

## Seni dan Desain Yang Berkelanjutan

Priska Saviorien Adimercaya, Hendra Setiawan, Anastasia Mildya, Wieke Tasman, Alisha Sugianto, Ariesa Pandanwangi, Belinda Supapura Dewi, Camarray Taraka Prattiwa, Monica Hartanti, Berti Alia Bahaduri, Vaneza Gabriella, Rene Arthur Palit, Naniwati Sulaiman, Jennifer Levina, Christine Claudia Lukman, Melanie Kurnia, Yunita Setyoningrum, Kezia Vania Valentina, Jessica Yonatia, Elizabeth Susanti, Nathalia Yunita Sugiharto, Astrid Austranti Yuwono, Devran Vito Apriliawan, Grace Beatrice, Alvi Aprianty, Abigail Oktavia, Carolyne Jeaniece William, Lois Dennisa

Editor: Elizabeth Susanti, Monica Hartanti

## **Seni dan Desain yang Berkelanjutan**



Judul

**Seni dan Desain yang Berkelanjutan**

Penulis

Priska Saviourien Adimericya, Hendra Setiawan, Anastasia Mildya, Wieke Tasman, Alisha Sugianto, Ariesa Pandanwangi, Belinda Sukapura Dewi, Camarray Taraka Prattiwa, Monica Hartanti, Berti Alia Bahaduri, Vaneza Gabriella, Rene Arthur Palit, Naniwati Sulaiman, Jennifer Levina, Christine Claudia Lukman, Melanie Kurnia, Yunita Setyoningrum, Kezia Vania Valentina, Jessica Yonatia, Elizabeth Susanti, Nathalia Yunita Sugiharto, Astrid Austranti Yuwono, Devran Vito Apriliawan, Grace Beatrice, Alvi Aprianty, Abigail Oktavia, Carolyne Jeaniece William, Lois Denissa.

Editor

Elizabeth Susanti  
Monica Hartanti

Desain Tata Letak

Vanessa Wirjadisastra

Desain Sampul

Hastia Fathsyadira

15.5 x 23 cm, vi + 168 hlm. Cetakan I, Januari 2024

ISBN: 978-979-034-007-7

Diterbitkan oleh:

PT. Pelita Ilmu

Jalan Simpang Industri No. 8

Kel. Arjuna Kec. Cicendo, Bandung – 40172

hi@pelitailmupenerbit.com

Anggota IKAPI No. 146/JBA/05

***Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari penerbit.***

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas diselesaikannya buku yang berjudul “Seni dan Desain yang Berkelanjutan”. Buku ini merupakan salah satu kiprah keilmuan seni rupa dan desain yang berisi kumpulan inspirasi dalam mencipta karya-karya yang mendukung pemerintah dalam upayanya mewujudkan pembangunan berkelanjutan yang termasuk dalam agenda *Sustainable Development Goals* atau SDG’s, ditetapkan PBB dengan skema 17 tujuan dan 169 capaian terukur. Penyusunan buku ini masih banyak kekurangan dan mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan dan kesempurnaan. Di akhir kata, semoga buku ini dapat bermanfaat.

Selamat membaca.

## DAFTAR ISI

**01-19 Edukasi Khasiat Ramuan Rempah-  
Rempah Indonesia untuk Perempuan  
Masa Kini Melalui Buku**

Priska Saviourien Adimericya<sup>1</sup>, Hendra Setiawan<sup>2</sup>

**20-39 Edukasi Penyakit Lupus Terhadap  
Generasi Muda Indonesia Melalui  
Buku Elektronik**

Anastasia Mildya<sup>1</sup>, Wieke Tasman<sup>2</sup>

**40-51 Jamur sebagai Inspirasi Proses  
Penciptaan Karya Seni Fantasi  
Kontemporer**

Alisha Sugianto<sup>1</sup>, Ariesa Pandanwangi<sup>2</sup>,  
Belinda Sukapura Dewi<sup>3</sup>

**52-71 Konsep *Ethical Fashion* Dalam *Re-  
Branding Bell Society* sebagai Produk  
Berbahan Kulit Vegan**

Camarray Taraka Prattiwa<sup>1</sup>, Monica Hartanti<sup>2</sup>, Berti Alia  
Bahaduri<sup>3</sup>

