

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Fashion merupakan istilah yang sudah tidak asing lagi di zaman modern ini. Masyarakat mengenal *fashion* sebagai tren busana atau pakaian, padahal *fashion* sebenarnya bisa mencakup apa saja yang sedang tren dan berdampak pada kesenangan banyak orang. *Fashion* selalu dikaitkan dengan busana karena sifatnya yang selalu berubah sesuai tren busana yang sedang populer pada tiap masanya (Thio, 2000: 444). *Fashion* dapat meliputi segala sesuatu yang dipakai dari ujung kepala hingga ujung kaki, seperti pakaian, sepatu, tas, topi, hijab, aksesoris, hingga *makeup*.

Fashion menjadi salah satu aspek utama dalam kehidupan sosial selama berabad-abad. Bukan hanya sekadar penutup tubuh, tetapi *fashion* juga menjadi cerminan dari nilai-nilai sejarah, sosial, dan budaya yang berkembang dalam masyarakat. Karena adanya pengaruh dari nilai-nilai tersebut, setiap belahan dunia memiliki karakteristik yang berbeda dalam mengekspresikan busana. Hal tersebut menjadikan *fashion* tidak memiliki batasan dan setiap orang memiliki kebebasan dalam menciptakan gaya atau *style* berpakaian.

Fashion telah mengalami evolusi yang luar biasa. Tren dan gaya *fashion* selalu berubah mengikuti perkembangan zaman dan dipengaruhi oleh globalisasi. *Fashion style* merupakan bahasa visual yang memungkinkan seseorang untuk mengekspresikan diri melalui pilihan pakaian, aksesoris, maupun gaya rambut. Dalam perkembangannya, *fashion* memiliki berbagai macam *style*, mulai dari *casual*, *smart casual*, formal, maupun *sport* yang bisa disesuaikan dengan *occasion* atau keperluan pemakainya. *Fashion style* juga dapat diklasifikasikan menurut era atau temanya, seperti *vintage*, *retro*, *grunge*, *edgy*, *street wear*, *korean*, dan lain sebagainya.

Fashion merupakan objek yang dianggap dapat menyampaikan makna/pesan dari pemakainya. Setiap individu memiliki *style* tersendiri dalam berbusana yang menampilkan karakteristik dan keunikannya. Umberto Eco, ahli semiotika Italia mengatakan “*I speak through my cloth*”. *Fashion style* mampu menunjukkan identitas personal serta identitas sosial melalui komunitas sosial atau kelompok yang sering diekspresikan dengan *dress code* (Rahmawati, 2020: 218). Penggunaan *fashion* sebagai media untuk mengekspresikan diri dan berkomunikasi

memiliki peran penting dalam kaitannya dengan bagaimana individu menyampaikan nilai-nilai, status, karakter, identitas, dan emosi mereka kepada orang lain.

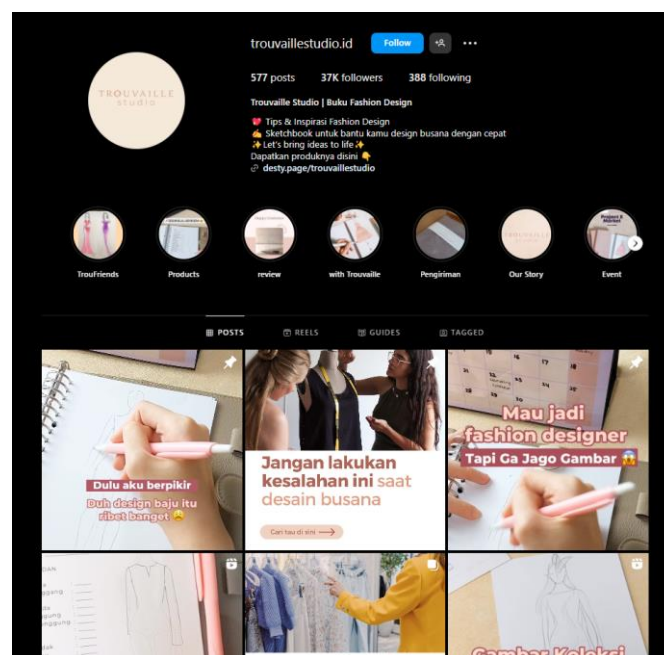
Fashion di Indonesia mendapatkan ruang/perhatian yang sangat besar, khususnya di kalangan remaja. Mereka terlihat selalu mengikuti perkembangan *trend fashion*. Media sosial memiliki peran besar dalam perkembangan *fashion style* di Indonesia yang datang dari luar. Hal tersebut mampu mempengaruhi remaja untuk selalu *up to date* terhadap *fashion style* mereka (Widyastuti et al., 2014: 81). Remaja lebih mudah terpengaruh oleh perkembangan *fashion* terutama bagi kaum perempuan. Hal tersebut sudah menjadi *common knowledge* bagi kebanyakan orang. Dimana pada masa puber ini mereka cenderung masih labil, selalu ingin mencoba hal baru, dan ingin terlihat menarik terutama di mata lawan jenisnya (Trisnawati, 2011: 37).

