BAB I PENDAHULUAN

I.I Latar Belakang Masalah

Fashion merupakan istilah umum untuk mode menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan. *Fashion* merupakan pilihan gaya hidup yang dapat digunakan, secara tetap atau ditinggalkan (Piliang, 2004, h.306). Gaya hidup setiap individu biasanya merujuk pada kelompok tertentu. Benda-benda seperti baju, celana, aksesoris hingga bentuk model rambut dikombinasikan sedemikian rupa dengan tujuan terlihat menarik. Dalam perkembangannya, *fashion* bukan hanya berpakaian sekedar menutup tubuh, hiasan dan penambah daya tarik. Menurut Morris (1977, h.4) pakaian dapat juga membawa suatu pesan dan gaya hidup suatu masyarakat atau komunitas tertentu serta bentuk ekspresi identitas pribadi. Gaya berpakaian setiap individu akan cenderung menyesuaikan dengan kebiasaan hidupnya menurut situasi dan kondisi. Sebagai contoh seseorang yang bekerja akan menggunakan atribut tertentu untuk memberikan kesan rapih seperti sepatu kulit dan kemeja, begitupun ketika santai seseorang biasanya cukup memakai *tshirt* dan sepatu *sneakers*. Dari sekian banyaknya atribut yang bisa digunakan dalam berpenampilan, banyak pula pilihan *fashion* yang bisa diaplikasikan. Salah satu *item* yang banyak sering digunakan adalah celana *jeans.*

Celana *jeans* merupakan pakaian yang populer dan banyak digunakan oleh pria maupun wanita. Sejak kemunculannya pada abad ke-18, celana *jeans* telah menjadi simbol klasik Amerika hingga menjadi sebuah pilihan dalam berpenampilan di seluruh dunia. Downey (Hegarty, 2012) dalam artikel BBC menyatakan bahwa celana *jeans* adalah pakaian sederhana dan tidak rumit.

Miller (Hegarty, 2012) menyatakan alasan kesuksesan celana *jeans* adalah banyaknya hal yang telah dilakukan oleh pakaian ini dalam kultur sebagai konstruksi fisik, dimulai dari fungsi awalnya sebagai pakaian penambang, kelas pekerja, simbol pemberontakan melalui film seperti Rebel Without A Cause hingga digunakan remaja dalam sebuah subkultur.

Penggunaan celana *jeans* saat ini semakin populer juga di kalangan masyarakat Indonesia. Data Kementrian Perdagangan Indonesia, pada tahun 2015 menyebutkan penjualan pakaian pria didominasi oleh kategori pakaian luar yang mencapai 92,2% dari total penjualan. Celana *jeans* menempati nilai penjualan tertinggi. Jenis pakaian ini dianggap sebagai busana dasar dan biasa dipakai sehari-hari terutama karena iklim tropis Indonesia. Selain itu, harga yang terjangkau membuat pakaian ini juga paling banyak dibeli dibandingkan dengan jenis lainnya. Sementara untuk pakaian wanita, celana *jeans* menempati posisi teratas penjualan pakaian dengan pendapatan mencapai Rp. 15,8 miliar. Hal ini membuktikan bahwa tingkat kepopuleran celana *jeans* tinggi.

