

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Industri tekstil & *fashion* merupakan salah satu penyumbang emisi dan limbah global yang besar. Produksi, distribusi, dan pembuangan pakaian berkontribusi secara signifikan terhadap kerusakan lingkungan, termasuk penggunaan air, energi, dan emisi karbon (Apparel Impact, 2023). Sektor *fashion* menjadi target penting dalam upaya pengurangan emisi industri global. Praktik *fast fashion* dan produksi massal mendorong terjadinya banyak stok menjadi tidak terjual dan adanya sisa bahan produksi. Salah satu bentuknya adalah *deadstock*, yang artinya merupakan kain apapun yang tidak dapat lagi digunakan untuk tujuan aslinya. Kain tersebut bisa berasal dari *brand* yang memesan kain terlalu banyak, dari pabrik yang memproduksi warna yang salah, kain yang rusak atau cacat, atau dari pesanan yang dibatalkan (Wolfe, 2022). Jika melihat lebih jauh, *deadstock* tidak hanya dilihat sebagai sebuah bahan sisa material produksi, tetapi juga menjadi sebuah penggambaran ketidakseimbangan sistem produksi *fashion modern*. Hal seperti overproduksi, ketidaksesuaian permintaan, maupun tekanan industri terhadap efisiensi biaya dapat ditunjukkan dengan melimpahnya *deadstock* dalam pasar. Maka dari itu, jika melihat *deadstock* melalui kaca mata keberlanjutan, *deadstock* dapat dilihat sebagai simbol pemborosan sumber daya, atau sebuah solusi alternatif untuk memperpanjang siklus hidup sebuah material tekstil (Banikya et al., 2024).

Penggunaan *deadstock* sering dipromosikan sebagai strategi untuk mengurangi limbah bahan baku dan mendukung keberlanjutan industri *fashion*, meskipun dalam praktik pengelolaan *deadstock* juga memiliki tantangan seperti keterbatasan jumlah, lokasi penyimpanan, dan kondisi bahan (Fini, 2025). Tantangan yang ada di dalam pengelolaan hal ini selain dari inovasi dalam tingkat

produksi, juga diperlukan adanya peningkatan kesadaran dari konsumen agar bahan sisa yang ada dapat dimanfaatkan kembali dengan lebih bijak.

Di sisi konsumen, yaitu generasi muda terutama remaja memiliki peran penting dalam pola konsumsi *fashion* modern. Hal ini disebabkan karena remaja berada dalam fase eksplorasi diri mereka, yang juga mencakup gaya berpakaian mereka. Sehingga hal ini membuat mereka lebih responsif terhadap tren-tren baru yang ada terutama dalam hal yang mencakup keberkelanjutan. Selain itu, remaja juga merupakan bagian dari konsumen jangka panjang yang dapat mempengaruhi arah industri *fashion* di masa depan melalui perilaku konsumsi yang mereka miliki (Masserini dkk., 2024).

Penelitian menunjukkan bahwa *fast fashion* telah memicu peningkatan signifikan terhadap pola konsumsi yang tidak berkelanjutan, terutama di kalangan masyarakat urban Indonesia (Muhammad & Nugraha, 2025). Namun, muncul pula tren alternatif di kalangan remaja Indonesia seperti *thrifting* dan pemanfaatan kembali pakaian, yang mencerminkan meningkatnya kesadaran terhadap isu keberlanjutan (Sella dkk., 2023). Studi lokal pun telah menunjukkan adanya tren *upcycling* maupun *thrifting* yang mulai berkembang di kalangan remaja sebagai bentuk dari ekspresi diri maupun kepedulian lingkungan (Mutiasari & Rahmanita, 2025); (Rosidah dkk., 2021).

Remaja memiliki keterampilan dasar yang dibutuhkan untuk memanfaatkan *deadstock*, seperti memilih bahan sesuai kebutuhan, pembelian, maupun menjahit atau memodifikasi material secara sederhana sesuai dengan kebutuhan mereka. Hal ini menunjukan bahwa dengan dukungan informasi yang sesuai, remaja dapat menggunakan *deadstock* sebagai media pembelajaran mengenai *fashion* yang praktis dan berkelanjutan, seperti memahami proses produksi, material, maupun dampak konsumsi pakaian terhadap lingkungan (Prasad, 2025).