Bagi sebagian besar remaja, *fashion* memiliki peranan penting dalam gaya hidup. Mereka menggunakan pakaian dan penampilan sebagai alat untuk mengekspresikan diri. Masa remaja adalah masa pencarian jati diri dan krisis identitas, dimana mereka membutuhkan informasi seputar gaya hidup sebagai upaya membangun *personal branding* yang sebagian besar diwujudkan melalui *fashion style*. Informasi-informasi seputar *fashion* dan *lifestyle* dapat dengan mudah diakses remaja melalui internet dan media sosial, seperti Pinterest, Instagram, dan Tiktok. Peran *fashion influencer* memberikan pengaruh besar bagi masyarakat khususnya remaja untuk selalu mengikuti tren *fashion* atau *lifestyle*. Secara tidak langsung, remaja bisa belajar dari gaya berpakaian *fashion influencer* dan mengaplikasikannya dalam kehidupan sehari-hari.

Remaja cenderung dapat mengadaptasi gaya berpakaian dari referensi yang mereka sukai. Namun untuk meniru apa yang dikenakan *fashion influencer* bukanlah hal yang mudah. Berdasarkan hasil observasi di platform media sosial Instagram, sebagian besar *fashion influencer* menggunakan pakaian bermerek dengan harga yang relatif mahal. Remaja dengan kondisi ekonomi menengah kebawah tentu kesulitan untuk membeli pakaian bermerek tersebut. Mereka harus memiliki pengetahuan tentang jenis pakaian yang menjadi referensinya dan pintar-pintar dalam mencari pakaian dengan model serupa yang harganya relatif lebih murah.

. Berdasarkan hasil kuesioner terhadap responden remaja yang tersebar di Indonesia, 162 dari 163 responden remaja akhir (17-24 tahun) mengaku masih kebingungan dalam menentukan gaya berpakaian. Sebagian besar dari mereka juga masih belum mengetahui jenis-jenis *fashion*

style, sehingga mereka belum bisa menemukan *fashion style* yang menjadi identitas personalnya. Sebagian besar responden adalah mahasiswa yang berasal dari kelas ekonomi menengah kebawah, dimana mereka mampu memenuhi kebutuhan sandangnya, namun dengan budget rendah. Mereka lebih sering berbelanja di *e-commerce* yang menawarkan harga pakaian jauh lebih murah dari harga pakaian di mall atau toko konvensional. Mereka juga mengaku hanya memiliki pakaian sedikit, sehingga sering kebingungan dalam menentukan pakaian apa yang ingin digunakan setiap harinya. Padahal dengan bekal pemahaman tentang *fashion style* dan referensi berpakaian, baju yang sedikit itu dapat dipadupadankan hingga menghasilkan gaya berpakaian yang beragam.



Gambar 1.1 Akun Instagram Trouvaille Studio
(Sumber: <https://www.instagram.com/trouvaillestudio.id/>)

Melalui observasi di media sosial Instagram, belum ditemukan akun Instagram yang khusus membahas jenis-jenis *fashion style*. Namun, penulis menemukan akun Instagram @trouvaillestudio.id yang membahas seputar tips dan inspirasi *fashion design*. Konten yang disuguhkan sangat beragam, namun informasi tentang jenis-jenis *fashion style* tidak dijelaskan secara detail. Akun tersebut lebih ditujukan untuk audiens yang ingin mempelajari *fashion design* dan terjun di dunia industri *fashion*, karena sebagian besar kontennya adalah tips menggambar dan pola-pola potongan baju.



Gambar 1.2 Buku fashion style di Shopee
(Sumber: Shopee)

Berdasarkan kondisi permasalahan diatas, penulis tertarik untuk merancang buku ensiklopedia *fashion style* yang berfungsi sebagai media penambah wawasan serta memberikan referensi gaya berpakaian untuk remaja. Buku ini berisi informasi terkait macam-macam *fashion style* periode tahun 1970-2023 serta mengenalkan beberapa *fashion influencer* yang bisa dijadikan acuan referensi dan *role model* dalam berpakaian. Berdasarkan studi kepustakaan di toko buku Gramedia kota Surabaya dan *e-commerce* Shopee, buku yang serupa masih belum banyak di pasaran dan belum ada yang membahas *fashion style* laki-laki dan perempuan secara menyeluruh. Diharapkan perancangan buku ilustrasi ini dapat menjadi sumber informasi dan referensi remaja untuk mengembangkan pengetahuan dan skill mereka dalam *fashion styling*, sehingga remaja dapat dengan mudah menentukan *fashion style* yang menjadi identitas personalnya.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pemaparan diatas, masalah yang diidentifikasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan data kuesioner terhadap 163 responden remaja akhir (17-24 tahun), 162 dari 163 responden masih kebingungan untuk menentukan gaya pakaian setiap kali ingin bepergian keluar rumah. 69 remaja beralasan kesulitan dalam memadupadankan pakaian, 43 remaja kurang memiliki pengetahuan tentang *fashion style*, dan 40 remaja kekurangan referensi gaya berpakaian.

