

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri fesyen di Indonesia adalah bentuk kekuatan kreatif yang berkembang pesat, lewat kolaborasi antara keberagaman dan inovasi dari setiap pemilik usaha, menjadikan Indonesia salah satu sentra fesyen di dunia dengan maraknya berbagai desainer, pengrajin, dan pengusaha fesyen yang bermunculan memperkaya industri fesyen dengan konsep-konsep yang menarik. Industri fesyen di Indonesia kini tidak hanya melibatkan merek-merek internasional yang terkemuka, tetapi juga memberikan dorongan kuat kepada para desainer lokal untuk berkreasi. Menurut survei yang dilakukan oleh Goodtata.id terkait preferensi fesyen generasi muda di Indonesia, dari responden sebanyak 40,2% lebih memilih *brand* lokal untuk preferensi gaya berpakaian (Hidayah, 2023).

Clothing line merupakan sebuah istilah yang merujuk kepada sebuah usaha yang memproduksi pakaian. Secara lengkap, *clothing line* merupakan sebuah usaha perdagangan ritel dengan memproduksi barang sendiri yang dijual langsung kepada konsumen (Kuncoro & Santosa, 2018) . Salah satu pionir *clothing line* yang ada di Indonesia adalah UNKL347 milik Dendy Darman yang telah berdiri sejak tahun 1990 an dan berasal dari kota Bandung. Dikutip dari artikel (awfasehat, 2017) karena saat itu Dandy Darman tinggal di sebuah rumah kos di jalan Dago nomor 347. Rumah kos tersebut kerap menjadi tempat berkumpul beberapa band *indie* dan komunitas desain grafis. Nomor rumah 347 tersebutlah yang menjadi inspirasi untuk tag 347boardrider (awfasehat, 2017). Seiring berkembangnya kebutuhan konsumen, saat ini *clothing line* tidak hanya memproduksi kaus saja. Namun, kebutuhan sekunder seperti topi, kaus kaki, dan aksesoris lainnya turut diprouksi oleh *clothing line*.

Clothing line adalah salah satu industri yang turut meramaikan perkembangan industri fesyen di Indonesia. Salah satu merek *clothing line* asal Jakarta Barat yaitu Peanut Stain. Peanut Stain merupakan merek *clothing line* yang ikut serta meramaikan pasar *clothing line* di Indonesia sejak tahun 2021 dengan menawarkan produk pakaian sehari-hari dengan ciri khas ilustrasi alien kacang bermuka datar.

Dengan meninjau kesuksesan Peanut Stain, Rob Henry selaku pemilik Peanut Stain ingin mengekspansi pasar dengan tujuan memperluas pasar. Oleh karena itu, Rob Henry membuat lini produk baru dengan harga yang lebih terjangkau dengan merek My Neighbor is A Space Ginger.

My Neighbor is A Space Ginger merupakan merek *clothing line* asal Jakarta Barat yang berdiri tahun 2023. My Neighbor is A Space Ginger merupakan sebuah lini produk baru dari Peanut Stain yang menawarkan produk pakaian sehari-hari. Saat ini My Neighbor is A Space Ginger masih fokus menjual produk baju karena produk yang lain masih dalam tahap *research and development*. My Neighbor is A Space Ginger memiliki ciri khas ilustrasi alien jahe berwarna biru yang bernama “Jakhe”. My Neighbor is A Space Ginger memiliki latar belakang cerita kehidupan di sebuah planet yang bernama Suya di setiap desain pada artikel yang dirilis. Desain dan latar belakang cerita tersebut yang menjadikan My neighbor is A Space Ginger memiliki keunikan tersendiri.

Keunggulan dan potensi yang dimiliki oleh My Neighbor is A Space Ginger secara berkala dikomunikasikan melalui media sosial Instagram dan memasarkan produk melalui *marketplace* Shopee. Walaupun sudah melakukan interaksi dengan konsumen melalui media *online* tersebut, My Neighbor is A Space Ginger masih kurang dalam mengkomunikasikan informasi. Hal tersebut dapat dibuktikan pada aktivitas *audience* yang relatif rendah. Sebagai contoh, pengikut media sosial instagram My Neighbor is A Space Ginger per tanggal 14 Agustus berada di sekitar 1.149 pengikut. Hal tersebut dikarenakan juga faktor kurangnya media *brand communication* sehingga My Neighbor is A Space Ginger tidak bisa berinteraksi secara konsisten yang mengakibatkan kurangnya *awareness*.

