

BAB I. PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Gaya hidup remaja pada jaman sekarang sudah begitu konsumtif karena keinginannya mengikuti jaman. Untuk diterima dan menjadi pusat perhatian di lingkungannya biasanya remaja berusaha untuk mengikuti tren pakaian kekinian, misalnya dengan mengonsumsi pakaian dengan merk terkenal dan terbaru dengan cara berbelanja (Kresdianto, 2014), terjadinya hal tersebut juga bisa dikarenakan adanya pengaruh dari media sosial yang digunakan remaja saat ini.

Gaya hidup remaja saat ini memang sangat dipengaruhi oleh sekitarnya, khususnya idola yang dipanutinya, sedangkan kemampuan finansial remaja tersebut belum tentu sama dengan idolanya, yang mengakibatkan adanya pemaksaan untuk membeli barang yang sama. Terlebih seiring dengan pesatnya perkembangan model pakaian, tentu akan menambah pengeluaran dan meningkatnya perilaku konsumtif dikalangan remaja. Perilaku konsumtif ini selain merugikan diri, juga dapat merugikan lingkungan karena limbah pakaian yang dapat menimbulkan polusi. Selain itu, total emisi gas rumah kaca dari produksi tekstil sudah mencapai 1,2 miliar ton per tahun, angka tersebut lebih banyak dari industri pelayaran dan penerbangan, zat tersebut pun dapat memengaruhi kesehatan para pekerja tekstil dan juga pemakai dari pakaian, dan zat tersebut dapat menyebar ke lingkungan (Ellen McArthur *Foundation*, 2018).

Dihitung dari tahun 2000 hingga 2020, produksi pakaian atau garmen di dunia sudah meningkat dua kali lipat dari sebelumnya. Jenis pakaian yang dibeli oleh konsumen biasanya jaket, celana dan baju, jumlah konsumsi ini pun meningkat 60% persen dibanding pada tahun-tahun awal Abad 21. Dengan adanya peningkatan tersebut, di beberapa negara bahkan sudah biasa dijumpai sampah-sampah baju bekas yang bahkan akhirnya menumpuk di tempat pembuangan sampah (Sax, 2018). Produk-produk tekstil dunia ternyata 50 persennya diproduksi oleh Tiongkok. Negara Tiongkok akhirnya harus dihadapkan dengan adanya persoalan polusi masif dari industri garmennya. Namun, Tiongkok

menanggulangnya dengan cara mendaur ulang pakaian-pakaian bekas dari seluruh dunia untuk diolah lagi menjadi benang. Namun pada tanggal 1 Januari 2018, pemerintah Tiongkok sudah melarang adanya impor 24 bahan baku industri dari seluruh dunia untuk didaur ulang dikarenakan adanya proteksi perdagangan, dengan adanya peraturan tersebut tentu akan memberi dampak bagi polusi di seluruh dunia (Davis dan Ding, 2018). Jika dibandingkan dengan satu dekade yang lalu, meningkatnya polusi dari bisnis busana ini sudah diakui oleh Wakil Ketua Asosiasi Industri Busana dan Sepatu dari Amerika Serikat, yaitu Nate Herman. Nate Herman mengatakan setelah Tiongkok memberhentikan kegiatan daur ulangnya, maka dampaknya industri akan terancam pola bisnis dikedepannya.

Di jaman seperti saat ini, kegiatan daur ulang pun dinilai kurang tepat, karena pakaian manusia saat ini banyak berbahan dasar dari material sintetis, bukan dari benang. Dengan adanya kondisi tersebut industri-industri busana akhirnya memilih untuk memproduksi lagi bahan baku dibanding dengan harus mendaur ulang benang. Namun jika mempertahankan pola yang seperti itu maka kedepannya pun akan berdampak pada lingkungan. Menurut *Ellen McArthur Foundation* yang ahli dalam polusi industri busana, memperkirakan bahwa total limbah bisnis busana seluruh dunia sudah bernilai sekitar US\$500 miliar per tahun. Peneliti tersebut mengusulkan berbagai kebijakan kegiatan ramah lingkungan, selain dengan cara mendaur ulang, untuk menjamin industri busana kedepannya yang tidak lagi merusak bumi (*Ellen McArthur Foundation*, 2018). Maka dari itu, dengan adanya kegiatan jual-beli ulang pakaian bekas yang masih layak pakai dirasa bisa efektif, karena tidak perlu lagi untuk mendaur ulang, hanya perlu dengan cara perawatan saja bagi pakaian tersebut.