2. Melalui observasi kepastakaan yang penulis lakukan di toko buku Gramedia Surabaya, tidak terdapat buku yang menjelaskan informasi tentang macam-macam *fashion style* dan model pakaian yang dapat dijadikan referensi gaya berpakaian.
3. Melalui observasi di e-commerce “Shopee”, terdapat beberapa buku yang membahas *fashion style* menggunakan ilustrasi. Namun buku-buku tersebut masih memiliki kelemahan, seperti gaya ilustrasi yang kurang menarik, desain *cover* yang tidak menarik, tipografi kurang sesuai, *layout* tidak rapi, kurang sesuai dengan remaja, *fashion style* yang disebutkan masih sedikit, dan hanya ditujukan untuk perempuan.
4. Melalui observasi di media sosial Instagram, belum ditemukan akun Instagram yang khusus membahas jenis-jenis *fashion style*. Namun, penulis menemukan satu akun Instagram @trouvaillestudio.id yang membahas seputar tips dan inspirasi *fashion design*. Akun tersebut lebih ditujukan untuk audiens yang ingin mempelajari *fashion design* dan terjun di dunia industri *fashion*.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka dirumuskan masalah yaitu: Bagaimana merancang buku ensiklopedia *fashion style* periode 1970-2023 sebagai media informasi dan referensi gaya berpakaian untuk remaja?

1.4 Batasan Masalah

Berdasarkan dari rumusan masalah yang telah dipaparkan diatas, maka berikut batasan masalah penelitian adalah :

1. Perancangan ini berfokus pada penyampaian informasi mengenai macam-macam *fashion style* serta referensi *fashion influencer*.
2. Perancangan ini menjelaskan 14 jenis *fashion style* yang populer pada periode tahun 1970-2023 yang disesuaikan untuk kebutuhan pakaian remaja di Indonesia.
3. Target audiens perancangan ini adalah remaja akhir usia 17-24 tahun.

1.5 Tujuan Perancangan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, tujuan yang ingin dicapai dalam perancangan ini adalah :

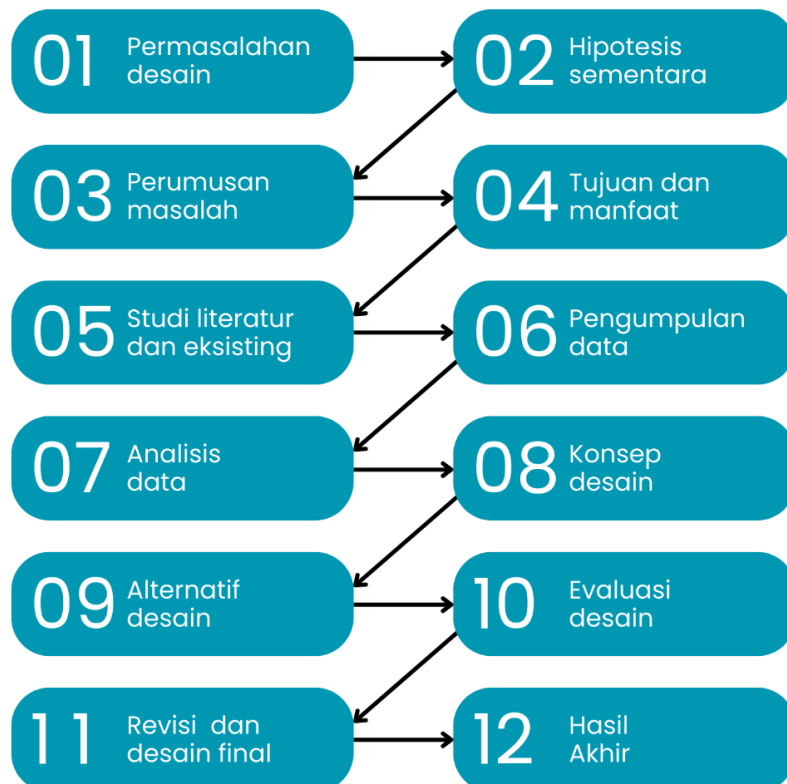
1. Memberikan informasi tentang *fashion style* periode 1970-2023 untuk remaja 17-24 tahun.
2. Memberikan referensi *fashion style* dengan cara penyampaian melalui ilustrasi.
3. Memperkenalkan beberapa *fashion influencer* sebagai sumber referensi dan *role model* dalam berpakaian.
4. Menjadi media penambah wawasan seputar *fashion style*.

1.6 Manfaat Perancangan

Sesuai dengan tujuan yang diharapkan, manfaat dari perancangan ini adalah:

1. Menambah wawasan remaja tentang macam-macam *fashion style*, jenis-jenis model pakaian, serta referensi *fashion influencer*.
2. Menjadi acuan referensi remaja dalam menentukan gaya berpakaian.
3. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber rujukan dalam membantu peneliti-peneliti selanjutnya dengan topik serupa.

1.7 Kerangka Perancangan



Gambar 1.3 Kerangka perancangan
(Sumber: dokumen pribadi)