**72-94 Mengenalkan Jamu Jawa Melalui  
Buku Ilustrasi Interaktif Anak**

Vaneza Gabriella<sup>1</sup>, Rene Arthur Palit<sup>2</sup>,  
Naniwati Sulaiman<sup>3</sup>

- 95-113 Menjaga Keberlanjutan Kekayaan Kuliner Indis Melalui Buku Resep Makanan**  
Jennifer Levina<sup>1</sup>, Christine Claudia Lukman<sup>2</sup>
- 114-123 Pertimbangan Proksemik Pada Ruang untuk Pengguna dengan Kondisi Gangguan Psikis Ringan**  
Melanie Kurnia<sup>1</sup>, Yunita Setyoningrum<sup>2</sup>
- 124-141 Promosi *Online* Produksi Kerajinan Lokal Enceng Gondok Javatarum**  
Kezia Vania Valentina<sup>1</sup>, Jessica Yonatia<sup>2</sup>, Elizabeth Susanti<sup>3</sup>
- 141-150 Upaya Pelestarian Motif Kawung Melalui Penerapan Fasilitas Duduk Kekinian Amfiteater Hotel GAIA Bandung**  
Nathalia Yunita Sugiharto<sup>1</sup>, Astrid Austranti Yuwono<sup>2</sup>, Devran Vito Apriliawan<sup>3</sup>, Grace Beatrice, Alvi Aprianty<sup>4</sup>, Abigail Oktavia<sup>5</sup>
- 151-168 VERVERSEN  
Inspirasi Motif Bouquet Delft Blue dan Batik Buketan pada Koleksi Busana Siap Pakai Wanita**  
Carolyne Jeaniece William<sup>1</sup>, Lois Denissa<sup>2</sup>

# **Konsep *Ethical Fashion* Dalam *Re-Branding Bell Society* sebagai Produk Berbahan Kulit Vegan**

Camarray Taraka Prattiwa<sup>1</sup>, Monica Hartanti<sup>2\*</sup>, Berti A. Bahaduri<sup>3</sup>  
Program Sarjana Desain Komunikasi Visual  
Universitas Kristen Maranatha  
Jl. Prof. Drg. Surya Sumantri No. 65  
Bandung 40164, Jawa Barat- Indonesia  
\*Email korespondensi: monica.hartanti@art.maranatha.edu

## **PENDAHULUAN**

*Sustainable fashion* adalah sebuah konsep dan pola pikir yang bertanggung jawab dengan mempertimbangkan dampak lingkungan, sosial, & ekonomi pada keseluruhan daur hidup pakaian meliputi setiap tahapan siklus yaitu pra-produksi, proses produksi, distribusi, dan pasca produksi. Fokus utama dari konsep *sustainable fashion* adalah meminimalisir dampak negatif terhadap lingkungan dari operasional bisnis yang dijalankan serta meningkatkan kapasitas dan kesejahteraan pelaku bisnis dan masyarakat pendukungnya. *Sustainable fashion* sering kali dikaitkan dengan konsep *slow fashion* (Githapradana & Julia, 2020).

*Ethical fashion* adalah fesyen yang tidak mengabaikan nilai-nilai kemanusiaan dan norma sosial. Nilai-nilai kemanusiaan dalam *ethical fashion* di sini diartikan dalam ketenagakerjaan (Ghufron et al., 2020), seperti contohnya adalah tidak memperkerjakan masyarakat di bawah umur, memperlakukan para pekerja secara adil dan beradab, membayar upah pekerja yang terlibat dalam produksi sesuai dengan yang dikerjakan, dan mengolah limbah sisa produksi agar tidak mencemarkan lingkungan.

Kulit sintetis merupakan bahan tiruan bukan berasal dari kulit hewan yang sebenarnya. Bahan kulit sintetis atau tiruan ini dibuat

semirip mungkin dengan kulit hewan yang asli dengan tujuan awal untuk mengurangi penggunaan kulit hewan asli, mulai dari warna, motif, *glossy* atau kilapannya. Bahan sintetis ini terbuat dari polimer-polimer yang dirancang secara berurutan dan terus menerus. Dan bahan sintetis ini biasanya disusun hanya oleh dua jenis bahan penyusun. Pada tahun 1850 bahan kulit sintetis ditemukan, kemudian dikembangkan dengan komposisi zat sintetis pyroxylin atau yang dikenal dengan istilah karet (Doti & Siagian, 2020).

