

2. IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA

2.1. Studi Literatur

2.1.1. Remaja

2.1.1.1. Pengertian Remaja

Masa remaja atau yang sering disebut *adolescence* merupakan suatu masa yang penting dalam kehidupan manusia. Remaja merupakan masa peralihan dari masa kanak-kanak menuju ke masa dewasa. Kata *adolescence* berasal dari kata latin (*adolescere*), yang berarti "tumbuh" atau "tumbuh menjadi dewasa". (Hurlock, 2003). Remaja menurut Hurlock (2003) dibagi atas tiga kelompok usia tahap perkembangan, yaitu:

a. *Early adolescence* (remaja awal)

Berada pada rentang usia 12-15 tahun, merupakan masa negatif, karena pada masa ini terdapat sikap dan sifat negatif yang belum terlihat dalam masa kanak-kanak, individu merasa bingung, cemas, takut dan gelisah (Hurlock, 2003).

b. *Middle adolescence* (remaja pertengahan)

Dengan rentang usia 15-18 tahun, pada masa ini individu menginginkan atau menandakan sesuatu dan mencari-cari sesuatu, merasa sunyi dan merasa tidak dapat dimengerti oleh orang lain (Hurlock, 2003).

c. *Late adolescence* (remaja akhir)

Berkisar pada usia 18-21 tahun. Pada masa ini individu mulai stabil dan mulai memahami arah hidup dan menyadari dari tujuan hidupnya. Mempunyai pendirian tertentu berdasarkan satu pola yang jelas (Hurlock, 2003).

2.1.1.2. Ciri-ciri Masa Remaja

Menurut Hurlock (1999), masa remaja mempunyai ciri-ciri tertentu yang membedakan dengan periode sebelum dan sesudahnya. Ciri-ciri tersebut antara lain:

a. Masa remaja sebagai periode yang penting.

Semua periode dalam kehidupan adalah penting, namun pada masa ini perkembangan fisik dan psikologis remaja membutuhkan penyesuaian mental dan perlu membentuk sikap, nilai dan minat baru (Hurlock, 1999).

b. Masa remaja sebagai periode peralihan.

Masa peralihan berarti berubah dari apa yang pernah terjadi sebelumnya. Saat anak beralih dari masa kanak-kanak ke masa dewasa, mereka harus mempelajari pola perilaku dan sikap baru untuk menggantikan perilaku dan sikap yang sudah ditinggalkan (Hurlock, 1999).

c. Masa remaja sebagai periode perubahan.

Selama awal masa remaja, perubahan fisik terjadi dengan sangat pesat begitu juga dengan perubahan perilaku dan sikap. Ada 4 perubahan dasar yang terjadi yaitu meningginya emosi, perubahan tubuh, minat dan peran yang diharapkan oleh kelompok, nilai-nilai dan sebagian besar remaja bersikap ambivalen terhadap setiap perubahan (Hurlock, 1999).

d. Masa remaja sebagai usia bermasalah.

Masalah pada masa remaja sering menjadi masalah yang sulit diatasi baik oleh anak laki-laki maupun anak perempuan. Banyak remaja akhirnya menemukan bahwa penyelesaian tidak selalu sesuai dengan harapan mereka (Hurlock, 1999).

e. Masa remaja sebagai masa mencari identitas.

Identitas diri yang dicari remaja berupa usaha untuk menjelaskan siapa dirinya, apa peranannya dalam masyarakat, apakah ia seorang anak atau dewasa, apakah ia mampu percaya diri sekalipun latar belakang ras atau agama atau nasionalnya membuat beberapa orang merendharkannya. (Hurlock, 1999).

f. Masa remaja sebagai usia yang menimbulkan ketakutan.

Anggapan stereotip bahwa remaja adalah anak-anak yang tidak rapi, yang tidak dapat dipercaya dan cenderung merusak dan berperilaku merusak, menyebabkan orang dewasa yang harus membimbing dan mengawasi kehidupan remaja yang takut bertanggung jawab dan bertindak simpatik terhadap perilaku remaja yang normal (Hurlock, 1999).

g. Masa remaja sebagai masa yang tidak realistik.

Cita-cita yang tidak realistik menyebabkan meningkatnya emosi yang merupakan ciri dari awal masa remaja. Semakin tidak realistik cita-citanya semakin ia menjadi marah. Remaja akan sakit hati dan kecewa apabila orang lain mengecewakannya atau kalau ia tidak berhasil mencapai tujuan yang ditetapkannya sendiri (Hurlock, 1999).

h. Masa remaja sebagai ambang masa dewasa.

Dengan semakin mendekatnya usia kematangan yang sah, para remaja menjadi gelisah untuk meninggalkan stereotip belasan tahun dan untuk memberikan kesan bahwa mereka sudah hampir dewasa. Remaja mulai memusatkan diri pada perilaku yang dihubungkan dengan status dewasa, yaitu merokok, minum minuman keras, menggunakan obat dan terlibat dalam

perbuatan seks. Mereka menganggap bahwa perilaku ini akan memberikan citra yang mereka inginkan (Hurlock,1999).

2.1.2. Depresi

2.1.2.1. Pengertian Depresi

Depresi merupakan salah satu gangguan kesehatan mental yang ditandai dengan suasana hati yang sering berubah, kehilangan minat dalam beraktivitas bahkan sampai mengakibatkan penurunan kualitas hidup. Depresi dikatakan ringan jika terjadi dalam waktu yang singkat. Namun jika hal itu terjadi di luar kewajaran dan berlanjut, maka depresi dianggap sebagai abnormal (Atkinson, 2010).

2.1.2.2. Gejala dan Ciri-Ciri Depresi

Seseorang yang mengalami depresi akan menunjukkan berbagai gejala yaitu gejala fisik, gejala psikis dan gejala sosial. Menurut Institut Kesehatan Jiwa Amerika Serikat (NIMH) dan *Diagnostic and Statistical manual IV – Text Revision (DSM IV - TR) (American Psychiatric Association,2000)*, kriteria depresi dapat dibagi menjadi 3 bagian berikut:

- a. Gejala Fisik
 - Gangguan pola tidur; sulit tidur (insomnia) atau tidur berlebihan (hipersomnia)
 - Menurunnya tingkat aktivitas
 - Sulit makan atau makan berlebihan
 - Gejala penyakit fisik yang tidak hilang seperti sakit kepala, masalah pencernaan dan nyeri kronis
 - Terkadang merasa berat di tangan dan kaki
 - Energi lemah, kelelahan, menjadi lamban
 - Sulit berkonsentrasi, mengingat, memutuskan
- b. Gejala Psikis
 - Rasa sedih, cemas, atau hampa yang terus - menerus.
 - Rasa putus asa dan pesimis
 - Rasa bersalah, tidak berharga, rasa terbebani dan tidak berdaya/tidak berguna
 - Tidak tenang dan gampang tersinggung
 - Berpikir ingin mati atau bunuh diri
 - Sensitif
 - Kehilangan rasa percaya diri

- c. Gejala Sosial
 - Menurunnya aktivitas dan minat sehari-hari
 - Tidak ada motivasi untuk melakukan apapun
 - Hilangnya hasrat untuk hidup dan keinginan untuk bunuh diri

