

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dark art atau seni gelap yang sangat populer pada abad ke-20 ini banyak mengambil pengaruh dari aliran surealisme. Karya seni ini banyak menggunakan sapuan warna hitam. Para seniman di ranah ini tak ragu menjauh dari anggapan banyak orang tentang keindahan. Visual yang tersaji justru objek-objek menakutkan bahkan menjijikkan, seperti aneka makhluk dalam dunia mitologi serupa monster, tengkorak, kematian dan lainnya. *Dark Art* atau seni gelap merupakan gaya seni yang sangat berbeda dengan media seni konvensional lainnya. Dalam media ini, seniman menyampaikan pemikiran dan imajinasinya dengan cara yang sangat misterius namun agak fantastis atau bisa diungkapkan dengan gaya yang aneh. (Aquil Akhter, 20 maret 2009).

Dark art sangat dipengaruhi oleh seni mengerikan, yaitu kualitas suasana yang suram, karya mengerikan ini menekankan detail dan simbol kematian. Istilah ini juga mengacu pada karya-karya yang sifatnya seperti *Danse Macabre*. *Danse Macabre* adalah salah satu genre artistik yang mempengaruhi seni gelap modern. *Danse Macabre* terdiri dari orang mati atau personifikasi kematian yang memanggil perwakilan dari semua lapisan masyarakat untuk menari bersama menuju kuburan. Mereka diciptakan untuk mengingatkan manusia akan kerapuhan hidup mereka dan betapa sia-sianya kemuliaan kehidupan duniawi. *Dark art* sering kali menampilkan pemandangan sosial yang terjadi di masyarakat pada masa tersebut. Selama Abad Pertengahan di Eropa, banyak kejadian kematian mendadak dan menyakitkan. Sepanjang sejarah, banyak ditemukan seniman- seniman terkenal yang juga se-zaman dengan masa tersebut dan ingin menunjukkan sisi tergelap dan paling menakutkan dari pengalaman mereka. Karya-karya tersebut lalu diklasifikasikan sebagai seni gelap atau lebih tepatnya pendahulu gerakan seni gelap. Gerakan Seni Hitam berakar pada warisan seniman-seniman besar sepanjang sejarah, seperti, Hans Memling (1430 – 1494, Jerman), Hieronymus Bosch (1450 – 1516, Belanda), Pieter Bruegel yang Tua (1525/1530 – 1569, Belanda), Francis Bacon (1909 1992, Irlandia), Caravaggio (1571 – 1610, Italia), Salvator Rosa (1615 – 1673, Italia), Henry Fuseli (1741 – 1825, Swiss), Francisco Goya (1746 – 1828, Spanyol), Théodore Géricault (1791 – 1824, Prancis), Bouguereau (1825 – 1905, Prancis), Salvador Dalí (1904 1989, Spanyol), Zdzisław Beksiński (1929 – 2005, Polandia), HR Giger (1940 – 2014, Swiss). (Dark Art Movement, 2009, diakses 16 maret 2024).

Dark clothing brand ialah produk pakaian yang memiliki tema khusus yaitu menggunakan tema gelap/*dark art*, pakaian serba hitam yang *graphic*-nya menyeramkan, misterius, horror dan sejenisnya. Pada umumnya digunakan di acara musik keras dan *movie horror*. *Dark clothing brand* pertama di Bandung ialah Maternal Disaster, pada awal kemunculannya Maternal Disaster dituntut untuk menunjukkan keberadaan serta ikut bersaing dengan berbagai jenis *clothing brand* lainnya. Maternal Disaster pun berhasil menunjukkan daya tariknya dipasar *fashion* lokal maupun secara global, tak lama setelah itu mulai bermunculan *brand* serupa di Bandung yang mengusung tema "*dark*" seperti brand Abigail Clothing, Folken, Beholder + Eternity, Heretic Deadly Merch, Ludens Sect, Vampire Kingdom, Flustern, dan Beholder. (hai, 28 maret 2021).

