

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sepatu *sneakers* merupakan salah satu produk yang penting dalam dunia fashion dan gaya hidup modern, tidak hanya digunakan sebagai alat pelindung kaki tetapi juga sebagai simbol identitas dan media mengekspresikan diri. Tren desain dari *sneakers* terus berkembang seiring waktu dan juga karena pengaruh budaya global, dimana aspek kenyamanan, fungsionalitas dan juga estetika menjadi pertimbangan utama dalam pemilihan produk *fashion* (Armstrong, M., & Gomez, D., 2017).

Comrades MC merupakan *brand* yang berfokus pada produk apparel yang terinspirasi dari kultur motor *custom* dengan ciri khas utama brand yaitu gaya *Japanese-Americana*. Comrades MC pertama kali dikenalkan kepada khalayak umum pada tahun 2014, yang pada saat itu dimiliki oleh founder sekaligus desainer utama dari *brand* yaitu Tegep Oktaviansyah. Namun sayangnya pada tahun 2016, belum lama setelah aktifnya Comrades MC, *brand* tersebut mengalami hiatus karena wafatnya founder. Kini, Comrades MC diambil alih oleh anak dari Tegep Oktaviansyah, Daegal Mecca, dan berencana untuk melakukan reaktivasi *brand* melalui peluncuran produk baru berupa *sneakers*.

Sebagai ciri khas utama *brand*, *Japanese-Americana* akan menjadi konsep visual utama dari produk sepatu *sneakers* ini. Ringkasnya, *Japanese-Americana* merupakan gaya *fashion* yang menggabungkan elemen-elemen klasik dari pakaian Amerika dengan sentuhan khas Jepang. Tidak hanya meniru, tetapi Jepang juga mengadaptasi dan bahkan menyempurnakan gaya klasik *Americana*, seperti denim, *workwear*, dan blazer *ivy league*, sehingga menciptakan gaya baru dan dihargai secara global (Marx, D., 2015). Konsep *Japanese-Americana* diyakini mampu memberikan karakter kuat dan membedakan produk Comrades MC di pasar apparel yang kompetitif.

Namun, ada banyak masalah yang harus diatasi saat membuat sepasang sepatu. Ini termasuk memilih material yang tepat, memastikan bahwa sepatunya nyaman dan tahan lama, dan tetap mempertahankan gaya yang sesuai dengan merek. Di sisi lain, peluang besar terbuka melalui inovasi desain yang mampu menarik konsumen baru dan membedakan produk di pasar yang kompetitif. Untuk itu, pendekatan *design thinking* menjadi sangat penting karena proses ini mengutamakan pengguna (*user-centered*), dimulai dari tahap empati terhadap kebutuhan konsumen, perumusan masalah, eksplorasi ide kreatif, pembuatan prototipe, hingga pengujian dan iterasi produk (Brown, 2009).

Sustainable design merupakan suatu pendekatan dalam perancangan yang berfokus pada pengurangan dampak merugikan terhadap lingkungan, sekaligus berupaya meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup manusia, dalam konteks ekonomi suatu merek seperti Comrades MC, *sustainable design* bertanggung jawab kepada kehidupan komunitas sosial dan untuk meningkatkan kualitas ekonomi (Pambudi et al., 2015). Produk ini mengusung konsep keberlanjutan untuk siklus hidupnya dari segi karakter yang tahan lama dan mudah diperbaiki. Konsep ini dapat disebut juga dengan *circular design*, yaitu salah satu pendekatan dalam desain produk yang memiliki tujuan untuk memaksimalkan penggunaan material, mengurangi sampah dan menciptakan produk yang dapat digunakan kembali. *Circular design* berfokus pada sistem tertutup di mana produk dan material tetap dalam siklus penggunaan selama mungkin, yang merupakan bagian dari ekonomi sirkular (Azhar et al., 2024).

Perancangan ini penting untuk dilakukan untuk membantu proses pengembangan produk sepatu Comrades MC, yang menggabungkan konsep visual *Japanese-Americanana* dengan mengutamakan pengguna dan keberlanjutan siklus hidup produk. Diharapkan hasilnya akan memperkuat identitas merek Comrades MC, memperluas pasar, dan membantu dalam pengembangan desain produk sepatu di Indonesia yang berfokus pada estetika budaya dan kebutuhan pengguna.

