BAB II

ANALISIS DATA DAN FAKTA

2.1 Analisis Kelayakan Masalah

Permasalahan mengenai maraknya budaya populer yang mempengaruhi fesyen Indonesia, menjadi penting untuk diteliti karena mempengarui remaja yang ada dalam masa pencarian identitas diri, menjadi terbius dengan gaya idolanya, sehingga dapat berakibat mempengaruhi remaja untuk hidup dengan keharusan bergaya kekinian dalam berpakaian sehari – hari. Hal yang dijadikan acuan atau *role model* remaja dalam tampil kekinian, tidak terlepas dari adanya sosok idola mulai dari idola ibukota hingga mancanegara, yang gaya berpakaiannya tidak terlepas dari budaya populer yang menjadi fenomena baru di Indonesia. Namun yang menjadi masalah, remaja menjadi terpaku dan terbius hanya dari penampilan idolanya yang terlihat keren dimata mereka sehingga ditiru begitu saja tanpa mempertimbangkan yang baik dan yang buruk, baik itu pakaian yang sopan maupun pakaian yang semakin irit bahan. Dikarenakan yang mereka tiru adalah idola mereka, maka timbullah ketidakpedulian karena ingin tampil trendi dan munculnya perilaku *addict* atau ketergantungan terhadap gaya berpakaian tersebut, karena remaja pada usia 15-18 masih dalam masa pencarian identitas diri, sehingga belum dapat menentukan gaya mana yang dapat mereka tunjukkan sebagai identitas diri dan masih meniru - meniru. Namun tidak semua gaya yang dipakai adalah baik, tetapi ada juga yang sudah dapat membedakan yang baik (sesuai) dan buruk dalam gaya berpakaian, tapi lebih memilih untuk tidak peduli, yang akibatnya remaja memiliki kecenderungan akan terbiasa hingga

“diperbudak” model pakaian yang terbuka, dan dampaknya adalah dapat menjadi bentuk ketidaksukaan dan kekecewaan yang dirasakan oleh orang terdekat (keluarga), hingga menjadi pemicu terjadinya kriminalitas yang salah satunya adalah pelecehan. Dikarenakan adanya dampak yang sangat besar yang dapat ditimbulkan maka permasalahan ini menjadi penting untuk diselesaikan.

2.1.1 *Cause Root Analysis*

Analisis dilakukan menggunakan metode 5W + 1H, yaitu sebagai berikut :

***What*** : Menginformasikan mengenai fesyen yang sesuai dengan etika dalam berpakaian yang baik dan benar sebagai acuan untuk remaja dalam meniru *trend* gaya berpakaian yang sedang *booming* dan mendominasi gaya berpakaian remaja saat ini, yang semakin lama terlihat semakin minim dan irit bahan.

***Who*** : Target dalam penelitian ini adalah remaja usia 15 – 18 tahun, pelajar SMA yang tertarik dengan fesyen, namun masih belum mengetahui secara mendetail pengetahuan mengenai fesyen yang baik maupun yang buruk, sehingga belum dapat selektif dalam menentukan fesyen yang kekinian namun tetap sesuai dengan etika dalam berpakaian.

***Why*** : Pengetahuan atau informasi mengenai fesyen yang sesuai dengan etika dalam berpakaian dibutuhkan remaja sebagai sumber informasi dan edukasi agar lebih selektif dalam memilih pakaian di tengah perkembangan fesyen yang semakin lama semakin minim dan irit bahan agar dapat menghindari adanya pandangan negatif dan dapat mencegah terjadinya dampak negatif, seperti terjadinya tindak kriminalitas yang salah satunya adalah terjadinya pelecehan.

***When*** : Penelitian dilakukan dengan melakukan pengamatan terhadap *trend* fesyen selama 2017 – 2018.

***Where*** : Wilayah perkotaan Kota Bandung.

***How*** : Dengan membuat solusi beupa media yang dapat menambah pengetahuan remaja mengenai fesyen serta dilengkapi dengan informasi mengenai etika dalam berpakaian berdasarkan yang diminati dan disukai remaja, yaitu dengan membuat panduan berupa buku ilustrasi yang disesuaikan dari ketertarikan yang dimiliki remaja yaitu membaca dan ketertarikan dalam mengoleksi buku – buku berupa novel.

Berdasarkan analisa tersebut, diketahui bahwa dengan mendominasinya gaya berpakaian dari sosok idola yang menjadi *trend* di kalangan remaja, membuat informasi mengenai ber-fesyen yang sesuai dengan etika dalam berpakaian salah satunya dalam fesyen populer dibutuhkan, dengan alasan kurangnya pengetahuan remaja mengenai baik dan buruknya dalam mengikuti *trend* fesyen agar remaja masih dapat menggunakan atau mengikuti *trend* namun tetap sesuai etika dan tidak mengundang pandangan juga perilaku negatif dari orang lain.

Ber-fesyen sesuai dengan etika dibutuhkan, khususnya untuk remaja dengan usia 15 – 18 tahun di Kota Bandung, karena selain Bandung merupakan kota yang terkenal dengan fesyennya dan bahkan disebut sebagai salah satu kota fesyen, usia 15 – 18 tahun dipilih karena pada usia tersebut ciri remaja masih dalam tahap pencarian identitas diri, sehingga diharapkan masih dapat diedukasi dan saat usia remaja memasuki masa pengungkapan identitas diri yaitu pada usia 18 – 21 tahun, remaja sudah mengetahui cara menyikapi yang baik dan buruk dalam ber-fesyen atau terutama dalam berpakaian.

