

PENERAPAN SUSTAINABLE FASHION SEBAGAI SOLUSI DARI FAST FASHION WASTE MELALUI MEDIA BUKU INTERAKTIF

Nuala Amana ¹, Ganis Resmisari ²

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitektur dan Desain, Institut Teknologi
Nasional Bandung

E-mail: nuala.amana@itenas.ac.id , ganis@itenas.ac.id

Abstrak

Fast fashion adalah sebuah mode yang diproduksi secara cepat, murah, dan massal. Fast Fashion ini memberikan berbagai pilihan mode yang sedang tren dengan harga yang relatif terjangkau sehingga makin diminati oleh masyarakat saat ini. Fast Fashion merupakan tren mode yang melakukan proses replikasi desain mode kelas atas, sehingga masyarakat dapat “bergaya” dengan harga yang lebih terjangkau. Dalam prosesnya, Fast Fashion menggunakan material dan metode produksi yang tidak ramah lingkungan untuk dapat memenuhi kebutuhan pasar dan untuk menghasilkan keuntungan sebanyak mungkin. Akibat, banyak dampak negatif yang dapat ditimbulkan dari industri Fast Fashion ini. Berbagai dampak negatif yang ditimbulkan dari industri ini dinamakan “Fast Fashion Waste”. Metode penelitian yang digunakan untuk mendalami isu ini adalah metode kualitatif. Pada penelitian kali ini, peneliti ini tidak berinteraksi langsung dengan subjek penelitian atau partisipan, maka disebut dengan penelitian kualitatif non-interaktif. Penelitian ini lebih fokus pada analisis data yang ada seperti arsip, dokumen, atau rekaman. Solusi yang ditawarkan untuk meminimalisir dampak dari Fast Fashion Waste tersebut adalah memberikan pemahaman dan informasi secara mendalam terkait topik Fast Fashion melalui sebuah buku interaktif. Buku ini diharapkan dapat menjadi buku yang didalamnya mencakup sebuah media informasi, edukasi, komunikasi dan interaksi agar lebih menarik dibaca dan dipahami untuk khalayak umum.

Kata Kunci: *Fast Fashion, Fast Fashion Waste, Buku Interaktif*

Abstract

Fast fashion is a fast, cheap, and mass-produced fashion. Fast Fashion provides a variety of fashion options that are trending at relatively affordable prices that are increasingly appreciated by today's society. Fast Fashion is a fashion trend that performs the process of replicating top-class fashion design, so that the society can be "style" at a more affordable price. In the process, Fast Fashion uses materials and production methods that are not environmentally friendly to meet the needs of the market and to generate as much profit as possible. As a result, many of the negative impacts that can be caused by this Fast Fashion industry are called "Fast Fashion Waste". The research method used to investigate this issue is qualitative. In this study, the researchers did not interact directly with the subjects or participants, so it's called non-interactive qualitative research. This research is more focused on the analysis of existing data such as archives, documents, or records. The solution offered to minimize the impact of such Fast Fashion Waste is to provide in-depth understanding and information related to Fast Fashion topics through an interactive book. The book is expected to be a book that includes a medium of information, education, communication and interaction to make it more interesting to read and understand to the general public.

Keywords: *Fast Fashion, Fast Fashion Waste, Interactive Books*

1. Pendahuluan

Teknologi akan berkembang dari waktu ke waktu. Teknologi akan menghasilkan berbagai perubahan yang terus bermunculan, hingga menghasilkan sebuah perubahan. Seperti halnya dengan tren mode atau tren fashion, “The fashion industry is one of the global industries that has short cycles, fluctuating demand, extraordinary product variations, long supply process and complicated supply chains.” Yang berarti, industri fashion merupakan salah satu global industri dengan siklus yang pendek, permintaan yang tidak tetap atau tidak stabil, variasi produk yang beragam, proses pemasokan dan produksi yang panjang dan kompleks. Seiring dengan berkembangnya teknologi, tren fashion terus bermunculan, terus berinovasi seakan tidak ada habisnya. Walaupun perkembangan dan perubahan akan terus terjadi seiring berjalannya waktu, perkembangan tren fashion ini dapat dikatakan terjadi terlalu cepat dengan waktu yang relatif terlalu singkat, sehingga menimbulkan banyak dampak negatif dari berbagai aspek kehidupan. Tren fashion yang terjadi dengan cepat dengan waktu yang relatif singkat ini disebut dengan Fast Fashion. Fast fashion adalah sebuah mode yang diproduksi secara cepat, murah, dan massal. Fast Fashion ini memberikan berbagai pilihan mode yang sedang tren dengan harga yang relatif terjangkau sehingga makin diminati oleh masyarakat saat ini. Fast Fashion merupakan tren mode yang melakukan proses penyalinan dan replikasi desain mode kelas atas, sehingga masyarakat dapat “bergaya” dengan harga yang lebih terjangkau. Hal ini dilakukan untuk meraup keuntungan dan pendapatan sebanyak mungkin. Dalam beberapa tahun terakhir, industri fashion ini menghasilkan sebesar 180.000.000.000 (Seratus delapan puluh miliar dolar Amerika Serikat) setiap tahunnya. Berdasarkan presentase, industri fashion menyumbang sekitar 4% dari total GDP (Gross Domestic Product) atau perhitungan perekonomian di Amerika Serikat. Dalam prosesnya, Fast Fashion ini menggunakan material yang tidak ramah lingkungan dan metode produksi yang tidak ramah lingkungan untuk dapat memenuhi kebutuhan pasar dan untuk menghasilkan keuntungan sebanyak mungkin. Maka dari itu, banyak dampak negatif yang dapat ditimbulkan dari industri Fast Fashion ini.

