

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

*Fashion* bukan hanya sebagai penutup tubuh, namun *fashion* telah merupakan ekspresi diri setiap manusia di zaman moderen ini. Perubahan dunia tren *fashion* sangat cepat berubah tergantung dengan apa yang sedang populer di masyarakat. Majunya teknologi dan mudahnya mengakses *internet*, membuat masyarakat terutama anak muda Generasi Z sering membeli pakaian baru untuk mengikuti tren dan terlihat kekinian. Generasi Z adalah generasi yang lahir pada tahun 1995-2016 yang hidup dalam perkembangan teknologi dan *internet* (Stillman, 2018). Pada buku Generasi Z yang ditulis oleh David Stillman dan Jonah Stillman dijelaskan bahwa sejak kecil, Generasi Z telah mengenal dan aktif memakai *internet* dan media sosial. Hal tersebut mempengaruhi kehidupan mereka dalam memutuskan suatu pilihan dalam pembelian barang dan jasa (Santoso dan Triwijayati, 2018). Kemudahan teknologi membuat perubahan tren yang cepat, dan mempengaruhi intensitas kecepatan pembelian pakaian baru (Githapradana, 2020).

Kebiasaan konsumtif membeli pakaian baru membuat masyarakat ikut terlibat dalam menumpuknya limbah (Putri, 2021). Perusahaan *fashion* memproduksi pakaian secara massal dalam waktu yang singkat dan dijual dengan harga yang murah dipengaruhi oleh permintaan pasar akibat perubahan tren yang cepat dan fenomena tersebut disebut sebagai *fast fashion* (Choi, Liu, Mak dan To dalam Oktadwianti, 2018). Waktu produksi yang singkat dan harga produk yang murah membuat banyak perusahaan *fast fashion* memakai bahan berkualitas rendah sebagai bahan baku dan mengabaikan kandungan kimia beracun yang menyebabkan pencemaran air (Leman, Soelityowati dan Purnomo, 2020). Penelitian *Changing Markets Foundation* (2021) menyatakan bahwa industri *fashion* mencemari lebih dari 20 persen polusi air di dunia. Produksi serat pakaian *fast fashion* sering menggunakan poliester yang mengandung plastik. Poliester menghasilkan *mikrofiber* yang mengandung plastik setiap kali dicuci yang

menyebabkan pencemaran air. Data statistik dari *Technical Textile Markets* menyatakan akibat permintaan masyarakat terhadap produk *fast fashion*, jumlah produksi poliester meningkat dua kali lipat dibandingkan dengan 15 tahun terakhir (Leman, Soelityowati dan Purnomo, 2020). Limbah produksi *fast fashion* sering dibuang sembarangan ke laut dan mencemari ekosistem yang ada (Leman, Soelityowati dan Purnomo, 2020). Data laporan penelitian *International Union For Conservation of Nature* (2017) menyatakan bahwa, tekstil menjadi sumber polusi mikroplastik laut terbesar di dunia (Putri, 2021). Industri *fashion* juga menyebabkan pemanasan global yang meningkatkan gas karbondioksida karena pembuangan gas emisi dan besarnya penggunaan air dan energi (Leman, Soelityowati dan Purnomo, 2020).

Harga produk yang lebih rendah membuat peningkatan pembelian produk, dan karena berkualitas rendah *fast fashion* cenderung mudah rusak dan lebih cepat dibuang sehingga banyak menghasilkan limbah. Laporan *Ellen MacArthur Foundation* (2017) menyatakan bahwa lebih dari 50 persen pakaian *fast fashion* dibuang setelah satu tahun diproduksi, dan *Environmental Protection Agency* (2017) memperkirakan 11,3 juta ton tekstil hasil industri *fashion* yang sebagian besarnya berupa pakaian, dibuang ke tempat sampah. Oleh karena itu, orang-orang mulai mengedukasi dan menerapkan *slow fashion* untuk mencegah hal tersebut terus memburuk. *Slow fashion* merupakan gerakan yang menekankan proses produksi dengan bahan ramah lingkungan, berkualitas tinggi dan berdaya tahan lama (Putri, 2021). Didiet Maulana (2020) menyatakan penerapan *slow fashion* dapat dilakukan tanpa perlu membeli pakaian baru sehingga dapat mengurangi limbah, dengan cara *upcycling* dan *mix and match* pakaian lama (Laras, 2019). Permasalahan yang lain adalah, masyarakat Indonesia cenderung tidak peduli dengan isu limbah lingkungan, hal ini dapat terlihat dari data Badan Pusat Statistik Indonesia (2018) yang mencatat bahwa 72 % masyarakat Indonesia tidak peduli dengan cara pengelolaan sampah (Nua, 2021). Karena itu, perlu adanya media untuk memperkenalkan lebih dalam tentang cara menerapkan *slow fashion* yang mudah kepada Generasi Z.