Untuk mendorong perubahan perilaku konsumen remaja, penting untuk menentukan cara penyampaian informasi yang efektif. Penyampaian informasi

keberlanjutan kepada remaja memerlukan pendekatan yang interaktif dan menarik secara visual. Maka dari itu, penggunaan *platform* digital dengan *interface* yang *user-friendly* dan relevan dengan gaya hidup remaja cukup penting untuk meningkatkan literasi *sustainable fashion* berbasis *deadstock*.

Melihat karakter remaja yang dekat dengan internet, yaitu lebih dari 90% generasi muda aktif secara digital (Haryanto, 2024), maka dibutuhkan media edukasi yang komunikatif dan mudah diakses. *Website* dinilai menjadi medium yang efektif karena dapat memuat konten edukasi dalam bentuk teks, gambar, video, maupun interaktif. Selain itu, *website* juga mudah diakses kapan pun dan dimana pun (Nkwanyana & Fagbadebo, 2024). Media pembelajaran yang komunikatif, interaktif, dan berbasis digital akan lebih mudah diterima oleh remaja, mengingat karakteristik mereka yang akrab dengan internet dan visualisasi kreatif (Vogels dkk., 2022).

Walau sudah banyak ditemukan edukasi mengenai *sustainable fashion* melalui media sosial, hal tersebut masih bersifat terlalu umum dan belum membahas aspek *deadstock* secara lebih mendalam. Melalui media ini, remaja diharapkan memahami pentingnya *sustainable fashion* khususnya pemanfaatan *deadstock*, serta terdorong ke konsumsi yang lebih ramah lingkungan. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk merancang UI/UX *website* yang berfungsi sebagai media informasi dan edukasi mengenai *sustainable fashion* berbasis *deadstock* untuk remaja.

## 1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah berdasarkan latar belakang di atas dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Rendahnya pemahaman dan kesadaran remaja terhadap dampak *fast fashion*, serta pemanfaatan *deadstock* menyebabkan pola konsumsi *fashion* yang berkelanjutan.

2. Belum tersedia media *website* yang informatif dan relevan bagi remaja untuk menyampaikan informasi *sustainable fashion* berbasis *deadstock* secara efektif.

Dari masalah sosial dan masalah desain yang telah diuraikan, penulis menyusun rumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimana perancangan UI/UX *website* untuk mengenalkan *sustainable fashion* berbasis *deadstock* untuk remaja?

### **1.3 Batasan Masalah**

Perancangan ini ditujukan untuk remaja, baik laki-laki maupun perempuan dengan usia primer 15-18 tahun, khususnya remaja yang tertarik dengan *fashion*. Dengan SES B, domisili di Jabodetabek, dan banyak menghabiskan waktu menggunakan media berbasis digital. Batas perancangan ini akan melingkupi desain media interaktif berupa *website* yang memberikan konten yang difokuskan pada isu lingkungan dan sosial akibat *fast fashion*. Selain itu, konten edukasi akan menekankan metode *deadstock* (pemanfaatan kain sisa produksi atau stok yang tidak terjual untuk dijadikan produk baru). Media informasi yang dirancang hanya berfungsi sebagai media edukasi dan sosialisasi, tidak mencakup aspek transaksi jual beli produk *fashion*.

### **1.4 Tujuan Tugas Akhir**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dari tugas akhir ini adalah untuk merancang UI/UX *website* tentang pengenalan *sustainable fashion* berbasis *deadstock* untuk remaja.

### **1.5 Manfaat Tugas Akhir**

Perancangan yang dilakukan memberikan manfaat bagi penulis, masyarakat, dan universitas seperti yang diuraikan di bawah ini.

#### **1. Manfaat Teoretis:**

Perancangan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang DKV dan media informasi digital. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian mengenai

penerapan prinsip DKV dalam penyampaian isu sosial dan lingkungan, terutama terkait *sustainable fashion*. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memperluas pemahaman tentang peran desain sebagai sarana edukasi dan sosialisasi yang efektif dalam merespons permasalahan konsumsi *fashion* di kalangan remaja.

## 2. Manfaat Praktis:

Manfaat perancangan juga sebagai referensi mengenai perancangan *website* yang termasuk dalam salah satu pilar DKV, yaitu Informasi, baik bagi dosen maupun peneliti lain di masa depan. Perancangan ini juga bermanfaat bagi mahasiswa lain yang ingin merancangan *website* mengenai pengenalan *sustainable fashion*, serta menjadi arsip universitas mengenai pelaksanaan Tugas Akhir.

