

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Desain

Desain adalah membayangkan sesuatu yang belum pernah ada, yang bertujuan untuk membuat sesuatu yang baru. Desain dari waktu ke waktu selalu berkembang yang juga masuk kedalam bidang seni, agama, sains, dan teknologi. Adanya desain kita mampu mendesain rumah kita, bisnis kita bahkan kehidupan kita, maka dari itu desain hampir menyentuh setiap aspek yang ada di kehidupan. (Nelson dan Stolterma 2003:10)

Charles Owen (2004) mengemukakan bahwa desain adalah profesi yang berkaitan dengan penciptaan suatu produk, sistem, komunikasi dan layanan yang mampu memenuhi kebutuhan manusia, dan memperbaiki kehidupan masyarakat. (Barlex, 2007:32)

Desain membuat sesuatu yang baru yang berguna bagi masyarakat, dan desain juga masuk dalam segala bidang, termasuk membuat suatu produk fashion dan interior dengan media ilustrasi dan teknologi *digital fabric*, yang akan mampu digunakan di masyarakat.

B. Ilustrasi

Ilustrasi dilakukan untuk membantu kita dalam merekam, menggambarkan, dan menkomunikasikan seluk-beluk kehidupan. Maka ilustrasi mampu menyampaikan gagasan dan pesan yang kompleks, yang

tidak hanya mampu untuk berkomunikasi namun dapat membujuk, menginformasikan, mendidik, dan menghibur. (Zeegan, 2009:6)

Ilustrasi dapat juga diartikan sebagai proses penggambaran objek, baik visual maupun audio dan lain-lain yang bertujuan untuk menerangkan atau menghiasi suatu cerita, tulisan, puisi, atau informasi tertulis lainnya. Ilustrasi sebagai gambar yang secara khusus dibuat untuk menyertai teks seperti pada buku, atau iklan untuk memperdalam pengaruh dari teks tersebut. Ilustrasi saat ini mengalami perkembangan, ilustrasi tidak lagi hanya terbatas pada gambar yang mengiringi teks akan tetapi telah berkembang kedalam makna yang lebih luas. Ilustrasi merupakan alat bantu yang membuat sesuatu menjadi lebih jelas, lebih bermanfaat atau menarik. (Muharrar, 2003:2).

Ilustrasi harus mampu memberi gagasan dan sebuah informasi dalam tugas akhir ini ilustrasi harus mampu memberikan citra untuk membuat sebuah produk *fashion* dan interior.

C. *Digital*

Digital menunjuk pada pemrosesan gambar 2 dimensi menggunakan komputer. Dalam konteks yang lebih luas, yang mengolah *digital* dan mengacu pada pemrosesan setiap data 2 dimensi. *Digital* merupakan sebuah larik (*array*) yang berisi nilai-nilai *real* maupun kompleks yang direpresentasikan dengan deretan *bit* tertentu. (Putra, 2010:19)

Digital tidak hanya mengacu pada efek dan kemungkinan teknologi tertentu. *Digital* mendefinisikan dan mencangkup cara berfikir dan hal-hal

yang dilakukan oleh suatu teknologi, dan membuat teknologi tersebut berkembang, dengan abstraksi, kodifikasi, *self-regulation*, virtualisasi dan *programming*. *Digital* berhubungan dengan unsur-unsur diskrit, maka dari itu hampir semua budaya manusia dapat dikatakan sebagai *digital*. (Gere, 2008:17-18) *Digital* selalu berhubungan dengan media, karena media adalah sesuatu yang terus berkembang, media tersebut hampir menyeluruh seluruh aspek kehidupan manusia salah satunya adalah dalam dunia percetakan, yaitu *digital Printing*.

1. Digital Printing

Digital Printing adalah sebuah Metode Percetakan dari Gambar berbasis *Digital*, yang biasanya berupa File, kemudian bisa langsung dicetak di berbagai Media dengan cara yang instan dan cepat. *Digital Printing* merupakan hasil Inovasi perkembangan dari metode percetakan yang konvensional, yang muncul seiring dengan Kemajuan teknologi dunia yang sudah masuk di era *Digital*. *Digital print* adalah teknologi cetak mutakhir yang mempunyai kemampuan mencetak beragam visual dengan jumlah warna tanpa batas. Teknologi ini sangat cocok untuk segala jenis pasar dan bahan dasar (Printex Magazine, Benny Raharjo issue06:35). *Digital print* pada umumnya dibagi menjadi 3 kategori yaitu, *sign graphic*, *industrial product*, dan *textile & apparel*, ketiga kategori tersebut meski memiliki prinsip yang sama yakni *digital print* namun ketiganya memiliki produk yang berbeda dan proses yang berbeda pula. *Sign graphic* untuk produk-produk seperti

spanduk dan *banner*, industrial produk lebih kearah produk-produk asesoris, dan *textile & apparel* sendiri dibagi menjadi 3 sub kategori yaitu sublimasi *printing*, *direct on garment*, dan *digital fabric printing*. (Printex Magazine, Benny Raharjo issue01:34)