Mulai dari aspek sosial, perekonomian, lingkungan, atau keuangan, keseluruhan dampak negatif tersebut merugikan berbagai pihak. Beberapa contoh dampak negatif yang sedang terjadi akibat fenomena Fast Fashion ini adalah industri ini merupakan pemasok emisi gas rumah kaca terbesar setelah semen dan logam baja, pencemaran air akibat pelepasan 500.000 ton serat mikro ke laut atau eksploitasi tenaga kerja. Berbagai banyaknya dampak negatif yang ditimbulkan dari industri Fast Fashion ini dinamakan “Fast Fashion Waste”. Fast Fashion Waste atau disebut dengan Kerugian dari Fast Fashion mengangkat isu-isu negatif yang terjadi akibat cepatnya proses dari industri Fast Fashion. Saat ini, banyak upaya yang dapat dilakukan untuk meminimalisir dampak-dampak yang ditimbulkan dari Fast Fashion Waste ini, seperti *thrifting*, *mix and match* baju, penerapan *slow fashion*, penerapan *old money fashion*, penerapan *sustainable fashion*, *pendaur ulangan* bahan tekstil, *sewa baju*, dan lain sebagainya. Target audience pada perancangan kali ini adalah generasi *millennial* (yang sekarang berumur 24-29 tahun) dan merupakan populasi terbesar di dunia. Generasi *millennial* yang sekarang umumnya sudah berkarir merupakan generasi yang melek dengan teknologi, karena lahir di saat teknologi sudah berkembang dan terus mengikuti perkembangan teknologi saat zaman juga semakin berkembang. Dengan tingginya penggunaan sosial media saat ini, generasi *millennial* dikatakan merupakan generasi yang memiliki budaya gengsi dan konsumtif yang tinggi. Sudah memiliki pendapatan sendiri dan generasi yang dikatakan “Achievement Oriented”, membuat generasi ini cenderung mengeluarkan uangnya untuk kepentingan pribadi, salah satunya sebagai salah satu ajang “pamer” di sosial medianya. Generasi *millennial* ini merupakan target audiens yang paling tepat untuk mengkaji fenomena “Fast Fashion Waste” sebagai salah satu penyumbang besar pembelian produk-produk dari Fast Fashion.

Solusi yang ditawarkan penulis untuk meminimalisir dampak dari Fast Fashion Waste tersebut adalah memberikan pemahaman dan informasi secara mendalam terkait Fast Fashion dan Fast Fashion Waste-nya itu sendiri. Pemahaman dan informasi yang diberikan akan dituangkan melalui sebuah buku dengan media komunikasi yang lebih menarik yaitu buku interaktif. Buku ini diharapkan dapat menjadi buku yang didalamnya mencakup sebuah media informasi, edukasi, komunikasi dan interaksi agar lebih menarik dibaca dan dipahami untuk khalayak umum.

1.1 Identifikasi Masalah

Masalah umum: Industri Fast Fashion menggunakan material yang tidak ramah lingkungan dan metode produksi yang tidak ramah lingkungan untuk dapat memenuhi kebutuhan pasar dan untuk menghasilkan keuntungan sebanyak mungkin. Maka dari itu, banyak dampak negatif yang dapat ditimbulkan dari industri Fast Fashion ini. Mulai dari aspek sosial, perekonomian, lingkungan, atau keuangan, keseluruhan dampak negatif tersebut merugikan berbagai pihak. Beberapa contoh dampak negatif yang sedang terjadi akibat fenomena Fast Fashion ini adalah industri ini merupakan pemasok emisi gas rumah kaca terbesar setelah semen dan logam baja, pencemaran air akibat pelepasan 500.000 ton serat mikro ke laut atau eksploitasi tenaga kerja. Berbagai banyaknya dampak negatif yang ditimbulkan dari industri Fast Fashion ini dinamakan “Fast Fashion Waste”.

