

BAB IV

STRATEGI KREATIF

4.1 Konsep verbal

4.1.1 Tema eksibisi

Fashion era sekarang adalah bagaimana cara berpenampilan menarik tanpa harus membeli pakaian baru. Karena *fashion* yang dibeli ditempat *thrifting* juga bisa membuat tetap *fashionable* tanpa harus mengeluarkan uang yang lebih. Dengan eksibisi ini diharapkan dapat memberi informasi dan mengedukasi kalangan muda tentang dunia *fashion* agar berpenampilan menarik tanpa harus membeli pakaian baru.

4.1.2 Judul eksibisi

Judul dari eksibisi ini adalah “*Sustainable Thrift*”. Mengajak kaum muda agar mengetahui lebih dalam tentang *fashion* yang terjadi saat ini dan bagaimana kaum muda bertindak dalam dunia *fashion*. Karena lingkup *fashion* itu tidak hanya baju dan celana saja, melainkan cukup banyak seperti bagaimana kita menggunakan pakaian yang menarik dan bagaimana cara mendaur ulang pakaian yang tidak kita pakai lagi menjadi sesuatu yang berguna.

4.2 Konsep visual

4.2.1 Konsep judul eksibisi

Penamaan eksibisi ini menggunakan judul yang mudah diingat dan memberi *icon* gantungan baju yang berarti baju sudah cukup lama menggantung itu tidak harus dibuang begitu saja namun bisa diolah dengan baik agar bisa menjadikan barang yang lebih berguna. Sedangkan garis putus-putus pada bagian tengah melambangkan pola jaitan yang khas pada jahitan di sashiko. Eksibisi *thrifting* ini tidak hanya membahas pakaian bekas saja namun mempamerkan sejarah *fashion* era dulu beranjak ke era sekarang dengan tampilan yang berbeda.



Gambar 4.1 Nama eksibisi

Sumber: dokumen pribadi

4.2.2 Konsep warna eksibisi

Penggunaan warna dalam eksibisi ini menggunakan warna biru indigo yang sering digunakan sebagai pewarna alami untuk pakaian yang digunakan sehari-hari sedangkan warna hijau yang berarti *save earth* atau menyelamatkan bumi dengan makna *upcycle* atau mendaur ulang pakaian yang tidak kita pakai dengan bentuk yang berbeda agar dapat digunakan dengan fungsi lainnya.



Gambar 4.2 Warna

Sumber: dokumen pribadi

4.2.3 Konsep tipografi eksibisi



Gambar 4.3 Font Quicksand

Sumber: dokumen pribadi

Penggunaan nama acara dan *header* menggunakan *font sans serif*, yaitu “*Quicksand*”. Karakter pada *font* tersebut memberikan kesan santai,

tidak kaku dan fleksibel dikarenakan *fashion* sendiri adalah bentuk apresiasi diri dalam berpenampilan.

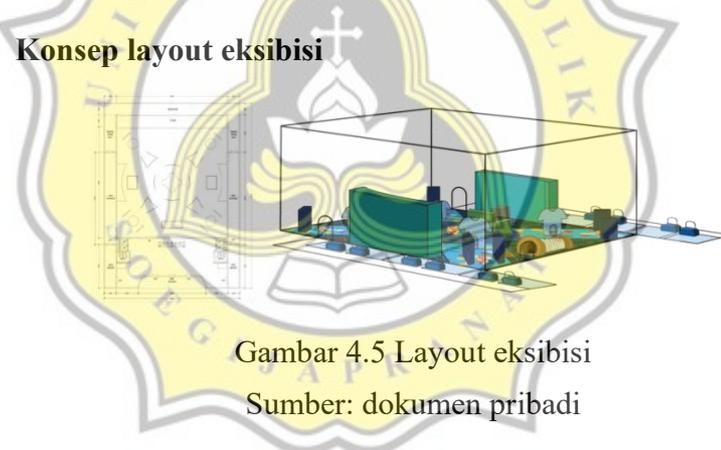
abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNopQRSTUVWXYZ
1234567890
Fogtwo No5

Gambar 4.4 Font Fogtwo No5

Sumber: dokumen pribadi

Penggunaan isi pesan dari pameran menggunakan *font jenis serif*, yaitu "*Fogtwo No5*". Karakter *font* yang digunakan terkesan serius dan seperti huruf kuno agar mengingat kembali bahwa *thrifting* itu membeli barang-barang bekas.