Ber-fesyen sesuai dengan etika dibutuhkan untuk menjadikan remaja lebih selektif dan menghindari adanya pandangan negatif mengenai tidak sesuainya pakaian yang dipakai, juga sebagai pencegahan terjadinya tindak kriminalitas yang diakibatkan dari berpakaian yang tidak sesuai dengan etika. Selektif dalam ber-fesyenmenjadi penting karena jika remaja tidak diedukasi dalam berpakaian yang sesuai dengan etika, dapat menyebabkan remaja tidak mengetahui mana yang baik dan buruk karena remaja hanya tahu untuk mengikuti gaya idolanya dan menjadikan diri mereka kekinian. Padahal jika fesyen yang mereka tiru tidak sesuai dengan etika yang baik akan menjadikan remaja dapat terbiasa mengenakan pakaian terbuka dan mendapat pandangan yang buruk dari masyarakat, yang akan menimbulkan ketidaksetujuan dalam memilih *style* berpakaian dan menimbulkan kekecewaan dari orang terdekat yang menjadikan tidak bangga dan percaya diri dalam mengenakan pakaian. Dan dampak terburuknya adalah menjadi pemicu atau penyebab terjadinya tindak kriminal yang salah satunya adalah terjadinya pelecehan.

Maka dari itu penulis akan membuat media yang dapat menambah pengetahuan remaja mengenai *style* fesyen yang diminati remaja, sekaligus informasi mengenai etika berpakaian yang baik dan benar dalam berpakaian untuk remaja, sehingga dalam meniru, remaja bisa lebih selektif. Dengan solusi yaitu membuat panduan mengenai ber-fesyen yang sesuai etika berpakaian untuk remaja. Berdasarkan analisa, diketahui bahwa remaja saat ini masih memiliki minat membaca yang cukup tinggi, salah satunya terlihat dari ketertarikan terhadap novel dengan mengkoleksi dan menyempatkan waktu untuk melihat terbitan terbaru tiap minggunya. Walaupun perkembangan teknologi sekarang ini semakin maju, namun para remaja lebih memilih untuk membaca buku dibandingkan melalui *gadget*, karena menurut para remaja, sumber dalam buku lebih dapat dipercayai dan juga tidak menimbulkan efek negatif terhadap mata jika dibaca dalam waktu lama dan terus – menerus. Maka dibuatlah media panduan berupa buku ilustrasi yang disesuaikan dengan ketertarikan remaja yang berisi informasi berupa pengetahuan dalam ber-fesyen yang sesuai dengan etika.

2.2.2 Matrikulasi SWOT

1. ***Event* dan Festival fesyen**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **S** | **W** |
|  | - Diadakan berkala.  - Referensi fesyen yang beragam.  - Dijadikan *event* tahunan. | **-** Berisi pameran koleksi fesyen*.*  - Beberapa acara hanya untuk kalangan tertentu (komunitas).  - Tidak memuat pengetahuan dasar (bukan untuk pemula). |
| **O** | **S - O** | **W – O** |
| - Adanya interaksi dengan sesama penyuka dan penikmat fesyen*.* | - Referensi fesyen yang berkelanjutan sehingga menjadi hal yang ditunggu dan dapat ditemui tiap tahunnya.  - Terdapat interaksi di dalamnya sehingga lebih menarik minat. | **-** Dibutuhkan informasi dan referensi untuk semua kalangan.  - *Event* yang ada mengharuskan penikmat fesyen baik yang pemula memiliki pengetahuan mendasar tentang fesyen karena hanya berisi pameran dan tidak membahas informasi mendasar, sehingga dibutuhkan media informasi pendukung untuk dapat menikmati dan memahami. |
| **T** | **S – T** | **W - T** |
| **-** Cuaca yang tidak menentu.  - Lokasi dan waktu yang berpindah – pindah. | - Dibutuhkan lokasi yang tetap atau media yang memuat informasi mengenai lokasi.  - Dibutuhkan lokasi dalam ruangan yang tersebar dan mudah dijangkau. | **-** Selain dibutuhkan pengetahuan fesyen, pengetahuan tentang *update* acara pun harus dipantau. |

Tabel 2.1 Matrikulasi SWOT *Event*

*Event* fesyen yang digunakan sebagai media, memamerkan referensi fesyen terkini kurang berisi informasi yang dapat diterima seluruh kalangan karena didominasi acara yang memperlihatkan pameran referensi fesyen saja tanpa penjelasan atau informasi mendetail, dan hanya komunitas – komunitas yang memiliki pengetahuan dasar yang dapat menikmati acara tersebut, sehingga kurang diminati oleh pemula.

