

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Dampak yang menyebabkan sampah *fashion* atau limbah *fashion* mengakibatkan menumpuknya sampah pakaian. Di Indonesia anak muda Indonesia saat ini tengah memasuki dunia *thrifting*, *thrifting* juga dapat disebut sebagai kegiatan membeli barang bekas pakai, bukan berarti kualitas barang yang dijual tidak begitu bagus. Namun sebaliknya, barang yang dijual di toko *thrift* biasanya masih dalam keadaan baik dan berkualitas. *Trend thrifting* ini pun kian marak di kalangan anak muda Semarang, dengan adanya *trend* ini kalangan muda pun menjadi tertarik untuk mengikuti trend ini.

Industri *fast-fashion* mengeluarkan banyak desain baru dalam periode singkat. Hal ini juga membuat masyarakat cenderung lebih konsumtif dan membeli baju baru agar tidak ketinggalan zaman. Saat ini siklus *fashion* tidak lagi berpatok pada dua musim atau empat musim lagi. Masyarakat bisa menggunakan pakaian apapun sesuai dengan keinginan konsumen. Adanya merek menengah yang mengeluarkan pakaian dan selalu mengadakan *sale* berkala menyebabkan munculnya istilah *fast-fashion*. *Fast-fashion* merupakan istilah yang digunakan oleh *retailer* dan desainer untuk menggambarkan fenomena dan model bisnis yang diimplementasikan secara luas. Keinginan untuk memiliki *fashion* yang berkualitas dengan merek terkenal membuat remaja Indonesia tertarik untuk melakukan *thrifting* dengan harga yang lebih terjangkau.

Dari efek samping *fast-fashion* ini selain mengeksploitasi tenaga kerja, juga menggunakan bahan yang digunakan bukan bahan sintetis sehingga harga produksinya menjadi sangat murah. Banyak masyarakat yang masih membeli pakaian *second hand* untuk dijadikan *style fashion* tersendiri (A New Textiles Economy, 2017). Oleh karenanya, kegiatan *thrifting* menjadi banyak digandrungi oleh masyarakat terutama remaja. *Slow-fashion* merupakan suatu gerakan yang mendesain, membuat, dan membeli untuk kualitas yang artinya konsumen

membuat/membeli suatu barang atau jasa sesuai dengan yang distandarkan atau diisyaratkan, serta ketahanan yang lebih lama. Dengan adanya *slow fashion* yang membuat produksi lebih lama, upah pekerja yang lebih sebanding, pencemaran lingkungan yang lebih sedikit, dan biasanya menggunakan teknik *zero waste*. Dengan memberi gambaran proses produksi, hal tersebut juga mengedukasi konsumen sehingga dengan harapan konsumen mengetahui dan mengerti apa yang dibutuhkan untuk memproduksi pakaian jadi kepada pasaran. Menurut Trisnawati (2012), karena *fashion* digunakan juga sebagai bagaimana kita mengekspresikan diri kita dan bagaimana kita melakukan komunikasi secara non-verbal dari pakaian yang kita gunakan (dalam Lady, h.6).

Seperti dari hasil kuesioner yang telah saya sebarkan kepada anak muda usia 18-25 tahun sebanyak 50 responden dengan 87% mereka pernah melakukan *thrifting* guna lebih menghemat pengeluaran uang dan mereka mendapatkan barang *thrifting* dari berbagai tempat mulai dari *online* hingga pasar yang menjual barang-barang bekas. Karena usia remaja cenderung lebih berpengaruh dalam ranah *fashion*, hal tersebut membuat remaja memiliki tuntutan untuk mengikuti perkembangan *fashion* agar tidak dikatakan ketinggalan jaman.

Oleh karna itu masih ada anak muda yang tidak melakukan *thrifting* dikarenakan mereka masih ragu dalam membeli pakaian bekas. Karena kurangnya edukasi dalam mencari, memilih barang yang akan mereka beli yang menyebabkan beberapa remaja merasa gengsi jika melakukan *thrifting*, karena merasa tidak bisa membeli merek baru. Seperti yang dikatakan oleh Commuri, (2009) hal tersebut untuk menghindari tingkatan sosial dilingkungannya, bagi remaja menggunakan merek-merek tertentu adalah sesuatu hal yang dibanggakan dan bisa diterima dalam lingkungan sosial mereka. Dengan membeli merek tertentu membuat mereka lebih dipandang dan mendapatkan pengakuan dilingkungannya. Tidak ada salahnya kita membeli barang bekas jika kita memperhatikan barang yang akan kita beli dari hal apa yang perlu diperhatikan dan apa saja yang harus kita lakukan setelah kita membeli barang bekas tersebut. Berbeda dengan jaman dahulu jika kita ingin *thrifting* dimana dilakukan dipasar dengan suasana yang kurang nyaman dan cukup padat. Jaman sekarang *thrifting* bisa kita dapatkan melalui *online* dan lebih mudah

untuk dicari dikarenakan sudah banyak orang yang menjual barang-barang mulai dari barang antik hingga pakaian yang sering kita gunakan sehari-hari.