2. *Digital Fabric Printing*

Digital Fabric Printing adalah teknologi yang ramah lingkungan, memiliki kualitas yang lebih baik dan waktu produksi yang pendek. Kelebihan lainnya tanpa batasan warna, *artwork photo* realistis, tanpa film positif, tanpa *screen*, dan bisa memproduksi dalam jumlah kecil (*small quality*). *Digital fabric printing* dapat diaplikasikan kesemua jenis bahan kain dengan menggunakan tinta yang berbeda menurut jenis masing-masing kain yang ada. *Desain fabric* tidak lagi mengandalkan cetak konvensional (*screen printing* dan *roll printing*), namun sekarang muncul teknologi *digital print* untuk *print (digital fabric printing)*. *Digital print* menjadi hal yang menguntungkan dalam industri *textile*. Keuntungan tersebut seperti *high quality*, *low cost*, *short run*, *customize* (Printex Magazine, Benny Rahardjo, issue01:37) Ekplorasi *desain fabric* lewat media *digital* di atas memungkinkan karena perkembangan teknologi komputer (*software* dan *hardware*) era sekarang. Perkembangan ini mendorong desain *textile* tidak lagi mengandalkan kerja tangan (manual) tetapi menggunakan *software* pengolah grafis yang dirancang untuk pembuatan motif *textile*, dengan *software* grafis seperti *adobe photoshop*, *anseries*, *illustrator*, maupun

coreldraw dengan menggunakan komputer maka proses pewarnaan dapat langsung dilihat dan diedit secara langsung sesuai dengan selera sebelum melakukan produksi. (Printex magazine, Benny Raharjo, issue05:35).

Digital fabric merupakan teknologi yang mampu diaplikasikan dengan perancangan ilustrasi guna membuat produk-produk *fashion* dan interior yang menggunakan bahan kain.

D. *Fashion*

Fashion adalah sebuah sistem tanda (*signs*). Di mana cara berpakaian tidak dilihat sebagai cara untuk menutup tubuh dengan pakaian guna menghindari udara dingin atau dari terik matahari. Cara kita berpakaian adalah sebuah tanda untuk menunjukkan siapa diri kita, nilai budaya apa yang kita anut. Maka cara berpakaian tidak lagi dipandang sebagai sesuatu yang netral dan sesuatu yang lumrah. (Barthes, 1990:65)

Fashion memiliki model-model dan bahan untuk membangun identitas. Masyarakat memiliki peran sosial dan kode-kode aturan yang relatif baku, sehingga pakaian dan penampilan seseorang secara langsung menunjukkan kelas sosial, profesi dan statusnya. (Kellner, 2010:360)

Fashion dalam kehidupan masyarakat tidak hanya sekedar berpakaian untuk menutupi tubuh namun dengan berpakaian masyarakat mampu menggunakan cara berpakaian sebagai sarana membangun citra diri, teori *fashion* diatas menjadi acuan dan memberi pengartian dalam pembuatan tugas akhir ini karena membuat produk *fashion* tidak hanya membuat sebuah

pakaian tapi sesuatu yang harus menimbulkan citra bagi produk *fashion* itu sendiri dan juga bagi konsumen itu sendiri.

E. Interior

Interior pada dasarnya terkait dengan hal merencanakan, menata, dan merancang ruang-ruang interior didalam sebuah bangunan agar menjadi sebuah tatanan fisik untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia dalam hal penyediaan sarana bernaung dan berlindung, yang akan mempengaruhi pencitraan terkait dengan suasana hati dan kepribadian manusia. (Wicaksono dan Trisnawati 2014:5)

Interior adalah perancangan tata letak di dalam gedung, yang bertujuan menjadi sarana pelindung dan juga mampu mempengaruhi kepuasan, kegiatan, penampilan dan mood seseorang, oleh karena itu perkembangan fungsi keindahan dan psikologis dibutuhkan di dalam sebuah perancangan interior. (Ching, 2002:46)

Interior merancang ruang yang mampu difungsikan juga mampu mempengaruhi kondisi manusia yang menggunakan ruangan tersebut, dengan teori tersebut akan mendukung membuat produk interior berbahan kain yang harus mampu difungsikan dan juga mampu mempengaruhi citra dan psikologi konsumen.