1. **Akun *Lookbook* Indonesia (Instagram)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **S** | **W** |
|  | - Diakses dengan cepat  - Praktis karena terdapat di jejaring sosial.  - Memuat banyak referensi baru tiap harinya.  - Mudah diakses. | **-** Tidak memiliki penjelasan informasi di kolom *caption*nya.  - Belum selektif dalam memilih *role model,* masih berdasarkan postingan yang tersebar di instagram.  - Banyaknya referensi yang tidak sesuai namun diikuti. |
| **O** | **S - O** | **W – O** |
| **-** Pengguna jejaring sosial, khususnya instagram semakin meningkat karena diminati oleh remaja.  - Sebagian besar remaja memiliki *gadget* dan akun instagram. | - Media yang dibutuhkan mudah diakses, cepat, dan banyak penggunanya.  - Referensi terbaru diterima secara cepat. | **-** Akibat mudah diakses maka postingan yang baik/buruk tidak dapat diseleksi, apalagi tidak dilengkapi dengan *caption* informasi, maka kolom *caption* sebagai penjelasan informasi dibutuhkan karena dikhawatirkan dapat mudah mempengaruhi remaja.  - Contoh yang belum terpilih secara selektif dapat mudah diminati para remaja, sehingga dibutuhkan contoh yang sesuai dengan etika. |
| **T** | **S – T** | **W - T** |
| **-** Tidak tersedianya akses internet.  - Banyak akun – akun lain yang lebih menarik dan diminati. | - Memicu adanya media *offline* yang praktis.  - Diminatinya referensi yang tidak sesuai etika membuat dibutuhkannya media yang praktis dan memuat banyak referensi positif yang dituangkan secara menarik dan sesuai dengan etika. | **-** Dibutuhkannya media *offline* yang berisi informasi mengenai referensi fesyen yang sesuai etika sehingga para remaja lebih selektif.  - Referensi yang ada mudah diikuti, sehingga dibutuhkan media yang mengarahkan mengenai pemilihan pakaian yang baik dan buruk. |

Tabel 2.2 Matrikulasi SWOT Akun Instagram

Akun di jejaring sosial dapat menjadi media yang cukup diminati remaja, karena sering bersentuhan dengan keseharian remaja. Namun berdasarkan fakta di lapangan, tidak semua remaja ketergantungan pada *gadget* atau jejaring sosial karena sebagian remaja beranggapan bahwa *gadget* memiliki beberapa pengaruh negatif.

1. **Majalah**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **S** | **W** |
|  | - Berbentuk fisik.  - Mudah dibawa dan disimpan.  - Muncul secara berkala.  - Banyak informasi yang tertuang dan referensi yang beragam. | **-** Harus dibeli ataupun berlangganan.  - Gaya visual cenderung itu – itu saja  - Tidak sedikit *style* kebarat - baratan yang irit bahan pun dituangkan. |
| **O** | **S - O** | **W – O** |
| **-** Mudah didapat  - Sudah tersedia dalam bentuk *e- book* | - Media yang dibutuhkan mudah didapat mudah dibawa dan disimpan dengan referensi yang beragam, juga ditunggu tiap edisinya. | **-** Banyaknya referensi yang dapat menjadi sumber peniruan dalam gaya berpakaian, maka dibutuhkan sumber informasi yang juga mengedukasi mengenai baik dan buruk dalam memilih gaya berpakaian.  - Baik cetak maupun *e- book* diserti dengan visual yang diminati oleh remaja. |
| **T** | **S – T** | **W - T** |
| **-** Banyaknya visual yang lebih berkembang mengikuti zaman dan diminati remaja  - Tidak semua remaja berlangganan | - Referensi yang dituangkan dalam visual yang menarik dan mengikuti visual yang sedang berkembang dan diminati. | **-** Media memuat *style* yang sesuai dengan etika, dan visual yang beragam dan mengikuti perkembangan zaman, akan menumbuhkan minat remaja. |

Tabel 2.3 Matrikulasi SWOT Majalah

Majalah yang memuat banyak referensi fesyen, beberapa tampilannya kurang diminati karena kurang mengikuti perkembangan, minat dan kesukaan remaja. Sehingga membuat bosan, maka visual yang dituangkan harusnya lebih mengikuti perkembangan sehingga akan lebih menarik untuk remaja.

1. **Buku Fesyen**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **S** | **W** |
|  | - Mudah dibawa dan disimpan.  - Tidak hanya memuat referensi tapi juga edukasi.  - Berisi mengenai yang menjadi *trend.* | **-** Edukasi cenderung membahas teknik pembuatan pakaian.  - Sebagaian besar sebagai fasilitas untuk yang akan dan sudah terjun ke dunia fesyen. |
| **O** | **S - O** | **W – O** |
| **-** Isinya dipercaya.  **-** Tersedia di toko buku.  - Remaja memiliki minat terhadap membaca. | - Media yang dibutuhkan mudah didapat mudah dibawa dan disimpan yang memuat informasi, referensi dan edukasi yang diminati. | **-** Dibutuhkan informasi untuk pemula yang baru tertarik terhadap fesyen (bukan yang akan maupun sudah terjun di dunia fesyen). |
| **T** | **S – T** | **W - T** |
| **-** Muncunya buku – buku dengan konsep yang lebih menarik.  - Minat terhadap novel lebih tinggi | - Informasi berupa referensi dan edukasi dapat dituangkan dengan konsep yang menarik dan terdapat unsur cerita. | **-** Pemula lebih memilih pembahasan lain karena tidak tersedianya informasi mendasar yang dibutuhkan, maka dibutuhkan media yang dapat memfasilitasi untuk pemula yang tertarik terhap fesyen. |

Tabel 2.4 Matrikulasi SWOT BukuFesyen

Buku yang digunakan sebagai media informasi dan edukasi, didominasi oleh edukasi mengenai teknik pembuatan pakaian untuk yang akan maupun sudah terjun di dunia fesyen, sedangkan untuk penikmat yang sebatas tertarik untuk mengenal dan mengikuti *style – style* fesyen masih kurang tersedia dan memiliki kemungkinan untuk lebih meminati buku – buku dengan konsep yang lebih menarik atau novel.