Banyaknya penggunaan celana *jeans* di kalangan masyarakat Indonesia, memunculkan juga beragam jenis celana *jeans* dan penggunanya. Salah satu keragamannya adalah kehadiran sebagian masyarakat, terutama pria dengan antusiasme dan fanatisme terhadap pakaian ini. Menurut Chung, Beverland, Farrelly dan kawan-kawan (Pertiwi, 2013) fanatisme adalah sebuah pemujaan yang tinggi terhadap sebuah objek dengan gairah, kedekatan, dan dedikasi diatas rata-rata atau tingkat pada umumnya. Para pria ini biasa disebut sebagai *denim head* atau *denim enthusiast.* Penganut subkultur ini sangat menyukai celana *jeans*, memiliki ketekunan lebih, memperhatikan detail dan konstruksi pada celana *jeans,* memperdalam pengetahuan tentang celana *jeans* hingga mengikuti sebuah forum *online*. Kemunculan subkultur ini didasari dengan anggapan bahwa celana lebih dari sekedar penampilan. "Celana *jeans* saat ini menjadi simbol kebiasaan, sebuah bahan yang digunakan untuk kenyamanan dan kecocokan" (Miller, 2012). Adanya jenis baru pada celana jeans seperti *denim selvedge* pun semakin menambah fanatisme para *denim enthusiast* di Indonesia terhadap pakaian ini. Nama-nama seperti Darahkubiru, INDIGO (Indonesian Denim Group) dan Denimsquad merupakan forum dan komunitas yang berdiri sebagai tempat bagi para *denim enthusiast* di Indonesia. Salah satu forum yaitu Darahkubiru muncul pada tahun 2009, ketika tren *denim* dan *jeans* di Indonesia cukup tinggi namun tidak ada media untuk berkumpul dan mendapat informasi mengenai *denim* dan *jeans* di Indonesia.

Selain forum, adapula kegiatan tahunan bagi para *denim enthusiast* yaitu Wall Of Fades. Acara ini merupakan acara tahunan yang terfokus pada industri *denim* khususnya di Indonesia. Tujuan penyelenggaraan Wall Of Fades yaitu sebagai ajang eksibisi dengan fokus targetnya adalah untuk mengedukasi dan memberikan pengetahuan yang lebih mendalam mengenai *jeans* kepada masyarakat dan mempertemukan para *denim enthusiast*.

Kegiatan yang biasa dilakukan para *denim enthusiast* di Indonesia adalah menjadikan sebuah celana *jeans* sebagai pilihan pakaian utama dalam beraktivitas. Lebih dari sekedar untuk berpenampilan, celana *jeans* dianggap memiliki nilai lebih hingga menjadi sebuah media dalam mengekspresikan kepribadian. Burford (2014) menyatakan "celana *jeans* adalah cerita hidupmu dalam sebuah kanvas *denim* kosong". Pemilihan celana *jeans* dan material didalamnya sangat diperhatikan oleh para *denim enthusiast*. Dalam artikel Hipwee mengenai *denim enthusiast*, Mustofa (2015) mengatakan bahwa "tidak hanya *smartphone* dan komputer yang memiliki spesifikasi, pecinta *jeans* atau *denim enthusiast* paham bahwa setiap celana memiliki sifat dan karakter yang berbeda". Material yang dipilih biasanya adalah *raw* atau mentah. Material ini dianggap berpengaruh bagi para *denim enthusiast*.

Ketika menggunakan celana secara terus-menerus, adapula kegiatan *denim enthusiast* yang tidak banyak dilakukan pengguna *jeans* pada umumnya yaitu menghasilkan *fading* atau dikenal dengan *break in jeans*. Sebenarnya *fading* yang dihasilkan para *denim enthusiast* di Indonesia maupun seluruh dunia merupakan proses dari pemakaian secara terus-menerus melalui kegiatan yang dilakukan para penganut subkultur ini. Meskipun banyak produsen yang telah menjual celana *jeans* dengan *fading* yang sudah jadi dan terlihat menarik, namun para *denim enthusiast* lebih memilih untuk membuat *fading* sendiri. Tampilan celana *jeans* yang terlihat kusam dan pudar, rusak pada bagian tertentu dapat memberi kepuasan dan menjadi kebanggan tersendiri bagi para *denim enthusiast* ketika adanya proses merubah sebuah *raw material jeans* menjadi *faded jeans*, berbanding terbalik dengan masyarakat yang lebih memilih *fading* celana yang secara instan dibuat oleh produsen.

