

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Denim merupakan salah satu jenis bahan busana yang populer di Indonesia. Setiap orang diseluruh Indonesia mengenakannya, baik pria maupun wanita, dari anak-anak hingga orang dewasa maupun orang tua. Dengan berjalannya waktu, denim lebih dikenal dengan sebutan jeans, begitu juga untuk setiap produk olahan yang terbuat dari denim. Sehingga, saat ini orang-orang lebih akrab dengan sebutan jeans dan banyak yang tidak mengetahui tentang denim. Berbagai pendapat yang muncul mengatakan hal yang berbeda mengenai sejarah awal kemunculan denim. Hal ini membuat bingung, karena tidak ada penjelasan secara pasti mengenai kemunculannya.

Pada dasarnya denim adalah kain kantung berwajah lungsu yang kokoh di mana benang pakan melewati dua atau lebih benang lusing. Tenun kepar ini menghasilkan ribbing diagonal yang membedakannya dari jeans. Sementara pendahulu denim yang dikenal sebagai dungaretelah diproduksi di India selama ratusan tahun, denim itu sendiri pertama kali diproduksi di kota Prancis dengan nama "*sergé de Nîmes*".

Denim yang paling umum adalah denim indigo, di mana benang lungsin dicelup, sedangkan benang pakan dibiarkan putih. Sebagai hasil dari tenun twill berwajah bengkok, satu sisi tekstil didominasi oleh benang lungsin biru dan sisi lain didominasi oleh benang pakan putih. Hal ini menyebabkan celana berwarna biru, putih di bagian dalam. Proses pewarnaan nila, di mana inti benang lungsin tetap putih, menciptakan ciri khas denim yang mulai pudar.

Denim telah digunakan di Amerika Serikat sejak pertengahan abad ke-19. Denim awalnya mendapatkan popularitas pada tahun 1873 ketika Jacop W. Davis, seorang penjahit dari Nevada, memproduksi sepasang

pertama celana denim yang diperkuat keling. Pada saat ini, pakaian untuk buruh Barat, seperti orang-orang tim, surveyor, dan penambang, tidak tahan lama. Konsepnya untuk membuat jeans yang diperkuat terinspirasi ketika seorang pelanggan meminta celana panjang yang kuat dan kuat agar suaminya dapat memotong kayu. Ketika Davis hampir selesai membuat jeans denim, ia melihat beberapa paku keling tembaga tergeletak di atas meja dan menggunakan paku keling untuk mengikat kantong. Segera, popularitas jeans denim mulai menyebar dengan cepat, dan Davis kewalahan dengan permintaan. Dia segera menjual 200 pasang kepada pekerja yang membutuhkan pakaian kerja berat.

Denim awalnya diwarnai dengan pewarna indigo yang diekstraksi dari tanaman, seringkali dari keluarga *Indigofera*. Di Asia Selatan, pewarna nila diekstraksi dari daun *Indigofera tinctoria* yang dikeringkan dan difermentasi; ini adalah tanaman yang sekarang dikenal sebagai "indigo sejati" atau "indigo alami". Di Eropa, penggunaan *Isatis tinctoria*, atau woad, dapat ditelusuri kembali ke abad ke-8 SM, meskipun akhirnya diganti oleh *Indigofera tinctoria* sebagai produk pewarna yang unggul. Namun, sebagian besar denim saat ini diwarnai dengan pewarna indigo sintesis. Dalam semua kasus, benang mengalami urutan berulang kali pencelupan dan oksidasi, semakin banyak dips, semakin kuat warna indigo.

Kebanyakan denim yang dibuat hari ini dibuat dengan alat Sulzer shuttleless Yang menghasilkan baut dari kain 60 inci atau lebih lebar, tetapi beberapa denim masih dianyam pada alat tenun shuttle tradisional, yang biasanya menghasilkan baut dengan lebar 30 inci. Shuttle-tenun-tenunan denim biasanya dikenali oleh *selvedge* -nya (atau tepi tenunan yg dianyam), tepi kain yang dibuat sebagai benang-silang kontinyu membalikkan arah di sisi tepi alat tenun shuttle. Selvedge secara tradisional ditekan dengan benang lungsin dari satu atau lebih warna yang kontras, yang dapat berfungsi sebagai tanda pengenal.

Ketebalan denim bisa sangat bervariasi, dengan halaman kain yang beratnya berkisar antara 9 hingga 24 oz, dengan 11 hingga 14 oz menjadi ciri khas.

