, dunia *fashion* selalu mengalami perkembangan dengan tren, ciri khas, atau estetika khusus dalam merancang pakaian. Salah satu tren *fashion* yang tetap diminati dan memiliki pasar yang besar hingga saat ini, terutama di kalangan remaja sejak tahun 80an, adalah *streetwear* (Pratama & Farantika, 2015).

Street-Style atau *Streetwear* adalah gaya berpakaian yang bebas dan tidak terikat pada aturan baku bagi para penggunanya. *Fashion streetwear* pertama kali muncul pada dekade 1980-an di Amerika Serikat dan berasal dari subkultur *surfing*, *skateboarding*, *hiphop*, *punk*, dan *graffity*. Pada masa sekarang, *streetwear* menjadi terkenal dengan menggunakan pakaian seperti celana *denim*, jaket *hoodie*, topi *baseball/snapback*, *sneakers*, dan *t-shirt*. Perkembangan industri *streetwear* di Kota Bandung memiliki keunikan tersendiri, Berbeda dengan di tempat asalnya, New York, Amerika Serikat, di mana industri *streetwear* dipengaruhi oleh para penggemar *skateboard* dan musisi musik *hip-hop*, di Kota Bandung, perkembangan *streetwear* dipengaruhi oleh para penggemar musik *underground* seperti *Hardcore*, *Metal*, dan *Punk*. Bandung dikenal sebagai kota kreatif, tak hanya dikenal dengan kulinernya yang lezat tapi juga dengan ragam fashion-nya yang menggugah selera. Bandung Kiblat Fashion, begitu akhirnya orang menyebutnya. Kebanyakan yang ingin bepergian ke Bandung, mereka sudah tau apa yang harus dijelajahi (Trawlbens, 25 September 2022, diakses 28 Maret 2023).

Bandung memiliki posisi strategis di pusat Jawa Barat dan merupakan pusat kegiatan ekonomi dan industri kreatif seperti musik, kuliner, dan *fashion streetwear*. Beberapa produk *fashion streetwear* Bandung bahkan sudah merambah pasar

internasional, menunjukkan daya saing yang tinggi di pasar *fashion* global Sebagai kota kreatif, Bandung memiliki banyak sekali kreator *fashion streetwear* yang menghasilkan karya-karya unik dan menarik. Namun, informasi mengenai perkembangan *fashion streetwear* di Bandung masih belum tersedia secara luas dan mudah diakses oleh masyarakat. Hal ini menjadi kendala bagi para pelaku industri *fashion streetwear* di Bandung untuk dapat dikenal dan menjangkau pasar yang lebih luas, Para pembeli merk streetwear adalah simbol dari perjalanan streetwear menuju dunia mainstream dan segelintir orang yang dibawanya ikut (Vice.com, 18 Desember 2017, diakses 28 Maret 2023),

Kota Bandung, terutama daerah sekitar Jalan Cihampelas, merupakan pusat *streetwear fashion* di Indonesia. Dengan adanya peminatan yang tinggi akan produk *streetwear fashion* dari kota ini, banyak merek lokal dan desainer *fashion* muncul dengan produk-produk terbaru dan inovatif. Namun, perkembangan *fashion* di Bandung tidak hanya terbatas pada merek-merek terkenal, melainkan juga pada upaya-upaya kolaborasi dan inovasi di antara para desainer dan komunitas *fashion streetwear*. *Streetwear* semula merupakan bagian dari segmen pasar yang *niche*, tetapi saat ini telah menjadi bagian dari pasar yang cukup luas dan populer di kalangan anak muda terutama di kota-kota besar. Kini, *Streetwear* sudah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari dunia *fashion*. Dan makin banyak brand kelas dunia yang mengangkat tema *streetwear* untuk produk-produknya (Urbanasia.com, 12 Januari 2022, diakses 28 Maret 2023)

Anak muda adalah generasi yang memiliki pengaruh besar dalam dunia *fashion*. Mereka selalu mencari tren terbaru dan ingin tampil beda dari yang lain. Di sisi lain, perkembangan industri *fashion* subkultur/*street-style* di Bandung merupakan bagian dari identitas kota tersebut sebagai pusat kreativitas dan inovasi di Indonesia.

