

# BAB I PENDAHULUAN

## **Latar Belakang**

Surabaya merupakan kota metropolitan yang biasanya terdapat masyarakat *up-to-date* atau mengikuti perkembangan zaman. Mengikuti perkembangan zaman tentunya harus mengikuti *fashion* yang sedang populer. *Fashion* tersebut selain untuk kebutuhan substantif juga untuk memuaskan kebutuhan sosial dan dapat menggolongkan seseorang tersebut masuk kedalam kelas sosial yang beragam. Trend memiliki sifat berubah-ubah atau bisa dibilang dinamis. Karena adanya media massa, dapat mempermudah untuk mencari inspirasi-inspirasi dalam menggunakan pakaian. Pendapat dari Rogers dalam Rivaldy (2018:337) bahwa kebanyakan dari orang-orang mengikuti *fashion* yang dibawakan oleh ikon-ikon selebritis papan atas yang dianggap modis, menawan serta mewah.

Sebelum mengikuti *fashion*, pada dasarnya masyarakat Indonesia tergolong dalam tipikal masyarakat konsumtif yang tinggi apalagi pada anak usia remaja (Lady, 2019). Karena keinginan para remaja yang ingin selalu menunjukkan eksistensinya, mereka menemukan solusi cepat dengan membeli pakaian untuk selalu eksis dan *up-to-date* tentang *fashion* (Crisnawati dan Muliati :2011; Witri:2015).

Karena keinginan konsumen agar tetap terlihat *up-to-date*, muncullah *Fast Fashion* yang artinya gaya berpakaian dan dandanan sedang populer dan mengikuti zaman, hingga muncullah konsep *ready to wear* yang menerapkan tren desainer nasional maupun internasional dalam bentuk pakaian atau benda *fashion* lainnya dengan harga serta akses lebih yang terjangkau dan jumlah yang lebih banyak (Rivaldy, 2018:65).

Dibalik industri *fast fashion* yang membuat trend dalam berpakaian dengan sangat cepat, tidak banyak orang tau bahwa sampah anorganik termasuk sampah yang sulit diurai oleh tanah. Pendapat dari Mardiyana (2017:52) sampah anorganik dapat dimusnahkan dengan cara dibakar, namun dampak setelah dibakar bisa membuat gas-gas baru yang juga berbahaya bagi kesehatan serta lingkungan sekitar. Menurut (zerowaste.id), industri *fast fashion* merupakan pencemar terbesar

di dunia setelah minyak. Didukung pula kutipan dari (zerowaste.id), konsumsi pakaian jadi diperkirakan akan meningkat 63% dari 62 juta pada hari ini menjadi 102 juta ton di tahun 2030. Secara global, menurut (zerowaste.id) industri *fast fashion* menyumbang 20% dari limbah air dunia dan 10% dari total emisi karbon di dunia yang mengakibatkan perubahan iklim dan mengurangnya ketersediaan air bersih.

Sebenarnya masalah tersebut bisa diatasi dengan memakai pakaian yang dipunyai dan tidak membeli pakaian lagi. Perancangan ini dirancang untuk mengajak remaja agar tetap dapat memakai pakaian yang usang dan celana yang sobek dipakai kembali. Pendapat Adam (2006) dengan merawat pakaian termasuk penghematan dan secara tidak langsung ikut merawat lingkungan sekitar.

Pakaian yang sudah lama digunakan pun akhirnya akan tetap rusak meskipun dirawat dengan baik.,contoh nya seperti warna yang memudar, celana yang sobek, dan lainnya. Perancangan ini mengajak untuk tidak langsung membuang pakaian rusak tersebut karena pakaian merupakan termasuk sampah anorganik yang paling sulit didaur ulang oleh bumi kita. Kemungkinan pakaian yang sudah rusak tersebut sebenarnya bisa diperbaiki dan dibuat menjadi layak pakai kembali dengan beberapa cara yaitu *shibori* dan *patchwork*.