Jual-beli pakaian bekas sebenarnya sudah ada sejak lama, namun akhir-akhir ini kegiatan tersebut sedang ramai kembali di kalangan remaja. Istilah untuk kegiatan tersebut diberi nama *thrift shopping*. Berbeda dengan jaman dulu, kegiatan *thrift shopping* ini bahkan sudah merambah ke media *online* yaitu media sosial dan juga *platform* belanja *online*. Kegiatan ini sebenarnya merupakan sebuah metode belanja yang bertujuan untuk penghematan, barang yang dibeli merupakan barang

pakaian yang sudah pernah dipakai atau biasa disebut *second-hand* (barang bekas), namun kualitas dari pakaian dari *thrift shop* ini kebanyakan masih sangat layak untuk dipakai. Sebenarnya kegiatan *thrift shop* saat ini cukup bertolak belakang dengan pengertian *thrift shop* yang dikemukakan oleh Parsons pada tahun 2002, menurutnya *thrift shop* merupakan salah satu kegiatan amal untuk menggalang dana. Berikut merupakan kutipan Parsons (2002) mengenai *thrift shop* atau *store*, “itu adalah sebuah toko yang menjual barang yang telah disumbangkan dimana keuntungan yang didapat digunakan untuk tujuan beramal”. Sedangkan, saat ini kegiatan *thrift shopping* tidak hanya untuk menggalang dana saja. Tetapi, kegiatan *thrift shopping* saat ini sudah masuk sebagai gaya hidup bagi sebagian orang. Pada awalnya orang yang melakukan kegiatan *thrift shop* ini akan merasa malu, karena gengsi membeli barang bekas. Namun, pada tahun 2017 kegiatan *thrift shop* ini mulai naik dikalangan remaja, khususnya mahasiswa.

Bagi mahasiswa melakukan *thrift shopping*, adalah kegiatan yang menarik, selain bisa menghemat pengeluaran, kegiatan ini menguji konsumen untuk memilah-milih pakaian yang masih bagus dan masih cocok untuk dipakai saat ini. Hal tersebut bisa mengasah kreatifitas sang pelaku dalam mencocokkan pakaian tanpa perlu ragu dana yang harus dikeluarkan, karena harga baju pada *thrift shop* ini sangat terjangkau. Kegiatan tersebut pun dinilai lebih banyak mempunyai hal positif dibanding negatifnya, juga sebenarnya kegiatan ini dapat meningkatkan kemampuan dalam bernegosiasi, karena jika pelaku *thrift shopping* ini lihai dalam melakukan bernegosiasi, maka harga yang didapat juga akan semakin murah. Gaya hidup *thrift shopping* ini memang sudah banyak dilakukan baik di luar negeri, maupun di dalam negeri. Seperti yang ditemukan oleh Arik dan Sugeng (2014), yang mengambil studi kasus pada salah satu universitas yaitu UNESA. Mahasiswa-mahasiswa disana pun ternyata sangat tertarik dengan kegiatan *thrifting* (kegiatan *thrift shopping*) ini. Namun, masih ada saja yang belum mengetahui tata cara perawatan dan bagaimana berbelanja barang *thrift shop* yang tepat. Terlebih lagi dengan melakukan *thrifting* dengan cara langsung datang ke pasar, masih ada yang merasa tidak nyaman dengan keadaan lingkungannya. Padahal sebenarnya bisa diatasi sendiri oleh konsumen tersebut.

