

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

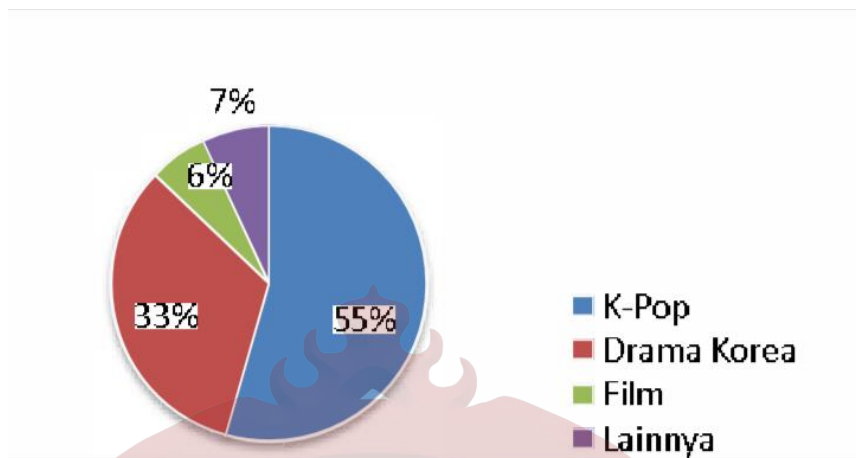
Secara khusus dapat dikatakan fashion adalah gaya berpakaian yang digunakan setiap hari oleh seseorang, baik itu dalam kehidupan sehari-harinya ataupun pada saat acara tertentu dengan tujuan untuk menunjang penampilan. Atau definisi fashion yaitu gaya berbusana yang populer dalam suatu budaya atau sebagai mode. Ada juga yang berpendapat bahwa fashion merupakan gaya berbusana yang menentukan penampilan dari seorang individu. Kata fashion sendiri berasal dari bahasa Inggris yang dapat diartikan sebagai mode, model, cara, gaya ataupun kebiasaan.

Industri fashion di Indonesia saat ini berkembang dengan sangat pesat. Kondisi tersebut sejalan dengan semakin berkembangnya kesadaran masyarakat akan fashion yang sudah mengarah pada pemenuhan gaya hidup dalam berbusana, sehingga dapat dikatakan bahwa kebutuhan berbusana pada zaman sekarang tidak hanya untuk menutupi tubuh, tetapi juga sebagai sarana berkomunikasi dan menunjukkan gaya hidup dan identitas pemakaiannya. Fashion bisa mengambil banyak referensi untuk dijadikan sebuah brand clothing. Maraknya zaman sekarang di kalangan remaja millennial tidak terlepas adanya musik.

Media musik dapat menjadi perantara untuk menyebarkan trend fashion, misalnya dapat kita lihat banyak masyarakat terutama remaja yang

terpengaruhi trend fashion boyband dan girlband dari korea selatan. Selanjutnya banyak masyarakat yang terpengaruh gaya fashion dari film anime. Genre musik pun bisa dijadikan brand clothing untuk berfashion sesuai pangsa pasar yang dituju. Saat ini musik yang bisa dikatakan berpengaruh besar di internasional adalah musik kpop. Kpop sendiri adalah sebutan sebuah genre musik pop yang berasal dari negara korea selatan dikutip dari gilanada.com.

Arti kpop adalah korean pop atau musik populer yang berasal dari Korea Selatan. Genre dari musik yang dimaksud pun beragam, bisa dari hip-hop, jazz, rock, electronic dance, dan lain sebagainya. Biasanya musik ini dibawakan oleh sebuah grup yang terdiri dari empat sampai tujuh member. Namun, jumlah tersebut bukan patokan. Pasalnya, ada grup kpop yang diisi hingga belasan hingga puluhan member. Hingga saat ini, kpop dan kdrama menjadi dua hal tak terpisahkan dari gelombang korea (Korean Wave) di berbagai negara di seluruh dunia. basis penggemar yang besar untuk kpop membuatnya makin dikenal. Untuk lebih jelasnya mengenai hasil survey terhadap kategori Hallyu favorit dapat dilihat dari bagan dibawah ini.