Tugas akhir ini dibuat dalam bentuk kampanye sosial yang menjelaskan cara menerapkan *slow fashion* dengan konsep yang *and match* yang sederhana dan mudah. Kampanye sosial yang dibuat juga akan menampilkan data dan fakta yang dapat menyadarkan Generasi Z dari dampak pembelian baju *fast fashion* yang mereka lakukan telah merusak lingkungan dalam waktu jangka panjang. Pemilihan topik tugas akhir dikarenakan, banyak Generasi Z sebenarnya telah sadar dan tahu akan gerakan *slow fashion* melalui informasi yang mereka baca di *internet* namun menurut kuisisioner *online* yang dibagikan kepada 100 Generasi Z alasan mereka tidak menerapkannya dikarenakan mereka merasa *slow fashion* merepotkan, mahal dan kurang pandai untuk memadukan dan memanfaatkan pakaian yang ada. Meskipun hal tersebut berdampak bagi kerusakan lingkungan masih banyak Generasi Z yang tetap banyak membeli pakaian baru meskipun mengetahui hal tersebut. Kerusakan bumi dapat berdampak bagi kehidupan di masa depan nanti. Sekarang pun dampaknya telah dirasakan oleh sebagian masyarakat, dengan perubahan cuaca dan iklim yang ekstrim serta sulitnya untuk mendapatkan air bersih. Tujuan perancangan tugas akhir ini ingin membantu Generasi Z untuk menerapkan *slow fashion* dengan langkah yang mudah diterapkan dalam sehari-sehari,

## **1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup**

Berdasarkan pemaparan di atas permasalahan dalam perancangan tugas akhir ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana memperkenalkan lebih dalam tentang cara menerapkan *upcycling* yang mudah dalam kehidupan sehari-hari kepada Generasi Z melalui kampanye sosial, untuk mendukung gerakan *slow fashion*?
2. Bagaimana membuat desain kampanye sosial *upcycling* yang menarik dan edukatif bagi Generasi Z?

Ruang lingkup dalam perancangan ini dibatasi pada segmentasi Generasi Z yang tinggal di kota besar di Indonesia.

### 1.3 Tujuan Perancangan

Berdasarkan permasalahan dan ruang lingkup yang telah diurai, berikut adalah tujuan yang ingin dicapai dari permasalahan yang akan diteliti yaitu:

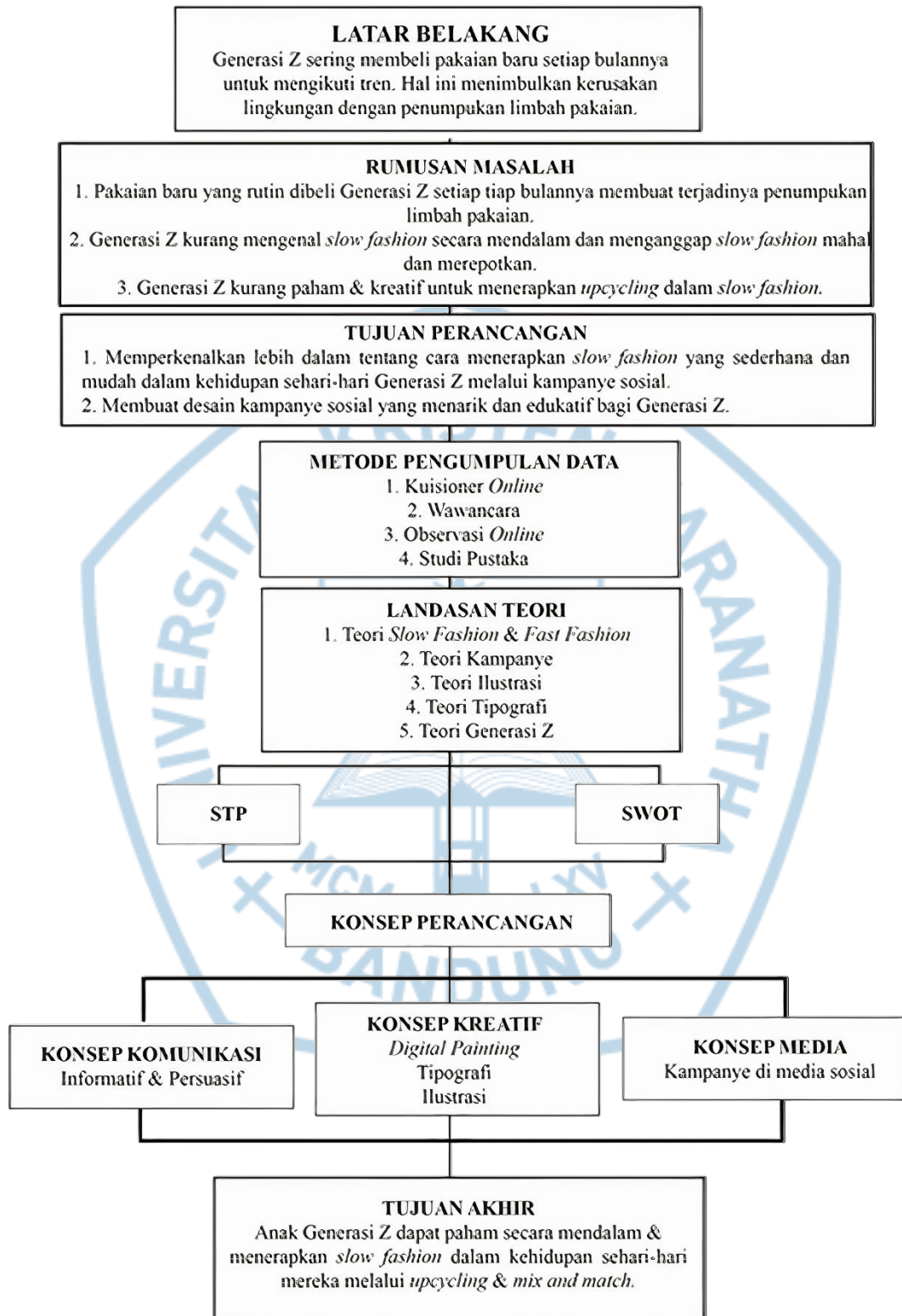
1. Memperkenalkan lebih dalam tentang cara menerapkan *upcycling* yang mudah dalam kehidupan sehari-hari kepada Generasi Z melalui kampanye sosial, untuk mendukung gerakan *slow fashion*.
2. Membuat desain kampanye sosial yang menarik dan edukatif bagi Generasi Z.

### 1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Dalam perancangan tugas akhir ini, sumber dan teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Kuisisioner *online* yang akan dibagikan secara *online* kepada 100 orang responden yang memenuhi kriteria target, Tahap ini merupakan tahap pengumpulan data primer yang bertujuan untuk mengetahui variabel-variabel penting yang terkait dengan pandangan dan kebiasaan dari target yang dituju. Kuesioner ini juga disebar untuk mengetahui seberapa banyak orang yang mengetahui tentang *slow fashion*, bagaimana pandangan target terhadap *slow fashion*, serta untuk mengetahui perilaku target saat berbelanja pakaian.
2. Melakukan wawancara dengan Dosen D3 *Fashion* Universitas Kristen Maranatha, Bu Dewi Isma Aryani, M.Ds. untuk mengumpulkan informasi yang terkait dengan *slow fashion* secara akurat.
3. Melakukan observasi *online* terhadap akun Instagram Diana Rikasari, desainer fashion asal Indonesia yang terkenal melakukan *upcycling* untuk mengetahui hal-hal yang terkait dengan *upcycling* dan meninjau ketertarikan para pengikutnya terhadap *upcycling*.
3. Studi pustaka dengan mengumpulkan data-data yang relevan dari buku, jurnal, artikel ilmiah dan website terpercaya yang memiliki sumber informasi akurat dan faktual yang terkait dengan *slow fashion*.

## 1.5 Skema Perancangan



Gambar 1.1 Skema Perancangan  
(Sumber: Penulis, 2021)