

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Fashion atau cara berpakaian, terkait dengan selera setiap orang yang berbeda-beda, tetapi dibalik *fashion* yang digunakan, memiliki maksud atau makna tertentu yang ingin diberikan, dimana *fashion* itu sendiri dapat dijadikan alat komunikasi oleh beberapa orang beserta dengan tujuannya masing-masing. Menurut Malcolm Barnard (Mukhlis Ramadhan, 2019) kata *fashion* lahir dari bahasa latin yakni *factio* yang mempunyai arti "membuat". Bisa disimpulkan bahwa *fashion* adalah bentuk tindakan yang dilakukan oleh seseorang dalam konteks untuk melahirkan atau menciptakan sesuatu. *Fashion* juga dapat menunjukkan serta membuat *statement* dan nilai sosial atau status pada seseorang, maka pakaian dan *fashion* kerap digunakan untuk menunjang itu semua. *Fashion* merupakan salah satu cara seseorang dalam berkomunikasi, dimana *fashion* dapat merefleksikan pemakainya.

Melalui hasil beberapa wawancara, salah satu contohnya bersama personel band *post punk* yang berasal dari Surabaya bernama Mmmarkos yaitu Ipeng Bassist, bahwa band Mmmarkos ini sendiri menganut *fashion* yang pengayaannya dari *Gothic*. Meskipun Mmmarkos itu sendiri memiliki *Genre* musik *Post Punk* tetapi gaya berbusana mereka menggunakan unsur *Gothic*. Busana yang mereka gunakan seringkali didapati dari hasil membeli secara *thrifting* atau berbelanja baju bekas tangan kedua di toko *online*. Karena menurut Ipeng, *brand fashion* yang menganut pengayaan *Gothic* di Indonesia sangatlah jarang bahkan langka.

Maka dari itu, berdasarkan permasalahan yang ada di atas, penulis mencoba untuk lebih memperkenalkan *fashion* bertemakan *Gothic* kepada pencinta musik bergenre *post punk* terutama pada generasi milenial dan generasi z untuk berkegiatan sehari-hari. Sehingga penulis akan memanfaatkan peluang bisnis dengan mengembangkan *Fashion Gothic* dengan menggunakan teknik yang sudah ada yaitu *screen printing* serta menggabungkan konsep dekonstruksi guna membangun *brand local fashion Gothic* yang berbeda dan mempermudah pecinta

musik bergenre *post punk* menemukan pakaian dengan harga yang mampu bersaing dengan barang *thrifting*. Perancangan busana dari penelitian ini juga bertujuan agar pengembangan *brand fashion gothic* dapat digunakan dalam kegiatan sehari-hari. Karena, perancangan busana ini juga memperhatikan perkembangan tren yang sedang berkembang dengan desain *timeless* serta pemilihan warna *monochrome* yang memiliki *style elegant*.

I.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Adanya potensi pengembangan busana yang terinspirasi dari penggayaan *Gothic* dengan pengolahan teknik tekstil *screen printing* yang menggabungkan konsep dekonstruksi.
2. Adanya peluang bisnis untuk menciptakan busana yang digunakan dalam berkegiatan terutama bagi pecinta musik bergenre *post punk* dengan penggayaan busana *Gothic* yang menerapkan gabungan teknik *screen printing* dengan dekonstruksi.

I.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perancangan produk *fashion* dengan penggayaan *Gothic* bagi para pecinta musik bergenre *Post Punk* untuk berkegiatan sehari-hari?
2. Bagaimana perencanaan model bisnis busana *gothic* dengan gabungan teknik *screen printing* dengan dekonstruksi untuk pecinta musik *post-punk* dalam berkegiatan sehari-hari?

I.4 Batasan masalah

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian tersebut akan tercapai

1. Menggunakan musisi serta pecinta musik *post-punk* Indonesia seperti

Mmmarkos, Closure, Banananach, Pelteras, Bedchamber sebagai narasumber penulis untuk mewujudkan produk *fashion* dengan *style gothic* sebagai batasan pengayaan pada produk akhir.

2. Teknik yang digunakan disesuaikan dengan *style gothic* yang sudah ada, yaitu gabungan *screen printing* dan dekonstruksi.
3. Lingkup perancangan berpusat pada kota- kota besar di Indonesia seperti Bandung, Jakarta, Surabaya, Malang. Dengan target market yaitu wanita dan pria berusia 20-28 tahun menyukai gaya busana *gothic*.
4. Material yang digunakan dalam pembuatan busana dengan pengayaan *gothic* menggunakan dominasi warna *monochrome*

1.5 Tujuan Penelitian

1. Menciptakan produk fashion dengan pengayaan gothic dengan metode gabungan screen-printing dan dekonstruksi.
2. Merancang perencanaan bisnis dari produk busana bergaya gothic untuk para pecinta musik bergenre post punk dalam berkegiatan sehari-hari.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dalam penelitian ini

1. Terciptanya produk busana yang terinspirasi dari pengayaan *gothic* menggunakan gabungan metode *screen printing* dan dekonstruksi.
2. Terciptanya peluang bisnis berupa produk *local brand* dengan pengayaan *gothic* yang diperuntukkan bagi para pencinta musik bergenre *post punk* dalam berkegiatan sehari- hari.

