

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Mussa Hendriks *Project* adalah sebuah *brand* milik Mussa Hendriks yang menjual karya-karyanya sebagai *fashion designer* muda asal Bandung. Koleksi dari Mussa Hendriks *Project* sering digunakan sebagai *wardrobe* untuk pemotretan *prewedding*. Selain itu, tersedia juga beberapa koleksi Mussa Hendriks *Project* yang bisa disewakan. Mussa Hendriks *Project* merupakan salah satu *fashion brand* yang mengusung konsep *sustainable fashion*. Koleksi dari Mussa Hendriks *Project* pada umumnya didominasi dengan warna gelap namun juga ada beberapa koleksi yang berwarna terang dengan desain yang cukup unik dan tidak diproduksi secara masal. Namun setiap desain bisa diproduksi ulang sesuai dengan permintaan dari konsumen. Setiap koleksi *fashion* dari Mussa Hendriks terbuat dari bahan anti plastik yang ramah lingkungan seperti limbah dari industri *garment* yang berhasil didaur ulang dan dijadikan sebuah karya yang memiliki nilai seni yang tinggi.

Mussa menghindari penggunaan plastik untuk setiap koleksinya. Tujuannya untuk minimalis kerusakan lingkungan yang ditimbulkan dari industri *fashion*. Mussa Hendriks *Projects* juga mengusung konsep *sustainable fashion* yang berarti *fashion* yang berkelanjutan. *Sustainable fashion* adalah gerakan atau sistem *fashion* yang mengutamakan keadilan bagi lingkungan maupun sosial dalam setiap proses pembuatannya.

Dalam mempromosikan karya-karyanya, Mussa Hendrik menggunakan media sosial *instagram* ataupun mulut ke mulut. Namun sayangnya Mussa Hendrik *Projects* masih kurang dikenal dikalangan anak muda di kota-kota besar Indonesia. 8 dari 10 pembeli Mussa Hendrik *Projects* adalah warga Bandung.

Oleh karena itu, dibutuhkan upaya untuk mempromosikan Mussa Hendrik *Projects*, dengan tujuan memperkenalkan Mussa Hendrik *Projects* yang ramah lingkungan kepada kalangan anak muda di seluruh Indonesia. Dalam hal promosi yang digunakan adalah dengan media DKV yang sesuai dengan konsentrasi *Fashion* Grafis.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

- a. Bagaimana cara untuk membuat *fashion brand* Mussa Hendriks dikenal di kalangan anak-anak muda di kota-kota besar Indonesia?
- b. Bagaimana cara untuk membuat perancangan promosi melalui media DKV untuk Mussa Hendriks Project agar lebih diterima di kalangan anak-anak muda di kota-kota besar di Indonesia?

1.3 Tujuan Perancangan

- a. Mempromosikan karya-karya *designer fashion* Mussa Hendriks Project yang ramah lingkungan agar lebih dikenal diseluruh Indonesia.
- b. Memperbaiki laman media sosial MHP, contohnya Instagram, website, dan juga membuat video *fashion advertorial* agar lebih menarik bagi kalangan anak muda di kota-kota besar di Indonesia.

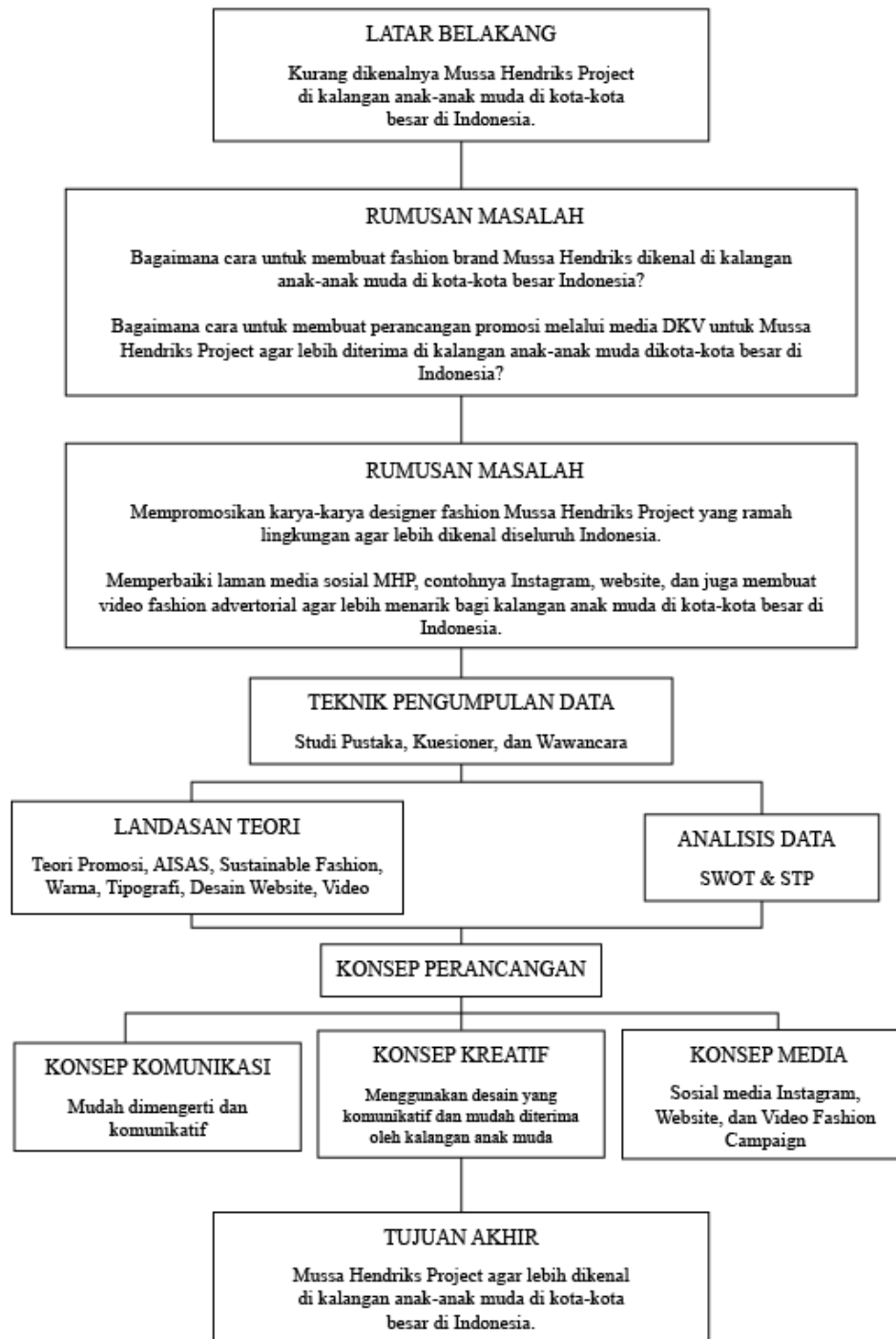
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

- a. Studi Pustaka; studi pustaka adalah salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui buku, jurnal, atau karya ilmiah. Untuk mencari data tentang teori-teori yang dibutuhkan.
- b. Kuesioner; disebar pada sebanyak 100 orang responden yang merupakan target marketnya. Kuesioner juga akan meliputi pengetahuan mereka tentang brand Mussa Hendrik Projects, data psikografis, demografis, dan juga media apa saja yang biasa digunakan untuk mencari informasi.

c. Wawancara; dilakukan langsung dengan pemilik *fashion brand* Mussa Hendriks *Project*.

1.5 Skema Perancangan





Tabel 1.1 Skema Perancangan
(Sumber: penulis, 2020)