Berdasarkan matrikulasi SWOT yang dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa dibutuhkan informasi lengkap mengenai fesyen secara selektif yang sesuai dengan etika, dan dituangkan dalam media yang diminati oleh remaja. Sejauh ini, remaja menyukai konsep – konsep kreatif yang dituangkan dalam buku – buku yang bermunculan, dan menyukai penyampaian dan visual yang terdapat dalam buku/novel yang mengikuti perkembangan visual saat ini, namun para remaja tidak menutup mata dengan munculnya media elektronik, khususnya *gadget*, karena sering bersentuhan dengan keseharian remaja, tetapi dalam *event* dan festival dapat menciptakan timbulnya ketertarikan dengan adanya interaksi. Maka dari itu perancangan ini menjadi penting, untuk membuat media yang dapat menuangkan informasi yang dibutuhkan oleh remaja melalui media yang diminati remaja, yaitu buku dengan visual yang tengah berkembang (buku ilustrasi), tetapi juga didukung oleh media yang dekat/hadir dalam keseharian remaja yaitu dituangkan melalui media elektronik (jejaring sosial).

2.2 *Problem Statement & Problem Solution*

2.2.1 *Problem Statement*

Ditengah ketertarikan atau minat remaja yang tinggi terhadap fesyen populer, remaja memiliki dorongan ingin tampil gaya serta kekinian. Namun, *trend* fesyen yang saat ini terlihat semakin minim, tetapi sebagian remaja tetap merasa nyaman dan tidak masalah mengenakan pakaian yang irit bahan, hanya karena tidak mau ketinggalan zaman, sehingga hanya terkesan ikut – ikutan, bahkan tidak sedikit dari para remaja yang memaksakan diri karena tidak memiliki pengetahuan lebih mengenai fesyen, terlebih lagi pengetahuan lebih mengenai gaya ber-fesyen yang sesuai dengan etika berpakaian.

2.2.2 *Problem Solution*

Berdasarkan *problem statement* yang dikemukakan, maka dibutuhkan media yang dapat menambah pengetahuan remaja mengenai fesyen sekaligus informasi mengenai etika dalam berpakaian yang baik dan benar untuk remaja, sehingga dalam meniru, remaja bisa lebih selektif. Dengan solusi yaitu dibuatnya sebuah panduan berupa buku ilustrasi yang diminati remaja dan didukung dengan menggunakan teknologi (jejaring sosial) yang dapat lebih mudah diakses dan dijangkau oleh para remaja.

2.3 Landasan Teori

2.3.1 Teori/ Model Utama

1. **Desain**

Kata “desain” berasal dari bahasa Itali “designo” dan dari bahasa Latin “designare” yang bermakna membuat, merancang, merencanakan, atau membentuk sesuatu. Namun menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, desain diartikan sebgai kerangka bentuk atau rancangan. Sedangkan (Sachari 1986) mengungkapkan bahwa dalam kamus Webster, pengertian *design* adalah gagasan awal, rancangan, perencanaan, pola, susunan, rencana, proyek, hasil yang tepat, produksi, membuat, mencipta, menyiapkan, menyusun, meningkatkan, pikiran, maksud, kejelasan, dan seterusnya.

Pada dasarnya terdapat banyak pengertian tentang desain. Pengertian lain tentang desain adalah bahwa desain merupakan suatu proses kreatif dalam memecahkan suatu permasalahan dalam hal yang menyangkut perancangan suatu objek yang bersifat fungsional atau estetis,yang pada prinsipnya melihat aspek teknis, fungsi, material, tanpa melepaskan unsur warna, garis, tekstur, keseimbangan komposisi, dan bentuk (Beta 2008). Berdasarkan beberapa pernyataan mengenai desain dapat disimpulkan bahwa desain adalah sebuah proses perancangan dari sebuah ide gagasan/permasalahan yang menyangkut benda cipta dengan berdasarkan pada aspek teknis, fungsi dan material. Desain biasa diterjemahkan sebagai seni terapan, arsitektur, dan berbagai pencapaian lainnya. Dalam sebuah kalimat, kata desain bisa digunakan baik sebagai kata benda maupun kata kerja. Sebagai kata kerja, desain memiliki arti proses untuk membuat dan menciptakan objek baru. Sebagai kata benda desain digunakan untuk menyebut hasil akhir dari sebuah proses kreatif, baik itu berwujud sebuah rencana, proposal, atau bentu dari objek nyata.

Maka secara umum desain memiliki arti sebagai suatu rancangan yang dilahirkan dari konsep pemikiran seseorang atau lebih. Berdasarkan daya kreativitas cipta, rasa dan karsa yang dimilikinya dan dituangkan atau disusun dalam bentuk (pola) dua dimensi atau tiga dimensi, yang pada akhirnya akan melahirkan satu produk materil dan dapat diterapkan pada kehidupan nyata. Desain memiliki tujuan utama yaitu untuk memecahkan masalah.

1. **Buku dan Buku Ilustrasi**

Menurut kamus besar bahasa indonesia, buku merupakan kumpulan lembar kertas berjilid, berisi tulisan atau kosong. Menurut Kamus Oxford, buku merupakan sebuah karya yang ditulis atau dicetak yang terdiri dari halaman yang di lem atau dijahit bersama-sama di satu sisi dan terikat di sampul.