Perkembangan *clothing brand* atau perusahaan *clothing company* di Bandung dimulai pada pertengahan tahun 1990, namun baru mengalami perkembangan beberapa tahun setelahnya hingga mengalami puncaknya pada tahun 1996-1998. Pada masa tersebut banyak distro yang mulai menjual produk lokal. Adapun orang yang menjual kaos-kaos distro biasa dikenal dengan istilah vendor, hingga sekitar tahun 1996 berdiri sebuah perusahaan *clothing* bernama '347' Boardrider.co' yang kemudian disusul oleh kehadiran 'Ouvall Research' setahun berikutnya. Pada tahun 1997-1998 semakin banyak bermunculan perusahaan *clothing* seperti Harder, Airplane, Two Clothes, dan Maternal Brand. Maternal brand didirikan tahun 2003 oleh Vidi Nurhadi dengan mengusung tema *dark*. Hal yang perlu diperhatikan ialah walaupun sebelumnya banyak brand pakaian atau *fashion* tingkat lokal yang telah memulai usaha, namun sebutan "*clothing*" baru populer bersamaan dengan populernya brand yang telah dipaparkan. Istilah "*clothing*" atau "distro" pun mengalami perkembangan yang cukup signifikan, distro menjadi tempat yang diminati karena memproduksi barang yang eksklusif dan menarik. Barang yang eksklusif tersebut yang mampu membedakan distro dengan yang lainnya. Secara keseluruhan perkembangan vendor distro di Indonesia tetap memberikan pengaruh positif bagi perkembangan tren dan *fashion*. Pengaruh yang positif ini pun mampu memberi sebuah motivasi tentang adanya independensi dalam mendirikan sebuah usaha. (hygmatic 2014, diakses pada 22 Maret 2024).

Anak muda adalah generasi yang memiliki pengaruh besar dalam dunia *clothing brand*. Target sasaran dark clothing brand terhadap anak muda sangat penting untuk meningkatkan kesadaran merek, menciptakan kesadaran tentang dark clothing brand di kalangan anak muda dan menjadikan merek sebagai mode otoritas, membangun loyalitas merek untuk menumbuhkan rasa loyalitas dan rasa memiliki di kalangan generasi muda yang

mengidentifikasi diri dengan nilai dan estetika dark clothing brand, meningkatkan penjualan dark clothing dengan menarik keinginan audiens target untuk fashion, gaya, dan ekspresi diri.

Banyak anak muda yang selalu mencari produk tren terbaru dan ingin tampil berbeda dengan yang lain. Di sisi lain, industri *dark art* dan perkembangan industri *dark clothing brand* di Bandung merupakan bagian dari identitas kota sebagai pusat kreativitas dan inovasi di Indonesia.

Sangat disayangkan masih banyak anak muda yang kurang mendapatkan informasi terkait dengan *dark art* dan perkembangan *dark clothing brand* di Bandung secara menyeluruh. Informasi yang tepat dan akurat sangat penting dalam memahami tren *clothing brand* terkini, serta mampu memperluas wawasan mengenai *dark art*, dan *dark clothing brand* yang sedang berkembang di kota Bandung.

Dalam konteks ini, perancangan media alternatif dapat menjadi solusi yang tepat untuk mengatasi minimnya media yang mampu menampilkan detail dan informasi terkait dengan *dark art*, perkembangan dan pelaku *dark clothing brand* di Bandung secara luas dan menyeluruh. Dengan perancangan media alternatif yang kreatif dan menarik, anak muda dapat memperoleh informasi mengenai tren *dark art/dark clothing brand* terbaru dan perkembangan *dark clothing brand* di Bandung secara mudah dan akurat.

Dalam konteks bisnis *dark clothing*, perancangan media alternatif juga dapat membantu para pelaku *dark art* atau *dark clothing brand* 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 *dark clothing brand*.

