

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Fashion adalah sebuah bentuk ekspresi yang mencerminkan suatu gaya, budaya, dan identitas individual atau kelompok melalui pakaian, aksesoris, gaya rambut, dan cara berpenampilan. Industri *fashion* mencakup berbagai aspek mulai dari desain, produksi, distribusi, hingga promosi busana. *Fashion* juga sering dianggap sebagai alat komunikasi yang dapat mencerminkan status sosial, kepribadian, atau pandangan hidup seseorang. *Fashion* sering dipengaruhi oleh faktor sosial, ekonomi, sejarah, dan budaya yang berubah seiring waktu. Oleh karena itu, *fashion* tidak hanya sekadar tren berpakaian. Salah satu tren yang dominan dalam industri ini adalah *fast fashion*, sebuah model bisnis yang mengedepankan produksi cepat dan masal pakaian yang mengikuti tren terkini. Meskipun memungkinkan konsumen mendapatkan pakaian modis dengan harga terjangkau, *fast fashion* sering kali dikritik karena produksinya yang kurang etis dan dampak lingkungannya.

Konsep ini memungkinkan konsumen untuk membeli pakaian yang modis dan terkini tanpa harus mengeluarkan banyak uang. Perusahaan *fast fashion* biasanya menanggapi tren terkini, menghasilkan koleksi baru dalam hitungan minggu tetapi memiliki konsekuensi yang signifikan bagi lingkungan dan keberlanjutan di industri tekstil, seperti peningkatan limbah tekstil. Dikutip dari earth.org: “Dari 100 miliar pakaian yang diproduksi setiap tahun, 92 ton berakhir di tempat pembuangan sampah. Jika tren ini berlanjut, jumlah sampah mode cepat diperkirakan akan melonjak hingga 134 ton pertahun pada akhir dekade ini”.

Limbah merupakan buangan yang dihasilkan oleh kegiatan *industry* maupun *domestic* (rumah tangga) (Waluyo, 2018). Limbah adalah sisa dari suatu kegiatan *industry* umumnya mengandung bahan berbahaya dan beracun (B3) karena sifat, konsentrasi dan jumlahnya, baik secara langsung maupun tidak langsung berdampak negatif bahkan membahayakan lingkungan,

kesehatan, kelangsungan hidup manusia dan makhluk hidup lainnya termasuk tumbuhan.

Menurut (United Nations, 2015), isu fast fashion dan solusi keberlanjutan berkaitan erat dengan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (*Sustainable Development Goals/SDGs*), terutama tujuan ke-12, yaitu *Responsible Consumption and Production*, yang menekankan pentingnya pola konsumsi dan produksi yang berkelanjutan. Selain itu, upaya mengedukasi masyarakat agar lebih bijak dalam memilih dan menggunakan produk fesyen juga sejalan dengan SDGs ke-13 (*Climate Action*) dan ke-4 (*Quality Education*), yang mendorong penyebaran informasi dan edukasi tentang perubahan iklim dan gaya hidup ramah lingkungan. Dengan demikian, pengembangan media zine bertema *fast fashion* dapat menjadi kontribusi nyata dalam mendukung agenda pembangunan berkelanjutan melalui pendekatan desain komunikasi visual yang lebih humanis dan berdampak.

Lingkungan adalah suatu hal yang penting dalam siklus kehidupan manusia. Dalam Undang-Undang No. 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup pada pasal 1 ayat (1) yang berbunyi “Lingkungan hidup adalah kesatuan ruang dengan semua benda, daya, keadaan, dan makhluk hidup, termasuk manusia dan perilakunya, yang mempengaruhi alam itu sendiri, kelangsungan perikehidupan, dan kesejahteraan manusia serta makhluk hidup”.

Kurangnya kesadaran masyarakat terhadap dampak buruknya *fast fashion* sering kali disebabkan oleh minimnya akses terhadap informasi yang menyeluruh. Oleh karena itu, akses informasi yang efektif untuk menginformasikan khalayak umum adalah media informasi berupa zine, karena dengan formatnya yang sederhana dan kreatif, zine mampu menjangkau audiens yang lebih luas terutama kalangan muda, dengan menyampaikan pesan-pesan penting tentang keberlanjutan dan etika dalam konsumsi fashion secara menarik dan mudah dipahami.