Buku ilustrasi merupakan salah satu bentuk penyampaian pesan dengan bentuk teks disertai dengan gambar ilustrasi yang mendukung dan dikemas menjadi sebuah buku. Buku ilustrasi sendiri terdiri dari beberapa jenis, yang diantaranya adalah buku yang menjadikan ilustrasi sebagai elemen utamanya, sehingga teks hanya berfungsi sebagai penjelasan dari ilustrasi tersebut. Selanjutnya buku yang ilustrasinya berfungsi sebagai tambahan atau sebagai penjelas dari teks yang ada. Kemudian buku yang menjadikan ilustrasi sebagai dekorasi atau elemen grafis dan memiliki sedikit keterkaitan dengan isi teks.

1. **Ilustrasi**

Istilah ilustrasi berasal dari bahas latin yaitu “*ilustrare*”, yang artinya menerangkan sesuatu, maka ilustrasi merupakan gambar yang dipakai untuk menjelaskan atau menerangkan sesuatu berupa teks, cerita, keadaan, adegan, atau peristiwa melalui sebuah gambar sehingga akan memudahkan tulisan atau informasi menjadi mudah dimengerti. Ilustrasi yang baik haruslah memenuhi beberapa persyaratan, diantaranya adalah harus komunikatif artinya mudah dipahami dan dimengerti sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik, harus informatif artinya bersifat memberikan sebuah informasi tentang pesan yang akan disampaikan, tidak rumit, dan pembuatannya haruslah disesuaikan dengan tema atau pesan yang akan disampaikan.

Seiring berkembangnya zaman, teknik ilustrasi terbagi menjadi dua yaitu teknik manual dan juga *digital* dengan bantuan beberapa *software*. Gaya ilustrasi terbagi menjadi beberapa jenis, diantaranya adalah :

- Realis, merupakan gaya gambar yang merujuk pada kesamaan objek yang digambar.

- Surealis, merupakan gaya gambar yang menitikberatkan kepada khayalan, dan terkadang menggunakan beberapa pendekatan seperti metafora, hiperbola, atau personifikasi.

- Kartun, merupakan gaya gambar yang memiliki kesan lucu, penuh warna dan menarik untuk dilihat.

- Karikatur, merupakan gaya gambar yang tidak menghiraukan proporsional objeknya.

- *Japan style*, merupakan gaya gambar yang merujuk pada gaya gambar manga, yang terkenal dengan mata besar dan warna rambut yang kaya warna.

- *American style*, merupakan gaya yang merujuk padagaya gambar amerika dengan ciri tubuh penuh otot dan bentuk wajah segi empat

- P*op art*, merupakan gaya gambar yang saling menindih objek yang satu dengan objek lainnya.

- Fotografi, merupakan gaya gambar yang menggunakan foto sebagai ilustrasinya.

(Wiranda 2013, ‘Ilustrasi Multi-edukasi Pada Buku Cerita Anak-anak Sekolah Sayur-sayuran’, hh.15-17)

1. **Media**

Kata media berasal dari bahasa latin dan merupakan bentuk jamak dari kata medium yang secara harfiah berarti perantara atau pengantar. Menurut (Luhan dalam Basuki 1992), media adalah semua saluran pesan yang dapat digunakan sebagai sarana komunikasi dari seseorang kepada orang lain yang tidak ada di hadapannya. Menurut (Criticos yang dikutip oleh Daryanto 2011), media merupakan salah satu komponen komunikasi, yaitu sebagai pembawa pesan dari komunikator menuju komunikan. Dalam perancangan tugas akhir ini, dibuat media sebagai media informasi dan edukasi.

Media Informasi dapat disimpulkan sebagai alat untuk mengumpulkan serta menyusun kembali sebuah informasi sehingga menjadi bahan yang bermanfaat bagi penerima informasi, adapun penjelasan (Sobur 2006) mengungkapkan bahwa media informasi merupakan alat-alat grafis, fotografis atau elektronis untuk menangkap, memproses, serta menyusun kembali informasi visual. Dan media edukasi merupakan segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menyalurkan pesan dari pengirim ke penerima sehingga dapat merangsang fikiran, perasaan, minat dan perhatian sedemikian rupa sehingga terjadi proses belajar.

1. ***Fashion***

Pengertian *fashion*, mengacu pada Oxford English Dictionary (OED), secara etimologi merupakan bahasa latin, factio, yang artinya membuat. Karena itu, arti asli fesyen adalah sesuatu kegiatan yang di lakukan seseorang, tidak seperti dewasa ini yang memaknai fesyen sebagai sesuatu yang dikenakan seseorang.

Fesyen dan pakaian merupakan cara yang paling signifikan yang bisa di gunakan dalam mengonstruksi, mengalami dan memahami relasi sosial dewasa ini. OED menyusun daftar sembilan arti berbeda dari kata fesyen. Salah satunya, fesyenbisa saja di definisikan sebagai sesuatu seperti bentuk dan jenis tata cara atau cara bertindak tertentu. Menurut Polhemus dan Procter, masyarakat kontemporer barat, kerap menggunakan istilah fesyen sebagai sinonim dari istilah dandanan, gaya dan busana (Barnard 2009, ‘*Fashion* sebagai komunikasi’, h.13).

Fesyen dapat diklasifikasikan bedasarkan beberapa kelompok, yaitu diantaranya :

* Berdasarkan jenis *style*

Jenis fesyen yang termasuk dalam pengklasifikasian berdasarkan jenis *style* diantaranya adalah fesyen dengan *style classic elegant*, *sporty cassual, feminine romantic, art of beat, exotic dramatic, dan sexy alluring* yang biasa juga diartikan sebagai *style glamour*.