2.1.2.3. Penyebab Depresi

Depresi disebabkan oleh kombinasi beberapa faktor. Menurut Kaplan (2002) dan Nolen – Hoeksema & Girgus (dalam Krenke and Stemmler, 2002), faktor penyebab depresi dibagi menjadi faktor biologi, faktor psikologis dan faktor sosial. Dimana ketiga faktor tersebut dapat saling mempengaruhi satu dengan yang lainnya.

a. Faktor Biologi

Beberapa peneliti menemukan bahwa gangguan mood melibatkan patologik dan system limbiks serta ganglia basalis dan hypothalamus. Dalam penelitian biopsikologi, norepinefrin dan serotonin merupakan dua neurotransmitter yang paling berperan dalam patofisiologi gangguan mood. Penyakit fisik yang berkepanjangan sehingga menyebabkan stress dan juga dapat menyebabkan depresi (Kaplan,2002)

b. Faktor Psikologis

Nolen – Hoeksema & Girgus juga mengatakan bahwa ketika seseorang merasa tertekan akan cenderung fokus pada tekanan yang mereka rasa dan secara pasif merenung daripada mengalihkannya atau melakukan aktivitas untuk merubah situasi. Individu yang mengalami depresi cenderung menganggap bahwa dirinya tidak dapat mengendalikan lingkungan dan kondisi dirinya (Kaplan,2002)

c. Faktor Sosial

Salah satu faktor penyebab depresi adalah faktor sosial. Biasanya depresi terjadi karena kejadian tragis seperti kehilangan seseorang atau kehilangan dan kegagalan pekerjaan, masalah keuangan, trauma masa kecil maupun dampak situasi kehidupan sehari- hari lainnya (Kaplan,2002)

2.1.2.4. Penanganan Depresi

Penanganan depresi dapat dibantu dengan obat-obatan, namun terapi obat bukanlah solusi jangka panjang. Penggunaan obat dalam menangani pasien depresi hanya bersifat membantu meringankan beberapa gejala, baik depresi ringan atau pun berat. Selain itu, obat antidepresan juga memiliki efek samping.

Dalam mengobati depresi, psikiater dapat melakukan beberapa cara seperti, melakukan psikoterapi, untuk membantu mengatasi masalah akibat depresi, memberikan obat antidepresan, untuk mengatasi depresi pasien, memberikan terapi kejut listrik, untuk mengubah kinerja otak pasien, menjalani perawatan di rumah sakit jika mengalami depresi yang parah (Pane, 2014)

Berikut beberapa cara penanganan depresi :

- a. Perubahan pola hidup
 - Berolahraga
 - Mengatur pola makan
 - Berdoa
 - Memiliki keberanian untuk berubah
 - Rekreasi
- b. Terapi psikologi
 - Terapi Interpersonal
 - Konseling kelompok dan dukungan sosial
 - Terapi humor
 - Terapi Kognitif (CBT)
- c. Pengobatan Berkonsultasi kepada dokter kejiwaan/psikiater.

2.1.2.5. Patient Health Questionare (PHQ-9)

PHQ-9 adalah instrumen psikometri yang awalnya merupakan bagian dari *Primary Care Evaluation of Mental Disorders* (PRIME-MD) yang ditujukan untuk penapisan gangguan mental secara umum. Kemudian pada tahun 2001, kuesioner yang disusun oleh Robert J. Spitzer, Dr. Janet B.W. Williams, Dr. Kurt Kroenke, dan rekan-rekannya (Kroenke, Spitzer, and Williams 2001) dari Universitas Columbia, New York, Amerika Serikat ini dikembangkan secara terpisah sehingga secara khusus mengidentifikasi depresi PHQ-9 terdiri dari sembilan pertanyaan pendek yang dibuat berdasarkan pedoman kriteria diagnosis depresi dalam *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders, 4th edition (DSM-IV)* sehingga sesuai dengan Pedoman Penggolongan dan Diagnosis Gangguan Jiwa (PPDGJ-III) yang digunakan di Indonesia (Damba, 2020). Butir pertanyaan dan cara penilaian dapat dilihat pada tabel berikut ini

	Dalam 2 minggu terakhir, seberapa sering Anda terganggu oleh masalah-masalah berikut? (Gunakan "✓" untuk menandai jawaban Anda)	Tidak Pernah	Beberapa hari	Lebih dari separuh waktu yang dimaksud	Hampir setiap hari
1.	Kurang berminat atau bergairah dalam melakukan apapun	0	1	2	3
2.	Merasa murung, sedih, atau putus asa	0	1	2	3
3.	Sulit tidur/mudah terbangun, atau terlalu banyak tidur	0	1	2	3
4.	Merasa lelah atau kurang bertenaga	0	1	2	3
5.	Kurang nafsu makan atau terlalu banyak makan	0	1	2	3
6.	Kurang percaya diri – atau merasa bahwa Anda adalah orang yang gagal atau telah mengecewakan diri sendiri atau keluarga	0	1	2	3
7.	Sulit berkonsentrasi pada sesuatu, misalnya membaca koran atau menonton televisi	0	1	2	3
8.	Bergerak atau berbicara sangat lambat sehingga orang lain memperhatikannya. Atau sebaliknya: merasa resah atau gelisah sehingga Anda lebih sering bergerak dari biasanya.	0	1	2	3
9.	Merasa lebih baik mati atau ingin melukai diri sendiri dengan cara apapun.	0	1	2	3

Gambar 2.1. Butir - Butir Pertanyaan PHQ-9

Sumber : Alomedika. (2019). *Efektivitas kuesioner PHQ 9 sebagai skrining deteksi dini depresi*. <https://www.alomedika.com/efektivitas-kuesioner-ph-9-sebagai-skrining-deteksi-dini-depresi>

Penilaian dilakukan dengan menambah seluruh jumlah pertanyaan pada kuesioner. Hasil dari penjumlahan mempunyai arti klinis dan rekomendasi terapi. Skor serta arti klinis dan rekomendasi terapi disebutkan sebagai berikut:

- Skor < 10 : Gejala depresi ringan. Anjuran terapi adalah psikoedukasi bila ada perburukan gejala
- Skor 10 – 14 : Depresi ringan. Anjuran terapi adalah observasi gejala yang ada dalam 1 bulan (perbaikan atau perburukan) dan pertimbangan pemberian antidepresan atau psikoterapi singkat
- Skor 15 – 19 : Depresi sedang. Dianjurkan untuk memberikan antidepresan atau psikoterapi
- Skor ≥ 20 : Depresi berat : Dianjurkan untuk memberikan antidepresan secara tunggal atau kombinasikan dengan psikoterapi intensif

Interpreting PHQ-9 Scores

Diagnosis	Total Score	For Score	Action
Minimal depression	0-4	≤ 4	The score suggests the patient may not need depression treatment
Mild depression Moderate depression	5-9 10-14	5 - 14	Physician uses clinical judgment about treatment, based on patient's duration of symptoms and functional impairment
Moderately severe depression Severe depression	15-19 20-27	> 14	Warrants treatment for depression, using antidepressant, psychotherapy and/or a combination of treatment.