4.2.4 Konsep layout eksibisi



Gambar 4.5 Layout eksibisi

Sumber: dokumen pribadi

Alur eksibisi ini dibuat bebas agar pengunjung dapat menikmati secara keseluruhan eksibisi yang diadakan. Karena informasi yang disampaikan hampir ada disetiap dinding atau partisi dan menyeluruh dan dibagian sisi luar atau *outdoor* berisikan tenat untuk berjualan barang-barang bekas.

4.2.5 Open gate



Gambar 4.6 Open gate

Sumber: dokumen pribadi

Gerbang pembuka atau *open gate* pada eksibisi ini berbentuk seperti celana yang bisa dilalui dibagian tengahnya. *Open gate* melambangkan celana jeans yang sering kita gunakan sehari-hari kemana saja kita pergi dengan ini jeans merupakan celana yang sering menemani aktivitas diluar ruangan maupun didalam ruangan. Ukuran dari *open gate* tersebut memiliki tinggi 5 meter dan lebar 9 meter sedangkan bagian tengahnya untuk dilalui orang memiliki ukuran tinggi 2,7 meter dan lebar 4,6 meter.

4.2.6 Photobooth



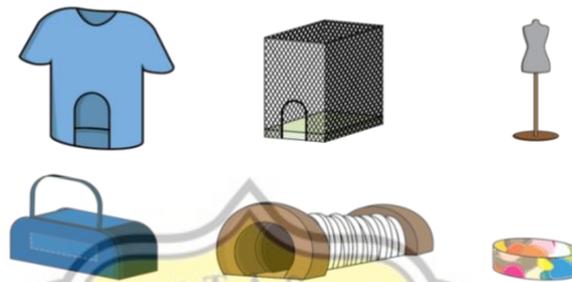
Gambar 4.7 Photobooth

Sumber: dokumen pribadi

Pada bagian tempat foto atau *photobooth* berkonsep menggunakan warna biru indigo yang seperti ditambal-tambal menggunakan metode sashiko yang mengesankan gaya jahitan yang terlihat tren pada era sekarang.

Ukuran dari *photobooth* memiliki tinggi 3 meter dan lebar 4,5 meter sedangkan pada bagian tulisannya memiliki tinggi 1,8 meter dan lebar 3 meter jadi jika orang berfoto tulisan tetap akan terlihat. Sedangkan peletakan *photobooth* diletakan pada bagian sisi kanan administrasi agar tidak menghalangi aktivitas.

4.2.7 Konsep booth



Gambar 4.8 Konsep booth

Sumber: dokumen pribadi

Dari beberapa booth berkonsep menggunakan bentuk baju, panggung yang menggunakan kain yang jahit berbentuk lingkaran, booth lapak dibuat seperti tas yang berbahan denim, kotak jaring yang digunakan mendonasikan pakaian yang tidak terpakai kembali dan gulungan benang yang dibuat seperti lorong yang dapat dilalui. Didalam gulungan benang terdapat informasi seperti cerita tentang *fashion* dari masa kemasa, apa itu *sustainable fashion* dan bagian-bagian nama dari celana. Ukuran pada booth baju berukuran tinggi 4 meter dan lebar 3 meter agar pengunjung dapat memasuki booth baju tersebut. Ukuran booth jaring untuk mendonasikan pakaian berukuran tinggi 3,5 meter, lebar 3 meter dan panjang 4 meter. Ukuran booth gulungan benang berukuran tinggi 2,5 meter, lebar 3 meter dan panjang 6 meter agar booth gulungan benang dapat dilalui oleh pengunjung karena didalam booth tersebut terdapat sejarah *fashion* dari masa ke masa, apa itu *sustainable fashion* dan anatomi jeans.