Menurut Wawa, hal ini menunjukkan bahwa pendekatan visual dan inspiratif dapat menjadi strategi efektif dalam mengedukasi. Terdapat pula

keingintahuan mengenai sejauh mana dampak fast fashion terhadap lingkungan, serta bagaimana slow fashion dapat diupayakan agar lebih menarik di mata masyarakat, baik dari segi tampilan, nilai, maupun gaya hidup.

Dalam konteks ini, zine menjadi salah satu media alternatif yang potensial untuk menjembatani isu-isu tersebut dengan cara yang kreatif dan komunikatif. Menurut Jack, zine yang membahas isu lingkungan atau fast fashion merupakan media yang tepat untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat muda karena isi yang kompleks, mudah, efektif, dan umumnya zine sudah berbentuk rangkuman. Jack tertarik pada zine yang penyampaiannya santai dan lebih menyukai zine yang dicetak karena dapat dikoleksi secara fisik dan tanpa khawatir zine tersebut hilang atau terhapus di gawai. Penyajian yang menarik dan pengemasan yang baik sangat penting untuk menarik perhatian pembaca. Selain itu, kampanye yang efektif dapat berperan dalam menggiring audiens untuk mengakses dan membaca zine tersebut, sebagaimana disampaikan oleh Jack.

Hal serupa disampaikan oleh Zahra yang melihat zine sebagai media yang memberi kebebasan penuh dalam mengolah konten. Menurutnya, zine memiliki kebebasan dalam kontennya, di mana isinya tidak hanya berupa teks penuh, konten yang bebas dan kreatif sehingga pencipta dapat menyampaikan informasi secara terus terang, audiens pun dapat menerima pesan tersebut dengan lebih terfokus dan memberikan pengalaman visual yang berbeda-beda tidak seperti media informasi lainnya. Menurutnya, zine merupakan media yang efektif dalam menyampaikan isu lingkungan atau meningkatkan kesadaran.

Selain pendekatan visual dan naratif yang kreatif, kebutuhan akan media informasi yang relevan dengan karakteristik masyarakat muda juga diperkuat oleh data kuesioner yang telah disebarkan. Berdasarkan hasil kuesioner yang dilakukan terhadap responden berusia 18-25 tahun, mayoritas dari mereka menunjukkan ketertarikan terhadap isu lingkungan, termasuk masalah limbah yang ditimbulkan oleh industri fast fashion. Mereka juga mengakui bahwa media visual dan desain yang menarik menjadi faktor penting

dalam menentukan ketertarikan untuk membaca dan memahami suatu informasi. Hal ini menunjukkan adanya peluang besar dalam pemanfaatan media alternatif seperti zine, yang tidak hanya menyajikan konten edukatif secara ringkas dan estetik, tetapi mampu menjangkau audiens muda dengan pendekatan yang lebih personal dan kreatif.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pemaparan di atas, maka dapat diidentifikasi masalah penelitian sebagai berikut:

1. Kurangnya kesadaran akan potensi bahaya *fast fashion*.
2. Minimnya media informasi yang menyampaikan mengenai dampak buruk dari *fast fashion*.
3. Minimnya akses untuk menginformasikan soal limbah *fast fashion* kepada anak muda.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, maka rumusan masalah yang didapatkan adalah sebagai berikut:

Bagaimana peran media alternatif seperti zine dapat digunakan secara efektif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan dampak *fast fashion*?

1.4 Ruang Lingkup

1. *What* (Apa)

Berkaca dari banyaknya limbah tekstil yang sulit terurai, polusi air akibat proses pewarnaan dan pencucian pakaian, dan emisi karbon dari produksi dan distribusi pakaian *fast fashion* menggunakan energi yang besar merupakan salah satu penyebab utama polusi air, udara, dan lingkungan di dunia. Dari kejadian tersebut, saat ini masih banyak masyarakat yang belum sadar akan dampak dari limbah tekstil yang sangat besar bagi lingkungan salah satunya dari kebiasaan masyarakat yang menyukai membeli pakaian yang terus menerus.

2. *Who* (Siapa)

Target audiens dari penelitian ini adalah anak muda di Kota Bandung dengan rentang usia 18-25 yang memiliki ketertarikan pada *fashion* terutama *fast fashion*.

3. *When and Where* (Kapan dan Di mana)

Observasi, pengumpulan data, dan perancangan ini akan dilakukan dari bulan Maret-Juni 2025 di Kota Bandung dan akan diedarkan ke berbagai toko zine dan *event* di Kota Bandung.