Sebenarnya sudah ada pula media informasi melalui buku yang memberikan informasi tentang *thrift shop* ini, hanya saja menurut perancang masih kurang untuk menggambarkan dan memberikan tips melakukan *thrifting* secara visual. Karena kurangnya informasi yang menarik mengenai *thrift shop*. Maka dari itu, perlu dibuatnya media informasi mengenai *thrift shop* secara desain komunikasi visual agar pesan yang disampaikan lebih menarik sehingga orang yang ingin melakukan *thrift shopping* lebih paham dan tidak bingung lagi ketika melakukan *thrift shopping*.

I.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pernyataan latar belakang tentang *thrift shop* diatas, fenomena *thrift shopping* yang saat ini sedang melambung ini memang tidak terlepas dari beberapa masalah, berikut adalah identifikasi masalah dari latar belakang diatas yang sudah paparkan:

- Gaya hidup remaja yang konsumtif dalam pembelian pakaian mengakibatkan meningkatnya limbah garmen yang tidak diikuti oleh upaya pemanfaatan barang bekas pakaian, sehingga dapat mencemari lingkungan.
- Kurangnya informasi mengenai cara perawatan barang bekas dan cara jual-belinya dengan media dan visual yang menarik, khususnya pada produk pakaian bekas, padahal *thrift shop* merupakan gaya hidup berbelanja yang dapat menjadi solusi untuk pemanfaatan barang bekas.

I.3 Rumusan Masalah

Dilihat dari beberapa identifikasi masalah mengenai *thrift shopping* yang sudah dituliskan diatas, maka dapat dirumuskan beberapa masalah dari *thrift shopping* sebagai gaya hidup yang murah namun kekinian adalah sebagai berikut:

Bagaimana cara menginformasikan tentang pemeliharaan pakaian hasil *thrift shopping*, cara melakukan, hingga tips dan trick tentang *thrift shopping* dengan menggunakan media dan visual yang menarik?

I.4 Batasan Masalah

Setelah dilihat dari rumusan masalah diatas, maka perlu dibuat adanya batasan masalah dalam perancangan, agar perancangan ini disampaikan tetap terfokus. Maka dari itu, fokus dalam perancangan yang dilakukan dari September 2019 sampai Agustus 2020 ini adalah tentang cara perawatan, pemeliharaan pakaian bekas hasil *thrift shop*, hingga *tips, trick* dan cara melakukan *thrift shopping*. Perancangan ini ditujukan kepada remaja hingga dewasa awal, khususnya remaja dan dewasa awal yang meminati gaya hidup berbelanja *thrift shop* terutama produk *fashionnya* yang berada kota-kota besar Indonesia.

I.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan

Sebuah perancangan dibuat untuk mengatasi masalah yang ada, berikut merupakan tujuan dan manfaat dari perancangan.

1.5.1 Tujuan Perancangan

Tujuan dari adanya perancangan ini mengenai *thrift shop* ini adalah untuk memberikan keterangan tentang cara merawat barang *thrift shopping* khususnya pada produk pakaian bekas agar terhindar dari kuman atau bakteri, karena tidak sedikit barang bekas tersebut disimpan di tempat yang kotor. Selain itu, tujuan dari perancangan ini adalah untuk memberikan keterangan tentang *tips, trick* dan cara melakukan *thrift shopping*, sehingga dapat membantu ketika ingin melakukan *thrift shopping*.

1.5.2 Manfaat Perancangan

Perancang berharap hasil perancangan ini bermanfaat untuk para pelaku *thrift shopping*, khususnya yang ingin melakukan *thrift shopping* namun malas membaca artikel-artikel yang penuh huruf, maka dari itu perancang membuat informasi ini dengan menggunakan komunikasi visual yang dapat memperkaya referensi tentang *thrift shop* dalam bentuk visual yang menarik.