4.2.8 Konsep gaya desain



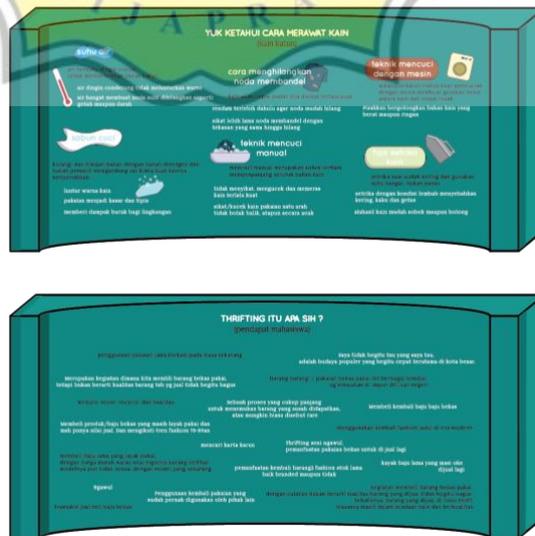
Gambar 4.9 Kotak informasi

Sumber: dokumen pribadi



Gambar 4.10 Bagian didalam gulungan benang

Sumber: dokumen pribadi

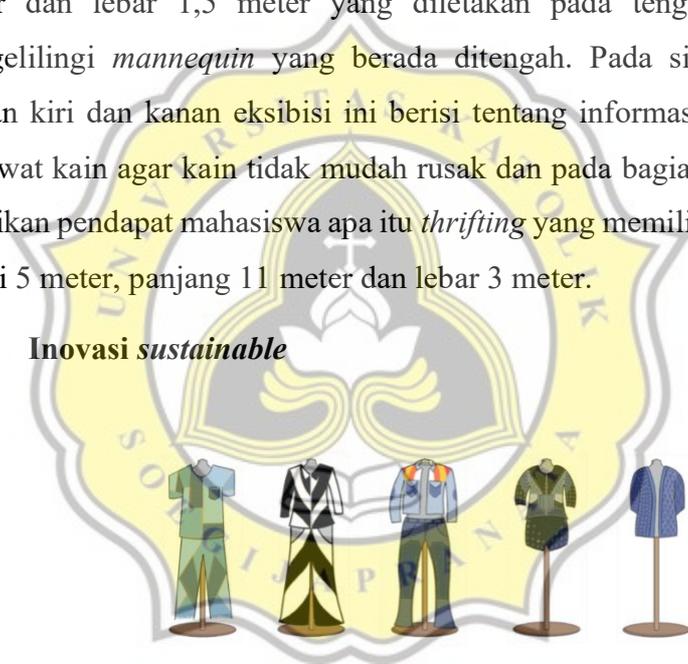


Gambar 4.11 Dinding sisi kiri dan kanan

Sumber: dokumen pribadi

Dalam gaya desain menggunakan *flat design* agar pesan yang disampaikan mudah dipahami dan tidak terlalu mendominasi dalam penggunaan visual maupun verbal. Untuk ukuran pada kotak hijau dan biru memiliki ukuran yang berbeda, pada kotak berwarna biru memberikan informasi secara singkat kata kerja atau istilah dari kata tersebut dan memiliki ukuran tinggi 3,7 meter panjang 3 meter dan lebar 1 meter yang diletakan bersebelahan dengan *mannequin*. Sedangkan kotak berwarna hijau memberikan informasi sebagaimana peran sampah tekstil yang terjadi yang tidak semua orang ketahui dan memiliki ukuran tinggi 4 meter, panjang 3 meter dan lebar 1,5 meter yang diletakan pada tengah eksibisi yang mengelilingi *mannequin* yang berada ditengah. Pada sisi dinding tinggi bagian kiri dan kanan eksibisi ini berisi tentang informasi bagaimana cara merawat kain agar kain tidak mudah rusak dan pada bagian dinding lainnya berisikan pendapat mahasiswa apa itu *thrifting* yang memiliki ukuran dinding tinggi 5 meter, panjang 11 meter dan lebar 3 meter.