Namun, banyak anak muda yang masih kurang mendapatkan informasi terkait dengan perkembangan *fashion* subkultur/*street-style* di Bandung secara menyeluruh. Padahal, informasi yang tepat dan akurat sangat penting dalam memahami tren *fashion* terkini serta memperluas wawasan mengenai subkultur/*street-style* yang sedang berkembang di Bandung.

Dalam konteks ini, perancangan media alternatif dapat menjadi solusi yang tepat untuk mengatasi minimnya media yang mampu menampilkan detail dan informasi terkait dengan perkembangan dan pelaku *fashion* subkultur/*street-style* di Bandung secara luas dan menyeluruh. Dengan perancangan media alternatif yang

kreatif dan menarik, anak muda dapat memperoleh informasi mengenai tren fashion terbaru dan perkembangan subkultur/*street-style* di Bandung secara mudah dan akurat.

Dalam konteks bisnis *fashion*, perancangan media alternatif juga dapat membantu para pelaku *fashion* subkultur/*street-style* di Bandung untuk memperluas pangsa pasar mereka. Dengan eksposur yang lebih luas, mereka dapat menarik minat lebih banyak konsumen dan memperkuat *branding* serta *visibilitas* di dunia *fashion*.

Dengan demikian, pemahaman yang baik mengenai perkembangan *fashion* subkultur/*street-style* di Bandung menjadi penting bagi anak muda untuk mengetahui tren terkini serta memperluas wawasan mereka dalam dunia *fashion*. Perancangan media alternatif dapat menjadi solusi yang tepat untuk mengatasi kendala minimnya media yang mampu menampilkan informasi secara komprehensif dan akurat terkait dengan perkembangan dan pelaku *fashion* subkultur/*street-style* di Bandung.

Perancangan ini mencoba untuk mengeksplorasi bagaimana *zine* dapat digunakan sebagai media alternatif dalam mengeksplorasi perkembangan *fashion streetwear* dan memperkenalkan pelaku dari *fashion streetwear* dan subkultur di kota Bandung, serta bagaimana *zine* dapat membantu dalam memperluas jangkauan dari karya-karya desainer lokal dan membangun komunitas yang lebih kuat di antara para pelaku industri *fashion* di kota ini. Juga dapat digunakan sebagai media referensi yang efektif untuk desainer grafis yang tertarik dengan karakteristik *street-style* dan subkultur yang dapat meningkatkan peluang bisnis kepada desainer grafis yang menargetkan penggiat *streetstyle* dan subkultur tersebut. Perancangan ini akan membahas pendekatan desain yang tepat untuk menciptakan *zine* yang sesuai dengan tema dan konteks yang diinginkan.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Kurangnya media alternatif yang mampu menyajikan perkembangan *fashion streetwear* dan subkultur di Bandung dengan cara yang kreatif dan menarik perhatian.
2. Kurangnya informasi tentang perkembangan *fashion streetstyle*/subkultur Kota Bandung guna memperkuat referensi dan *visibilitas* di dunia *fashion* lokal.

1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana konsep dan karakteristik Zine dalam menyajikan informasi perkembangan *fashion streetwear* di Bandung, serta bagaimana perancangan Zine dapat memenuhi kebutuhan pengguna dalam memperoleh informasi mengenai perkembangan *fashion streetwear* di Bandung secara menyeluruh dan menarik?

1.4 Ruang Lingkup

Pembatasan masalah dilakukan agar perancangan ini dapat terfokuskan dengan baik. Pembatasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apa

Pembatasan lingkup masalah pada pembahasan ini adalah memfokuskan pada eksplorasi dunia *street fashion* di Bandung.