Perkembangan globalisasi di dunia yang sangat pesat secara tidak langsung menuntut manusia untuk mengikuti perubahan tersebut sebagai salah satu bentuk penyesuaian diri dengan perubahan yang ada. Indonesia sebagai negara berkembang pun juga mengalami hal ini, globalisasi dan kebudayaan luar seperti bahan pakaian denim yang masuk ke Indonesia memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap cara berpakaian masyarakat Indonesia.

Denim mulai masuk ke Indonesia pada tahun 1960an. Para pecinta denim di Indonesia awalnya mendapatkan informasi seputar denim di dunia melalui pusat pembelajaran/mall atau membaca majalah *fashion* dari luar negeri. Seiring berjalannya waktu, denim ini makin berkembang pada masyarakat Indonesia.

Alasan penulis tertarik mengambil tema tersebut dikarenakan masyarakat Indonesia yang kurang mengetahui terhadap pengetahuan tentang proses pembuatan dan historis di balik denim tersebut, dan. Berdasarkan latar belakang tersebut sekiranya mampu bagi penulis untuk melakukan penelitian lebih lanjut untuk pembuatan acara tentang BDP (Biru Dan Putih) di "Pakir Timur Senayan".

1.2. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah ditulis, kami memberikan identifikasi masalah yang akan dijadikan bahan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana cara merancang program *event* Biru dan putih Sehingga masyarakat tertarik untuk melihatnya dan mengikuti *event* ?
2. Bagaimana menerapkan komponen *artdirecting* dan *copywriting* pada media promosi *event* Biru dan Putih agar terlihat menarik ?
3. Bagaimana proses perancangan layout media pengaplikasian media promosi lainnya?

1.3. Batasan Masalah

Terkait tentang penciptaan *event* Biru dan putih sebagai promosi poster. Batasan Masalah dibuat agar penulis tidak melebar dari permasalahan utama dan fokus dalam perancangan, dengan isi informasi yang akurat dan menciptakan rasa ketertarikan. Sehingga tujuan dari perancangan *event* ini dapat tercapai dengan baik.

1.4. Maksud dan Tujuan Perancangan

Berdasarkan apa yang telah disusun oleh penulis, maka maksud dan tujuan dari perancangan tugas akhir ini adalah :

1. Menumbuhkan minat masyarakat untuk menyukai brand denim lokal
2. Menambah wawasan dan pengalaman dalam bidang Desain Komunikasi Visual.
3. Dengan mengadakan *special event* denim lokal untuk menambah minat masyarakat dan pengetahuan tentang denim lokal, *event* denim lokal yang dimaksud yaitu *event* pameran denim lokal yang berjudul Biru dan putih.
4. Dengan perancangan media promosi yang menarik perhatian masyarakat untuk menggunakan brand lokal yang berkualitas *international*.

1.5. Metode Pengumpulan Data

Adapun metode pengumpulan data yang penulis lakukan dalam perancangan promosi ini antara lain adalah sebagai berikut :

1.6. Metode Perancangan

Dalam menyusun perancangan ini, penulis menggunakan metode sebagai berikut: Metode analisis akan menggunakan analisis deskriptif kualitatif, yaitu dengan cara pengumpulan data yang diperoleh akan diuraikan dan menafsirkan, data yang berkenaan dengan situasi yang terjadi dilapangan yang dikategorikan ataupun dalam bentuk lainnya,

seperti foto, dokumen, dan catatan-catatan lapangan pada saat penelitian dilakukan.

Dimana data yang diperoleh akan dianalisis dengan menggunakan analisis SWOT. Proses analisis adalah usaha untuk menemukan jawaban dari permasalahan dalam perancangan.