Gambar 01. Kategori Hallyu Project
(Sumber : <https://www.visitkorea.or.id/>, 2020)

Genre musik ini bisa dikatakan menyangkut pangsa pasar siapa saja, bisa semua gender, kalangan umur dari anak-anak sampai remaja. Dan dari persoalan ini brand clothing bergenre kpop belum banyak dan kurang dipandang karena mindset desain kpopware sangatlah aneh.

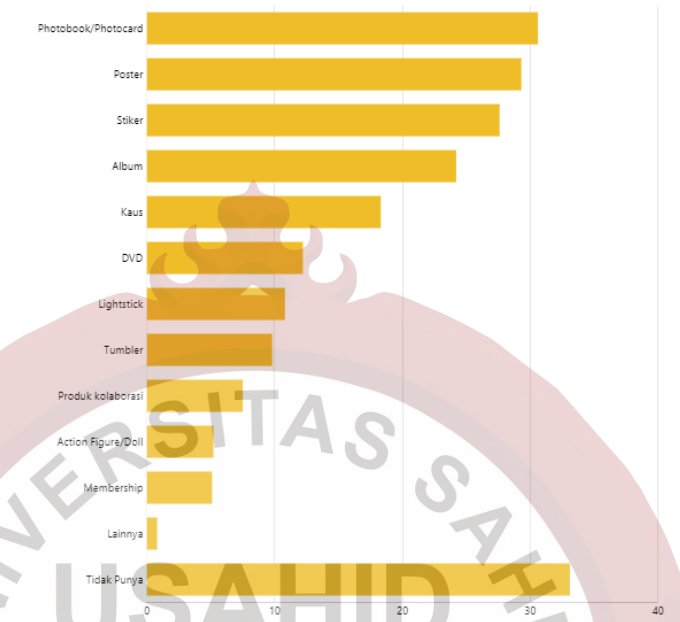
Fashion kpopware adalah style gaya pakaian yang banyak dipengaruhi oleh kaum urban, budaya anak muda, khususnya di genre music kpop. Hal ini dilihat dengan pakaian kasual yang santai seperti kaos oversize. Desain pada pakaian kpopware sering menampilkan elemen grafis yang berani, seperti misalnya logo besar dan merujuk ke icon/element yang menjelaskan grup kpop itu sendiri dengan di padukan style design Streetware.

Sering dibidang sebagai bentuk ekspresi diri. Gaya kpopware sendiri telah mendapatkan banyak atensi selama beberapa tahun terakhir. Terlebih dibantu dengan banyak peminat. Tren busana kpopware juga telah mempengaruhi banyak brand, dimana mereka juga menambah aksen streetwear ke dalam

desain koleksi pakaian. Gaya mode jalanan atau yang lebih dikenal dengan sebutan streetwear ternyata lahir dari pergolakan, musik, gaya hidup, dan seorang pria bernama Shawn Stussy. Gaya yang terinspirasi dari budaya surfing dan skate ini mampu bertahan lama. Hingga saat ini streetwear masih menjadi gaya favorit banyak pihak yang ingin tampil casual tetapi tetap stylish.

Berhubungan dengan Style kpopware, muncul suatu brand clothing yang khusus bergenre kpop dengan nama “kwave apparel”. Kwave apparel adalah brand clothing online asal Boyolali yang mengusung konsep brand clothing kpop yang sudah menjual beberapa Artikel T-shirt seperti Red Velvet “Feel My Rhythm” dan Itzy “Sneakers” dll, yang jarang ditemukan di area solo raya ini bahkan belum ada sama sekali.

Penjual merchandise kpop juga sudah muncul di kota solo, tetapi berjualan merchandise saja, tidak berjualan clothing brand, salah satu toko kpop yang terdapat di daerah kota solo adalah Kpop Shop Vibasa yang terletak di Jl. Sutowijoyo No.3, Penumping, Kec. Laweyan, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57141, V.Russhop, Kpop Stuff & Merchandise beralamatkan di Jl. Arifin No.20, Kp. Baru, Kec. Ps. Kliwon, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57133. Dan ada juga K-pop by JeeDh yang bertemplat di Jl. Slamet Riyadi No.457, Dusun I, Makamhaji, Kec. Laweyan, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah 57146.



