

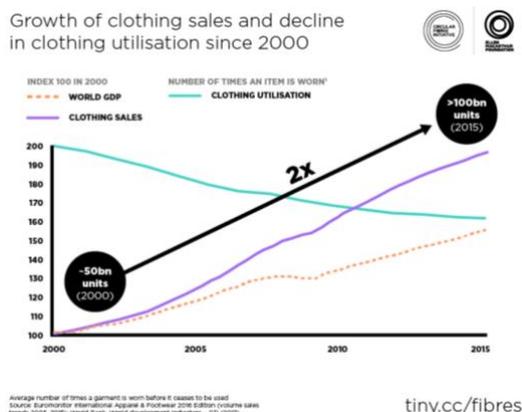
1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Menurut *KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia)* pakaian muncul dari kata pakai yang berarti barang yang dipakai (baju, celana, sebagainya). Pakaian merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia untuk hidup (sandang) dan memiliki sejarah lebih dari ratusan ribu tahun lamanya. Dilansir dalam *KOMPAS.com* sejarah panjang pakaian telah berevolusi dari kulit binatang dan daun – daunan menjadi kain yang dijahit dengan berbagai model. Seiring perkembangan zaman pakaian mulai di produksi massal dan dipasarkan. *Brand* pakaian berlomba – lomba untuk menghadirkan tren – tren pakaian terkini untuk memenuhi keinginan pasar. Strategi bisnis tersebut dinamakan *fast fashion*.

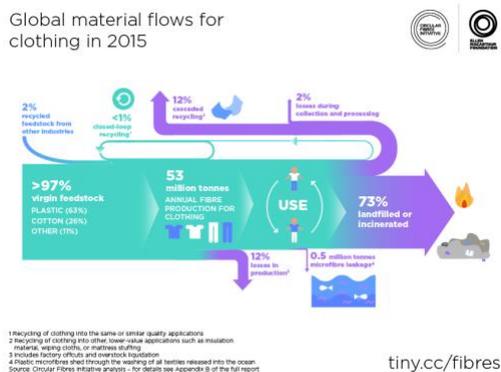
Fast fashion berfokus pada kecepatan dan rendahnya biaya produksi untuk mengeluarkan banyak koleksi baru sesuai dengan musim. Karakter dari produk *fast fashion* sendiri adalah tingkat durabilitas yang rendah dan trennya yang cepat berubah, sehingga pembeli cenderung membeli barang baru lagi dengan jangka waktu pendek. (“Ada Apa Di Balik Fast Fashion?”, 2019, ¶Para 2)

Menurut riset yang dilakukan oleh *Ellen MacArthur Foundation* terdapat pertumbuhan yang signifikan dalam penjualan baju sejak tahun 2000 hingga 2015 serta penurunan rata – rata pada penggunaan pakaian sebelum berhenti digunakan dari tahun ke tahunnya. Penurunan pada rata – rata penggunaan pakaian bisa terjadi karena tren pakaian yang cepat berlalu, atau kerusakan pada pakaian karena kualitas pakaian yang rendah.



Gambar 1.1 *Growth of clothing sales and decline in clothing utilisation since 2000*

Kurang dari 1% bahan yang digunakan untuk memproduksi pakaian didaur ulang menjadi pakaian baru, menunjukkan hilangnya bahan senilai lebih dari USD 100 miliar setiap tahun. (*A new textiles economy: Redesigning fashion's future*, 2017, p. 20)



Gambar 1.2 *Global Material Flows for clothing in 2015*

Sumber: *Ellen MacArthur Foundation*

Pakaian yang sudah tidak digunakan kebanyakan berakhir di pembuangan. Dan dengan bahan seperti *polyester* (bahan sintetis) yang mengandung plastik pakaian tersebut tidak bisa teruraikan hingga 200 tahun lamanya. (“Ada Apa Di Balik Fast Fashion?”, 2019) Sebanyak 20.000 liter air adalah jumlah yang dibutuhkan untuk menghasilkan satu kilogram kapas; setara dengan 1 kaos dan celana *jeans*. Diperlukan lebih dari 5.000 galon air hanya untuk membuat 1 kaos dan celana *jeans*. (“*Fashion Industry Waste Statistic*”, n.d.).