Masalah Khusus: Karena minimnya informasi secara terperinci terkait Fast Fashion Waste maupun akses yang tidak transparan kepada publik terkait dampak negatif dari Fast Fashion ini, menjadi salah satu penyebab kurangnya edukasi secara terbuka terhadap masyarakat. Minimnya informasi dan edukasi ini menjadi penyebab kurangnya kesadaran masyarakat terkait isu dan dampak negatif dari Fast Fashion tersebut.

2. Metode Penelitian dan Perancangan

2.1 Metode Penelitian

Pada perancangan buku interaktif ini, metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Metode kualitatif ini merupakan salah satu metode yang pendekatan penelitiannya digunakan untuk memahami sebuah fenomena secara mendalam melalui pengumpulan dan analisis data. Pendekatan ini bertujuan untuk memahami lebih dalam terkait topik yang dibahas sehingga bersifat deskriptif dan kontekstual. Pada penelitian kali ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melalui metode perancangan kuesioner untuk menjangkau audiens secara lebih luas dan tepat sasaran. Selain itu, peneliti melakukan studi literatur tertulis untuk mengidentifikasi pola, tema, atau tren tertentu yang relevan dengan topik penelitian sebagai upaya untuk dapat memaparkan informasi terkait topik secara mendalam.

Kuesioner merupakan pemberian serangkaian pertanyaan yang diberikan kepada target sampel atau sekelompok orang sebagai upaya untuk mengumpulkan data. Kuesioner dilakukan setelah maksud dan tujuan penelitian diselesaikan, dan dirancang sedemikian rupa sehingga informasi dapat dengan mudah diekstraksi dan akurat untuk input dan analisis data sedangkan Studi literatur merupakan serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat, serta mengelolah bahan penelitian (Zed, 2008:3). Studi ini dilakukan dengan tujuan utama untuk mengembangkan aspek teoritis maupun aspek praktis. Peneliti melakukan studi ini dengan tujuan untuk mencari dasar fondasi dalam memperoleh dan membangun landasan teoritis atau kerangka berfikir sehingga mempunyai pendalaman yang luas terhadap masalah yang hendak diteliti.

2.2 Metode Perancangan

Tahapan perancangan yang digunakan pada penelitian kali ini dinamakan “Design Thinking”. Cara ini akan diterapkan untuk merancang buku interaktif, sebagai salah satu solusi dari permasalahan yang ada pada penelitian kali ini. Terdapat beberapa tahapan dari design thinking itu sendiri yaitu:

Define: Langkah yang melibatkan pemahaman yang mendalam tentang permasalahan yang ingin diselesaikan. Peneliti akan mengumpulkan informasi, mengamati, dan mengkaji isu-isu untuk memahami kebutuhan, tujuan dan masalah yang dihadapi

Ideate: Menghasilkan sebuah ide dengan berbagai brainstorming untuk menentukan visual bagi buku interaktif ini

Research: Memvalidasi ide-ide yang sebelumnya sudah dihasilkan. Proses pencarian ini bisa meliputi riset pasar, analisis kompetitor, atau penelitian lanjutan tentang kebutuhan pengguna

Prototyping: Langkah berikutnya adalah membuat prototype yang kasar atau awal. Prototype ini bisa berupa model, sketsa, atau simulasi yang digunakan untuk menguji konsep dengan pengguna potensial

Test: Prototype kemudian diuji untuk memahami kekuatan dan kelemahan dari setiap solusi, serta mengidentifikasi perbaikan yang diperlukan

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Hasil Kuesioner

Kuesioner pada penelitian kali ini bertujuan untuk menjangkau audiens secara luas dan tepat sasaran. Kuisisioner kali ini diberikan kepada target audiens yang berumur 24 – 29 tahun yang merupakan generasi millennial, pria dan Wanita.