Gambar 02. Survey Penjualan Merchandise Kpop
(Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/>, 2021)

Di area Solo ini belum ada yang memulai membuat brand kpopware itu sendiri padahal fans Kpop di Solo ini sangatlah banyak dan bisa dibilang fanatik. Sesuai hasil review IDN Times (Triadanti, 2019) dengan 580 jurnalis, 40,7% penggemar k-pop di Kota Surakarta berusia 20-25 tahun, 38,1% berusia 15-20 tahun, 11,9% lebih dari 25 tahun dan taraf dasar berasal dari usia 10-15 tahun, yaitu 9,3%. Selain itu, sosial ekonomi penggemar k-pop di Kota Surakarta juga didominasi oleh wanita, yaitu 92,1% dan pria 7,9%.

Dengan adanya brand clothing kpop, akan menjadikan kpopware di area solo raya atau sekitarnya semakin naik dan dikenal banyak orang, dan tidak kalah dengan brand fashion musik genre lainnya. Bisnis ini akan menuju pangsa pasar di seluruh Indonesia, dan membuat branding dengan desain yang

mengikuti style zaman sekarang, membuat desain kemasan, dan tentu saja promosi.

Dari penjelasan diatas disimpulkan bahwa kwave apparel memulai pasar clothing dengan mengusung konsep genre musik kpop dan akan bisa menembus dalam menyebarkan informasi produk kepada target pasar potensial sehingga diperlukan branding media yang dapat menaikkan suatu brand menjadi menarik dan dengan begitu pelanggan terpancing untuk membeli produk kwave apparel.

Promosi ini akan mengambil langkah membuat visual branding dan memperbarui sistem promosi sosial media instagram lebih menarik untuk memperkenalkan produk dan memperluas pasar melalui aplikasi e-commerce yang bisa diakses untuk melihat katalog produk, dan untuk akses transaksi. Dan menambah artikel katalog produk untuk memperbanyak referensi masyarakat untuk membeli sebuah produk.

A. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan Latar Belakang di atas, maka permasalahan yang dirumuskan adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana merancang konsep desain ilustrasi clothing yang tepat agar dapat tersampaikan ke sasaran?
2. Bagaimana merancang konsep desain ilustrasi clothing kwave apparel untuk meningkatkan brand awareness?

B. TUJUAN PERANCANGAN

Tujuan perancangan ini adalah sebagai berikut :

1. Merancang konsep desain ilustrasi clothing kwave apparel.
2. Mengimplementasikan konsep desain ilustrasi ke dalam media promosi yang tepat untuk target audience.

C. MANFAAT PERANCANGAN

1. Bagi Penulis

Mempraktekan ilmu yang telah dipelajari selama kuliah serta menumbuhkan kembangkan ide dan kreatifitas diri dengan merancang desain ilustrasi untuk clothing kpopware “kwave apparel”, serta guna memenuhi salah satu persyaratan kelulusan strata satu (S1) program studi Desain Komunikasi Visual di Universitas Sahid Surakarta.

2. Bagi Akademis

Sebagai bahan referensi, acuan dan evaluasi mahasiswa lainnya.

3. Bagi Masyarakat

Membantu meningkatkan brand awareness toko dan memperkenalkan toko kepada masyarakat. Dan memberikan informasi produk unggulan kepada masyarakat.

D. TINJAUAN PUSTAKA

Perancangan karya ilmiah ini didasari kajian studi kepustakaan, dengan demikian hal tersebut dimaksud untuk dapat membantu dalam proses merancang karya, maka perancangan karya ilmiah ini diambil dari beberapa referensi tugas akhir dan juga jurnal yang berkaitan dengan tugas akhir ini dan agar dapat menyelesaikan pengkaryaan dan study dengan maksimal.