Gambar 2.2. *Interpreting PHQ-9 Scores*

Sumber : Febriyalukito. (2016). *Jangan sampai kamu dalam yang nomor 9 ini.*

<https://www.febriyanlukito.com/kuisiener-mengecek-tingkat-depresi-kamu/>

Berdasarkan penelitian pada tahun 2012 yang pernah membandingkan dengan kuesioner serupa (*Beck Depression Inventory, Hamilton Depression Rating Scale, Brief Depression Scale, Montgomery-Asberg Depression Rating Scale*) keunggulan dari TES PHQ-9 sendiri yaitu mudah dipahami, dapat diberikan secara langsung, memenuhi kriteria DSM-IV dan dapat digunakan pada usia remaja umur 12 tahun.

Sebuah studi di Kanada yang membandingkan PHQ-9 dengan berbagai instrumen standar lain yang berbasis *diagnostic interview*, didapatkan hasil bahwa sensitivitas PHQ-9 lebih tinggi bila dikomparasi dengan *semistructured interview (Schedules for Clinical Assessment in Neuropsychiatry, Structured Clinical Interview for DSM Disorders, Depression Interview and Structured Hamilton)*. Meskipun kuesioner ini merupakan penunjang yang efektif untuk mendeteksi depresi dalam ranah penapisan, namun bukan merupakan modalitas utama dalam menegakkan diagnosis

2.1.3. Terapi Seni

2.1.3.1. Pengertian Terapi Seni

Menurut *The American Art Therapy Association* (Malchiodi, 2003), terapi seni adalah sebuah proses penyembuhan yang dilakukan dengan membuat sebuah karya seni Proses penyembuhan dalam terapi seni berguna untuk meningkatkan kualitas kehidupan dan dapat membantu mengatasi gangguan emosi dan meningkatkan kebahagiaan hidup.

2.1.3.2. Manfaat Terapi Seni

Terapi seni telah banyak digunakan dalam berbagai kasus medis baik pada anak maupun dewasa (Malchiodi, 2003). Tujuan terapi seni adalah memberikan dan menekankan kebebasan untuk berkomunikasi melalui bentuk-bentuk artistik.

Menurut (Psikologi Indonesia, 2016), berikut adalah manfaat dari terapi seni yang diperoleh dalam konteks masalah psikologis yaitu mengenal diri sendiri, pencapaian pribadi, *empowerment*, relasasi dan pelepasan stress dan penyembuhan fisik serta Pereda gejala sakit.

Terapi menekankan kebebasan untuk berkomunikasi melalui bentuk-bentuk artistik. Dengan menggambar, melukis, menempel, serta membuat bentuk dengan menggunakan plastisin pengalaman yang melibatkan proses di otak akan terlihat melalui reaksi tubuh. (Council, 2003). Sebagai salah satu contoh, pembuatan gambar dalam terapi seni pada tema tertentu yang berkaitan dengan peristiwa atau kondisi tertentu dapat mempengaruhi emosi dan pikiran (Malchiodi, 2003).

2.1.3.3. Kegiatan Terapi Seni

Kegiatan terapi seni rupa bersifat non-verbal sehingga sangat berguna bagi orang-orang yang membutuhkan terapi dengan pendekatan yang berbeda dari terapi verbal. Menurut Katherine Hurst (2017), berikut merupakan beberapa jenis terapi seni adalah melukis, kolase, seni digital, fotografi, tekstil dan lainnya.

2.1.3.4. Terapi Seni untuk Mengatasi Depresi

Menurut Susan I. Buchalter, dalam bukunya berjudul *Art Therapy Techniques and Applications* (2009), terdapat 15 metode dalam Terapi Seni. 15 metode tersebut adalah *warm-ups, mindfulness, drawing, painting, collages, clay, puppets and masks, combing modalities, multimedia, holiday projects/celebration, the defensive client, computer assisted art therapy, murals, miscellaneous, dan open art studio*. Berikut merupakan beberapa metode dalam buku *Art Therapy Techniques and Applications*:

- *Warm-ups*
 - *Smile*

Bahan : Kertas gambar dan spidol

Prosedur : Gambarlah wajah orang yang membuat dirimu bahagia hari ini

Tujuan : Mengetahui hal positif dan berkat dalam hidup, belajar mengapresiasi keindahan alam dan manusia
 - *Inanimate object drawing*

Bahan : Kertas gambar dan spidol

Prosedur : Gambarlah objek yang berhubungan dengan hobbymu. Contoh : musik (gitar, piano,dll)

Tujuan : Mengetahui objek yang dipilih dan alasan mengapa memilih objek tersebut, memberikan self awareness dan mengeksplorasi bakat dan hobby.

- *Mindfulness*

- *Flower Study*

Bahan : Kertas gambar, spidol dan cat air

Prosedur :

1. Carilah sebuah bunga (boleh bunga asli ataupun foto)
2. Amati bentuk dan tekstur dari bunga tersebut
3. Gambarlah bunga tersebut dengan menggunakan elemen garis, bentuk dan warna.

Tujuan : Mengapresiasi keindahan dari bunga dan menikmati waktu saat mengamati keindahan makhluk hidup. Selain itu, kegiatan ini dapat memberikan awareness, belajar mengenai nilai dari waktu, dan memahami waktu saat tenang dan rileks

- *Mindful Painting*

Bahan : Kertas gambar dan cat air

Prosedur : Pilihlah warna yang kalian suka, kemudian coret coretlah kertas gambar tersebut menggunakan cat air. (boleh garis, bentuk, dll)

Tujuan : Memberikan experience dan mengamati perasaan saat melukis tanpa ada tekanan. Selain itu hal ini dapat meredakan stress dan juga mengekspresikan kreativitas.

- *Drawing*

- *Life Essentials*

Bahan : Kertas gambar, spidol, dan cat air

Prosedur : Gambarlah 5 hal yang tidak dapat kamu lepaskan dalam hidupmu. Bisa berupa orang, tempat, barang, dan lainnya

Tujuan : Mengetahui 5 objek yang selalu dibutuhkan. Dengan kegiatan ini dapat memberikan awareness dan penilaian terhadap diri sendiri.

- *Autobiography*

Bahan : Kertas gambar, spidol dan cat air

Prosedur : Buatlah cover buku yang menggambarkan dirimu. Berikan judul buku tersebut.

Tujuan : Fokus ke cover buku dan judul yang dipilih dan bagaimana mereka mencerminkan kehidupan mereka dalam cover buku tersebut. Dengan kegiatan ini, dapat memberikan self awareness, mengeksplorasi aspirasi dan juga mengetahui tentang harga diri.

- *Open Art Studio*
 - *Starting with Pre-Drawn Outlines and Design*
- Bahan : Kertas gambar dan spidol
- Prosedur :
1. Fotolah hal hal yang ada disekitarmu (contoh: pemandangan depan rumah, binatang peliharaan, dan lainnya)
 2. Gambarlah foto yang telah kamu pilih dengan cara menjiplak foto tersebut dengan menggambar 1 garis tanpa putus.

Tujuan : Dengan kegiatan ini, mereka dapat lebih percaya diri dengan hal hal yang mereka perbuat. Selain itu, dapat mengekspresikan perasaan mereka.

Terapi seni pada penderita depresi dapat memberikan banyak energi untuk lebih memahami tentang diri. Setiap orang memiliki cara penyembuhan yang berbeda beda. Hal yang terpenting adalah mengikuti kata hati dan melakukan hal hal yang membuat diri sendiri bahagia (Youhjung, 2019).