Tabel 1. Pertanyaan Kuesioner

No.	Bagian	Daftar Pertanyaan
1	Bagian 1: Perilaku Berbelanja	Seberapa sering anda membeli pakaian baru?
2		Dari mana anda biasanya membeli pakaian?
3		Seberapa pentingkah harga dalam keputusan pembelian pakaian anda?
4		Apakah anda lebih memilih membeli pakaian dari merek Fast Fashion (Seperti Uniqlo, ZARA, H&M, Forever 21, dsb.)?
5		Jika ya, apa alasan anda lebih memilih membeli merek-merek Fast Fashion tersebut?
6	Bagian 2: Pemahaman Fast Fashion	Apakah anda mengetahui apa itu Fast Fashion?
7		Bagaimana anda mengetahui tentang Fast Fashion?
8		Menurut anda, apakah Fast Fashion memiliki dampak negatif terhadap lingkungan?
9	Bagian 3: Implementasi Media	Apakah anda tertarik untuk mengetahui informasi lebih lanjut terkait Fast Fashion?
10		Menurut anda, bagaimana bentuk sebuah media informasi yang paling menarik untuk dilihat?
11		Menurut anda, media apa yang paling tepat untuk menyampaikan sebuah informasi secara terperinci?
12		Apakah anda masih tertarik untuk membaca melalui sebuah media cetak?
13		Jika ya, apa alasan anda masih tertarik untuk membaca melalui sebuah media cetak?

Berikut merupakan hasil kuesioner yang diberikan kepada responden generasi millennial, pria dan Wanita. Total dari responden yang menjawab pertanyaan adalah 118 responden.

Bagian 1: Perilaku Berbelanja

Perilaku Berbelanja adalah bahwa audiens yang merupakan generasi millennial cenderung berbelanja setiap satu bulan sekali dan membelanjakan pakaiannya di mall atau butik. Karena mall atau butik merupakan tempat ia membelanjakan pakaiannya, hal tersebut berkaitan dengan produk-produk yang dipilih yang merupakan produk Fast Fashion karena dianggapnya sebagai pakaian yang memiliki desain pakaian yang bagus, kekinian, dan modis.

Bagian 2: Pemahaman Fast Fashion

Pemahaman Fast Fashion adalah bahwa generasi millennial mengetahui apa itu Fast Fashion dari sosial media dan mengetahui dampak negatif yang ditimbulkan dari Fast Fashion ini, namun pernyataannya berbanding terbalik pada bagian 1 karena tidak tampak adanya kesadaran dari pembelian produk-produk Fast Fashion tersebut.

Bagian 3: Implementasi Media

Implementasi Media adalah generasi millennial tertarik untuk mengetahui informasi lebih lanjut terkait Fast Fashion yang penyampaian informasinya disampaikan melalui sebuah gambar dan media interaktif

aktivitas dan dimuat melalui sebuah media cetak. Media cetak dianggap sebuah media yang paling tepat untuk penyampaian informasi terkait topik karena perasaan yang lebih nyaman saat membaca dalam bentuk fisik dan merasa media cetak lebih bernilai karena dimiliki oleh pribadi.

3.1.1 Kesimpulan Kuesioner

berdasarkan kuesioner yang telah dibuat adalah, audiens mengetahui bahwa terdapat dampak negatif yang dapat ditimbulkan dari Industri Fast Fashion (67,8%), namun tampak tidak peduli karena tetap membelanjakan pakaian-pakaian dari merek-merek Fast Fashion tersebut. Minimnya informasi menjadi penyebab minimnya kesadaran terhadap audiens, maka dari itu, dibuatlah sebuah media yang memaparkan informasi secara terperinci terkait Fast Fashion yang rancangannya dibuat berdasarkan hasil kuesioner yang telah dibuat.

3.2 Metode Analisis

Analisis KWHL adalah salah satu strategi yang terdiri dari empat komponen utama yaitu: Know (Tahu), Want to Know (Ingin Tahu), How to Learn (Bagaimana Belajar), dan Learned (Pembelajaran yang dipelajari) dengan tujuan untuk mengarahkan dan mengatur proses pembelajaran dengan mengidentifikasi apa yang diketahui, apa yang ingin diketahui, bagaimana akan belajar, dan apa yang telah dipelajari.