Dengan demikian, Pemahaman yang baik mengenai *dark art* dan perkembangan *dark clothing brand* di Bandung menjadi penting bagi anak muda untuk mengetahui tren terkini, serta mampu memperluas wawasan dalam dunia *dark clothing brand*. Perancangan media alternatif dapat menjadi solusi yang tepat untuk mengatasi kendala minimnya media yang mampu menampilkan informasi secara komprehensif dan akurat terkait dengan *dark art*, perkembangan dan pelaku *dark clothing brand* di Bandung.

Perancangan ini mencoba untuk mengeksplorasi bagaimana media zine *dark art* dapat digunakan sebagai media alternatif dalam mengeksplorasi perkembangan *dark clothing brand* dan memperkenalkan *dark clothing brand* di kota Bandung, serta bagaimana zine dapat membantu untuk berinteraksi dengan kaum melalui media muda yang unik dan autentik yang berbicara kepada kepentingan dan nilai-nilai, zine sebagai media alternatif untuk inspirasi fahion

dark clothing brand menginspirasi generasi muda untuk mengekspresikan diri melalui fesyen, dengan menampilkan produk merek pakaian sebagai sarana untuk mengekspresikan diri mereka melalui fashion dark clothing brand, serta zine bagaimana dapat membantu memperluas jangkauan dari karya-karya desainer lokal. Media referensi sangat efektif digunakan oleh para desainer grafis yang tertarik dengan karakteristik *dark art* dan *dark clothing brand*, sehingga terjadi peningkatan peluang bisnis bagi para desainer grafis yang menargetkan penggiat *dark clothing brand*. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dinamika perkembangan *dark clothing brand* di kota Bandung, dengan menggunakan metode penelitian kualitatif sebagai metode pengumpulan data. Dilakukan pendekatan dengan tujuan untuk menyajikan informasi mengenai *dark art* dan perkembangan *dark clothing brand* di kota Bandung secara objektif dan komprehensif.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Kurangnya media alternatif yang mampu menyajikan perkembangan *Dark Clothing Brand* di Bandung dengan cara yang kreatif dan menarik perhatian dikalangan *dark clothing brand* lokal di Kota Bandung.
2. Kurangnya informasi tentang perkembangan *dark clothing brand* di Kota Bandung guna memperkuat referensi dan visibilitas di dunia *dark clothing brand* lokal.

1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana konsep dan karakteristik zine *dark art* dalam menyajikan informasi perkembangan *dark clothing brand* di Bandung, serta bagaimana perancangan zine *dark art* dapat memenuhi kebutuhan pengguna dalam memperoleh informasi *dark art* dan perkembangan *dark clothing brand* 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 *dark clothing brand* di Bandung.

2. Siapa

Pembatasan lingkup masalah ini akan berfokus pada pemuda Bandung yang memiliki minat terhadap *dark art/dark clothing brand*.

3. Dimana

Pembatasan lingkup masalah ini akan berfokus pada perkembangan *dark clothing brand*.

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 *dark clothing brand*, eksplorasi *dark clothing brand*, wawancara dengan pelaku industri dan komunitas, serta pengumpulan data dan informasi terkait perkembangan *dark clothing brand* di Bandung.