Aktivitas terapi seni ini melibatkan pengalaman kinestetik dan gerakan yang dilakukan selama pembuatan seni ini bertujuan untuk melepaskan, membangkitkan energi, dan melepaskan stres gerakan. Saat kita merasa tertekan, ada banyak emosi yang terlibat. Dengan melihat kedalam diri kita hal tersebut membantu kita memahami akar dari perasaan kita dan mengapa kita merasa tertekan.

2.1.4. Fashion

2.1.4.1. Pengertian Fashion

Dalam istilah yang paling sederhana, *fashion* adalah gaya yang populer di masa sekarang atau serangkaian tren yang telah diterima oleh khalayak luas. *Fashion* adalah fenomena kompleks dari sudut pandang psikologis, sosiologis, budaya, atau komersial (Brannon and Divita, 2015). Menurut Brannon dan Divita dalam bukunya *Fashion Forecasting*, klasifikasi *fashion* terbagi menjadi tujuh bagian:

- a. *Fashion* sebagai Respons Sosial dan Psikologis

Mendefinisikan mode berarti berurusan dengan dualitas karena pakaian secara bersamaan menyembunyikan dan mengungkapkan tubuh dan diri.

- b. *Fashion* sebagai Budaya Populer

Mendefinisikan mode berarti beroperasi dalam domain budaya populer. Tidak seperti budaya tinggi (seni rupa, musik klasik, dan sastra besar), budaya populer sering terlihat sepele dan sementara.

c. *Fashion* sebagai Perubahan

Blumer dan Simmel dalam jurnal *Sociological Quarterly* dan *International Quarterly* (dalam Brannon dan Divita) mendefinisikan *fashion* sebagai perubahan menuju ke hal yang baru, mengikuti perubahan zaman, dan menjadi kelanjutan dari sejarah *fashion*.

d. *Fashion* sebagai Fenomena Global

Fashion tidak terbatas pada setiap era atau kelompok, selain itu *fashion* merupakan hasil alami dari permintaan pasar dan keinginan konsumen untuk berekspresi.

e. *Fashion* sebagai Penyampai Pesan

Koleksi *fashion* yang dikeluarkan memiliki pesan yang hendak disampaikan oleh desainernya. Dengan bantuan pers, pesan dari produk tersebut bisa tersampaikan ke konsumen dan meningkatkan visibilitasnya.

f. *Fashion* sebagai Stimulus Ekonomi

Fashion memiliki kekuatan ekonomi yang bermakna bahwa setiap produk *fashion* yang diproduksi akan mendapat perhatian konsumen. Meskipun produk yang dijual merupakan barang bekas, namun tidak menutup kemungkinan konsumen akan tetap membelinya. Hal inilah yang membuat konsumen harus berpikir lebih untuk memadupadankan style dalam berbusana. Namun kebiasaan membeli barang bekas dapat menghilangkan hasrat untuk membeli produk baru.

g. *Fashion* sebagai Pembeda Gender

Fashion pada awalnya diciptakan sebagai pembeda gender dan kelas. Namun seiring berjalannya waktu, *fashion* digunakan untuk keunggulan dan kepedulian individu.

2.1.4.2. *Fashion* sebagai Penyampai Pesan

Fashion merupakan pesan artifaktual yang ditampakkan melalui penampilan tubuh. Menurut Kefgan dan Touchie, “pakaian menyampaikan pesan, pakaian terlihat sebelum suara terdengar...pakaian selalu berhubungan dengan perilaku tertentu” (Rakhmat, 2000).

Fashion juga melibatkan tanda dan kode. Tanda adalah material atau tindakan yang menunjuk pada ‘sesuatu’, sementara kode adalah sistem di mana tanda-tanda diorganisasikan dan menentukan bagaimana tanda dihubungkan dengan yang lain. Komunikasi yang terjadi bukan semata-mata melalui bahasa verbal saja tetapi juga melalui pesan-pesan dalam tanda dan

kode. Hal ini sesuai dengan pendapat Fiske (1990) bahwa komunikasi atau interaksi sosial dapat dilakukan melalui pesan.

2.1.4.3. Macam-macam Fashion Styles

a. Bohemian Style

Style yang dikenal sebagai *boho* atau *hippie style* ini pertama kali populer di tahun 60-an dan dipopulerkan oleh para *hipster* nomaden di Amerika Serikat. *Bohemian style* terinspirasi dari gaya orang-orang *Gypsy* yang gemar mengenakan warna cerah, aksesoris besar, *headpiece*, dan sepatu boots (Inayah, 2020).

b. Chic Style

Chic style memadukan outfit simpel dan trendi. Dan biasanya tidak banyak menggunakan warna-warna cerah atau aksesoris yang *standout*. *Chic style* terkenal dengan gayanya yang simpel dan mudah untuk diikuti. Desain yang sering digunakan dalam style ini adalah desain yang memiliki kesan *classic* namun tetap terlihat *stylish* dan *classy* (Inayah, 2020).

c. Artsy Style

Orang yang menggunakan *artsy style* biasanya memiliki selera fashion yang anti mainstream karena mereka memadukan penggunaan warna cerah hingga aksesoris yang unik. Warna-warna cerah, yang dapat menggambarkan sosok ceria, enerjik dan memiliki selera humor yang baik (Inayah, 2020).

d. Casual Style

Casual style adalah *style* favorit kebanyakan orang karena simpel dan nyaman digunakan. *Style* ini identik dengan model pakaian non formal sehingga cocok untuk digunakan sehari-hari dan juga saat berpergian. *Casual style* biasanya menggunakan setelan *flatshoes*, *jeans*, kaos polos, dan *coat* panjang (Inayah, 2020).

2.1.4.4. Jenis Busana

a. Ready to Wear

Ready to wear atau dalam Bahasa Perancis disebut *Net a Porter* merupakan busana yang siap pakai. Biasanya baju yang berlabel yang memiliki ukuran *small*, *medium*, *large* dan lainnya adalah contoh dari busana ini. Pada umumnya, jumlah produksi dari jenis busana ini cukup banyak. Busana *ready to wear* sangat sesuai jika digunakan sebagai busana sehari-hari karena bahan yang digunakan merupakan bahan yang nyaman dikenakan (Fitinline, 2018).

b. Milineris

Milineris merupakan benda yang melengkapi busana dan berguna langsung bagi pemakai. Benda-benda yang termasuk ke dalam benda-benda *milineris* yaitu jam tangan, kacamata, alas kaki, tas, kaos kaki, ikat pinggang, dasi, syal, *scarf*, sarung tangan dan topi (Yeyen, 2012)

2.1.5. Brand

2.1.5.1. Pengertian Brand

Menurut (Kotler and Keller 2009), *brand* adalah sebuah nama, istilah, tanda, simbol atau desain, atau kombinasi dari semuanya ini yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari seorang penjual atau kelompok penjual serta membedakannya dari barang atau jasa dari pesaing. *Brand* dapat bersifat fungsional, rasional, atau tangible yang berhubungan dengan *performance* produk dari *brand*. Selain itu, *brand* dapat bersifat lebih simbolis, emosional, atau intangible yang berhubungan dengan apa yang direpresentasikan oleh *brand*.