**Gambar 1.1** Contoh *Shibori* Pada Baju  
(sumber: <https://id.pinterest.com/pin/39969515431635151/> , 15 Desember 2020 )

*Shibori* adalah nama lain dari *Shibori* atau ikat celup yang merupakan salah satu cara tradisional dalam proses nya menggunakan ikat sebagai menahan warna dan celup sendiri proses pemberian warna. Keunikan dari *Shibori* sendiri adalah pada efek motif yang dihasilkan, karena motif yang dihasilkan biasanya tidak terduga (Tri :2013). Pakaian yang sudah usang bisa dibuat menarik kembali dengan teknik *Shibori* ini.



**Gambar 1.2** Contoh *Patchwork* pada Jeans  
(sumber: <https://id.pinterest.com/pin/515310382369189970/> , 15 Desember 2020)

Menurut Harjani (2016) Patchwork merupakan teknik menjahit dengan menyambungkan potongan kecil digabungkan satu sama lain. Patchwork ini bisa digunakan untuk menambal jeans yang sobek. Teknik ini menggunakan bentuk tunggal yang berulang dimana pola akan muncul dari kontrasnya warna-warna yang digunakan.

Perancangan ini akan dikemas dengan visual berbentuk video untuk hasil akhir nya. Menurut Pakpahan (2016) video adalah sebuah teknologi yang dasar nya merekam, menangkap, memproses, mentransimiskan, dan menata objek menjadi gambar bergerak. Karena video merupakan media yang efektif untuk menyebarkan *social campaign* pada masa pandemi covid-19 ini.

Tak hanya video namun juga ditambah dengan tambahan teknik sinematografi yang menarik. Menurut Smedhi dalam Irawan (2016:29) sinematografi sebagai ilmu terapan yang menjelaskan tentang teknik mengambil

gambar dan menggabungkan gambar tersebut sehingga menjadi satu rangkaian gambar yang dapat menyampaikan ide cerita.

Video dalam perancangan ini akan membahas bagaimana mengedukasi bahwa membeli pakaian dan melakukan pemborosan itu tidak baik dikarenakan dampak negatif *fast fashion*. Hasil dari solusi pemikiran ini untuk menanggulangi dampak *fast fashion* itu sendiri dengan cara mengajak para remaja Surabaya untuk mengerti bahwa pakaian yang lama itu bisa dimodifikasi dengan teknik *Shibori* dan *patchwork*.

Dengan video sosial kampanye ini diharapkan para remaja tau tentang dampak yang dihasilkan dari *fast fashion* itu sendiri, bahwa dengan melakukan pemborosan dalam berpakaian bisa mengakibatkan sampah anorganik semakin banyak. Bukan hanya untuk mengerti tentang buruk nya dibalik fast fashion, namun mengajak mereka agar bisa mendaur ulang pakaian yang usang tersebut.

### **Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka bisa disimpulkan bahwa:

- a. Fashion tidak lagi menjadi kebutuhan substantif namun telah menjadi kebutuhan social. Pergantian tren yang sangat cepat membuat industri fashion pun mempercepat waktu produksi untuk mengikuti tren atau bisa dikatakan *fast fashion*.
- b. Industri fast fashion merupakan pencemar terbesar di dunia setelah minyak (edgeexpo.com). Konsumsi pakaian jadi diperkirakan akan meningkat 63% dari 62 juta hari ini menjadi 102 juta ton pada tahun 2030 (zerowaste.id).
- c. Secara global, menurut (Unfashionalliance.org) industri fast fashion menyumbang 20% dari limbah air dunia dan 10% dari total emisi karbon di dunia yang mengakibatkan perubahan iklim dan mengurangnya ketersediaan air bersih.
- d. *Shibori* dan *patchwork* merupakan teknik untuk membuat pakaian yang usang menjadi bisa menarik dan dapat dipakai kembali.

## **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dijelaskan, terdapat rumusan masalah sebagai berikut: “Bagaimana merancang video sosial kampanye sebagai solusi menanggulangi dampak buruk dari *fast fashion*?”

## **Batasan Masalah**

Dari rumusan masalah diatas dalam perancangan video *sosial campaign* ini, bisa diambil keputusan agar semakin fokus dan tidak meluas. Maka batasan masalah yang diambil seperti berikut :

- Perancangan video sosial campaign ini akan membahas tentang bagaimana buruk nya *fast fashion* dan sampah anorganik bagi lingkungan sekitar.
- Perancangan ini akan mengajak para remaja untuk memodifikasi pakaian yang sudah pudar atau sobek pun bisa diperbaiki dengan cara *Shibori* dan *patchwork*.

