

BAB I PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Perkembangan fashion di dunia pada setiap tahunnya pasti memiliki tren dengan ciri khas ataupun estetika tersendiri dalam desainnya, salah satu tren fashion yang sampai kini masih memiliki pasar dan minat yang besar khususnya bagi kalangan remaja. *Streetwear* lahir dari sebuah fenomena budaya yang turun serta mempengaruhi gaya hidup anak muda, yaitu *street culture*. Salah satu subkultur dari *streetwear* adalah Punk. Punk secara etimologis berasal dari bahasa Inggris, yaitu “*Public United not Kingdom*”, kemudian disingkat menjadi P.U.N.K, atau dalam bahasa Indonesia berarti sebuah kesatuan atau komunitas di luar kerajaan atau pemerintahan. Punk muncul pertama kali di Inggris pada tahun 60-an, pada waktu itu punk hanya sebatas pemberontakan di bidang musik, meskipun akhirnya justru merambah sampai menjadi subkultur. Meski berawal dari musik, Punk sedikit demi sedikit berubah menjadi sebuah gaya hidup yang penuh dengan pandangan dan ideologi, hal tersebut dikarenakan adanya pengertian bahwa hebohnya penampilan (*appearance or form*) harus disertai dengan hebohnya pemikiran (*idea or content*) (Moore & Robert, 2009)

Brand referensi pada penelitian ini adalah Attitude Clothing, Pirosmami Studio, dan Person Soul. Attitude Clothing didirikan pada tahun 1996, Attitude Clothing adalah *online store* asli Inggris untuk pakaian, alas kaki, perhiasan dan aksesoris alternatif pria dan wanita. Didasari oleh kecintaan pada Punk, *brand* ini telah berada di garis depan mode alternatif selama lebih dari 20 tahun, menghadirkan desain inovatif untuk *streetwear*, Punk dan lainnya. Menampilkan desain yang unik, dengan banyak api, tengkorak, robekan, tartan, dan kata-kata kotor, dengan slogan Punk, celana *safety pin*. Berdasarkan hasil observasi tersebut, brand yang identik dengan Punk masih menggunakan *digital printing*. Oleh karena itu, pada penelitian ini perlu dilakukan pengembangan inovasi desain beserta penggunaan teknik yang berbeda dari brand tersebut.

Berdasarkan hasil observasi awal, tujuan penelitian adalah untuk membuat perancangan desain dengan peluang pengembangan teknik dari *brand* referensi dan pengaruh tren fashion Punk di Indonesia terhadap pola gaya serta pilihan berpakaian kalangan muda. Sementara itu, dari perancangan bisnis bertujuan untuk menciptakan inovasi desain dengan inspirasi gaya Punk saat ini yang menarik minat konsumen dan diharapkan dapat menarik perhatian peminat dan konsumen.

I.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Adanya potensi untuk mengembangkan inovasi desain *streetwear* dengan inspirasi gaya Punk
2. Adanya peluang bisnis untuk hasil akhir produk fashion inovasi desain dengan inspirasi gaya Punk.

I.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana cara mengembangkan potensi inovasi desain *streetwear* dengan inspirasi gaya Punk?
2. Bagaimana perencanaan peluang bisnis untuk hasil akhir produk fashion inovasi desain dengan inspirasi gaya Punk?

I.4. Batasan Masalah

Batasan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengembangan potensi inovasi desain *streetwear* dengan inspirasi gaya Punk.
2. Teknik yang digunakan dalam menembangkan inovasi desain adalah teknik *painting*.
3. Produk yang dihasilkan menggunakan material dengan warna hitam dan putih sebagai warna utama ke dalam pengaplikasian produk fashion sebagai elemen pakaian khas dalam subkultur Punk.

4. Target market dari penelitian ini adalah masyarakat yang tinggal di daerah perkotaan seperti kota Bandung, Jakarta, Bogor, Tangerang dan Bekasi dengan usia 20 hingga 28 tahun.