2.1.5.2. Building Blocks Brand

Menurut (Kotler and Keller 2009), proses implementasi keempat tahap membutuhkan enam *building blocks* yaitu:

a. *Brand Selience*

Berhubungan dengan aspek – aspek *awareness* dari sebuah *brand*, seperti seberapa sering dan mudah sebuah *brand* diingat dan dikenali dalam berbagai situasi pembelian atau konsumsi.

b. Brand Performance

Berhubungan dengan kemampuan produk dan jasa dalam memenuhi kebutuhan fungsional konsumen.

c. *Brand Imagery*

Menyangkut *extrinsic property* produk dan jasa, termasuk cara *brand* dalam memenuhi kebutuhan psikologis atau sosial pelanggan.

d. *Brand Judgement*

Berfokus pada pendapat dan penilaian personal konsumen terhadap *brand*.

e. *Brand Feelings*

Respon dan reaksi emosional konsumen terhadap *brand*.

f. *Brand Resonance*

Mengacu pada karakteristik relasi yang dirasakan pelanggan terhadap brand sampai kepada perasaan dimana pelanggan merasa tersinkronisasi dengan *brand*.

2.1.5.3. Brand Storytelling

Brand Storytelling adalah salah satu cara yang dapat menghubungkan *brand* dengan target audiensnya, dengan fokus menghubungkan nilai-nilai yang diperjuangkan oleh brand dan ingin dibagikan atau disampaikan ke target audiens (Marketing Insider Group). *Storytelling* merupakan media komunikasi yang berbentuk cerita dan dapat digunakan untuk menghubungkan jati diri atau filosofi. (Salzer-Morling and Strannegard, 2004).

Penggunaan *storytelling* dalam pemasaran merupakan salah satu contoh cerita non fiksi. Pemasaran digunakan untuk menjual cerita dari suatu produk. Cerita menjadi kekuatan yang mendorong *brand value*, memisahkan merek tersebut dari area abu-abu (Fog, Budtz, Munch and Blanchette, 2010). Hal yang paling penting dalam *storytelling* adalah cerita yang mudah dipahami oleh khalayak. Apabila suatu cerita memiliki konten yang solid, pesan yang kuat dan relevan terhadap target khalayak, maka cerita tersebut dapat memberikan tingkat kredibilitas yang lebih tinggi.

2.2. Tinjauan Permasalahan tentang Obyek & Subyek Perancangan

2.2.1. Tinjauan Permasalahan

Remaja zaman sekarang hidup dalam tekanan yang cukup besar di dalam kehidupan. Akhir akhir ini, lebih banyak anak muda generasi milenial yang mengalami tekanan psikologis serius, depresi berat dan punya pikiran atau kecenderungan bunuh diri. Menurut studi yang diterbitkan dalam *Jurnal of Abnormal Psychology*, melonjaknya angka gangguan kesehatan mental tidak terlihat pada orang berusia 26 tahun namun kebanyakan kesehatan mental diderita oleh remaja dan dewasa muda yang usianya menginjak 20 tahunan (Maharrani, 2019).

Kesadaran akan kesehatan mental juga kurang, terlihat dari data cakupan pengobatan penderita depresi yang mana hanya 9% yang melakukan pengobatan. Mereka beranggapan masalah kesehatan mental seperti stress, depresi dan gangguan kecemasan adalah masalah sepele yang nantinya akan sembuh sendirinya. Salah satu cara untuk mengurangi perasaan cemas akibat depresi adalah melakukan terapi seni.

Terapi seni merupakan suatu hal yang masih belum diketahui oleh banyak orang. Terapi seni sangat berguna bagi mereka yang memiliki gangguan kecemasan, depresi maupun penyakit lainnya. Dengan terapi seni mereka dapat mengetahui perasaan mereka yang tidak dapat diluapkan dengan kata kata. Oleh karena itu terapi seni sangat membantu untuk penyembuhan dari penyakit. Sayangnya, masih banyak orang yang beranggapan terapi seni adalah sebuah pembelajaran tentang menggambar atau melukis bahkan banyak yang mengira bahwa seorang terapis hanya menganalisa sebuah gambar. Namun sebenarnya seorang terapis dapat

membantu dan menjadi perantara bagaimana mengekspresikan dirinya melalui seni, memberikan *support*, membantu memberikan arti dalam seni yang dibuat bahkan mendukung mereka untuk mencapai tujuannya. Setelah melakukan terapi seni, terapis akan meminta mereka untuk merefleksikan karya yang dibuat dengan diri mereka masing masing (Youhjung, 2019).

Terapi seni di Indonesia mulai disosialisasikan kepada masyarakat di Indonesia. Tidak hanya melalui psikolog ataupun psikiater, terapi seni merupakan salah satu solusi untuk mengatasi kejiwaan (Budiana, 2020). Diharapkan dengan adanya sosialisasi tentang terapi seni, masyarakat Indonesia khususnya anak muda dapat mengatasi gangguan kesehatan jiwa dan dapat mengurangi angka kematian karena bunuh diri.

Tidak hanya melakukan sosialisasi semata, perancangan ini juga dapat memudahhi anak muda yang ingin melakukan terapi seni serta dapat menyalurkan hasil karya mereka. Karya yang mereka salurkan merupakan sebuah penghargaan bagi mereka yang telah melakukan terapi seni sebagai salah satu cara mengurangi kecemasan yang mereka miliki. Selain itu, karya yang mereka buat tidak hanya dinikmati oleh diri mereka sendiri namun bisa dinikmati dan berguna bagi masyarakat luas.

Wadah tersebut juga akan dikembangkan lebih jauh lagi dengan cara melihat hubungan antara *brand story* dengan loyalitas konsumen. *Brand story* adalah salah satu hal yang dapat menghubungkan antara suatu *brand* dengan pembelinya karena pembeli akan merasa terhubung dengan *brand* tersebut dan tertarik dan selalu ingin berhubungan dengan *brand* tersebut. Keberhasilan membangun "*fans*" dan *crowd* merupakan hal yang penting dalam branding (Hendroyono, 2019).

2.2.2. Fakta – fakta Lapangan

Untuk membuktikan dan memperkuat data diatas, maka dilakukan wawancara dengan Pak Hardiono, S.Psi, selaku Psikolog Klinis Ahlimadya di Rumah Sakit Umum Daerah Kanjuruhan Kota Kepanjen. Dalam wawancara tersebut beliau menyatakan bahwa masa remaja merupakan masa *golden age*, dimana remaja sedang berada dimasa peralihan dan sedang mencari jati dirinya. Pada umumnya, remaja memiliki kecenderungan untuk melihat dan meniru apa yang ada disekitarnya untuk mencari jati diri mereka. Banyak remaja yang mengalami masa peralihan yang cukup drastis karena adanya pandemi ini. Remaja yang seharusnya beraktivitas banyak di luar rumah seperti sekolah, kuliah, bermain atau liburan, sekarang harus tinggal dirumah. Seharusnya mereka berkumpul dengan sesama *peer groupnya* agar dapat menemukan jati dirinya masing masing. "Kalau sama orang tua ada anak yang tidak terbuka, tapi kalau sama

teman temannya mereka terbuka. Itu fungsinya *peer group*" kata Pak Hardiono. Pada masa remaja, seharusnya orang tua bukan memosisikan dirinya sebagai orang tua, namun sebagai teman. Dengan demikian remaja akan lebih terbuka dan merasa nyaman dengan orang tuanya.