1.7 Metode Penelitian

Metode yang digunakan ialah metode kualitatif, metode ini digunakan untuk pengumpulan data dalam melakukan penelitian dengan cara sebagai berikut :

1. Studi Literatur, adalah pengumpulan data melalui, buku, jurnal, maupun artikel website. Seperti buku "*The Fashion of Subcultures*", jurnal "Makna dan Ideologi Punk". "Subkultur Punk Sebagai Sumber Inspirasi Penciptaan Karya Seni Grafis Cetak Tinggi" , "*Fashion Streetwear* Sebagai Penunjang Musisi Indie di Kota Bandung", "Screen Printing dalam Industri Grafika

Era Digital”,

2. Wawancara, memberikan beberapa pertanyaan kepada narasumber, ada beberapa band *post punk* asal Indonesia yang berhasil diwawancarai yaitu, *Closure*, *Bedchamber* dan *Mmarkos*, mengenai arti *post punk*, identitas *fashion gothic*, *sub genre* dalam *post punk*, kiblats *fashion gothic*.
3. Observasi, adalah salah satu cara untuk mendapatkan informasi apapun dengan cara mengamati secara langsung maupun tidak langsung, seperti mengunjungi

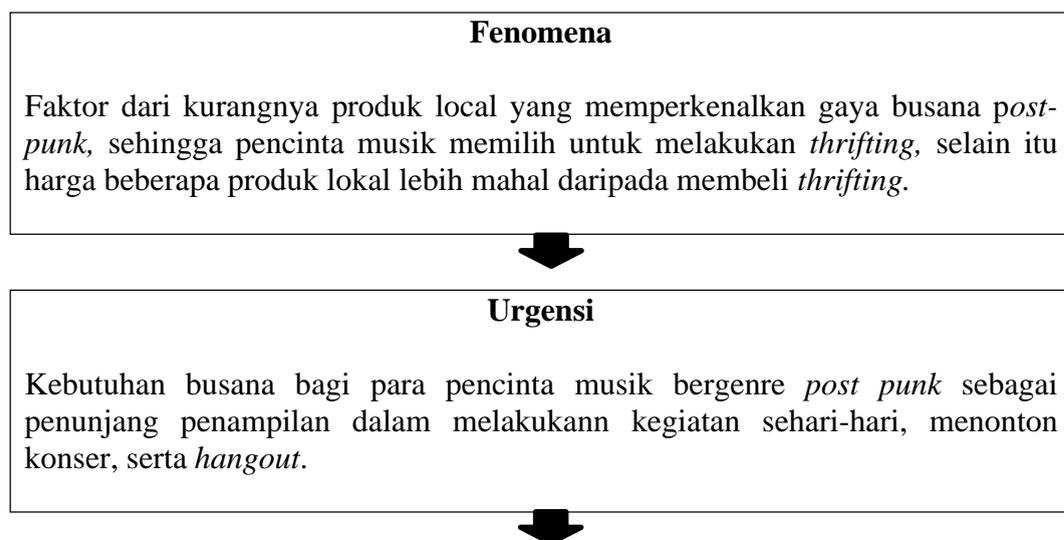
Laman sosial media *Instagram*, *Tiktok* dari desainer, brand, influencer, maupun band, serta laman *website*.

1. Eksplorasi, dengan tujuan mengumpulkan data uji coba percobaan objek secara langsung pada material yang akan digunakan dengan teknik reka latar.
2. Kuisoner menggunakan *purposive sampling*, bertujuan mengumpulkan dengan cara menyebarkan angket kepada responden yang sesuai dengan target yang dituju untuk mengetahui kebutuhan pakaian seperti apa yang dibutuhkan.

1.8 Kerangka penelitian

Kerangka penelitian ini adalah gambaran konsep pada penelitian ini.

Tabel I.1 Kerangka Penelitian



Metode Penelitian

Menggunakan metode kualitatif, meliputi: kuisioner, studi literatur, wawancara, observasi, dan eksplorasi.



Analisa Perancangan

Pada pengembangan produk, menggunakan penggayaan *post punk* dengan unsur *gothic rock* menjadi kebutuhan para pencinta musik *post punk* dalam berkegiatan sehari-hari. Terutama dalam pengolahan material kain supaya dapat digunakan dengan nyaman saat berkegiatan, contohnya: pergi kuliah, menonton konser, dan hangout. Serta pengaplikasian teknik *screen printing* pada material tekstil. Sehingga dapat menciptakan peluang bisnis dengan penggayaan *post punk* bagi para pencinta music.



Kesimpulan

Bahan yang digunakan menjadi peran penting dalam kenyamanan pada saat berkegiatan, serta harga jual harus diperhatikan dalam proses pembuatan *brand local fashion gothic*.

1.9 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan tersusun dari beberapa bagian penulisan dari empat bab, sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Terdiri dari latar belakang penelitian mengenai masuknya *Fashion* dengan penggayaan *Gothic* ke Indonesia hingga identitas *Fashion Gothic* serta penggabungan tekniknya, identifikasi masalah, rumusah masalah, Batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, sistematika penulisan.

Bab II Studi literatur

Terdiri dari teori- teori dasar yang menjelaskan tentang teori yang akan digunakan selama proses pengembangan brand *Fashion Gothic* dan penjelasan teori mengenai *Fashion, Gothic*, metode Scamper, hingga *Business Model Canvas* yang akan digunakan dalam merancang brand *Fashion Gothic* dengan menggabungkan

teknik *screen printing* dan dekonstruksi.

Bab III Data dan Analisa Perancangan

Pemaparan data primer dan sekunder berupa wawancara, observasi, jurnal dan artikel yang digunakan dalam penelitian.

Bab IV Konsep dan Hasil Perancangan

Pemaparan konsep mengenai perancangan desain, karya, juga *Business Model Canvas* yang akan dibuat dengan tahapan-tahapan atau proses pengerjaan karya bertemakan *Gothic*.

Bab V Kesimpulan

Kesimpulan dan saran hasil dari pengerjaan karya yang akan dipaparkan dan disimpulkan serta adanya saran.