Dalam beberapa tahun terakhir, industri *fashion* dan pelanggannya semakin sadar akan dampak negatif kepada lingkungan dan sosial dari system pembuatan pakaian saat ini. Dan muncul berbagai komunitas seperti ‘Setali Indonesia’ yang membuat berbagai program untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan dampak negatif industri pakaian.

Istilah *upcycle* ini tercatat mulai digunakan di tahun 1994 oleh Thornton Kay dalam artikelnya di SalvoNEWS yang mengutip Reiner Pilz, insinyur asal Jerman. Lalu tahun 1999 *Upcycling* keluar sebagai judul buku Gunter Pauli sebagai revisi edisi awal dari buku *Upsizing* yang dicetak tahun 1998 *Upcycling* adalah proses transformasi barang yang sudah tidak terpakai menjadi sesuatu yang lebih berguna dan seringkali bersifat lebih bagus daripada awalnya. Tujuan dari *upcycling* untuk mencegah pemborosan materi dengan memanfaatkan materi yang sudah ada. Selain itu, *upcycling*

juga berguna untuk mengurangi berbagai polusi yang dihasilkan dari proses produksi, seperti pencemaran udara ataupun air. (“*Tentang Upcycling*” , 2020)

Berdasarkan tekniknya *upcycle* dibagi menjadi 3 teknik diantaranya, (1) *upcycle* dengan meng- gabungkan 2 pakaian atau lebih; (2) *upcycle* merubah model pakaian; (3) *upcycle* dengan menambah- kan mate-rial/hiasan. (Yusnindya – Putri, 2018, p.13)

Brand Phoebe sendiri merupakan *brand* baru yang menggunakan teknik *upcycle* pada pembuatan produknya. Dengan misi untuk mengurangi sampah tekstil *brand* Phoebe menggunakan pakaian lama untuk dibuat menjadi baju atau tas baru. Ada banyak alasan kenapa sebuah pakaian tidak dipakai lagi, misalnya: model yang sudah ketinggalan zaman, rusak, ataupun rasa bosan. Dengan teknik *Upcycle* kita bisa membuat pakaian yang lebih unik dan menyelamatkan lingkungan secara bersamaan.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah pada perancangan ini adalah bagaimana merancang *Brand* Phoebe yang berfokus pada pengelolaan pakaian yang sudah tidak terpakai dengan teknik *upcycle*?

1.3 Tujuan Perancangan

Adapun tujuan perancangan ini adalah merancang *Brand* Phoebe yang berfokus pada pengelolaan pakaian yang sudah tidak terpakai dengan teknik *upcycle*.

1.4 Batasan Lingkup Perancangan

Adapun batasan lingkup dalam perancangan ini adalah sebagai berikut :

- a. Perancangan yang dibuat merupakan perancangan Tugas Akhir mahasiswa Prodi Desain Komunikasi Visual S1 Universitas Kristen Petra

- b. Perancangan yang dibuat adalah koleksi pakaian upcycle dengan brand bernama “PHOEBE”
- c. Lokasi penelitian adalah di wilayah Surabaya, Jawa Timur
- d. Waktu penelitian adalah Juni sampai Agustus 2020
- e. Target pasarnya memiliki karakteristik sebagai berikut:
 - i. Demografis
 - Status Ekonomi : Kelas ekonomi menengah ke atas
 - Usia : 15- 28 tahun
 - Jenis Kelamin : Wanita
 - Tingkat Pendidikan : Semua jenis tingkatan pendidikan
 - Pekerjaan : Semua jenis pekerjaan
 - ii. Geografis
 - Penduduk Indonesia di kota – kota besar seperti Jakarta, Surabaya, Bandung, dll.
 - iii. Psikografis
 - Mengikuti perkembangan zaman, suka mengikuti *trend*, peduli kepada lingkungan
 - iv. Behavioral
 - Mengikuti perkembangan informasi seperti berita yang beredar di internet maupun cetak