Depresi sendiri merupakan gangguan perasaan atau *mood* yang disertai komponen psikologi berupa sedih, susah, tidak ada harapan dan putus asa disertai komponen biologis. Pada masa remaja, kebanyakan faktor penyebab depresi adalah keluarga dan juga sosial. Namun tidak menutup kemungkinan, remaja dapat mengalami depresi karena faktor biologis, psikologis/kepribadian. Kebanyakan remaja yang tidak memiliki *peer group* lebih mudah terkena depresi. Mereka yang sering mengurung diri dirumah, tidak suka bertemu orang, tidak memiliki teman, dan tidak bersemangat dalam kesehariannya dapat dikatakan memiliki gejala depresi. Namun hal itu tidak bisa langsung disimpulkan begitu saja. Depresi juga memiliki tingkatan yaitu ringan, sedang dan berat. Ada beberapa cara untuk melakukan tes depresi, salah satunya adalah dengan PHQ-9. PHQ-9 merupakan salah satu tes yang terdiri dari sembilan pertanyaan pendek yang dibuat berdasarkan pedoman kriteria diagnosis depresi. Dalam PHQ-9 tingkatan depresi dibagi menjadi 5 yaitu *minimal, mild, moderate, moderately severe dan juga severe*. Jika manusia berada di tingkatan *minimal*, mereka belum perlu untuk datang ke psikolog. Jika berada di tingkatan *mild* dan *moderate*, mereka disarankan untuk datang ke psikolog, namun dapat melakukan aktivitas yang dapat mengurangi gejala depresi di rumah. Namun jika sudah di tingkatan *moderately severe* dan juga *severe*, mereka wajib datang ke psikolog dan mendapatkan obat-obatan serta melakukan kegiatan yang dapat mengurangi tingkat depresi.

Banyak aktivitas yang dapat dilakukan untuk mengurangi gejala depresi. Misalnya pergi berjalan jalan, melakukan hal-hal yang disukai, dan juga dengan terapi seni. Namun tidak semua pasien akan cocok dengan 1 metode. Sebagai psikolog, mereka tidak hanya memberikan aktivitas semena-mena, namun juga harus melihat kepribadian pasiennya dan menentukan metode yang cocok bagi mereka agar dapat sembuh dengan cepat dan tepat. Menurut Pak Hardiono, terapi seni mendorong kliennya untuk survive dan berdamai dengan keadaan apapun. Dengan berdamai dengan keadaan yang sedang mereka hadapi, dalam kehidupan mereka juga akan menikmati hidup dan selalu bersemangat dalam kegiatan sehari-harinya.

2.3. Analisis Masalah *Social Experiment*

Perancangan ini menggunakan 5W+1H untuk menganalisis masalah kegiatan *social experiment*

- ***What***

Menurut Pusat Data dan Informasi Kementerian Kesehatan RI (2019), hasil Riskesdas 2018, gangguan depresi dapat dialami oleh semua kelompok usia. Kesadaran akan kesehatan mental di Indonesia dapat dibidang kurang karena hanya 9% penduduk Indonesia yang melakukan pengobatan. Depresi pada remaja bukanlah hal yang jarang di Indonesia. Bahkan orang-orang disekitar kita yang sering kita temui mengalami gejala-gejala depresi. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi depresi, misalnya faktor biologis, faktor psikologis atau kepribadian, dan juga faktor sosial. Pada saat ini, banyak remaja yang mengalami perubahan atau masa peralihan yang cukup drastis akibat pandemi COVID-19. Aktivitas yang awalnya dilakukan di luar rumah bersama teman dan juga liburan sekarang harus dilakukan secara online atau daring. Sebagai manusia, keinginan untuk sembuh merupakan suatu hal yang wajar. Remaja sekarang lebih mudah mengakses internet dan mencari tahu suatu hal dengan banyak cara. Misalnya mereka mencari cara bagaimana cara menghilangkan kecemasan atau mencari aktivitas agar tidak bosan dirumah.

Sosial Experiment dalam perancangan ini adalah pendekatan kreatif menggunakan terapi seni untuk membantu remaja mengurangi gejala-gejala depresi. Terapi seni sendiri cukup populer belakangan ini, namun kebanyakan orang tidak tahu harus melakukan apa dan bagaimana cara melakukan terapi seni tersebut. Tidak hanya sekedar melakukan terapi seni, namun dengan karya terapi seni tersebut, remaja dapat mengekspresikan kreativitas mereka dan mengaplikasikan karyanya dalam fashion. Karya yang mereka buat diharapkan dapat menjadi reward dan penyemangat agar mereka dapat berdamai dan *survive* dengan keadaan apapun yang sedang mereka jalani.

- **When**

Perancangan ini difokuskan pada remaja yang berusia 12 – 21 tahun, dimana sebagai remaja mereka berada di masa *golden age* atau masa ketika mereka mencari jati diri mereka. Selain itu, remaja usia 12 -21 tahun berada dimasa peralihan atau adaptasi dengan keadaan yang berubah cukup drastis akibat pandemi.

Social experiment ini akan dilakukan dalam durasi satu setengah jam, dimana pembagiannya seperti dibawah ini:

- 10 menit : pembukaan
- 60 menit : project
- 20 menit : pembahasan karya

- **Where**

Perancangan ini ditargetkan bagi remaja yang tinggal di Pulau Jawa. Menurut Pusat Data dan Informasi Kementerian Kesehatan RI (2019), Pulau Jawa merupakan pulau ke 4 yang memiliki presentase tinggi dengan angka 6,13%. Sedangkan rata rata presentase tingkat depresi secara Nasional adalah 6,1%. Diharapkan dengan melakukan perancangan yang ditargetkan di Pulau Jawa, dapat mewakili tingkat depresi di Indonesia.

Social experiment akan dilakukan dengan 2 cara yaitu tatap muka dan daring. Untuk kelompok usia 12- 15 tahun (*early adolescence*) dan 15-18 tahun (*middle adolescence*) dilakukan secara tatap muka di Malang dan 18-21 tahun (*late adolescence*) akan dilakukan secara daring karena berdomisili di luar Malang.

- **Who**

Remaja yang menjadi target *social experiment* telah mengisi PHQ-9 dan memiliki tingkat depresi di tingkatan *mild* dan *moderate*. Karena pada tingkatan tersebut remaja belum diwajibkan untuk datang ke psikolog maupun mendapatkan obat-obatan. Remaja pada tingkat tersebut dipilih karena mereka membutuhkan aktivitas untuk mengurangi gejala-gejala depresi.

- **Why**

Terapi seni sangat penting karena dapat mengurangi gangguan kecemasan pada remaja. Tidak hanya itu, terapi seni juga dapat membantu mengurangi angka depresi pada remaja. Dengan memberikan *awareness* kepada masyarakat luas, diharapkan terapi seni dapat dipandang penting bagi mereka.

Social experiment pada perancangan ini dilakukan dengan pendekatan kreatif menggunakan terapi seni untuk membantu remaja mengurangi gejala-gejala depresi. Tidak hanya sekedar melakukan terapi seni, namun dengan karya terapi seni tersebut, remaja dapat mengekspresikan kreativitas mereka dan mengaplikasikan karyanya dalam fashion. Karya yang mereka buat diharapkan dapat menjadi *reward* dan penyemangat agar mereka dapat berdamai dan survive dengan keadaan apapun yang sedang mereka jalani.