2. Siapa

Pembatasan lingkup masalah ini akan berfokus pada pemuda Bandung yang memiliki minat terhadap *fashion streetstyle* dan subkultur.

3. Dimana

Pembatasan lingkup masalah ini akan berfokus pada perkembangan *fashion streetstyle* dan subkultur di kota Bandung.

4. Kapan

Pembatasan lingkup masalah ini akan berfokus pada perkembangan terkini, mulai dari waktu sekarang hingga beberapa tahun ke belakang.

5. Bagaimana

Pembatasan lingkup masalah ini akan melibatkan analisis perkembangan *fashion street-style*, eksplorasi subkultur, wawancara dengan pelaku industri dan komunitas, serta pengumpulan data dan informasi terkait perkembangan *fashion streetstyle* dan subkultur di Bandung.

1.4 Tujuan Perancangan

Dari rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, adapun tujuan dari perancangan yang diambil sebagai berikut:

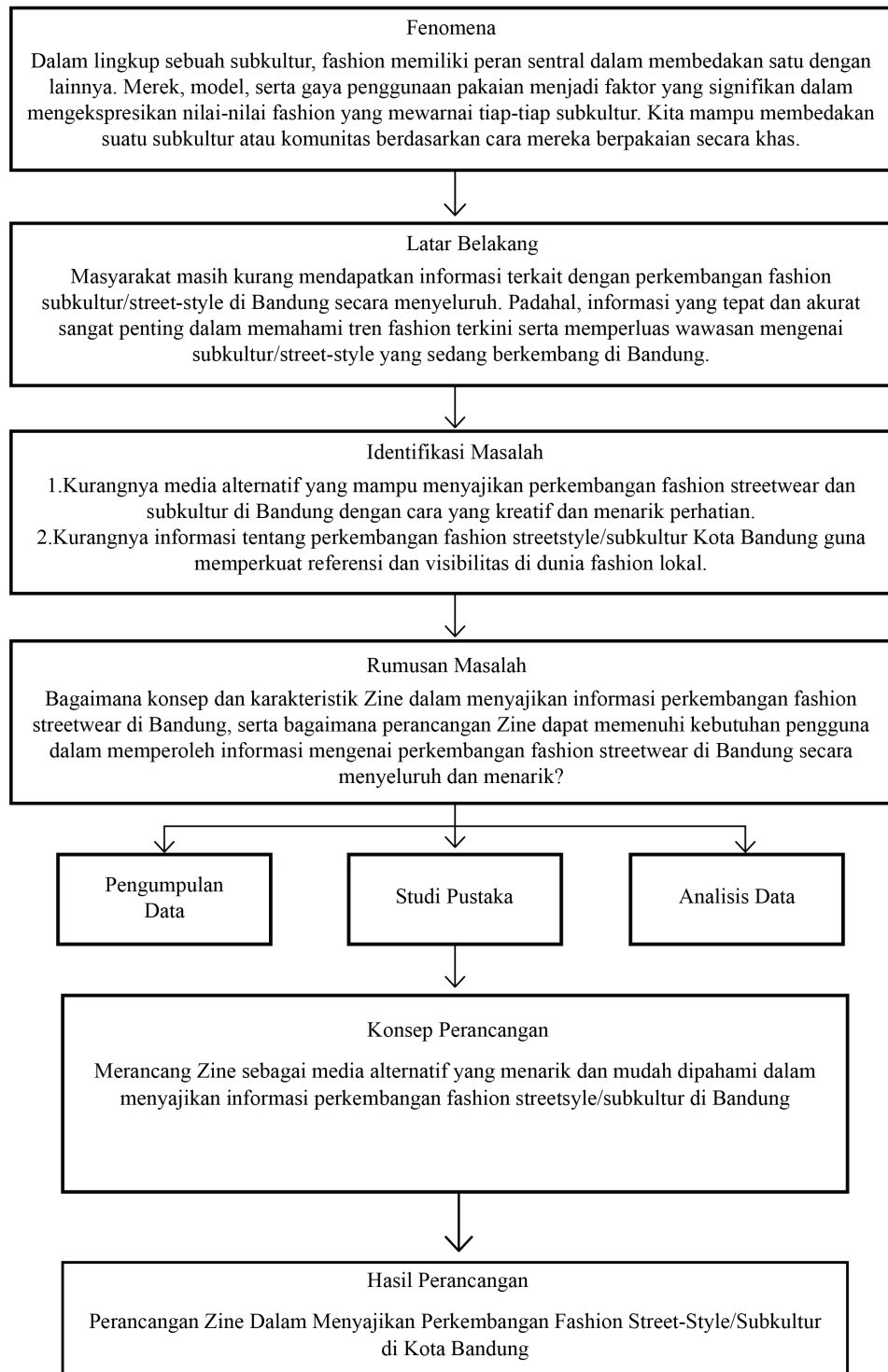
1. Merancang Zine sebagai media alternatif yang menarik dan mudah dipahami dalam menyajikan informasi perkembangan *fashion streetsyle/subkultur* di Bandung.
2. Menciptakan sebuah media yang mampu menyajikan informasi yang informatif tentang perkembangan serta pelaku *fashion streetstyle/subkultur* di Bandung, dengan tujuan memperkuat referensi dan visibilitas di dunia fashion lokal