4. *Why* (Mengapa)

Hal ini dilakukan untuk memberikan informasi dan pemahaman yang lebih baik kepada masyarakat terutama generasi muda tentang dampak dari *fast fashion* pada lingkungan.

5. *How* (Bagaimana)

Edukasi masyarakat terhadap *fast fashion* sangat diperlukan melalui media informasi yang menarik perhatian khalayak umum seperti zine dan disebarluaskan kepada masyarakat yang gemar dengan *fashion*.

1.5 Tujuan Perancangan

1. Meningkatkan kesadaran akan potensi bahaya fast fashion bagi lingkungan.
2. Menciptakan akses untuk menginformasikan kepada anak muda akan dampak limbah dari fast fashion.
3. Menyediakan media informasi berupa zine untuk kalangan anak muda.

1.6 Metode Pengumpulan dan Analisis Data

Metode yang digunakan dalam perancangan zine ini berupa observasi, wawancara, kuisisioner, dan studi pustaka.

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

a. Observasi

Menurut Bungin (2007: 115-117) menjelaskan bahwa observasi adalah pengumpulan data yang diterapkan dengan cara mengumpulkan data penelitian melalui bagian pengamatan dan penginderaan untuk proses mengolah data yang dibutuhkan dalam sebuah penelitian yang dilakukan.

Penulis telah melakukan observasi dengan cara mengamati secara langsung seberapa cepatnya tren *fashion* ini berganti, serta secara tidak langsung dengan mengakses berbagai sumber informasi seperti internet untuk mengamati limbah pakaian tersebut. Observasi dilakukan di beberapa Lokasi di Kota Bandung, seperti di Tempat Pembuangan Sementara (TPS), Mall, pasar pakaian bekas, serta area jalanan kota. Observasi ini bertujuan untuk mengamati secara langsung perilaku konsumsi pakaian masyarakat serta kondisi lingkungan.

b. Wawancara

Dikutip dari buku Metode Penelitian Desain Komunikasi Visual (Soewardikoen, 2021) wawancara merupakan suatu kegiatan percakapan yang memiliki tujuan untuk menelaah pemikiran, pengalaman seseorang, menemukan konsep, mencari pendirian, dan juga pandangan yang berasal dari narasumber tertentu, atau untuk memperoleh informasi dari narasumber tentang suatu kejadian yang tidak bisa diamati sendiri oleh peneliti, serta peristiwa yang ada di masa lalu. Wawancara ditujukan kepada konsumen *fast fashion*, pengguna zine, serta pencipta zine.

c. Kuesioner

Dikutip dari buku Metode Penelitian Desain Komunikasi Visual (Soewardikoen, 2021) kuesioner adalah salah satu metode yang dilakukan untuk mendapatkan data dalam waktu singkat, dengan banyaknya orang yang diminta untuk menjawab pilihan pertanyaan tertentu yang diberikan oleh peneliti. Responden dari kuesioner dalam penelitian ini adalah para konsumen *fast fashion* dan konsumen yang gemar membeli barang bekas dengan usia 18-25 tahun. Responden terdiri dari orang-orang di sekitar penulis, serta individu acak dijangkau secara daring.

d. Studi Pustaka

Menurut Sarwono dalam (Azis, 2023) pada situs deepublishstore.com, studi Pustaka merupakan kegiatan mempelajari berbagai buku referensi serta hasil penelitian sebelumnya yang sejenis yang berguna untuk mendapatkan landasan teori mengenai masalah yang akan diteliti.