Kulit sintetis memiliki kualitas kemiripan dengan kulit asli. Semakin kulit sintetis tersebut mirip dengan kulit asli maka harga juga relatif lebih mahal dibanding kualitas di bawahnya yang tidak terlalu mirip dengan kulit yang asli. Meski begitu produk kulit asli ternyata masih sangat banyak peminatnya yang biasa disebut para *leather enthusiast* terutama produk kulit hewan yang bisa dikatakan cukup langka seperti kulit buaya, dan harimau. Karena hal tersebut beberapa binatang yang sering diburu kulitnya akhirnya mengalami penurunan populasi yang drastis dan mempengaruhi status konservasi hewan tersebut. Salah satunya adalah harimau sumatera yang telah mendapat status hampir punah, atau buaya muara yang mendapat status Least Concern dari International Union for Conservation of Nature (IUCN). Meskipun begitu ternyata penggunaan kulit hewan eksotis dalam pembuatan kerajinan kulit masih sering dijumpai. Kulit sintetis memiliki kelebihan yaitu tekstur yang halus, serta corak yang memiliki warna rata, bahan yang cukup tebal sehingga cocok untuk produk aksesoris (Marcella et al., 2020).

*Brand Bell Society* mengembangkan sebuah teknologi yang dapat mengubah ampas kopi menjadi sebuah bahan tekstil kulit sintetis dengan menggunakan bakteri. Produk yang dijual oleh *brand* ini pun bermacam-macam seperti tas, sepatu, dompet, dan *card holder* dengan bahan utama kulit sintetis yang terbuat dari limbah organik. Selain mengurangi sampah, bahan kulit sintetis ini juga menjadi alternatif lain dari penggunaan bahan kulit hewan asli dengan begitu dapat mengurangi risiko pemburuan hewan karena

peminat kulit hewan asli dapat berkurang serta mengurangi pencemaran air oleh bahan kimia kromium yang disebabkan oleh penyamakan kulit yang tidak bertanggung jawab.

Berdasarkan hasil kuesioner, target pasar lebih tertarik untuk membeli produk dari Bell Society ketika telah mengetahui nilai-nilai yang terkandung dalam produk yang dijual. Sedangkan yang telah dilakukan oleh Bell Society adalah kurang menampilkan nilai-nilai yang terkandung dalam produk, sehingga target pasar kurang tertarik untuk membeli produk tersebut. Selain itu juga target pasar lebih sering berbelanja produk fesyen melalui *e-commerce* sedangkan Bell Society hanya menjual produknya lewat *website* saja.

Dalam agenda PBB terdapat *Sustainable Development Goals* (SDG) yang dalamnya terkandung 17 butir tujuan untuk mencapai keselamatan dunia serta planet bumi (Irene, 2020) *re-branding* Bell Society ini akan lebih ditekankan sesuai dengan butir SDG no. 12 yaitu *Responsible consumption and production* dengan produksi kulit sintesis yang dibuat menggunakan limbah organik dan penggunaan kemasan yang ramah lingkungan.

Dalam proses penyamakan kulit hewan menggunakan bahan kimia yaitu kromium, yang dapat membuat pencemaran air serta penggunaan air yang banyak, teknologi yang dikembangkan oleh Bell Society yang membuat limbah kopi menjadi yang tidak menggunakan zat kimia berbahaya seperti kromium dan hanya menggunakan air dengan jumlah yang jauh lebih sedikit, Bell Society dapat menjadi alternatif yang bagus karena limbah sisa produksi dari produk Bell Society pun dapat terurai dengan cepat berbeda dengan limbah kulit sintetis lainnya. Namun dalam *branding* Bell Society-nya tidak terlalu menekankan nilai-nilai (jabarin) yang ada yang membuat orang-orang tidak mengetahui nilai tersebut, maka dibutuhkannya *rebranding* untuk Bell Society.

## **METODE PENELITIAN**

Pengumpulan data melalui:

**a. Wawancara**

Wawancara dilakukan kepada perwakilan dari *brand* Bell Society untuk mengetahui SWOT, dan STP Bell Society sebelumnya.

