

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Busana merupakan salah satu kebutuhan primer manusia, namun mode *fashion* merupakan sebuah ide yang dibentuk oleh masyarakat sebagai standar sosial dalam berpakaian. Mode berpakaian seseorang dapat mempengaruhi keberadaan status sosial dan menciptakan suatu rasa kepuasan diri. Orang yang memiliki gaya hidup tersebut membeli pakaian bukan untuk sekedar kebutuhan primer namun juga karena dorongan irasional untuk meningkatkan citra diri (Fitriani & Humaira, 2021).

Dewasa ini, mode berpakaian seseorang sangat mudah dipengaruhi. Karena dampak globalisasi, berbagai konten mengenai tren *fashion* sangat mudah beredar. Tren *fashion* ini beredar melalui *platform* media sosial terutama Instagram dan Tiktok dalam bentuk promosi, iklan, maupun sekedar konten *influencer*. Fenomena ini dapat dilihat dari peningkatan konsumsi pakaian dalam era digital ini. Saat ini, orang seluruh dunia mengkonsumsi sebanyak 80 milyar potongan pakaian per tahunnya atau 400% lebih banyak dari 20 tahun sebelumnya (The True Cost, 2016).

Hal tersebut mempengaruhi berbagai masalah baik dari sisi konsumsi maupun produksi. Beberapa masalah dari sisi konsumsi adalah menggunungnya sampah pakaian yang terbuang ke lautan yang menyebabkan pencemaran mikroplastik. Selebihnya, masalah yang muncul dari sisi produksi antara lain penggunaan bahan baku yang dipakai secara tidak hati-hati atau tanpa tanggung jawab (Hayes, 2022).

Menurut World Wildlife Fund, dalam memproduksi satu kilogram katun, diperlukan sebanyak 20.000 liter air yang perlu dikuras. Selain itu, dalam memproduksi sebuah produk *fashion* diperlukan juga berbagai pewarna pakaian dan bahan kimia lainnya (Igini, 2022). Kemudian, selain dampaknya terhadap

lingkungan, dampak lain dari tren *fashion* ini adalah permasalahan mengenai *resourcing* yang tidak etis dan juga eksploitasi pekerja secara massal untuk mengurangi harga produksi pakaian (Owens, 2021).

Target utama dari penyebaran informasi mengenai *slow fashion* adalah konsumen yang sering membeli produk *fast fashion*. Kemudian, menurut Nabila & Amri (2018), perilaku remaja awal hingga dewasa awal masih bersifat labil dan mempengaruhi gaya hidup, bicara, dan berpakaian (Nabila & Amri, 2018). Berdasarkan kuesioner yang telah disebar oleh penulis kepada target audiens tersebut, 93% responden belum mendapatkan informasi mengenai *slow fashion* secara maksimal karena para responden hanya mengerti praktik *thrifting* saja.

Selain itu, penulis dapat melihat bahwa masyarakat masih tidak mendapatkan informasi mengenai *slow fashion* secara maksimal dengan media informasi yang sudah tersedia. Berdasarkan kuesioner yang telah penulis sebar, dapat dilihat bahwa target audiens yang mendapatkan informasi melalui media sosial seperti instagram, tiktok, dan lain-lain sehingga informasi yang diperoleh hanya sepotong-sepotong. Maka dari itu, penulis menawarkan solusi untuk merancang *website* mengenai *slow fashion* kepada remaja akhir dan dewasa awal secara lebih lengkap.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan jbaran latar belakang tersebut, maka disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Tren *fashion* menimbulkan masalah baik dari sisi produksi dan sisi konsumsi. Pada sisi produksi, masalah yang dapat ditimbulkan berbentuk masalah lingkungan dan juga aspek dari metode produksi yang tidak etis. Kemudian, adapun masalah yang ditimbulkan dari sisi konsumsi yaitu penumpukan sampah dan juga *over-consumption*.
2. Kurangnya pengetahuan target audiens mengenai *slow fashion*. Metode *slow fashion* dapat dijadikan salah satu alternatif dari konsumsi pakaian dari *brand fast fashion*.

3. Minimnya media informasi yang memuat informasi seputar *slow fashion* yang dikemas dengan menarik sehingga target user bosan dan tidak mendapatkan informasi secara optimal.

Merujuk pada permasalahan di atas, maka penulis melakukan penelitian desain dengan mengajukan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

Bagaimana perancangan media informasi dalam bentuk *website* tentang *slow fashion*?

1.3 Batasan Masalah

1.3.1 Demografis

- a. Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan
- b. Usia : 17-28 tahun. Menurut Verywell Family (2022), usia tersebut merupakan usia dimana orang merasakan *Fear of Missing Out* dengan kalangannya. Selain itu, kelompok usia 17-28 tahun merupakan kelompok usia dimana orang banyak berbelanja produk *fashion* secara *online* (Amri, 2020).
- c. Pendidikan : SMA hingga S1 atau pendidikan setara
- d. SES : A. Menurut Nonita Respati seorang *fashion designer* yang dilansir oleh Kompas.com, produk-produk *handmade* dan *slow fashion* lainnya cenderung mahal sehingga *brand-brand* tersebut memiliki target pasar SES A.

1.3.2 Demografis

- a. Primer : DKI Jakarta. Merupakan wilayah nilai konsumsi pakaian secara *online* terbesar dan juga paling banyak akses internet pada tahun 2022 (Putri, 2023).

- b. Sekunder : Jabodetabek

1.3.3 Psikografis

- a. Mengikuti tren gaya berpakaian
- b. Memiliki gaya hidup konsumtif
- c. Memiliki rasa peduli terhadap lingkungan

- d. Memiliki gengsi yang tinggi dan adanya rasa *Fear of Missing Out* dengan kalangannya

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari tugas akhir ini adalah merancang *website* mengenai *slow fashion* bagi target audiens berusia 17-28 tahun untuk memberikan informasi seputar *slow fashion*.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

1) Penulis

Melalui Tugas Akhir ini, penulis dapat mengimplementasikan hasil ilmu penulis seputar pembuatan perancangan karya desain interaktif dengan baik. Selain itu, penulis juga dapat menerapkan pengetahuan yang sudah dipelajari selama kuliah seperti *user research*, *human-centered design*, *problem-solving*, dan lain sebagainya. Melalui riset Tugas Akhir ini, penulis juga dapat mendalami pengetahuan seputar *slow fashion*.

2) Universitas

Bagi Universitas, laporan Tugas Akhir ini dapat menjadi salah satu sumber informasi bagi para peserta didik kampus terutama yang memiliki ketertarikan untuk membuat karya yang serupa. Harapannya juga, laporan ini dapat digunakan menjadi referensi bagi yang ingin melakukan Tugas Akhir.

3) Masyarakat

Terakhir, dengan diciptakannya Tugas Akhir ini, penulis harap masyarakat dapat memperoleh informasi seputar *slow fashion* yang lebih menarik dan lengkap sehingga informasi yang diterima dapat digunakan dengan baik.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A