1.5 Tujuan Perancangan

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

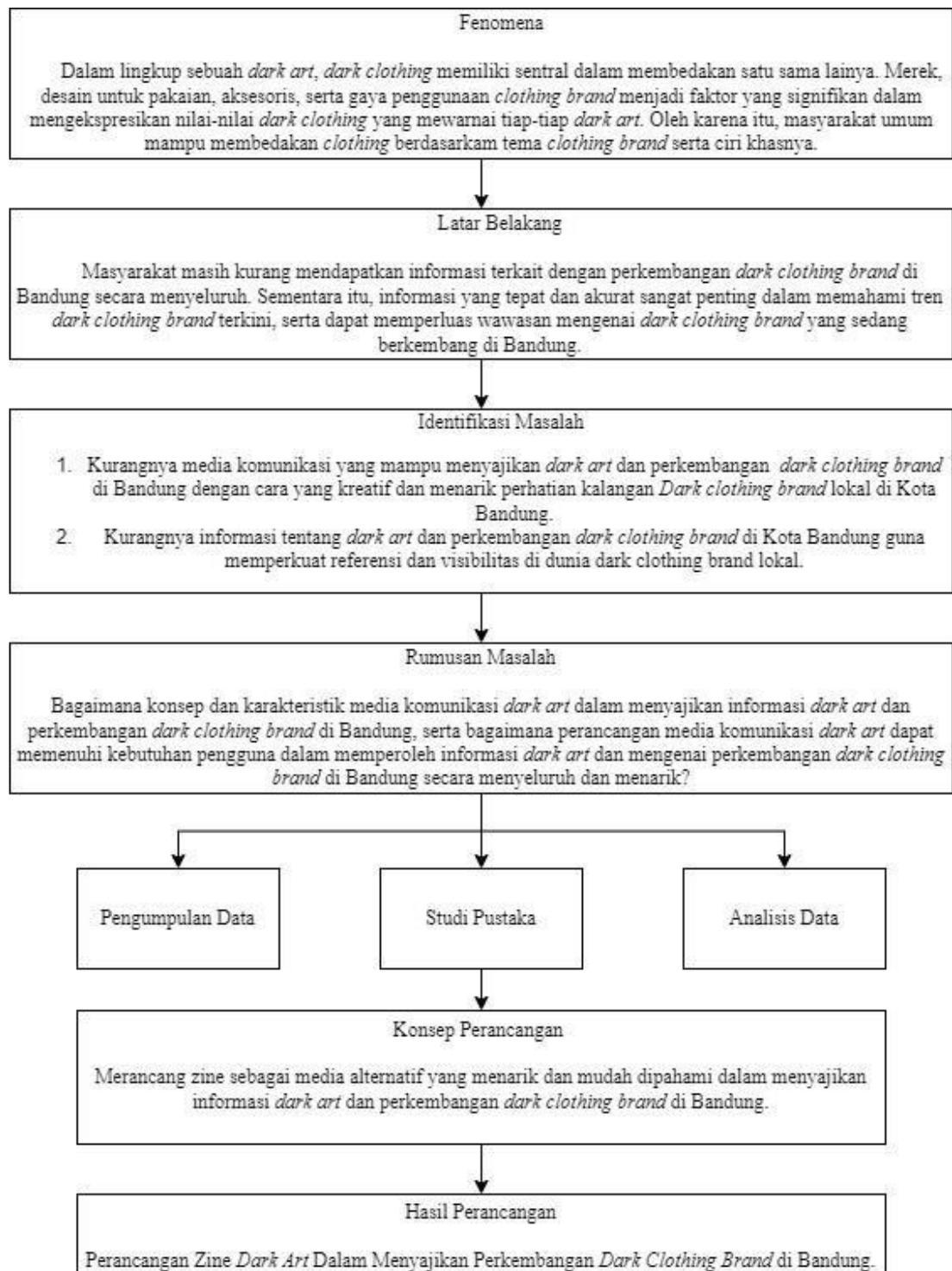
1. Merancang media zine sebagai media alternatif yang menarik dalam menyajikan perkembangan *dark clothing brand* di Bandung.
2. Menciptakan sebuah media yang mampu menyajikan informasi yang informatif tentang *dark art* dan perkembangan *dark clothing brand* serta pelaku *dark art/dark clothing brand* di Bandung, dengan tujuan memperkuat referensi dan visibilitas di dunia *dark clothing brand* lokal.

1.6 Metode Pengumpulan Data

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

1.7 Kerangka Perancangan

Tabel 1.1 Kerangka Penelitian (Sumber: Data Pribadi)



1.8 Pembabakan

BAB I PENDAHULUAN

Memuat informasi tentang latar belakang permasalahan yang memaparkan tentang informasi *dark art* dan perkembangan *dark clothing* brand 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.