1.5 Metode Pengumpulan Data

1. Observasi: Melakukan observasi langsung terhadap produk-produk Zine dan publikasi media cetak lainnya yang berkaitan dengan perkembangan *fashion streetsyle/subkultur* di Bandung untuk mengetahui tren dan gaya visual yang sedang berkembang.
2. Wawancara: Melakukan wawancara dengan ahli di bidang desain, *fashion streetsyle/subkultur*, dan media cetak untuk mendapatkan perspektif yang lebih dalam terkait dengan perancangan Zine dan penggunaannya sebagai media alternatif dalam mempromosikan perkembangan *fashion streetsyle/subkultur* dan pelaku *ffashion streetsyle/subkultur* di Bandung.
3. Kuesioner: Membagikan kuesioner kepada responden yang berasal dari berbagai kalangan, termasuk penggemar *fashion streetsyle/subkultur* dan masyarakat umum yang tertarik dengan mode.
4. Studi Literatur: Melakukan pencarian informasi terkait dengan Zine, desain media cetak, dan perkembangan *fashion streetsyle/subkultur* di Bandung melalui buku, jurnal, artikel, dan sumber-sumber informasi terpercaya lainnya.

1.6 Kerangka Perancangan

**Tabel 1.1 Kerangka Penelitian
(Sumber: Pribadi)**



1.7 Pembabakan

BAB I Pendahuluan

Memuat informasi tentang latar belakang permasalahan yang memaparkan tentang perkembangan *fashion streetsyle*/subkultur di Kota Bandung. Berdasarkan latar belakang tersebut dirumuskan identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan perancangan, cara pengumpulan data dan analisis, dan kerangka perancangan.

BAB II Landasan Teori

Berisi teori-teori sebagai penunjang untuk memecahkan masalah yang telah disampaikan di Bab I dan teori-teori yang bersangkutan dengan topik perancangan.

BAB III Data dan Analisis Data

Berisi data-data yang dikumpulkan melalui Studi literatur, Survei, Wawancara, Observasi dan Kuesioner. Dilanjutkan dengan analisis data, ringkasan wawancara, data hasil kuesioner, analisis konten visual, analisis matriks visual, analisis data kuesioner, dan penarikan kesimpulan.

BAB IV Penutup

Memuat kesimpulan dari seluruh bab penelitian dan saran.