

ABSTRACT

Dalam beberapa tahun terakhir, fashion alternatif telah mengalami peningkatan popularitas yang signifikan. Gaya ini ditandai dengan perbedaannya dari fashion komersial arus utama, yang seringkali mewakili berbagai subkultur dan tren nonkonformis. Fashion alternatif telah menjadi media yang ampuh untuk mengekspresikan diri, terutama di kalangan Gen Z, dan dipandang sebagai penggerak perubahan sosial.

Tesis ini mengkaji penciptaan identitas merek visual untuk Seroja, sebuah label fashion alternatif yang dirancang khusus untuk Gen Z. Dengan mengambil pengaruh dari subkultur alternatif seperti Y2K, Gotik, Grunge, dan Punk, Seroja menawarkan platform bagi individu Gen Z untuk mengekspresikan identitas unik mereka. Studi ini mengeksplorasi faktor-faktor sosial yang telah membentuk estetika ini, sekaligus mempertimbangkan peran media digital dalam pengembangan identitas merek modern. Melalui kombinasi riset visual, analisis, dan eksperimen desain, tesis ini bertujuan untuk mengembangkan identitas merek yang kohesif dan selaras dengan persepsi serta preferensi estetika Gen Z yang terus berkembang. Tujuan utamanya adalah untuk menunjukkan bagaimana fashion alternatif dapat menjadi alat untuk mengekspresikan diri dan pembentukan identitas di era digital.

Kata Kunci: Brand Identity, Fashion Alternatif, Gen Z