

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kebutuhan manusia terdiri dari tiga kebutuhan pokok yaitu kebutuhan akan sandang, pangan dan papan. Sedangkan kebutuhan sandang akan pakaian yang diperlukan oleh manusia. Pada awalnya manusia menggunakan pakaian sebagai pelindung dari panas dan dingin. Lama kelamaan fungsi pakaian berubah dan meningkat disesuaikan dengan kenyamanan dan kebutuhan masing-masing individu seperti pakaian kerja, pakaian rumah, pakaian tidur dan sebagainya.

Salah satu fungsi pakaian adalah digunakan sebagai perlindungan dan memberi kehangatan contohnya pada musim panas pakaian berfungsi sebagai perlindungan dari sinar matahari sedangkan pada musim dingin berfungsi sebagai penghangat tubuh. Sekarang ini, berbagai jenis kain, corak, dan jenis pakaian disesuaikan dengan jenis kelamin dari pemakainya. Sebagai contoh, mayoritas kaum wanita menggunakan rok dan sepatu hak tinggi, lain halnya dengan kaum pria yang menggunakan celana dan sepatu. Perbedaan ini sangat terlihat jelas bahwa fungsi pakaian disesuaikan dengan jenis kelamin. Selain itu terdapat aturan apa saja yang sebaiknya dipergunakan oleh kaum wanita dan pria. Sebagai contohnya adalah aturan Agama Islam yang menyarankan kaum perempuan untuk menggunakan pakaian sopan dan menutupi aura dengan jilbab. Dibandingkan dengan pakaian pria, pakaian wanita cenderung lebih bervariasi sehingga perkembangan dunia fashion lebih mengarah kepada pakaian wanita.

Salah satu kota yang memiliki perkembangan pesat dunia fashion adalah kota Bandung yang merupakan ibu kota provinsi Jawa Barat. Kota Bandung dikenal juga sebagai kota kuliner, wisata, dan industri kreatif. Banyak para wisatawan domestik yang datang ke Kota Bandung untuk berbelanja pakaian dan aksesoris yang di buat oleh para pengusaha kreatif Kota Bandung. Para pengusaha kreatif di Kota Bandung membuka usaha mereka dengan mendirikan *factory outlet*, distro, butik dan lain-lain.

Perkembangan industri *fashion* di Kota Bandung cukup pesat dengan adanya FO (*Factory Outlet*) dan Distro (*Distribution Store*) dibandingkan dengan kota-kota lain. Produk-produk tekstil pakaian membutuhkan kreativitas para perancang busana, keragaman bahan baku, kekhususan merek, serta keunikan suatu produk. Kota Bandung adalah salah satu kota yang berhasil mengembangkan industri *fashion* dan industry kreatif *fashion* sudah menjadi icon kota Bandung.

Salah satu pihak yang memegang peran penting dalam mempengaruhi perkembangan dunia *fashion* adalah APPMI (Asosiasi Perancang Pengusaha Mode Indonesia). Para pelaku APPMI terdiri dari perancang, pengusaha adapula pihak-pihak yang bergerak dalam *fashion* retail dan ekspor. Mereka memiliki program tahunan, yakni Fashion Tendance dan Indonesia Fashion Week. Indonesia Fashion Week adalah sebuah acara *fashion show* untuk seluruh anggota APPMI di Indonesia sedangkan Festival Fashion Tendance diadakan sejak tahun 1993 hingga saat ini masih terus menjadi suatu acara festival tersendiri untuk setiap kota yang ada di Indonesia. Festival Fashion Tendance adalah sebuah *fashion show* yang menampilkan prediksi trend *fashion* di tahun yang akan datang dengan tujuan untuk memberikan beberapa konsep rancangan pakaian terkini untuk versi APPMI kepada masyarakat yang luas.

APPMI di Jawa Barat mulai melakukan acara Fashion Tendance ini dari tahun 2001 yang dilaksanakan di Kota Bandung. Acara Festival Fashion Tendance ini memiliki tema besar seperti *Signs of Times* untuk APPMI ke IX, *Fashioning Daily Life* untuk APPMI ke X, dan lain sebagainya. Acara Fashion Tendance XII, APPMI mengadakan acara selama 3 hari, bekerja sama bersama IPBM (Ikatan Perancang Busana Muslim) bertujuan mengangkat juga *fashion* baju muslim di Kota Bandung sehingga menjadikan Indonesia Trend Busana Muslim 2015.

Acara yang diadakan APPMI hanya di hadiri oleh para *designer* dan para pencinta *fashion* padahal acara ini dibuka untuk masyarakat umum. Kurangnya pelaksanaan promosi yang luas dan visualisasi pendukung acara Festival Fashion Tendance yang kurang tepat menjadi salah satu penyebab kurang diketahui acara Festival Fashion Tendance ini.

Dikarenakan alasan tersebut, perancangan promosi untuk *Fashion Tendance* ini sangat diperlukan dengan penyampaian informasi secara visualisasi serta memperkenalkan acara *Fashion Tendance* ini kepada masyarakat luas di Jawa Barat.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

1.2.1 Permasalahan

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka permasalahan yang muncul dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Bagaimana merancang promosi yang tepat agar masyarakat kota Bandung dapat mengetahui dan mengenal acara Festival Fashion Tendance?
2. Bagaimana meningkatkan awareness masyarakat akan Festival Fashion tendance di Bandung?

1.2.2 Ruang Lingkup Perancangan

Ruang lingkup yang akan dikerjakan penulis adalah meningkatkan kepopuleran dan awareness Festival Fashion Tendance yang berlokasi di Bandung melalui perancangan promosi. Promosi ini ditujukan kepada masyarakat berumur 21 tahun – 30 tahun dengan kelas ekonomi menengah ke atas, berpendidikan lulus SMA dan tinggal di kota Bandung.