1.7. Tujuan perancangan

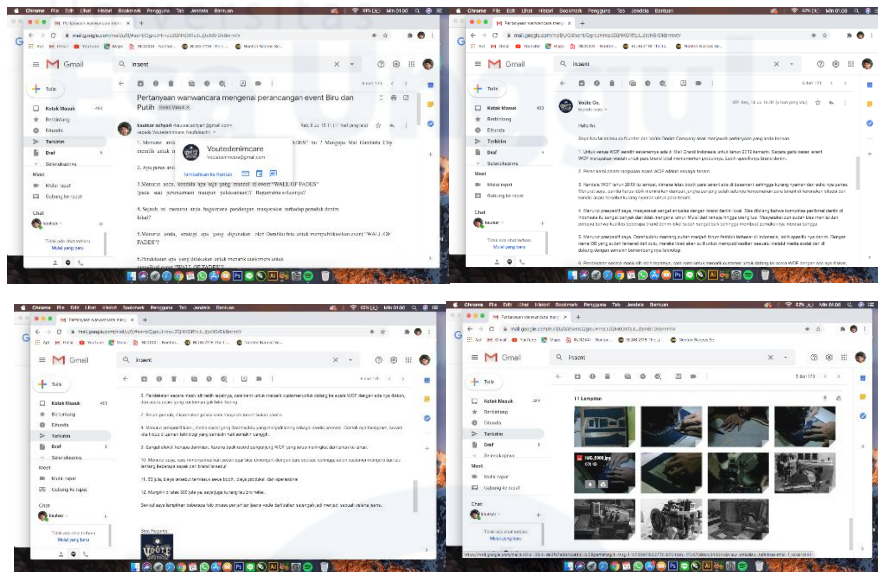
Dalam mengumpulkan data sekunder metode dokumentasi, yaitu teknik pengumpulan data melalui dokumen atau catatan yang terkait dengan permasalahan yang akan diteliti. Dokumen tersebut diperoleh dari Kantor Voute Denim Co.

Berdasarkan tujuan perancangan, maka penulisan dalam proses pengumpulan data menggunakan teknik pengumpulan data, antara lain:

a. Wawancara (*interview*)

Wawancara dilakukan dengan percakapan yang berisi maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Wawancara dalam penelitian dilakukan dengan teknik wawancara mendalam, peneliti dapat bertanya kepada informan tentang denim disamping opini mereka tentang denim . Peneliti juga dapat meminta informan untuk mengatakan pendapatnya dan menggunakannya sebagai dasar penelitian selanjutnya.

Pihak yang diwawancarai adalah owner Voute denim co dan pihak marketing . Wawancara ini dilakukan berulang-ulang pada informan yang sama dengan pertanyaan semakin terfokus pada suatu masalah sebagai informasi yang dikumpulkan semakin terinci mendalam. Pelaksanaan wawancara ini antara lain sebagai strategi promosi denim lokal , faktor pendukung, hambatan mempromosikan denim lokal dan langkah penyelesaian menangani berbagai hambatan tersebut.



GAMBAR 1.1
WAWANCARA PENULIS
Sumber: Kautsar Achyari 2020

b. Observasi (*Observation*)

Metode pengumpulan data dengan cara melakukan kunjungan ke pabrik pembuatan denim untuk mengamati serta melakukan pencatatan secara cermat dan sistematis, sampai sejauh mana owner dan makering telah melakukan kegiatan dalam mempromosikannya.



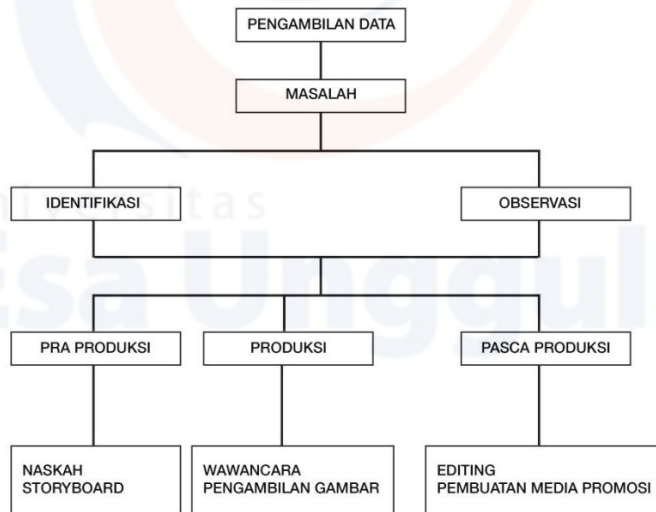
GAMBAR 1.2
OBSERVASI PENULIS
Sumber: Kautsar Achyari, 2020

c. Metode Analisis Data

Metode analisis akan menggunakan analisis deskriptif kualitatif, yaitu dengan cara pengumpulan data yang diperoleh akan diuraikan dan menafsirkan, data yang berkenaan dengan situasi yang terjadi di lapangan yang dikategorikan ataupun dalam bentuk lainnya, seperti foto, dokumen, dan catatan-catatan lapangan pada saat penelitian dilakukan. Dimana data yang diperoleh akan dianalisis dengan menggunakan analisis SWOT.

d. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan alur pikir penulis yang dijadikan sebagai skema pemikiran atau dasar-dasar pemikiran untuk memperkuat indikator yang melatar belakang penelitian ini. Berikut adalah kerangka pemikiran yang dibuat oleh penulis :



GAMBAR 1.3
KERANGKA PEMIKIRAN
Sumber: Kautsar achyari. 2020

1.8. Sistematika Penulisan

Kerangka pemikiran merupakan alur pikir penulis yang dijadikan sebagai skema pemikiran atau dasar-dasar pemikiran untuk memperkuat indikator yang melatar belakang penelitian ini. Berikut adalah kerangka pemikiran yang dibuat oleh penulis :

BAB I. PENDAHULUAN

Dalam bab ini menjelaskan uraian yang mencakup latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan perancangan, metode pengumpulan data, Kerangka Pemikiran, Sistematika Perancangan (*mind mapping*), serta tinjauan teori yang mendukung perancangan.