* Berdasarkan kepribadian

Jenis fesyen yang termasuk dalam pengklasifikasian berdasarkan kepribadiandiantaranya adalah fesyenberdasarkan kepribadian *sporty*, klasik, *romantic*, ekspresif dan natural.

* Berdasarkan subkultur

Jenis fesyen yang termasuk dalam pengklasifikasian berdasarkan sub kultur, terbagai lagi menjadi tiga kategori, yang pertama adalah musik yang terdiri dari beberapa jenis *style* fesyen yaitu glam rock, grunge, heavy metal, hip – hop, psychobilly, punk, rockabilly, rock, techno, trance, ambient or chillout. Kedua adalah kategori *social rebellion*, jenis *style* fesyen yang termasuk ke dalam kategori ini adalah beatnik, casual, cyberpunk, eco, new age, psychedelic, rocker, biker, skinhead, zoots. Ketiga adalah kategori kultur, jenis *style* yang termasuk ke dalam kategori ini adalah afrocentric, cowboy, fetish, goth, greaser, hippie, lolita, mod, preppy, skater, steampunk, surfer, dan teddy girl. Namun dalam kategori kultur terdapat penggelompokkan *style* fesyen berupa pop kultur yang di dalamnya berisi *style – style* fesyen yang lahir dari budaya populer, diantaraya seperti *japanese style* juga k – pop *style* yang saat ini gaya *street style*nya banyak diminati dan diikuti oleh para remaja.

* Berdasarkan aktivitas

Jenis fesyen yang termasuk dalam pengklasifikasian berdasarkan aktivitas diantaranya adalah *style* fesyen formal, casual, dan aktif.

* Berdasarkan estetika

Jenis fesyen yang termasuk dalam pengklasifikasian berdasarkan estetika diantaranya adalah *style* fesyen deconstruction, *style* minimalism, *style* *classic*, *style* eclectic, dan *style fesyen* avant grade (Calderin 2013, ‘*Fashion design’.* hh. 81 - 89).

1. **Etika dalam berpakaian**

Etika dapat diartikan sebagai sopan santun, etika menjadi penting dalam masa remaja, karena remaja merupakan masa transisi yang merupakan usia dimana, sering bingung tentang apa yang baik dan buruk, tentang apa yang boleh dan yang tidak. Salah satunya adalah mengenai fesyen atau saat berpakaian. Maka terdapat beberapa etika dalam berpakaian yang diantaranya adalah busana yang trendi tidak hanya mengenai gaya, tetap juga harus cocok dengan suasana. Selain itu, ber-fesyen yang baik yang sesuai dengan etika dalam berpakaian haruslah yang memenuhi kriteria 4s – sesuai, serasi, sederhana, sopan. Sopan berarti di tempat mana pun berada, acara apapun yang dihadiri, pakaian yang sopan harus selalu menjadi pilihan, karena pakaian yang sopan akan menunjukkan pribadi yang sopan. Dan pakaian yang dinilai minim bisa menyebabkan orang – orang di sekitar memalingkan muka atau merendahkan, bahkan pakaian yang minim bisa mengundang tatapan nakal dan mengundang kriminilitas seperti pelecehan seksual. Selanjutnya adalah serasi, yang berarti menyesuaikan segala *fashion item* yang akan dikenakan mulai dari *make up*, gaya rambut, sepatu, aksesori hingga pakaian yang dikenakan, tidak lupa juga menyesuaikan dari warnanya. Kemudian sederhana, yang berarti menggunakan pakaian yang tidak berlebihan dan mengandung detail yang terkesan berat dan mengusik mata. Pakailah pakaian yang sederhana dan tidak mencolok, ramai, tidak ngejreng, dan yang terpenting adalah pas atau cocok dikenakan di tubuh sehingga enak dilihat. Tidak perlu terlalu tergila – gila dengan merk dan menjadi korban mode, karena baju – baju mahal atau bermerk tidak selau cocok dikenakan siapapun. Yang terakhir adalah sesuai, yang terbagi menjadi beberapa kategori, diantaranya adalah acara, bentuk tubuh, umur, dan kepribadian (Uno 2009, ‘Buku Pintar Etiket untuk Remaja’, hh. 177-179).

2.3.2 Teori/ Model Pendukung

1. **Psikologi Perkembangan Remaja**

Awal masa remaja berlangsung kira – kira dari usia 13 tahun sampai 16 –17 tahun. Masa remaja memiliki ciri sebagai periode yang penting di dalam masa remaja terdapat periode yang penting karena adanya akibat fisik dan psikologis. Selain itu, masa remaja merupakan periode peralihan dari anak – anak menuju dewasa sehingga untuk mencoba gaya hidup yang berdeda dan menentukan perilaku, remaja bertindak seperti anak – anak sesuai umurnya namun seringkali saat berusaha berperilaku seperti orang dewasa, remaja dianggap belum cukup besar. Masa remaja juga diartikan sebagai periode perubahan, karena di masa remaja terjadi banyak perubahan yaitu meningginya emosi, perubahan tubuh, minat dan peran yang diharapkan dalam kelompok, nilai – nilai dalam diri remaja berubah, sikap pun berubah. Masa remaja pula merupakan masa mencari identitas, remaja selalu siap untuk menempatkan idola dan ideal mereka sebagai pembimbing dalam mencapai identitas akhir (Erikson dalam Hurlock 1980, ‘Psikologi Perkembangan’, hh.207-209). Selain itu, remaja juga merupakan masa menimbulkan ketakutan, masa yang tidak realistik, dan ambang masa dewasa.