1.3 Tujuan Perancangan

Berdasarkan pada permasalahan yang sudah diungkapkan pada bagian sebelumnya maka dapat disimpulkan hasil yang ingin diperoleh yaitu:

1. Meningkatkan awareness masyarakat akan Festival Fashion Tendance.
2. Semakin dikenalnya acara Festival Fashion Tendance di Kota Bandung.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan dan pengolahan data diperoleh dengan cara mengumpulkan data dan analisa hasil pengumpulan data, diantaranya :

1. Kuesioner

Sebanyak seratus kuesioner dibagikan kepada masyarakat Kota Bandung dengan rentang umur 15 sampai dengan 40 tahun untuk mengetahui target yang dituju dalam perancangan. Berkutat seputar pengenalan masyarakat Kota Bandung hingga media ini efektif untuk promosi Festival Fashion Tendance.

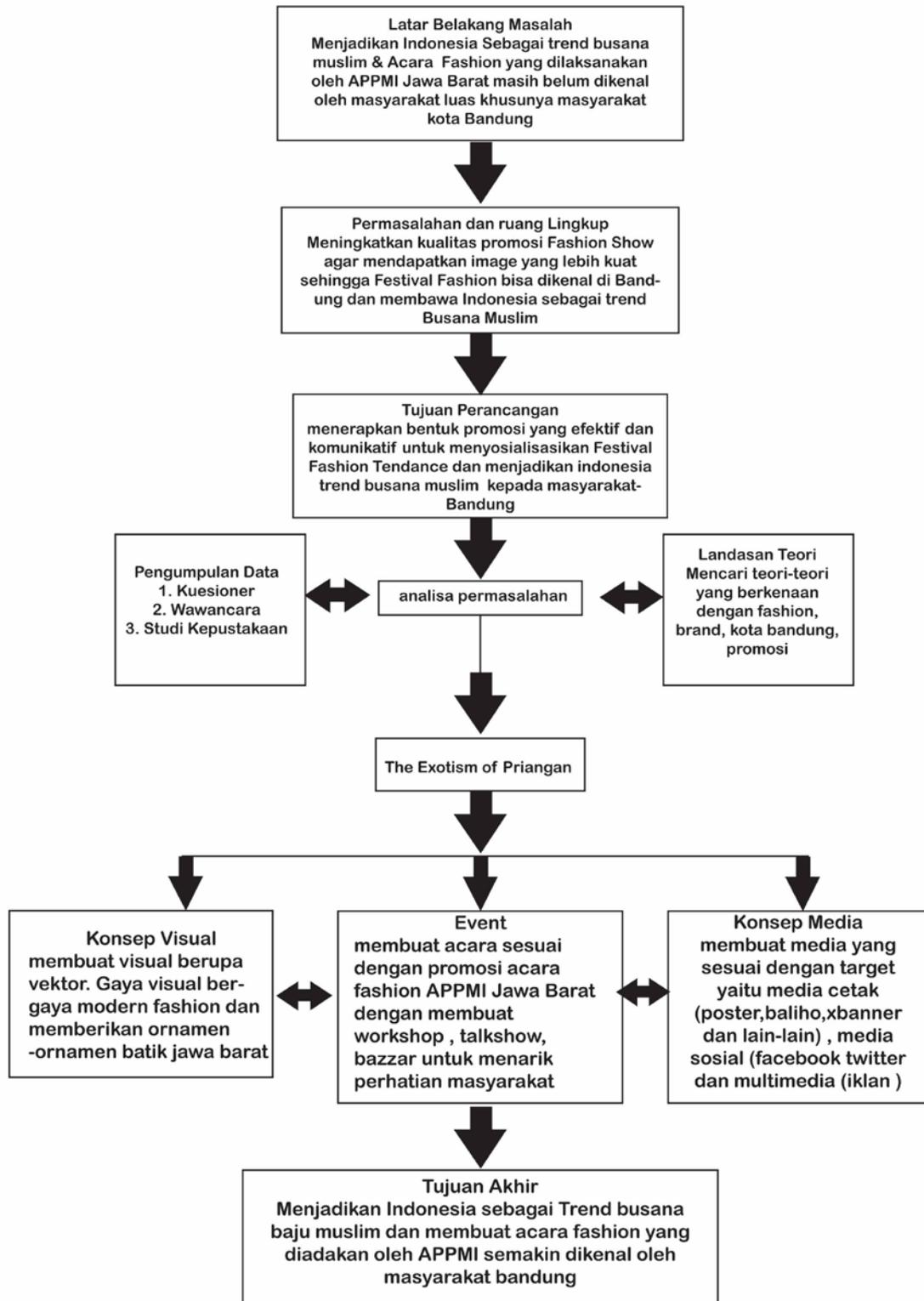
2. Wawancara

Dilakukan untuk mengetahui informasi penting seputar perkembangan Fashion di Kota Bandung khususnya APPMI Jawa Barat, para desainer terkenal, para desainer fresh graduate, para pengusaha factory outlet, distro kota Bandung

3. Studi Kepustakaan

Meliputi berbagai macam informasi yang sudah dibentuk dari segala wacana, baik dari media cetak maupun elektronik mengenai definisi, istilah, pengertian tentang fashion, informasi kota Bandung, sejarah terbentuknya APPMI, serta data-data lain yang dapat membantu dan menunjang penelitian ini.

1.5 Skema Perancangan



Gambar 1.1 Skema Perancangan