- **How**

Perancangan ini dilakukan dengan cara melakukan *social experiment* bersama remaja yang berusia 12-21 tahun. *Social experiment* ini dilakukan terhadap kelompok usia 12- 15 tahun (*early adolescence*), 15-18 tahun (*middle adolescence*) dan 18-21 tahun (*late adolescence*). Setiap kelompok remaja memiliki jumlah sampel 2 orang agar dapat terbukti valid. Berikut merupakan metode yang digunakan dalam terapi seni :

- *Smile*

Bahan : Kertas gambar dan spidol

Prosedur : Gambarlah wajah orang yang membuat dirimu bahagia hari ini

Tujuan : Mengetahui hal positif dan berkat dalam hidup, belajar mengapresiasi keindahan alam dan manusia

- *Inanimate object drawing*

Bahan : Kertas gambar dan spidol

Prosedur : Gambarlah objek yang berhubungan dengan hobbymu. Contoh : musik (gitar, piano,dll)

Tujuan : Mengetahui objek yang dipilih dan alasan mengapa memilih objek tersebut, memberikan *self awareness* dan mengeksplorasi bakat dan hobby.

- *Flower Study*

Bahan : Kertas gambar, spidol dan cat air

Prosedur :

- a. Carilah sebuah bunga (boleh bunga asli ataupun foto)
- b. Amati bentuk dan tekstur dari bungat tersebut
- c. Gambarlah bunga tersebut dengan menggunakan elemen garis, bentuk dan warna.

Tujuan : Mengapresiasi keindahan dari bunga dan menikmati waktu saat mengamati keindahan makhluk hidup. Selain itu, kegiatan ini dapat memberkan awareness, belajar mengenai nilai dari waktu, dan memahami waktu saat tenang dan rileks

- *Mindful Painting*

Bahan : Kertas gambar dan cat air

Prosedur : Pilihlah warna yang kalian suka, kemudian coret coretlah kertas gambar tersebut menggunakan cat air. (boleh garis, bentuk, dll)

Tujuan : Memberikan experience dan mengamati perasaan saat melukis tanpa ada tekanan. Selain itu hal ini dapat meredakan stress dan juga mengekspresikan kreativitas.

- *Life Essentials*

Bahan : Kertas gambar, spidol, dan cat air

Prosedur : Gambarlah 5 hal yang tidak dapat kamu lepaskan dalam hidupmu. Bisa berupa orang, tempat, barang, dan lainnya

Tujuan : Mengetahui 5 objek yang selalu dibutuhkan. Dengan kegiatan ini dapat memberikan awareness dan penilaian terhadap diri sendiri.

- **Autobiography**

Bahan : Kertas gambar, spidol dan cat air

Prosedur : Buatlah cover buku yang menggambarkan dirimu. Berikan judul buku tersebut.

Tujuan : Fokus ke cover buku dan judul yang dipilih dan bagaimana mereka mencerminkan kehidupan mereka dalam cover buku tersebut. Dengan kegiatan ini, dapat memberikan self awareness, mengeksplorasi aspirasi dan juga mengetahui tentang harga diri.

- **Starting with Pre-Drawn Outlines and Design**

Bahan : Kertas gambar dan spidol

Prosedur :

- a. Fotolah hal hal yang ada disekitarmu (contoh: pemandangan depan rumah, binatang peliharaan, dan lainnya)
- b. Gambarlah foto yang telah kamu pilih dengan cara menjiplak foto tersebut dengan menggambar 1 garis tanpa putus.

Tujuan : Dengan kegiatan ini, mereka dapat lebih percaya diri dengan hal hal yang mereka perbuat. Selain itu, dapat mengekspresikan perasaan mereka.

Dalam setiap metode, akan dilakukan diskusi dengan prosedur sebagai berikut:

- a. Mintalah subjek untuk menjelaskan konsep desain yang telah dibuat.
- b. Cara apa yang digunakan subjek dalam menjawab pertanyaan (gambar yang realistis, abstrak atau stick figures, dll) dan apa alasannya?
- c. Warna-warna apa saja yang digunakan subjek dalam membuat desain?
- d. Apakah desain yang dibuat subjek berkaitan dengan minatnya?
- e. Apakah desain yang dibuat subjek berkaitan dengan kepribadiannya?
- f. Apakah desain yang dibuat subjek cukup mendeskripsikan atau mempresentasikan dirinya?

2.4. Analisis Masalah *Fashion Brand Story*

- **What**

Brand Story adalah salah satu cara yang dapat menghubungkan *brand* dengan target audiensnya. *Brand story* berfokus menghubungkan nilai-nilai yang diperjuangkan oleh *brand* dan ingin dibagikan atau disampaikan ke target audiens (*Marketing Insider Group*). Pesan yang ingin disampaikan dalam perancangan ini adalah proses ketika melakukan terapi seni agar dapat berdamai dan *survive* dengan keadaan apapun yang sedang dijalani.

Produk produk dari brand ini berfokus pada *t-shirt*. Namun tidak menutup kemungkinan untuk memproduksi *totebag* dan masker. Produk fashion yang dibuat memiliki keunikan tersendiri dalam setiap desainnya yaitu dengan memanfaatkan karya terapi seni pada remaja yang mengalami gejala depresi. Desain yang dibuat juga akan mengikuti selera dan perkembangan dari target yaitu remaja itu sendiri. Selain itu, keunikan dari setiap produk juga terletak pada cerita yang terdapat dalam setiap desain. Produk tersebut akan menceritakan perasaan remaja untuk *survive* dan berdamai dengan keadaan yang sedang dijalani. Harapannya dengan adanya brand ini, terapi seni mulai dikenal oleh masyarakat luas dan dapat mengurangi tingkat depresi pada remaja di Indonesia.

- **When**

Proses pengerjaan produk akan dilakukan dari bulan Oktober 2020 – Desember 2020.

Adapun proses tersebut dibagi menjadi beberapa tahap, yaitu :

- a. Tahap 1 : Sketsa desain per produk
- b. Tahap 2 : Menentukan bahan
- c. Tahap 3 : Produksi
- d. Tahap 4 : Persiapan konsep media (*photoshoot dan editing*)
- e. Tahap 5 : Peluncuran produk

- **Where**

Brand tersebut diproduksi di Malang, Indonesia dan akan di perjualbelikan secara online melalui *Instagram, Line, WhatsApp* dan juga toko *online* seperti *Shopee* atau *Tokopedia*. Produk *t-shirt* dan juga *tote bag* menggunakan *vendor* yang ada di luar Kota Malang sedangkan produk masker akan diproduksi di Kota Malang.

- **Who**

Brand fashion dalam perancangan ini ditujukan bagi remaja yang berusia 12-21 tahun yang sedang mengalami masa peralihan dan menjadi wadah untuk menceritakan perasaan remaja untuk *survive* dan berdamai dengan keadaan yang sedang dialami. Selain itu, dengan adanya *brand* ini, remaja dapat mengekspresikan diri dan melatih kreativitas mereka.

- **Why**

Perancangan ini merupakan wadah remaja yang menyalurkan karya mereka melalui desain dengan pendekatan *storytelling*. Dengan adanya cerita dalam setiap desain, diharapkan mereka dapat mengungkapkan atau mengekspresikan apa yang ada dibenak mereka ketika melakukan terapi seni.