I.5. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengembangkan inovasi desain *streetwear* yang unik dengan inspirasi gaya Punk.
2. Mengeksplorasi potensi dari teknik *painting* untuk menciptakan inovasi penggunaan teknik yang lebih bervariasi dari *brand* referensi.
3. Mengeksplorasi peran material dengan warna hitam dan putih dalam subkultur Punk ke dalam pengaplikasian produk fashion.

I.6. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Terciptanya inovasi desain *streetwear* yang unik dengan inspirasi gaya Punk.
2. Terciptanya inovasi dari teknik *painting* yang lebih bervariasi dari *brand* referensi.
3. Ditemukan penerapan peran material dengan warna hitam dan putih dalam subkultur Punk ke dalam pengaplikasian produk fashion.
4. Terciptanya peluang bisnis untuk hasil akhir produk fashion inovasi desain dengan inspirasi gaya Punk.

I.7. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode campuran, yaitu secara kualitatif dan kuantitatif.

1. Studi Literatur

Metode pengumpulan data dengan studi literatur yaitu meliputi buku, jurnal dan artikel populer yang berhubungan dengan topik penelitian, sehingga diperoleh data sekunder untuk melengkapi informasi yang dibutuhkan dan dapat dijadikan acuan, seperti buku "*Style Tribes, The Fashion of Subcultures*" oleh Caroline Young.

2. Observasi

Menggunakan metode observasi tidak langsung melalui *website brand* pembandingan (Attitude Clothing, Person Soul, dan Pirosmeni Studio) yang bertujuan untuk mendapatkan literatur sehingga dapat menciptakan inovasi baru yang menjadi pembeda dari *brand* pembandingan,

3. Eksplorasi

Melakukan eksperimen dan eksplorasi dengan memanfaatkan teknik *painting* dalam penggunaan teknik yang lebih bervariasi dari brand pembandingan.