Fenomena perkembangan industri fesyen di Indonesia menyebabkan adanya persaingan antar pelaku usaha *clothing line*. Dilansir dari artikel Kompas.com sebanyak 1.300 *clothing line* mengikuti acara pesta produk fesyen lokal, Indonesia Clothing Summit 2024 di Smesco Conversion Hall dan Outdoor Arena, Jakarta (Prodjo, 2024). Per tanggal 14 Agustus 2024, hasil survey yang dilakukan oleh datapintar.com menunjukkan bahwa Hal tersebut menjadi bukti bahwa persaingan *clothing line* di Indonesia cukup ketat. Oleh karena itu, diperlukannya *brand*

communication agar dapat bertahan dalam persaingan guna mengkomunikasikan informasi *clothing line* itu sendiri.

Brand communication merupakan strategi mengkomunikasikan suatu merek dengan cara mengamati aspek dasar dari merek yaitu strategi, posisi, dan interaksi. Strategi *brand communication* tersebut secara tidak langsung membangun komunikasi antara merek dan konsumen dan membuat konsumen mengevaluasi merek tersebut (ARLINI, Prabawa, & Yudiarti, 2022). *Brand communication* adalah gagasan atau citra produk atau jasa yang dipasarkan sehingga ciri khas dapat teridentifikasi dan diakui oleh khalayak (Chiomona, 2016).

Meninjau fenomena persaingan pasar yang tinggi dan perkembangan media informasi yang pesat di era saat ini, My Neighbor is A Space Ginger memiliki peluang dan sejatinya kurangnya media *brand communication* untuk bertahan dalam persaingan serta mencakup pasar yang lebih luas yaitu dengan merancang sistem desain dan penerapannya pada media *brand communication* guna mengkomunikasikan informasi dan keunikan yang dimiliki agar terciptanya interaksi dan meningkatkan *brand awareness* My Neighbor is A Space Ginger.

Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan perancangan media komunikasi yang merupakan bagian dari *brand communication* untuk menyampaikan pesan oleh suatu *brand* dalam rangka penganekaragaman pasar yang dilakukan oleh pemberi proyek dengan cara membuat *brand* baru bernama My Neighbor is A Space Ginger dan perancangan ini dilakukan guna meningkatkan kesadaran khalayak dan memperkenalkan hadirnya *brand* tersebut dan diharapkan perancangan ini dapat mengkomunikasikan pesan pemberi proyek, menarik perhatian pasar, membangun hubungan emosional dengan khalayak, serta meningkatkan penjualan produk My Neighbor is A Space Ginger.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang di atas, masalah yang teridentifikasi adalah sebagai berikut :

1. Kurangnya media *brand communication* My Neighbor is A Space Ginger secara kuantitas.
2. Baru terbentuknya *brand clothing line* My Neighbor is A Space Ginger.
3. Tingginya persaingan industri *clothing line* di Indonesia.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka rumusan masalah perancangan ini adalah : Bagaimana merancang media *brand communication* untuk My Neighbor is A Space Ginger agar dapat meningkatkan *awareness* dalam persaingan industri *clothing line*?

1.3 Ruang Lingkup

Subjek penelitian ini adalah *brand communication* yang menggunakan media promosi sebagai hasilnya. Target dari penelitian ini adalah anak muda yang berusia 18-25 tahun. Penelitian dilakukan dari Agustus 2024 sampai Januari 2025. Penelitian dilakukan di kota Bandung dan target market perusahaan adalah seluruh Indonesia. Penelitian dilakukan untuk menyelesaikan masalah My Neighbor is a Space Ginger yang bertujuan untuk merancang media *brand communication* yang baik. Perancangan *brand communication* untuk *clothing line* My Neighbor is A Space Ginger mencakup sistem desain yang diimplementasikan pada media promosi untuk menginformasikan *brand* tersebut.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk merancang media *brand communication* dalam rangka meningkatkan *awareness* My Neighbor is A Space Ginger dalam persaingan pasar *clothing line*.

1.5 Metode Pengumpulan Data dan Analisa

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

1. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah proses dalam kegiatan yang sistematis dalam pengumpulan, analisa, dan interpretasi informasi yang relevan dengan penelitian dari sumber pustaka (binti Khalid & Putri, 2020).

2. Wawancara

Wawancara merupakan proses percakapan yang memiliki tujuan untuk penggalan konsep, pemikiran, dan pandangan, atau pendirian dari narasumber tentang kejadian yang tak bisa diamati sendiri secara langsung oleh peneliti (Soewardikoen, 2019).

3. Observasi

Observasi adalah proses pengamatan langsung dan mencatat imaji atau gambar dalam rangka pembentukan tanggapan oleh pengamat (Soewardikoen, 2019).

1.5.2 Analisa

1. Analisis Matriks Perbandingan

Analisa Matriks adalah sebuah matriks yang terdiri dari kolom dan baris yang saling mewakili dua dimensi yang berbeda yang berupa konsep atau kumpulan informasi (Soewardikoen, 2019).