1.6.2 Metode Analisis Data

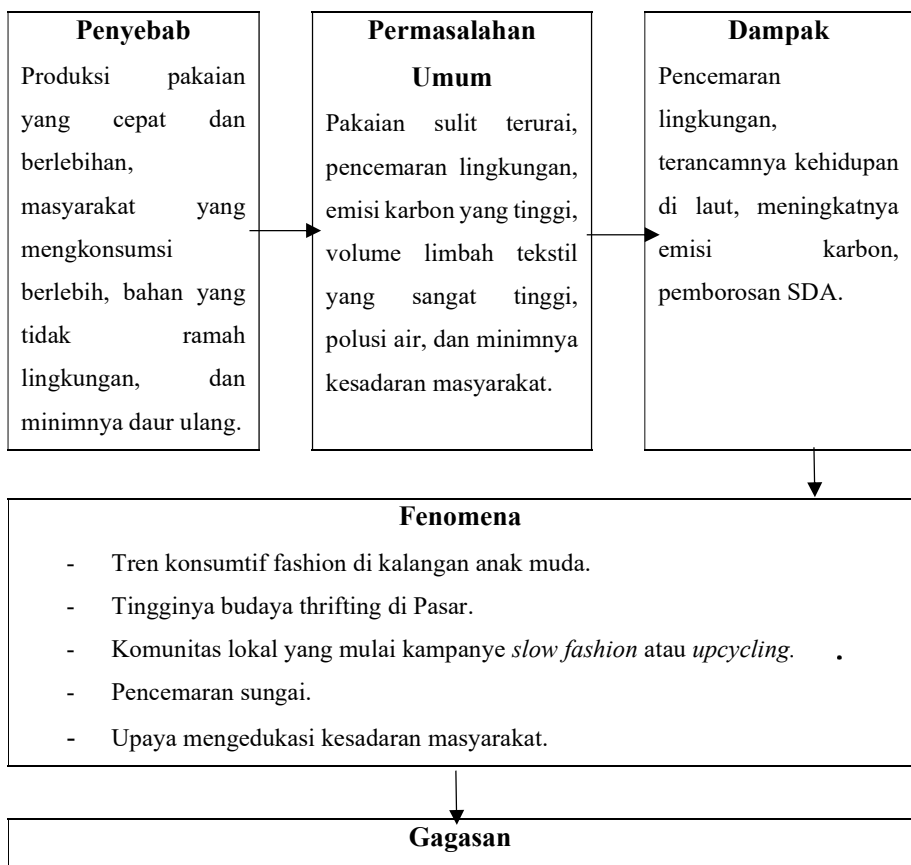
a. Analisis Deskriptif

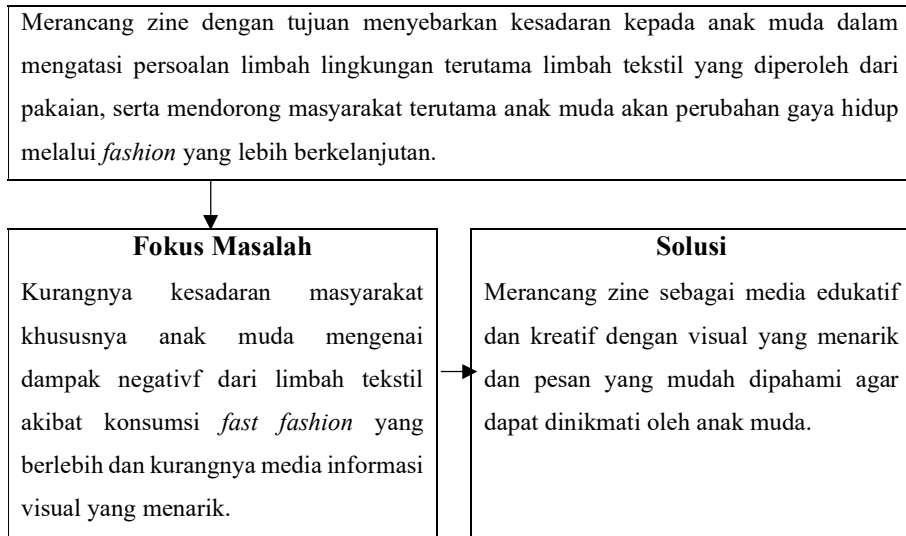
Penelitian deskriptif adalah jenis penelitian yang didasarkan oleh sebuah gejala dan peristiwa yang tengah terjadi saat melakukan pengolahan data (Sujana dan Ibrahim, 1989:65).

b. Analisis Matriks

Analisis matriks adalah jukstaposisi atau membandingkan dengan cara menjajarkan (Soewardikoen, 2023).

1.7 Kerangka Penelitian





Tabel 1.7 Kerangka Penelitian

1.8 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan karya ini terdapat beberapa bagian, di antaranya sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Bab ini terdiri dari latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan perancangan, metode pengumpulan dan analisis data, dan sistematika penulisan.

BAB II Studi Pustaka

Bab ini terdiri dari teori-teori dasar yang menjelaskan teori yang akan digunakan dalam merancang.

BAB III Metode Penelitian

Bab ini terdiri dari pemaparan data primer dan sekunder berupa wawancara dan observasi yang digunakan pada penelitian.

BAB VI Konsep dan Hasil Perancangan

Bab ini terdiri dari penjelasan konsep, proses, dan hasil perancangan mulai dari gambaran visual hingga medium rancangan.