4. Wawancara

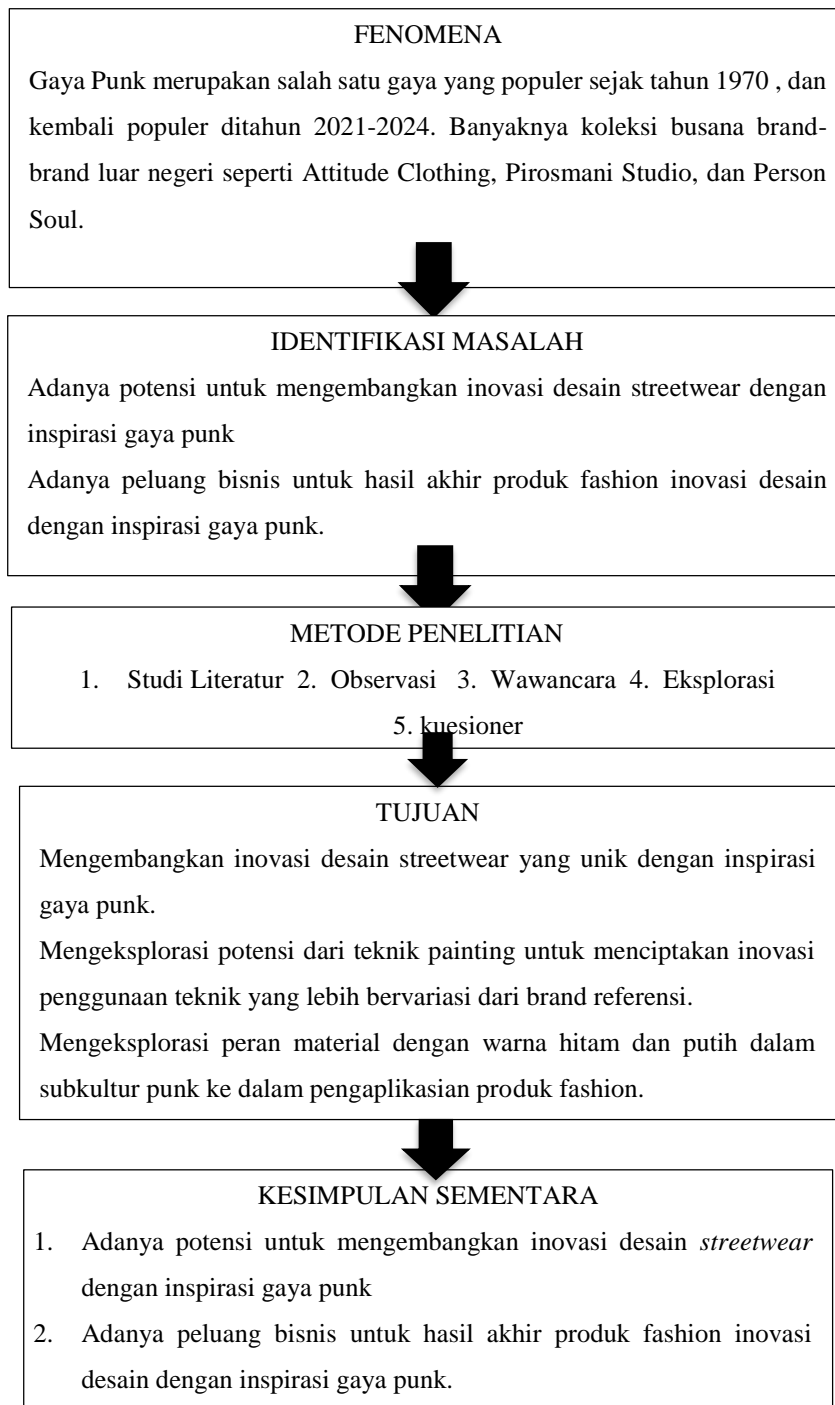
Wawancara adalah proses komunikasi dipasangkan dengan tujuan serius dan telah ditentukan dirancang untuk bertukar perilaku dan melibatkan tanya jawab (Charles Stewart dan W.B. Cash). Wawancara pada penelitian ini dilakukan dengan memberi pertanyaan kepada narasumber, yaitu remaja atau anak-anak muda yang suka dengan punk *streetwear*.

5. Kuesioner

Kuesioner adalah daftar pertanyaan dalam penelitian yang diharuskan untuk dijawab oleh responden atau informan (Bimo Walgito). Tujuan pokok pembuatan kuesioner adalah mendapatkan data yang relevan dengan tujuan penelitian.

I.8. Kerangka Penelitian

Tabel 1.1 Kerangka Penelitian



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024

I.9. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini tersusun dari beberapa bagian, yaitu:

1. BAB I Pendahuluan

Meliputi latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan

2. BAB II Studi Pustaka

Pada bab ini diuraikan mengenai teori relevan yang mendukung topik penelitian seperti sejarah, definisi, fungsi, teknik, dan perkembangan.

3. BAB III Data dan Analisa Perancangan

Pada bab ini membahas data dari hasil metode penelitian meliputi data primer dan data sekunder dan analisa perancangan.

4. BAB IV Konsep dan Hasil Rancangan

Pada bab ini menjelaskan tahapan-tahapan yang dilakukan saat penelitian mulai dari analisa brand perbandingan, eksplorasi teknik, pembuatan konsep, lalu dilanjutkan dengan pembuatan kerangka rancangan serta pembuatan imageboard, target market juga lifestyle board, pemilihan target market, proses pembuatan produk akhir, hasil produk akhir, produksi, konsep perencanaan bisnis dan merchandise.

5. BAB V Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini berisikan tentang hasil kesimpulan dari penelitian yang sudah dilakukan beserta saran yang dapat menunjang penelitian selanjutnya.