Menurut Barnard (2011) Fashion sebagai aspek komunikatif tidak hanya sebagai karya seni akan tetapi fashion juga dipergunakan sebagai simbol dan cerminan budaya yang dibawa. Alasan itulah yang menyebabkan dunia fashion terutama di Indonesia berkembang semakin pesat, khususnya dalam bidang busana. Dalam dunia *fashion* tentunya diperlukan fasilitas untuk mempromosikan rancangan, yaitu dengan dibangun gedung eksibisi yang bisa menyediakan fasilitas untuk *event-event* tata busana yang rutin, sehingga para penggerak fashion bisa lebih berkembang dan semakin maju dan bahkan bisa menjadi bagian untuk meningkatkan perekonomian daerah. Adanya eksibisi yang mana bisa mempromosikan berbagai rancangan busana salah satunya yaitu produk hasil *thrifthing*. Dengan adanya eksibisi untuk produk *thrifthing* ini diharapkan bisa menjadi wadah bagi masyarakat untuk lebih mempelajari ilmu dan perancangan *fashion* terutama *thrifthing* dari awal dan lebih dalam lagi, sehingga masyarakat terutama remaja tidak merasa malu atau gengsi hanya karena membeli produk *thrifthing*.

1.2 Identifikasi masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, berikut beberapa idetifikasi masalahnya:

1. Memberi wawasan tentang apa itu *thrifthing*.
2. Membuat perancangan eksibisi melalui pameran *thrifthing*.
3. Memberikan informasi kepada kaum muda agar lebih memhami tentang *thrifthing* melalui eksibisi.

1.3 Batasan masalah

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok suatu masalah agar perancangan tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan perancangan akan tercapai. Perancangan ini akan dibatasi pada taget *audience* remaja yang berusia 18-25 tahun, dimana materi eksibisi akan dibatasi pada wawasan yang terkait kegiatan *thrifthing* di Indonesia, terutama di Semarang, yang mana kegiatan

thrifting ini merupakan kegiatan membeli pakaian bekas namun dengan kualitas yang juga masih baik.

1.4 Rumusan masalah

Berdasarkan permasalahan di atas, maka dapat dirumuskan dengan pernyataan berikut:

Bagaimana merancang desain pameran yang informatif juga edukatif agar tetap tampil *stylish* dikalangan remaja usia 18 hingga 25 tahun. Dengan membuat media informatif yang menarik agar dapat dipahami dengan mudah dan jelas.

1.5 Tujuan perancangan

Memberikan informasi tentang *thrifting* agar kaum muda di Semarang lebih baik dalam melakukan *thrifting* dengan cara memberikan informasi dalam mengatasi *trend-trend* yang ada terutama *thrifting*.

1.6 Manfaat perancangan

Dengan adanya pameran *thrifting* ini, membantu juga untuk memberi informasi kepada kaum muda usia 18 hingga 25 tahun agar menggunakan kembali pakaian bekas yang bisa juga menjadi *trend* dan tidak kalah *stylish* dengan *trend-trend* terbaru yang ada. Dengan pembuatan perancangan pameran ini diharapkan bisa membantu memberi informasi kepada para anak muda lebih baik dalam memilih barang *thrifting*.

1.7 Metodologi perancangan

Permasalahan dasarnya yaitu kurangnya pengetahuan masyarakat terutama kaum muda tentang manfaat dan tujuan *thrifting*, yang kemudian dilakukan riset yang berupa tinjauan pustaka mengenai hal-hal yang berkaitan dengan *fashion thrifting*. Setelah semua data telah didapatkan maka langkah selanjutnya adalah pembuatan konsep hingga pembuatan desain rancangan pameran. Karena jika kaum muda melakukan *thrifting* dapat menghemat biaya dalam menggunakan pakaian tanpa harus membeli pakaian yang baru, dengan melakukan *thrifting* kaum muda bisa berpenampilan berbeda dengan yang lainnya.

Tahapan desain eksibisi yang akan dirancang berupa pameran *thrifting* dengan memberikan informasi yang mudah dipahami dengan baik saat eksibisi dilaksanakan untuk kalangan kaum muda. Eksibisi dibuat di gedung *indoor* UTC Semarang yang bertempat di *Ballroom* pameran dibuat dengan tujuan menghindari cuaca yang tidak menentu yang dapat mengakibatkan pameran tersebut terhenti. Pameran dilaksanakan dengan menaati protokol kesehatan dan pameran diadakan dengan empat sesi, setiap sesinya berisikan 100 orang yang yang harus mendaftar terlebih dahulu untuk pendataan setiap sesinya. Setiap orang yang akan masuk harus menunjukkan *barcode* sebagai tiket masuk. Suasana didalam pameran dibuat menggunakan kain-kain yang dijahit dengan menggunakan metode *sashiko* yang membuat kesan bahwa kain yang sudah tidak terpakai dapat digunakan kembali.