**b. Kuesioner**

Kuesioner kepada 100 responden dengan rentang umur 21-25 tahun di Bandung dan Jakarta untuk mengetahui ketertarikan mereka terhadap produk Bell Society dengan Teknik pengambilan sampel *snowballing sampling*. Bentuk pertanyaan adalah berupa tiga pertanyaan mengenai ketertarikan target pasar dalam membeli sebuah produk *fashion* berbahan kulit, yang pertama adalah Ketika target pasar hanya diberikan gambar produknya saja, kemudian pertanyaan kedua adalah Ketika target pasar diberitahu harga produk, dan yang terakhir adalah Ketika target pasar diberikan informasi mengenai nilai-nilai yang terkandung dalam produk tersebut.

## **DATA DAN DISKUSI**

Data kuesioner dapat dirangkumkan sebagai berikut, responden lebih tertarik untuk membeli produk dari Bell Society Ketika telah mengetahui nilai-nilai yang terkandung dalam produk yang dijual. Mereka lebih sering berbelanja produk *fashion* melewati *e-commerce* sedangkan saat ini Bell Society hanya menjual produknya lewat *website* saja.

Wawancara dengan perwakilan tim Bell Society terkait dengan produk. Bell Society dalam mengolah limbah organik adalah menggunakan selulosa yang diproduksi dari bakteri. Target pasarnya adalah menengah ke menengah atas. Selain ke konsumen retail, Bell Society bekerja sama dengan korporat yang ingin membuat *merchandise*, dan *brand* lain yang ingin membuat produk bermaterial *vegan leather*. Adapun keunikan produk Bell Society desainnya bergaya *vintage*.

## PEMBAHASAN

### a. Analisis SWOT *Rebranding Bell Society*



### b. Analisis STP *Rebranding Bell Society*

#### **Segmentation**

Segmentasi dari *brand* Bell Society adalah masyarakat dengan kelas ekonomi menengah atas ke atas berdomisili di kota-kota besar di Indonesia.

#### **Targeting**

Target pasar dengan status ekonomi menengah atas dan atas di kota Bandung dan Jakarta dengan umur 21-25 tahun. Dengan tujuan untuk menanamkan nilai *Sustainability* di generasi muda, dan memiliki ketertarikan pada produk *fashion* dengan bahan dasar kulit.

#### **Positioning**

Bell Society memposisikan dirinya sebagai *brand fashion* Indonesia dengan material yang mendukung konsep *ethical fashion* yang dikhususkan untuk masyarakat urban yang peduli pada keberlanjutan lingkungan.

### c. Konsep Komunikasi

*Rebranding* Bell Society ingin mengkomunikasikan masyarakat urban tentang keunikan material alam yang dipakai serta nilai *ethical fashion* dalam proses pembuatan produk.

### d. Konsep Kreatif

*Rebranding* Bell Society ingin memperlihatkan nilai yang ada pada *brand* dengan desain yang sederhana namun segar dan berani serta lebih modern karena target pasar adalah masyarakat urban muda.

**Tipografi** yang dipakai adalah *Sans Serif* agar mudah dibaca dan sedikit formal. Menggunakan konsep *hybrid* yaitu menggabungkan dua jenis karakter *font* yang berbeda yaitu *sans serif* (Volksans) dan *Script* (Signatruue) sebagai citra *brand* yang berupa gabungan dari seni kriya dan sains.

**Warna** yang digunakan sebagai warna utama adalah warna jingga merah dan putih dan diikuti warna pendukung lainnya yaitu biru tua dan kuning.



Gambar 1. Warna

**Gambar** menggunakan perpaduan dari fotografi dan grafis, untuk produk yang berukuran kecil, agar detail langsung tertuju kepada produk, latar belakang dari foto dihilangkan, dan untuk fotografi yang membutuhkan latar belakang, foto dijadikan hitam putih agar warna tidak keluar dari *color pallete*.



Gambar 2. Desain *Rebranding* Bell Society

1. *Logo Bell Society*
2. *Business Card Design*
3. *Invoice Design*
4. *Letterhead Design*
5. *Envelope Design*
6. *Packaging Small Design*
7. *Packaging Online Design*

**Logogram** merupakan adaptasi dari bentuk lonceng yang disederhanakan dengan bentuk geometris. Dua lingkaran yang saling *overlapping* mengartikan saling terkoneksiya komunitas atau lingkup masyarakat.