Di ambil dari jurnal penelitian lain, yang berjudul “ Perancangan Visual Branding clothing Line “ Andalas ” menjelaskan tentang Menanggapi hal tersebut brand “Andalas” dengan tema budaya suku Batak yang akan diangkat dan dikemas menjadi visual branding clothing line. Melihat kondisi budaya batak yang tepat untuk dikenalkan pada masyarakat maka perancangan visual branding sangat diperlukan untuk memberi identitas sehingga masyarakat bisa memahami citra yang ditampilkan. Visual branding ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas dan pengenalan adat-adat budaya batak. Manfaat skripsi diatas dengan Tugas Akhir tersebut adalah mengambil materi dari suatu budaya bisa dijadikan / dikemas menjadi sebuah visual branding. Perbedaan dari penjelasan di atas adalah perbedaan dari budaya yang sama sama akan bisa diangkat menjadi visual branding. (Dio Putra Hartama, Program Studi Desain Komunikasi Visual Jurusan Desain Fakultas Seni Rupa ISI Yogyakarta 2022).

Diambil jurnal dengan judul Perancangan Desain T-shirt dan Konten Media Sosial pada Pullover Cloth. Pullover Cloth mengembangkan desain t-shirt dengan gaya desain kolase sebagai upaya untuk menambah jumlah katalog dan mengenalkan katalog produk Pullover Cloth. Desain t-shirt

Pullover Cloth dibuat menggunakan kolase digital. Teknik kolase digital tersebut mempunyai bentuk kebebasan dalam berekspresi, karena setiap komposisi kolase digital bebas dan tidak terikat pada aturan grid, penyajian warna dan sebagainya. Sehingga desain kolase pada t-shirt mencerminkan pada target pasar atau konsumen yang mempunyai kebebasan berekspresi dalam memilih desain t-shirt. Desain kolase digital dibuat menggunakan konsep skateboard yang mempunyai target pasar tidak hanya pada skena skateboard atau penggemar olahraga skateboard saja melainkan kebebasan konsumen dalam memilih desain t-shirt yang disukai. Manfaat diatas adalah adanya perancangan desain t-shirt wave apparel dengan beberapa jenis style salah satunya teknik kolase digital diharapkan dapat menarik minat dan dikenal dikenal luas oleh masyarakat. Adapun perbedaan dari jurnal diatas adalah kwave apparel tidak monoton dengan menggunakan desain style kolase saja dengan menyesuaikan visual yang akan dipakai. (Wijaya, Remanza Parta, LKP, Undergraduate thesis, Universits Dinamika, 2022).

Diambil dengan judul perancangan ilustrasi dengan tema Anti-Design pada clothing brand “Outaplace” dari Surakarta menjelaskan Di setiap negara memiliki selera yang berbeda-beda, seperti konsep, bahan dasar produk, serta harga yang sangat bervarian. Karena mengambil brand yang berasal dari Australia, terdapat perbedaan yang sangat mencolok dengan beberapa clothing brand lokal Indonesia. Outaplace merupakan clothing brand asal Australia yang mengangkat tema Anti-Design yang unik dan inovatif. Pemilihan konsep ini sangat berbeda dengan brand lokal Indonesia, dalam konsepnya sangat

rumit memiliki banyak element dan sangat berantakan jika kita lihat. Kekuatan perancangan visual dari brand ini sendiri adalah memadukan tribal, tipografi, ilustrasi, dan banyak element kecil sebagai pemanisnya, pemiliknya pun berharap bisa membawa wajah baru dalam desain apparel yang lebih terlihat berani dan menarik. Manfaat diatas adalah disetiap clothing desain memiliki selera konsep desain berbeda – beda. Terutama di kwave apparel ini dengan menggunakan konsep desain yang mengandalkan unsur elemen girlgrup/boygrup, atau album untuk menjelaskan tentang idol tersebut. Perbedaan dari kwave apparel adalah tidak terpaku dengan menggunakan desain style anti design saja dengan menyesuaikan visual yang akan diluncurkan. (Zaini Abdul Ghani, Sekolah Vokasi – 2022).