Menurut tahap perkembangan, masa remaja dibagi menjadi tiga tahap yaitu :

a. Masa remaja awal (12-15 tahun), dengan ciri khas antara lain:

1) Lebih dekat dengan teman sebaya

2) Ingin bebas

3) Lebih banyak memperhatikan keadaan tubuhnya dan mulai berpikir abstrak

b. Masa remaja tengah (15-18 tahun), dengan ciri khas antara lain :

1) Mencari identitas diri

2) Timbulnya keinginan untuk kencan

3) Mempunyai rasa cinta yang mendalam

4) Mengembangkan kemampuan berpikir abstrak

5) Berkhayal tentang aktifitas seks

c. Masa remaja akhir (18-21 tahun), dengan ciri khas antara lain :

1) Pengungkapan identitas diri

2) Lebih selektif dalam mencari teman sebaya

3) Mempunyai citra jasmani dirinya

4) Dapat mewujudkan rasa cinta

5) Mampu berpikir abstrak

Masa remaja pada usia 15-18 tahun memiliki ciri masih mencari identitas diri, maka dapat disimpulkan bahwa pada usia ini, remaja masih dapat diedukasi dalam menentukan identitas dirinya, sebelum memasuki masa remaja akhir yaitu pada usia 18-21 yang memiliki ciri merupakan masa pengungkapan identitas diri. Didukung pula dengan teori AIO, bahwa remaja memiliki *interest* terhadap keluarga, rumah, pekerjaan, komunitas, rekreasi, pakaian, makanan, media, prestasi (Assael 1992, ‘Consumer Behaviour and Marketing Action’).

1. ***Layout* dan *grid layout***

Desain terdiri dari berbagai elemen grafis pembentuk desain– elemen grafis yang terdiri dari huruf, warna, bentuk, garis, tekstur, gambar/ilustrasi dan foto. Untuk memunculkan desain yang tepat, elemen-elemen tersebut harus disusun dengan *layout* (tata letak) yang sesuai. Menurut prinsip dasar desain yang diterapkan pada media terdapat beberapa prisip yang harus diperhatikan dalam *layout* desain, yaitu kesatuan, keberagaman, keseimbangan, ritme, proporsi, skala dan penekanan.

Pada dasarnya *layout* dapat dijabarkan sebagai tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep atau pesan yang dibawanya. Me-*layout* adalah salah satu proses atau tahapan kerja dalam sebuah perancangan. Dapat dikatakan bahwa desain merupakan arsiteknya, sedangkan *layout* pekerjanya. Namun definisi *layout*  dalam perkembangannya sudah sangat meluas dan melebur dengan definisi desain itu sendiri, sehingga banyak orang mengatakan bahwa me-*layout* itu sama dengan mendesain (Surianto 2008, ‘Layout - Dasar dan Penerapannya’, h.10). Tujuan utama dari *layout* adalah untuk menampilkan elemen gambar dan teks agar menjadi komunikatif serta dapat dengan mudah pembaca menangkap informasi yang disampaikan. Dengan penerapan komposisi elemen-elemen *layout* harus diperhatikan juga prinsip-prinsip *layout* agar elemen tersebut sesuai dengan prinsip- prinsip *layout*.

*Grid* merupakan garis vertikal maupun horizontal yang membagi halaman menjadi beberapa unit. *Grid* dapat membantu untuk menjaga keteraturan desain. Melalui sistem *grid*, akan menciptakan konsistensi dalam sebuah perancangan. *Grid Layout* yang digunakan dalam perancangan buku ilustrasi ini yaitu simetris *grid* dan eksplorasi *grid* yang digunakan dengan tujuan untuk merancang dan menciptakan *layout* yang lebih dinamis sesuai kebutuhan dan tujuan pada desain yang akan dibuat. Dengan cara memodifikasi atau mengeksplorasi dari sistem *grid* yang sudah ada maupun membuat sesuatu *grid* baru yang lebih fleksibel.