1.5 Manfaat Perancangan

1.5.1 Bagi Mahasiswa

Dapat menginspirasi mahasiswa lain untuk menerapkan ilmu yang telah dipelajari selama perkuliahan ke dalam berbagai media dan menghasilkan rancangan yang sesuai dengan permasalahan sosial yang ada di masyarakat

1.5.2 Bagi Institusi

Dapat menginspirasi mahasiswa lain dengan menuangkan pemecahan masalah melalui berbagai media

1.5.3 Bagi Masyarakat

Dapat membawa *awareness* pada masyarakat yang dapat membawa perubahan positif kedepannya

1.6 Definisi Operasional

a. Upcycle

Istilah *upcycle* ini tercatat mulai digunakan di tahun 1994 oleh Thornton Kay dalam artikelnya di SalvoNEWS yang mengutip Reiner Pilz, insinyur asal Jerman. Lalu tahun 1999 *Upcycling* keluar sebagai judul buku Gunter Pauli sebagai revisi edisi awal dari buku *Upsizing* yang dicetak tahun 1998.

Upcycling adalah proses transformasi barang yang sudah tidak terpakai menjadi sesuatu yang lebih berguna dan seringkali bersifat lebih bagus daripada awalnya. Tujuan dari *upcycling* untuk mencegah pemborosan materi dengan memanfaatkan materi yang sudah ada. Selain itu, *upcycling* juga berguna untuk mengurangi berbagai polusi yang dihasilkan dari proses produksi, seperti pencemaran udara ataupun air. (“*Tentang Upcycling*”, 2020)

1.7 Metode Perancangan

1.7.1 Data yang Dibutuhkan

1.7.1.1 Data Primer

Merupakan data utama atau data pokok yang digunakan dalam penelitian. Data pokok dapat dideskripsikan sebagai jenis data yang diperoleh langsung dari tangan pertama subjek penelitian atau responden atau informan. (“Data Primer dan Data Sekunder”, 2018).

a. Metode Wawancara

Hasil dari wawancara mendalam adalah narasi oral yang umumnya deskriptif. Narasi oral tersebut dicatat atau direkam, kemudian dituangkan dalam transkrip. (“Data Primer dan Data Sekunder”, 2018)

b. Kuisisioner

sumber data kuantitatif diperoleh melalui survey dengan cara menyebar kuisisioner atau angket sebagai instrumen penelitian. (“Data Primer dan Data Sekunder”, 2018)

1.7.1.1 Data Sekunder

Merupakan data pelengkap yang diperoleh tidak melalui tangan pertama, melainkan melalui tangan kedua, ketiga atau seterusnya. (“Data Primer dan Data Sekunder”, 2018).

a. Observasi

Metode ini dilakukan dengan mengamati karya – karya yang pernah dibuat. Juga mengamati gaya desain untuk menjadi referensi.

b. Internet

Metode ini dilakukan melalui internet dengan mengobservasi desain – desain melalui jaringan internet.

1.7.3 Instrumen / Alat Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan instrument laptop, *smartphone*, dan internet.

1.8 Metode analisis Data

1.8.1 Analisis kualitatif

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif yang akan menghasilkan data deskriptif. Artinya data yang dikumpulkan bukan berupa angka- angka, melainkan data tersebut berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, dokumen pribadi, catatan memo, dan dokumen resmi lainnya. Sehingga yang menjadi tujuan dari penelitian kualitatif ini adalah ingin menggambarkan dan memahami suatu situasi sosial, peristiwa, peran, interaksi di balik fenomena secara mendalam, rinci dan tuntas.