4.2.9 Inovasi *sustainable*



Gambar 4.12 Konsep inovasi

Sumber: dokumen pribadi

Konsep inovasi dalam *fashion* disini berfungsi sebagai alternatif atau gambaran bagaimana tampil minimalis atau bergaya berbeda dengan yang lainnya dengan menggunakan pakaian atau kain bekas yang digunakan kembali menjadi bentuk yang baru agar tetap tampil *stylish* dengan gaya masing-masing tanpa ada patokan berkarya dalam membuat pakaian yang mereka inginkan yang diletakan pada setiap sudut eksibisi.

4.2.10 Pesan penutup



Gambar 4.13 Pesan penutup

Sumber: dokumen pribadi

Pada bagian atas pintu keluar memiliki pesan *opportunity doesn't come twice* yang memiliki arti bahwa jika kita menyukai barang bekas jika kita tidak langsung membelinya atau memikirkan terlalu lama barang tersebut tidak akan kita dapatkan kembali atau mungkin bisa kita dapatkan tetapi tidak seperti awal saat pertama kali kita melihat barang tersebut. Pesan penutup ini memiliki ukuran tinggi 40 cm dan lebar 1 meter.

4.2.11 Merchandise



Gambar 4.14 Merchandise

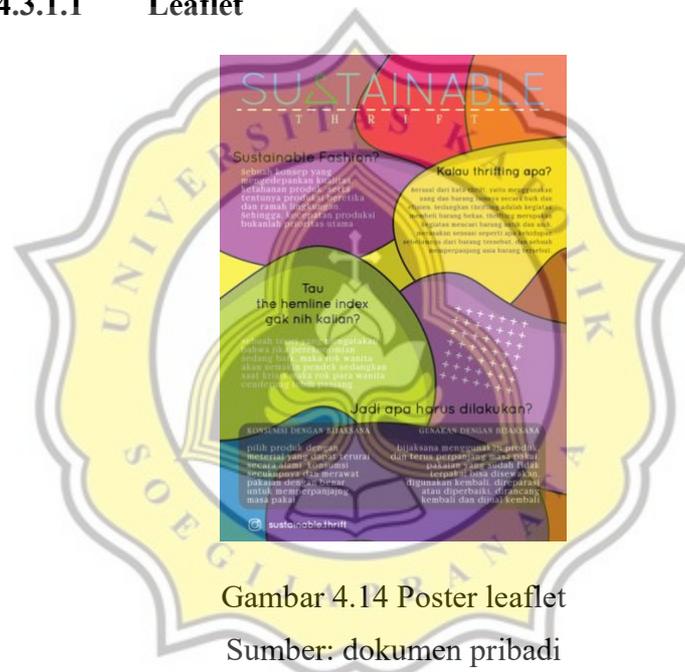
Sumber: dokumen pribadi

4.3 Promosi visual eksibisi

Dalam proses eksibisi ini menggunakan beberapa jenis media sebagai penyampaian, bahasa yang digunakan menggunakan bahasa sehari-hari anak muda agar penyampaiannya lebih mudah dipahami tanpa harus membaca berulang kali. Poster menggunakan warna yang *colorful* agar membuat menarik anak muda dan lebih ingin membacanya. Namun informasi yang disampaikan dapat tersampaikan dengan baik dan jelas secara singkat.

4.3.1 Tahapan kognisi

4.3.1.1 Leaflet



Gambar 4.14 Poster leaflet
Sumber: dokumen pribadi

Leaflet dibuat bertujuan untuk mencakup kalangan anak muda yang belum mengetahui media sosial dari eksibisi tersebut. Dalam Leaflet tersebut berisikan penjelasan secara singkat apa itu *sustainable fashion*, *thrifting*, *the hemline index* dan setelah mengetahui hal tersebut langkah apa yang harus dilakukan selanjutnya.

4.3.2 Tahapan afeksi

4.3.2.1 Media sosial



Gambar 4.15 Media sosial

Sumber: dokumen pribadi

Media sosial yang digunakan adalah *Instagram* karena kaum muda lebih sering menggunakan *Instagram* dibandingn aplikasi lainnya. Dengan *Instagram* bisa dilakukan iklan dimana kaum muda bisa melihat secara mudah eksibisi berisikan tentang apa saja. Didalam *Instgram* juga dibagikan informasi secara singkat dan mudah dipahami oleh kaum muda.