Merek-merek *clothing line* di Indonesia yang bergerak pada celana *jeans* juga ikut mengapreasiasi kehadiran para *denim enthusiast* dengan menghadirkan produk yang menarik, sebut saja seperti seperti Oldblue, Sage, Vearst Jeans dan Mischief. Dimulai dari struktur celana *jeans* yang terbilang premium sampai alternatif *fashion* dalam kultur *jeans* yang diberikan *clothing line,* memberikan pilihan bagi para *denim enthusiast* untuk berkreasi. Pembahasan mengenai *denim enthusiast* juga sering diberikan oleh merek-merek *clothing line* tersebut. Namun informasi masih bersifat *highlight* disamping promosi produk dan belum menjangkau konsumen pada umumnya sedangkan segmentasi dari para *clothing line* tidak hanya berfokus para *denim enthusiast*.

Hadirnya subkultur *denim enthusiast* dengan antusiasme lebih pada celana *jeans* menjadi sudut pandang baru bagi masyarakat terutama pria yang sering menggunakan pakaian ini. Eksistensi *denim enthusiast* dapat dilihat dari adanya forum ataupun kegiatan eksebisi yang bertema *denim* dan *jeans*. Nilai-nilai filosofi yang dianut para *denim enthusiast,* proses yang dilakukan dan makna dalam celana *jeans* yang kusam dan rusak serta pengaruh sebuah celana *jeans*, belum banyak diketahui masyarakat bahkan ketika celana *jeans* bisa menjadi sebuah hobi. Peran *clothing line* sebagai produsen pun belum menjangkau konsumen atau pengguna *jeans* pada umumnya mengenai *denim enthusiast*. Melalui informasi mengenai *denim enthusiast*, pengenalan subkultur dan kegiatan yang dilakukannya, bisa memberi pandangan pengguna celana *jeans* umumnya dan panduan bagi konsumen baru yang ingin mencoba hobi menjadi seorang *denim enthusiast* sebagai alternatif penggunaan celana *jeans*.

I.2 Identifikasi Masalah

Sehubungan dengan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka identifikasi masalah dalam perancangan ini yaitu:

- Terdapat filosofi mengenai penggunaan celana *jeans* menurut para *denim enthusiast* yang belum diketahui pengguna *jeans* pada umumnya.

- Ada makna *fading* dan pengaruh dari sebuah celana *raw jeans* menurut *denim enthusiast* yang belum banyak diketahui masyarakat.
- Adanya proses dalam menghasilkan *fading* pada celana *jeans* melalui berbagai kegiatan yang dilakukan.
- Celana *jeans* bisa menjadi sebuah media hobi yang belum banyak diterapkan para pengguna *jeans* pada umumnya.
- Keterlibatan merek-merek *clothing line* sebagai produsen dalam memberi informasi celana *jeans* dan produk *denim enthusiast* masih terbatas, tidak semua konsumen merupakan *denim enthusiast*.

I.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

Bagaimana menyampaikan informasi mengenai fenomena subkultur *denim enthusiast* di masyarakat berkaitan dengan penggunaan celana *jeans* sebagai salah satu pakaian populer?

I.4 Batasan Masalah

Agar perancangan ini dapat terarah, dan tidak meluas, maka permasalahan akan berfokus kegiatan subkultur *denim enthusiast* dalam penggunaan celana *jeans*.

I.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, tujuan serta manfaat yang ingin dicapai dari perancangan diatas adalah:

a. Tujuan Perancangan

Tujuan yang ingin dicapai dari perancangan ini adalah untuk memberi informasi populer mengenai kehadiran *denim enthusiast* dalam kultur celana *jeans* agar dapat menjangkau pengguna *jeans* yang belum mengetahui adanya fenomena ini.

b. Manfaat Perancangan

Melalui perancangan ini, dapat diperoleh manfaat yaitu:

- Menambah wawasan mengenai makna sebuah pakaian melalui sudut pandang sebuah subkultur, dalam hal ini celana *jeans* berdasarkan hadirnya *denim enthusiast*.
- Mendapat alternatif ide mengenai penggunaan celana *jeans*, selain hal *fashion*.