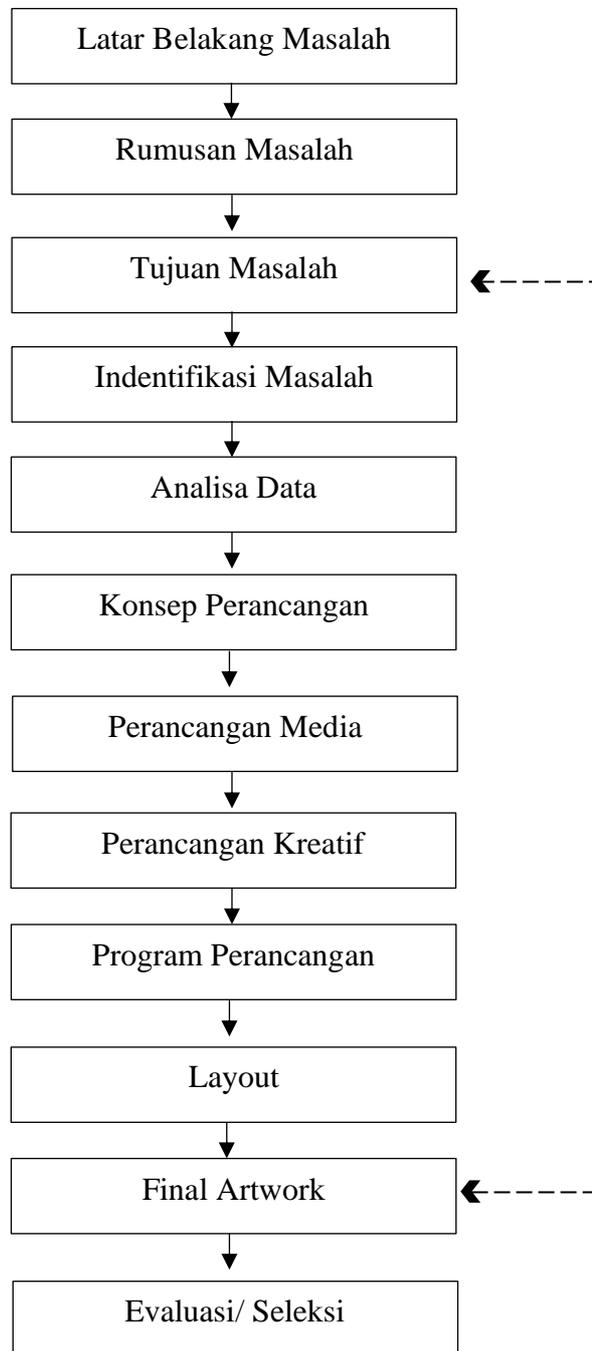
1.9 Konsep Perancangan

Berdasarkan tekniknya *upcycle* dibagi menjadi 3 teknik diantaranya, (1) *upcycle* dengan menggabungkan 2 pakaian atau lebih; (2) *upcycle* merubah model pakaian; (3) *upcycle* dengan menambahkan material/hiasan. (Yusnindya – Putri, 2018, p.13)

Konsep perancangan brand pakaian *upcycle* “PHOEBE” adalah menggabungkan berbagai pakaian maupun tekstil yang sudah tidak terpakai menjadi pakaian, tas, ataupun aksesoris yang baru. Brand ini menggunakan ketiga teknik tersebut untuk membuat pakaiannya.

Kata Phoebe sendiri datang dari mitologi Yunani yaitu dewi bulan dan melambangkan terang. Seperti bulan yang dapat bersinar saat malam hari, brand Phoebe ingin bercahaya pada sisi gelap dunia fashion. Selain membawa kesadaran juga menyuguhkan *fashion* dengan desain yang unik dan berani.

1.10 Skematika Perancangan



Gambar 1.3 Skematika Perancangan