E. METODE PERANCANGAN

Perancangan menggunakan metode visual desain, yaitu sebuah disiplin ilmu yang mempelajari beberapa konsep ilmu komunikasi yang diaplikasikan melalui visual dan elemen-elemen seperti warna, typografi, dan gambar. Ilmu ini adalah gabungan dari interface dan graphic design, jadi visual desain yang bertanggung jawab dalam membuat sebuah tampilan menjadi estetik dan komunikatif. Tujuan dari visual design adalah agar orang tertarik untuk melihat suatu produk atau brand melalui penglihatan mata dengan menonjolkan aspek estetik.



Tabel 01. Bagan Metode Perancangan
(Sumber : Tugas Akhir Tsaniyyah Najwan, 2022)

1. Ide

Ide perancangan font ini adalah pengembangan inovasi dan pemasaran terhadap desain ilustrasi clothing kpop dengan mengikuti perkembangan digitalisasi di zaman sekarang.

2. Survey / Observasi

Survei adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan pertanyaan terstruktur yang sama pada setiap orang, kemudian semua jawaban yang diperoleh peneliti dicatat, diolah, dan dianalisis. Survei di kwave apparel adalah mengambil gambar di lokasi berupa foto desain dan video selama proses pengerjaan, dan ikut photoshoot katalog.

3. Brief

Bertujuan sebagai aset visual dan media promosi yang dapat menunjang nilai penjualan dan mengangkat nilai clothing brand kpop kepada masyarakat. Disesuaikan dengan kebanyakan type designer yang mayoritas memilih typeface dekoratif karena typeface ini memiliki makna dan ciri khas sesuai dengan pesan apa yang akan diangkat type designernya dalam penciptaan sebuah font.

4. Creative Brief

Merupakan sebuah struktur rancangan yang akan dilakukan melalui strategi visual dengan memilih cara-cara yang tepat untuk mewujudkan ide ke bentuk visual sesuai dengan hasil observasi yang telah dilakukan.

- a. Mengumpulkan bahan desain untuk disatukan menjadi satu desain.
- b. Software yang digunakan dalam membuat desain ini adalah Adobe Photoshop.
- c. Desain ilustrasi clothing brand yang akan dibuat pada tugas akhir ini menyesuaikan dari segmentasi yang ada serta aspek lainnya dari hasil observasi yang telah dilakukan.
- d. Desain ilustrasi clothing brand pada tugas akhir ini nantinya akan diaplikasikan sebagai desain utama pada sebuah media cetak maupun media sosial yang berkaitan dengan kpop.

5. Final Desain

Setelah seluruh hasil riset dan data data terkumpul dengan lengkap, maka perancangan desain ilustrasi akan dimulai. Final desain nantinya akan dijadikan sebagai aset visual branding yang diaplikasikan ke media cetak seperti tshirt, poster/banner dan media sosial seperti feed instagram yang merupakan eksekusi perancangan karya berdasarkan struktur rancangan konsep yang telah disusun dari tahapan sebelumnya.

6. Evaluasi

Setiap karya yang sudah tercipta, tidak lepas dari evaluasi dari karya tersebut. Maka dari itu harapannya kritik dan saran dari pihak dosen pembimbing, type designer dan juga pembaca agar dapat menjadi bahan evalusai pada penciptaan karya kedepannya

F. SISTEMATIKA PENULISAN

Terdiri dari beberapa bab dimana antar bab saling berkaitan satu dengan yang lainnya.

Bab I

Berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat, tinjauan pustaka, landasan teori, metode perancangan, dan sistematika penulisan.

Bab II

Berisi informasi-informasi lengkap mengenai objek yang dibahas dalam tugas akhir, seperti data perusahaan, sejarah perusahaan, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi, satuan tugas, dan analisa SWOT.

Bab III

Berisi tentang konsep perancangan karya yang akan dibuat berupa analisa data, USP, ESP, positioning, analisa karakter, strategi kreatif, konsep teknis dan media plan.

Bab IV

Membahas mengenai perwujudan karya yang dibuat serta penjelasan *mock up* yang akan direalisasikan.

Bab V

Berisi kesimpulan dan saran dari penelitian dan pembuatan karya yang telah dilakukan penulis untuk institusi maupun dosen pengajar.