BAB II. LANDASAN TEORI dan ANALISA DATA

Dalam bab ini merupakan tulisan yang meliputi teori – teori mengenai teori komunikasi, strategi publikasi, psikologi warna, semiotika, aspek kultural, gaya desain unsur dan prinsip desain, ilustrasi dan tipografi, serta teori yang berkenaan dengan perancangan *event* ini seperti teori *event*. Di Bab dua ini juga meliputi analisa data yang didalamnya terdapat gambaran institusi, kondisi media komunikasi visual, data competitor, dan SWOT.

BAB III KONSEP PERANCANGAN

Pada Bab ini meliputi tulisan mengenai penjelasan dari konsep media, konsep kreatif, konsep komunikasi dan perancangan biaya serta promosi.

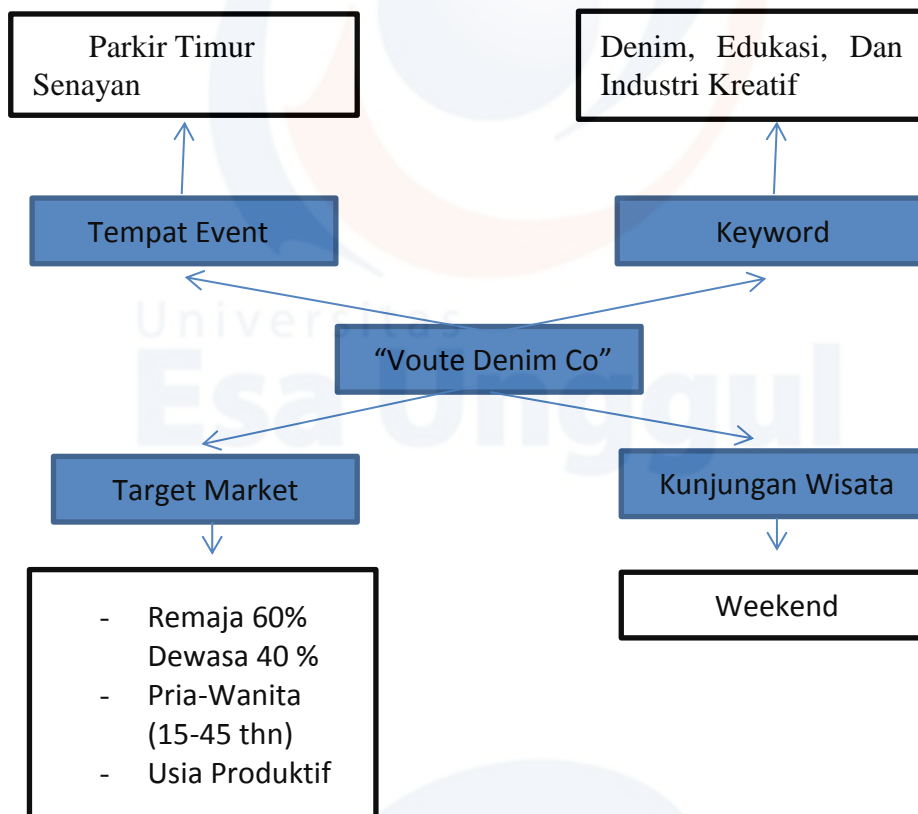
BAB IV DESAIN DAN APLIKASI

Di Bab ini berisi mengenai penjelasan serta analisa mengenai hasil karya yang sudah dirancang. Meliputi filosofi, fungsi serta pengaplikasiannya.

BAB V PENUTUP

Merupakan bagian terakhir dari laporan ini, tulisan dalam bab ini meliputi kesimpulan mengenai hasil dari perancangan karya serta saran yang berkaitan dengan perancangan karya dari laporan ini lalu kepada masyarakat, institusi dan mahasiswa.

a. Sistematika Perancangan



GAMBAR 1.4
SKEMATIKA PERANCANGAN
Sumber: Kautsar Achyari 2020