## **Tujuan Perancangan**

Dalam perancangan video *sosial campaign* ini memiliki tujuan seperti berikut:

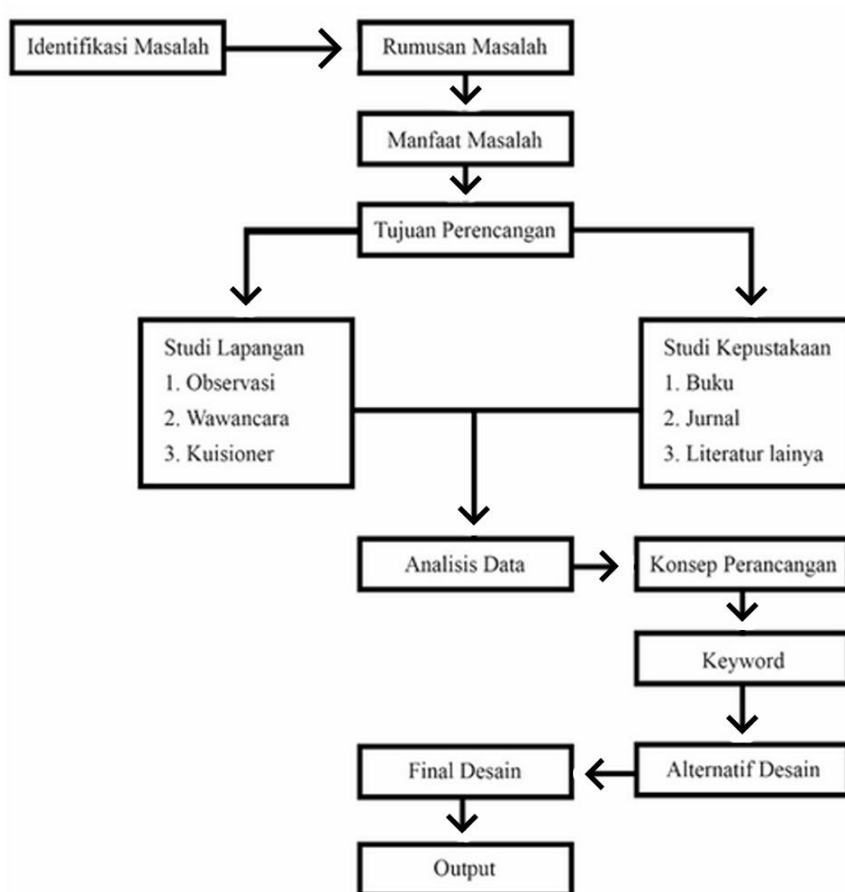
- a. Perancangan video *sosial campaign* bahwa dibalik fast fashion tersebut ada beberapa hal buruk yang dihasilkan.
- b. Menjadikan video *sosial campaign* ini sebagai wadah informasi untuk para mahasiswa yang memiliki sifat konsumtif bahwa berganti-ganti pakaian dan tidak merawat pakaian dengan baik sama saja tidak merawat lingkungan sekitar.
- c. Memberikan informasi bahwa sampah anorganik termasuk sampah yang sulit untuk didaur ulang oleh alam.
- d. Memberikan pandangan lain tentang bagaimana memperbaiki pakaian lama yang sudah usang ataupun rusak dengan teknik *Shibori* dan *patchwork*.

## Manfaat Perancangan

Manfaat dari perancangan video kampanye sosial sebagai upaya menanggulangi dampak *fast fashion* :

- a. Menambah pengetahuan tentang buruk nya industri *fast fashion*.
- b. Membuka pikiran anak muda bahwa pakaian yang rusak masih bisa diperbaiki lagi, dikarenakan pakaian termasuk sampah anorganik yang merupakan sampah yang sulit diurai oleh alam.
- c. Sebagai tanggung jawab penulis dalam menyelesaikan studi untuk meraih gelar strata 1 (Sarjana) Desain Komunikasi Visual.

## Skema Perancangan



**Gambar 1.3** Skena Perancangan  
(sumber: Dokumen Pribadi)