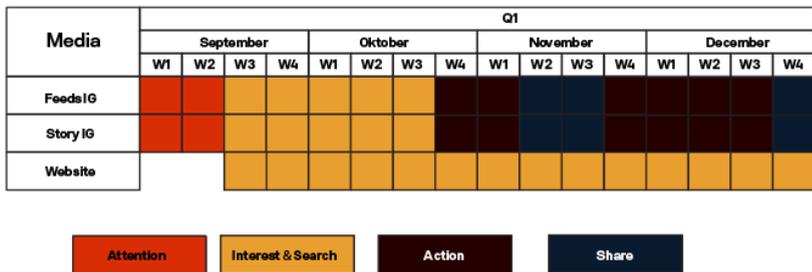
### **Kemasan**

Untuk produk yang berukuran kecil akan dimasukkan ke dalam

kantong berbahan belacu yang dalam diserut berukuran kecil kemudian dimasukkan ke dalam bungkus kopi berbahan plastik ramah lingkungan yang terbuat dari singkong yang berisikan 100 gr biji kopi.

Pada kemasan untuk pengiriman *online*, produk yang berukuran besar akan dibungkus menggunakan *honeycomb paper wrap* lalu dimasukkan ke dalam tas berbahan belacu yang dapat di serut. kemudian dilapisi plastik ramah lingkungan yang terbuat dari singkong dilengkapi oleh stiker tanda sudah lolos kontrol kualitas. Semua jenis kemasan dilengkapi kartu berisikan sertifikasi SDGs *support* dan *approved vegan* dari PeTA.

### Timeline AISAS

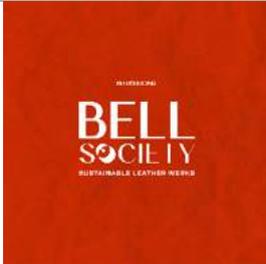


Gambar 3. Timeline AISAS

Tabel 1. AISAS

No.	Feed	Keterangan
1	Attention (A)	Pada <i>attention</i> , di awal <i>brand</i> menampilkan akan datangnya <i>brand</i> yang akan membawa masa depan ke masyarakat lewat inovasi yang dibuat oleh <i>brand</i> . banyak berupa pertanyaan yang nantinya akan dijawab pada bagian <i>Interest</i> , lalu diakhiri dengan memperkenalkan nama <i>brand</i> yaitu Bell Society.

	<p><i>Feeds Attention</i></p>	
	<p><i>Caption</i></p>	<p><i>COMING SOON</i></p>
<p>2</p>	<p><i>Feeds Attention</i></p>	
	<p><i>Caption</i></p>	<p><i>Have you heard about vegan leather?</i></p>
<p>3</p>	<p><i>Feeds Attention</i></p>	
	<p><i>Caption</i></p>	<p><i>Yes you can, and now you know</i></p>
<p>4</p>	<p><i>Feeds Attention</i></p>	

	<i>Caption</i>	<i>Just sit and relax, enjoy your coffee and let us produce your coffee waste</i>
8	<i>Feeds Attention</i>	
	<i>Caption</i>	<i>Made from coffee</i>
9	<i>Feeds Attention</i>	
	<i>Caption</i>	<i>Introducing Bell Society. the sustainable leather werks</i>
10	<i>Feeds Attention</i>	
	<i>Caption</i>	<i>Made with bacteria</i>
	<i>Interest &amp; Search</i>	Pada bagian ini, berisi informasi nilai, keunggulan produk, orang-orang yang terlibat dalam proses produksi, material, serta proses pembuatan material, selain itu juga diberikan <i>link</i> yang ditujukan ke <i>website</i> resmi <i>brand</i> untuk informasi lebih lanjutnya.

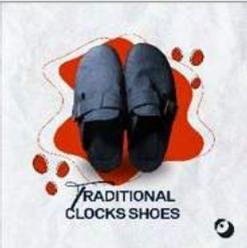
<p>11</p> <p><i>Feeds Interest &amp; Search</i></p>		
<p><i>Caption</i></p>	<p><i>Let's meet mr.Lovi, Mr. Lovi is one of our coffee farmers partners. he has a coffee garden in kampung kaca kaca,Pangalengan, Bandung. He harvest coffee 4 times in a year. he dedicate himself for the coffee all of his live. he took the coffee beans from the fruits for the roasting process but the waste of the silver skin from the fruit even if that can be process to become a soil, it doesn't stay long and Mr.Lovi have a ton of it. So he became a Bell Society partner and sold the waste of coffee fruit to us and got more extra profit. and the waste of the silver skin coffee we process it and become the outsole of our traditional cloaks shoes.</i></p>	
<p>12</p> <p><i>Feeds Interest &amp; Search</i></p>		
	<p><i>Introducing our materials, M-tex and C-foam for more information about our materials go to <a href="http://www.bellsociety.com">www.bellsociety.com</a></i></p>	
<p>13</p> <p><i>Feeds Interest &amp; Search</i></p>		