1.2. Identifikasi Masalah

1. Belum adanya produk sepatu *sneakers* yang mengusung konsep visual *Japanese-Americana* sebagai ciri khas yang dapat memperkuat identitas brand Comrades MC dan menarik minat target pasar.
2. Pengaplikasian konsep visual *Japanese-Americana* yang tepat pada produk *sneakers* agar sesuai dengan karakter utama merek Comrades MC dan juga menarik bagi target pasar.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang sudah tertulis, maka rumusan masalah dalam perancangan ini adalah bagaimana menghasilkan sepatu *sneakers* yang dapat mengaplikasikan *Japanese-Americana* secara tepat sebagai gaya dan juga identitas utama merek Comrades MC supaya dapat mencerminkan merek dengan baik. Selain itu juga bagaimana supaya produk yang akan dirancang dapat menarik minat dari target pasar utama, yaitu pecinta motor *custom* maupun klasik, dengan mempertimbangkan nilai estetika, kebutuhan fungsional, dan juga gaya hidup mereka.

1.4. Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana mengaplikasikan konsep visual *Japanese-Americana* secara tepat dalam desain sepatu *sneakers* untuk memperkuat identitas brand Comrades MC?

1.5. Tujuan Perancangan

1. Menciptakan desain sepatu *sneakers* yang mengaplikasikan konsep visual *Japanese-Americana* secara tepat, sehingga memperkuat identitas brand Comrades MC dan menarik minat target pasar.

1.6. Batasan Masalah

1. Perancangan produk hanya difokuskan pada sepatu sneakers dengan gaya Japanese-Americana sebagai identitas visual utama brand Comrades MC.
2. Sepatu *sneakers* ini ditujukan untuk pecinta motor *custom* maupun klasik, dengan memperhatikan kebutuhan dan preferensi mereka.
3. Perancangan tidak mencakup aspek produksi massal, distribusi, atau strategi pemasaran secara luas, hanya fokus pada desain produk.

1.7. Ruang Lingkup Perancangan

Ruang lingkup masalah dalam perancangan sepatu sneakers ini meliputi pengaplikasian konsep visual Japanese-Americana secara tepat untuk memperkuat identitas brand Comrades MC, dengan fokus pada karakter dan nilai estetika yang sesuai dengan budaya pecinta motor custom dan klasik sebagai target pasar utama. Desain produk harus mempertimbangkan aspek estetika, fungsi kenyamanan, serta gaya hidup pengguna, tanpa melibatkan proses produksi massal, distribusi, atau strategi pemasaran secara menyeluruh. Selain itu, ruang lingkup juga dibatasi pada elemen visual yang relevan untuk sepatu sneakers, sehingga hasil rancangan dapat menarik minat target pasar dan mencerminkan identitas merek secara efektif.

1.8. Keterbatasan Perancangan

Penelitian ini menghadapi beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, ketersediaan data mengenai perencanaan awal *brand* Comrades MC pada tahun 2016 sangat terbatas, sehingga menyulitkan dalam melakukan analisis komparatif terhadap perkembangan brand tersebut. Kedua, ketidakhadiran Alm. Tegep sebagai *founder* dalam perancangan konsep awal brand menjadi kendala dalam mengungkap secara mendalam visi dan misi yang ingin dicapai. Ketiga, keterbatasan waktu yang tersedia menghambat pelaksanaan pengujian produk secara ekstensif dalam kondisi penggunaan sehari-hari, sehingga validitas hasil penelitian menjadi relatif terbatas.

1.9. Manfaat Perancangan

1. Penelitian ini bermanfaat untuk dapat menambah konsep atau teori untuk perkembangan ilmu desain di ranah produk *fashion Japanese–Americana*. Yaitu sepatu *sneakers* dengan tema *Japanese-Americana* yang aman, nyaman & mudah untuk dipakai saat bermotor tetapi tetap *trendy* dan berkualitas.
2. Penelitian ini bermanfaat untuk masyarakat yang meminati ataupun bergerak dibidang motor *custom* maupun klasik.
3. Penelitian ini bermanfaat untuk pihak Alm. Tegep Oktaviansyah sebagai keberlanjutan brand COMRADES MC, yang dapat menghasilkan sepatu *sneakers* dengan tema *Japanese-Americana* yang aman, nyaman & mudah untuk dipakai saat bermotor tetapi tetap *trendy* dan berkualitas.

1.10. Sistematika Penulisan

1. BAB I PENDAHULUAN : Membahas latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan perancangan, batasan masalah, ruang lingkup perancangan, keterbatasan perancangan, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.
2. BAB II KAJIAN : Membahas literatur dan penelitian terdahulu yang relevan, dengan inovasi desain dan personalisasi dalam industri sepatu.
3. BAB III METODE : Menjelaskan metode yang digunakan dalam penelitian, termasuk eksperimen desain dan kustomisasi produk.
4. BAB IV PEMBAHASAN : Menguraikan pemaparan mengenai konsep produk dan perancangan produk yang akan dibuat.
5. BAB V KESIMPULAN : Menyajikan kesimpulan dari penelitian serta rekomendasi untuk pengembangan lebih lanjut.
6. DAFTAR PUSTAKA : Menyertakan referensi yang digunakan dalam penelitian ini.