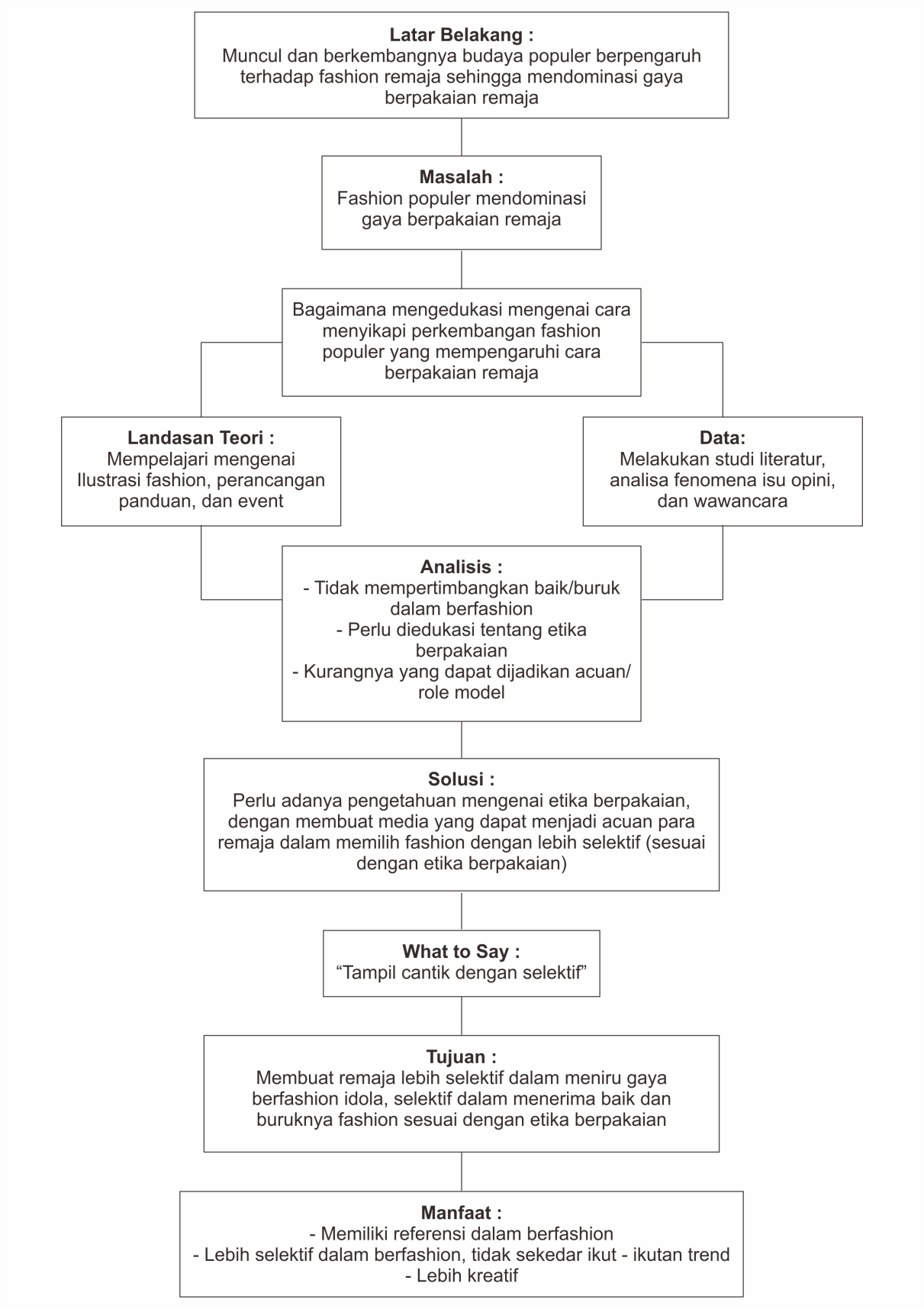
1. **Tipografi**

Tipografi merupakan unsur yang penting dalam sebuah perancangan, karena pemilihan tipografi dapat mempengaruhi kesesuaian dengan target yang dituju ataupun pesan yang akan disampaikan. Menurut (Lizard Wijayanto dalam artikelnya ‘Tipografi sebuah ilmu tentang huruf’) tipografi merupakan suatu ilmu dalam memilih dan menata huruf dengan pengaturan penyebarannya pada ruang-ruang yang tersedia, untuk menciptakan kesan tertentu. Sehingga memiliki tujuan dapat menolong pembaca untuk mendapatkan kenyamanan membaca semaksimal mungkin. Beberapa faktor atau prinsip yang perlu diperhatikan dalam tipografi diantaranya adalah *legibility* yang berpengaruh dalam kejelasan bentuk huruf yang dipilih sehingga membuat huruf tersebut dapat terbaca, selanjutnya *readability* yang berpengaruh terhadap tingkat keterbacaan huruf yang dipilih, kemudian *visibility* yang berpengaruh terhadap tingkat keterbacaan atau keterlihatan huruf dalam jarak tertentu, dan juga *clarity* yang berpengaruh terhadap kemudahan huruf atau tulisan dibaca dan dimengerti.

1. **Warna**

Warna merupakan elemen yang sangat penting, karena warna sebagai efek cahaya yang memberi kesan pada mata. Molly E. Holszchlag, seorang pakar tentang warna, dalam tulisannya “*Creating Color Scheme*” membuat daftar mengenai kemampuan masing-masing warna ketika memberikan respons secara psikologis kepada pemirsanya, sehingga dapat menghadirkan karakter dari suatu bentuk yang secara psikologis mempengaruhi perasaan. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Darmaprawira bahwa warna dapat mempengaruhi jiwa dan emosi manusia. Dalam hal ini dapat dikatakan, bahwa warna sebagai elemen untuk membangun kesan yang dapat mempengaruhi suasana perasaan, dimana kehadiran warna sangat penting untuk menambah nilai estetik dan artistik dalam satu kesatuan karya yang dirancang. Apabila diperhatikan setiap individu memiliki emosi yang berbeda-beda, hal tersebut bergantung terhadap sensitivitas seseorang terhadap warna. Maka selera warna yang berbeda-beda merupakan wujud dari ekspresi dan karakter seseorang. Pemilihan warna dalam pembuatan buku ilustrasi ini merupakan salah satu hal yang harus diperhitungkan dalam proses perancangan. Dalam perancangan buku ilustrasi ini, penulis memanfaatkan warna sebagai peranan untuk menampilkan karakter yang diharapkan, sehingga dapat mewakili target dan pesan, selain itu juga warna berperan sebagai identifikasi produk maupun target dan membangun minat untuk menarik perhatian target.

2.4 Kerangka Perancangan Tugas Akhir

****

Gambar 2.1 Kerangka Perancangan Tugas Akhir