		<p><i>Let's meet ms.verrent, Ms. Verrsen is a full time barista in Kintsugi coffee. Every day she made 20-30 cups of coffee. She loves pouring coffee for other people but the waste from the coffee is such a waste to throw away. Fortunately Kintsugi coffee is one of Bell Society's Coffee shop partners, and they collect the coffee ground waste for us and benefit from Bell Society.</i></p>
14	Feeds Interest & Search	
		<p><i>UN Sustainable Development Goals support!</i></p>
15	Feeds Interest & Search	
		<p><i>Let's meet mr. Angga, Mr. Angga is a hand crafter who specialize in the leather section, he use to made shoes, wallet, and bag, but as time goes by he get epiphany about tanning process of animal leather so he became our partner because he knew that our materials is sustainable and doesn't ruin the environment.</i></p>
16	Feeds Interest & Search	
		<p><i>Animals are not ours to wear! Bell Society is PeTA approved vegan!</i></p>

17	<i>Feeds Interest &amp; Search</i>	
		<p><i>We only use low volume of water in our production, save water!</i></p>
18	<i>Feeds Interest &amp; Search</i>	
		<p><i>Our process in making of our materials</i></p>
19	<i>Feeds Interest &amp; Search</i>	
		<p><i>Chromium free from our product for a better environment!</i></p>
20	<i>Feeds Interest &amp; Search</i>	
		<p><i>Our impact for the society</i></p>

21	<i>Feeds Interest &amp; Search</i>	
		<p><i>Our product is long lasting, as long you follow the care instruction at <a href="http://www.bellsociety.com">www.bellsociety.com</a></i></p>
22	<i>Feeds Interest &amp; Search</i>	
	<i>Caption</i>	<p><i>Special packaging from the society!, get 100gr coffee beans from mr Lovi</i></p>
23	<i>Feeds Interest &amp; Search</i>	
	<i>Caption</i>	<p><i>Let more about us at our official website <a href="http://www.bellsociety.com">www.bellsociety.com</a></i></p>
24	<i>Feeds Interest &amp; Search</i>	
	<i>Caption</i>	<p><i>Care instruction Rub the surface of the product with vegetable oil every 2 weeks to avoid fungus. And that's it! How simple is that right?</i></p>
	<i>Action</i>	<p>Pada Action, konten berisikan produk dan promo-promo bulanan yang memancing target untuk membeli produk tersebut.</p>

25	<i>Feeds Action</i>	 <p>ALPHA FOLD SIMPLE WALLET</p>
	<i>Caption</i>	<i>Alpha fold simple wallet, stitchless and card fit size, made from coffee ground waste. Available everywhere</i>
26	<i>Feeds Action</i>	 <p>10.10 GET LUCKY 100.000 CASHBACK</p>
	<i>Caption</i>	<i>10.10 get lucky, cashback 100.000 with min purchase 600.000 only on @zalora</i>
27	<i>Feeds Action</i>	 <p>CARD HOLDER</p>
		<i>Card holder made from coffee ground waste, special hand stitch from mr.Angga</i>
28	<i>Feeds Action</i>	 <p>BUNDLING PACKAGE + CARD HOLDER ALPHA FOLD SAVE 20%</p>
	<i>Caption</i>	<i>Bundling package! Alpha fold + Card holder save 20%</i>

29	Feeds Action	
	Caption	<p>Introducing, Traditional clocks shoes, made from silver skin coffee in the insole and made from coffee ground waste in the outsole</p>
30	Feeds Action	
	Caption	<p>It's PAY-DAY, get 10% discount on all items in all e-commerce!</p>
31	Feeds Action	
	Caption	<p>All november free shipping Jabodetabek only on @shopee</p>
	Share	<p>Pada Share, sesuai dengan timeline pada bulan November, diadakan giveaway. pada bagian ini banyak konten yang berisi keterangan giveaway seperti ketentuan, hadiah, serta pengumuman pemenang giveaway.</p>
33	Feeds Share	