Brand story merupakan salah satu cara yang digunakan pemasaran untuk menjual cerita dari suatu produk. *Storytelling* memiliki berbagai tujuan seperti menjual produk, meningkatkan pengetahuan, maupun memperkuat *brand image*. Apabila suatu cerita memiliki konten yang solid, pesan yang kuat dan relevan terhadap target khalayak, maka cerita tersebut dapat memberikan tingkat kredibilitas yang lebih tinggi.

- **How**

Desain dari produk tersebut berasal dari hasil *social experiment* yang dilakukan oleh remaja yang berusia 12-21 tahun. Berdasarkan hasil wawancara dengan target, kebanyakan dari mereka menyukai gaya *casual*. *Style* desain ini dipilih karena *style* tersebut dapat digunakan kapan saja, dimana saja, dan tidak ribet. *Style* ini sesuai dengan karakteristik kepribadian mereka yang simpel. Berikut merupakan referensi desain yang dijadikan inspirasi dalam perancangan ini.

2.5. Data Brand

2.5.1. Nama Brand

Logo :



Gambar 2.3. Logo Kata Kecil

Nama : Kata Kecil

Pemilik dari *fashion brand* Kata kecil memiliki keinginan untuk membuat suatu wadah bagi mereka yang ingin menyalurkan karya melalui terapi seni. Tidak hanya membangun sebuah *brand*, diharapkan *fashion brand* ini dapat menjadi salah satu cara agar terapi seni makin dikenal oleh banyak orang dan dapat membantu mengurangi permasalahan kesehatan jiwa yang ada di Indonesia.

Nama *brand* terdiri dari 2 kata yaitu “kata” dan “kecil”. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, “kata” berarti unsur bahasa yang diucapkan atau dituliskan yang merupakan perwujudan kesatuan perasaan dan pikiran yang dapat digunakan dalam berbahasa. Kata “kata”

juga dapat diartikan sebagai ujar atau bicara. Sedangkan kata “kecil” berarti kurang besar (keadaannya dan sebagainya) daripada yang biasa; tidak besar.

Kata Kecil mengartikan bahwa dalam setiap karya yang dihasilkan dari terapi seni memiliki kesatuan perasaan dan pikiran yang tidak terlihat secara kasat mata, namun dapat dirasakan maknanya dengan cara bercerita. Diharapkan *brand* ini dapat mengartikan dan mengungkap cerita dalam sebuah desain.

2.5.2. Pengelola *Brand*

Kata Kecil merupakan *fashion brand ready to wear* yang dimiliki sekaligus dikelola oleh Yosephien Reynalda Prananda Wibowo. Kata Kecil berdiri sejak tahun 2020.

2.5.3. Potensi Perusahaan

Melihat terapi seni mulai populer di Indonesia, pemilik Kata Kecil juga ingin memberikan *awareness* kepada masyarakat Indonesia khususnya remaja tentang terapi seni. Selain itu, *fashion brand* merupakan salah satu hal yang cukup dekat di kalangan remaja. Melihat peluang tersebut, Kata Kecil memberanikan diri untuk menjalankan brand ini.

2.5.4. Lokasi Perusahaan

Alamat : Jalan Pahlawan Timur 337 Tumpang Malang

No Telepon : 081217837737

2.6. Data Produk

2.6.1. Nama *Brand*

Kata Kecil mengartikan bahwa dalam setiap karya yang dihasilkan dari terapi seni memiliki kesatuan perasaan dan pikiran yang tidak terlihat secara kasat mata, namun dapat dirasakan maknanya dengan cara bercerita. Mengenai visi dan misi adalah sebagai berikut :

Visi : Menjadi *brand fashion* yang dapat menjawab kebutuhan masyarakat

Misi : Menjadi wadah agar remaja dapat menyalurkan karya terapi seni dan menjadi *brand* yang dapat menceritakan makna sebuah desain.

2.6.2. Konsep Desain

Konsep desain dalam setiap produk merupakan hasil karya dari terapi seni yang dilaksanakan oleh remaja berusia 12-21 tahun. Setiap desain dapat mempresentasikan tentang perasaan dan juga kreativitas mereka saat terapi seni berlangsung. Dengan mengambil objek serta elemen yang ada dalam karya mereka, desain yang dibuat tetap mengandung cerita atau makna dari setiap anak.

2.6.3. Produk yang Dipasarkan

- *T-shirt*

T-shirt adalah jenis pakaian yang menutupi sebagian lengan, seluruh dada, bahu dan perut. Bahan yang umum digunakan untuk pembuatan *t-shirt* adalah katun atau polyester.

- *Tote bag*

Tote bag merupakan tas klasik Amerika yang biasanya digunakan untuk membawa apa saja *Tote bag* menjadi pilihan tepat untuk tampil kasual bagi perempuan maupun laki-laki. Bahan pembuat *tote bag* adalah kain kanvas, kain goni, nilon dan rami.

- Masker

Masker merupakan salah satu alat pelindung yang memiliki berbagai macam manfaat dalam kesehatan seperti menghindari polusi udara, mencegah penularan dan penyebaran penyakit, serta melindungi wajah dari efek sinar matahari dan polusi.

2.6.4. Jenis dan Spesifikasi Produk

2.6.4.1. Bahan

- *Cotton Combed 30s*

Cotton Combed 30s merupakan kain katun yang sangat halus, dan diolah menggunakan mesin pemintal sehingga kain yang dihasilkan sangat halus. Sifat kain *cotton combed* yang begitu halus serta kuat sering digunakan menjadi bahan baju karena mudah menyerap keringat dan memiliki bahan dasar serat kapas alami. Kaos dengan bahan *cotton combed 30s* sangat pas dipakai di daerah beriklim tropis seperti di Indonesia karna sifatnya yang mampu menyerap keringat dengan baik.



Gambar 2.4. Cotton Combed 30s

Sumber : Yulianto,B. (2019). *Mengenal jenis bahan cotton combed*. Medium.
<https://medium.com/@bennoyoel/mengenal-jenis-bahan-cotton-combed-55fd0fb88644>

- Kanvas *Sueding*

Kain kanvas merupakan jenis kain yang memiliki serat tebal serta sifatnya sangat kuat. Seiring perkembangan zaman, bahan ini semakin berkembang penggunaannya menjadi bahan dasar untuk tas, sepatu, jaket, bahkan berbagai macam aksesoris.



Gambar 2.5. Canvas Sueding

Sumber : Bukalapak. (2019). *Kain kanvas sueding warna army dan krem*. <https://www.bukalapak.com/p/fashion-wanita/bahan-kain/razwf1-jual-kain-kanvas-sueding-wrn-army-dan-krem>

- Katun

Katun merupakan kain yang terbuat dari bahan kapas. Katun juga dikenal dengan nama *cotton*, yang mana benang maupun kainnya berasal dari serat kapas. Katun dijadikan sebagai produk tekstil oleh berbagai industri pakaian. Katun merupakan bahan pakaian yang sering digunakan oleh masyarakat Indonesia



Gambar 2.10. Kain Katun

Sumber : Hasan. (2019). *Penjelasan lengkap tentang bahan kain katun dari jenis hingga kekurangannya*. Konveksihasa. <https://konveksihasan.com/penjelasan-lengkap-tentang-bahan-kain-katun/>