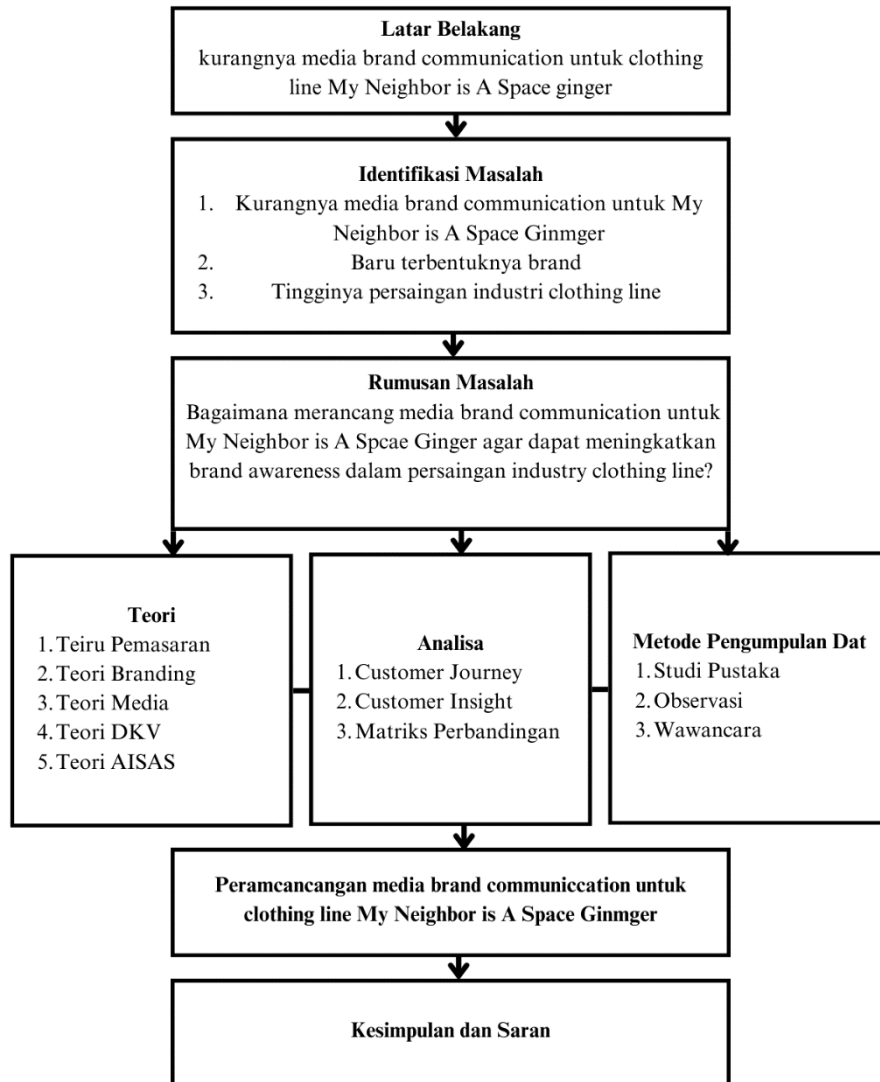
2. Analisa *Customer Journey*

Customer journey merupakan jadwal kegiatan harian khalayak sasar. Pemaparan *customer journey* bertujuan untuk mengamati media yang berhubungan dengan target sasar (Swaratama, 2017).

3. Analisa *Customer Insight*

Menurut *Tech Target customer insight* dapat didefinisikan sebagai proses pemahaman tingkah laku, minat, dan pola pikir pelanggan saat membeli produk (Aidob, 2022).

1.6 Kerangka Penelitian



Gambar 1. 1: Kerangka Penelitian

Sumber : Pribadi

1.7 Pembabakan

Bab I PENDAHULUAN

Bab ini berisi penjelasan latar belakang, permasalahan, ruang lingkup, tujuan penelitian, metode pencarian data dan analisa, kerangka penelitian dari proses perancangan *brand communication* untuk *clothing line* My Neighbor is A Space Ginger.

Bab II Landasan Teori

Bab ini berisi teori-teori sebagai penunjang pemecahan masalah yang telah disampaikan di bab 1. Teori yang akan digunakan antara lain teori desain komunikasi visual, *brand communication*, komunikasi pemasaran dan ilustrasi. Bab ini ditutup dengan kerangka teori dan asumsi.

Bab III Data dan Analisa Data

Berisi data yang telah terkumpul melalui studi pustaka, observasi, wawancara, dan analisa perbandingan dan ditutup dengan kesimpulan hasil analisa.

Bab IV Konsep dan Hasil Perancangan

Bab ini berisi tentang konsep komunikasi, konsep kreatif, konsep visual, konsep media, dan hasil perancangan.

Bab V Penutup

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran bagi penelitian atau perancangan lebih lanjut.