	<i>caption</i>	<i>11.11 Giveaway! Get 2 of Alpha fold simple wallet for free!, follow the terms and conditions and get the chance to be the winner!</i>
34	<i>Feeds Share</i>	
		<i>Terms &amp; Conditions Bell Society 11.11 Giveaway</i>
35	<i>Feeds Action</i>	
	<i>Caption</i>	<i>You can get our special furoshiki shop bag with minimum purchase 2 item at @ecobazaar australia from 5-9 december 2023</i>

### **Website**

Website digunakan untuk memperlihatkan proses serta profil lengkap dari Bell Society. selain itu website digunakan juga untuk mengarahkan konsumen ke e-commerce yang menjual produk-produk dari Bell Society karena dalam penelitian terhadap target pasar, Sebagian besar target pasar lebih sering dan lebih nyaman berbelanja online melalui e-commerce.



Gambar 4. Website

## PENUTUP

Perkembangan *fashion* di Indonesia sudah mulai mengarah pada produk yang ramah lingkungan. Harga produk tersebut di atas rata-rata sehingga dalam membangun citranya diperlukan sebuah strategi *branding* yang mampu menyampaikan nilai-nilai keberlanjutan yang ada dalam produknya. Melalui *Rebranding* Bell Society yang mengkomunikasikan keunikan material alam yang dipakai serta nilai *ethical fashion* dalam proses pembuatan produk diharapkan akan membuat masyarakat urban sebagai target utama *brand* ini lebih mengapresiasi produk *brand* Bell Society yang mendukung SDG 12, *Responsible production and consumption*.

## DAFTAR PUSTAKA

Githapradana, D. W., & Julia, F. R. (2020). Kajian Desain Zero Waste Daniel Sebagai Produk Sustainable Fashion. *Envisi. ac. id*, 41-50.

- Marcella, S. A., Harsanto, P. W., & Basuki, R. M. N. (2019). Perancangan Produk Aksesoris Berbahan Batik dan Kulit Sintetis. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(14), 9.
- Doti, M. R., & Siagian, M. C. A. (2020). Pengolahan Kulit Sintetis Menjadi Embellishment Dekoratif Untuk Busana Demi Couture. *eProceedings of Art & Design*, 7(2).
- Irene, R. (2020). *kompasiana*. Retrieved from <https://www.kompasiana.com/reginaene7543/62a36992bb448677d74bbe32/fast-fashion-dan-sustainable-development-goals-bagaimana-kaitan-antara-keduanya>
- Ghufron, K. M., Kusuma, W. A., & Fauzan, F. (2020). Penggunaan User Persona Untuk Evaluasi Dan Meningkatkan Ekspektasi Pengguna Dalam Kebutuhan Sistem Informasi Akademik. *SINTECH (Science and Information Technology) Journal*, 3(2), 90-99.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Diucapkan banyak terima kasih kepada Program Sarjana Desain Komunikasi Visual Universitas Kristen Maranatha dan Bell Society yang telah membantu proses penelitian ini

### BIODATA PENULIS



**Camarray Taraka**, lahir di Bandung 5 September 2001, Lulus dari Desain Komunikasi Visual Maranatha, konsentrasi *fashion* grafis tahun 2023. Kegiatan saat ini *freelancer* desainer



**Monica Hartanti**, lulus dari Program Sarjana DKV UK. Petra - Surabaya - 2002 dan melanjutkan studi magister ke ITB dan lulus di tahun 2011. Disela kesibukan profesinya sebagai tim pengajar di UK. Maranatha ia juga mengerjakan beberapa desain dan ikut serta dalam pameran karya seni

nasional dan internasional. Ketertarikannya pada budaya lokal Indonesia telah menuntunnya pada beberapa riset yang didanai oleh internal Universitas Kristen Maranatha dan juga Kementerian Riset dan Teknologi Republik Indonesia. Kemitraan penelitian dan ABDIMAS juga dilakukan dengan beberapa UMKM produk makanan oleh-oleh UMKM.



**Berti Alia Bahaduri**, lahir di Jakarta 10 November 1977, menempuh pendidikan sarjana di Institut Kesenian Jakarta, program studi Kriya Tekstil. Kemudian mendapatkan Magister Desain dari Institut Teknologi Bandung. Sempat mengajar di Universitas Pelita Harapan dan Tarumanegara, sebelum menjadi dosen tetap di UK. Maranatha

dan saat ini sedang menempuh program doktoral di Silpakorn University Bangkok.