3.2.1 Learn

Fast fashion adalah sebuah mode yang diproduksi secara cepat, murah, dan massal. Fast Fashion ini memberikan berbagai pilihan mode yang sedang tren dengan harga yang relatif terjangkau sehingga makin diminati oleh masyarakat saat ini. Fast Fashion merupakan tren mode yang melakukan proses replikasi desain mode kelas atas, sehingga masyarakat dapat “bergaya” dengan harga yang lebih terjangkau. Hal ini dilakukan untuk meraup keuntungan dan pendapatan sebanyak mungkin. Dalam beberapa tahun terakhir, industri fashion ini menghasilkan sebesar 180.000.000.000 (Seratus delapan puluh miliar dolar Amerika Serikat) setiap tahunnya. Berdasarkan presentase, industri fashion menyumbang sekitar 4% dari total GDP (Gross Domestic Product) atau perhitungan perekonomian di Amerika Serikat. Dalam prosesnya, Fast Fashion menggunakan material dan metode produksi yang tidak ramah lingkungan untuk dapat memenuhi kebutuhan pasar dan untuk menghasilkan keuntungan sebanyak mungkin. Akibatnya, banyak dampak negatif yang dapat ditimbulkan dari industri Fast Fashion ini. Berbagai dampak negatif yang ditimbulkan dari industri ini dinamakan “Fast Fashion Waste”. Mulai dari aspek sosial, perekonomian, lingkungan, atau keuangan, keseluruhan dampak negatif tersebut merugikan berbagai pihak. Beberapa contoh dampak negatif yang sedang terjadi akibat fenomena Fast Fashion ini adalah industri ini merupakan pemasok emisi gas rumah kaca terbesar setelah semen dan logam baja, pencemaran air akibat pelepasan 500.000 ton serat mikro ke laut atau eksploitasi tenaga kerja.

3.2.2 Want to Know

Apa dan bagaimana Fast Fashion bekerja, mengapa Fast Fashion ini sangat merugikan berbagai aspek kehidupan dan Informasi-informasi terperinci lainnya yang berkaitan dengan isu Fast Fashion. Dengan minimnya informasi dan transparansi terkait isu ini menjadi salah satu perhal minimnya juga kesadaran masyarakat terkait Fast Fashion Waste. Maka dari itu, diperlukannya sebuah media yang menerapkan wawasan tersebut kepada masyarakat sebagai upaya untuk meningkatkan kesadaran terhadap isu yang merugikan tersebut.

3.2.3 How to Learn

Analisis dokumen menjadi dasar dalam mengumpulkan data dan informasi sebagai upaya untuk mendukung topik-topik yang berkaitan dengan Fast Fashion. Dokumen tersebut dapat berupa jurnal, artikel, dokumen dan lain sebagainya untuk mengidentifikasi pola atau tema yang relevan dengan topik. Selain itu, pembuatan kuisisioner dilakukan untuk mengolah data dengan tujuan untuk menjangkau audiens secara lebih luas dan tepat sasaran. Dengan begitu, output nantinya akan diberikan relevan dengan isu yang diangkat.

3.2.4 Learned

Buku interaktif aktivitas merupakan media luaran yang tepat untuk menyampaikan informasi terkait topik seputar Fast Fashion. Desain dan isi konten buku interaktif ini akan dibuat ekspresif, menyenangkan namun tetap informatif dan edukatif untuk dibaca sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kesadaran audiens terhadap isu fast fashion waste. Berdasarkan hasil kuisioner, 58,5% audiens menjawab media cetak merupakan media yang paling tepat untuk menyampaikan informasi secara terperinci, 43,7% dan 27,5% audiens menjawab media tersebut akan menarik perhatian jika bergambar dan beraktivitas, selain itu, alasan media cetak menjadi media yang tepat sebagai media penyampaian informasi adalah karena buku tersebut lebih bernilai karena dimiliki oleh pribadi, lebih nyaman membaca dalam bentuk fisik, media cetak juga dapat diakses dimana saja dan kapan saja juga audiens merasa lebih fokus dan berkonsentrasi. Maka dari itu, pembuatan sebuah buku interaktif sebagai media informasi, edukasi, komunikasi dan interaksi bisa digunakan sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terkait isu yang dibahas.

3.3 Problem Statement

Industri fashion merupakan salah satu global industri dengan siklus yang pendek, permintaan yang tidak tetap atau tidak stabil, variasi produk yang beragam, proses pemasokan dan produksi dan panjang dan kompleks. Seiring dengan berkembangnya teknologi, tren fashion terus bermunculan, perkembangan tren fashion ini dapat dikatakan terjadi terlalu cepat dengan waktu yang relatif terlalu singkat, sehingga menimbulkan banyak dampak negatif dari berbagai aspek kehidupan. Sayangnya, kesadaran akan dampak negatif yang ditimbulkan dari Fast Fashion Waste ini masih minim. Kurangnya informasi, kurangnya transparansi dalam industri fashionnya itu sendiri, atau seseorang cenderung abai karena mementingkan kebutuhan pribadi secara cepat, yang didorong oleh sifat konsumtif dan tren yang terus berubah, sehingga menjadi salah satu kebiasaan dan penyebab seseorang lebih fokus untuk mendapatkan barang-barang tersebut daripada mempertimbangkan dampak jangka panjang dari pembelian tersebut.

3.4 Problem Solution

Solusi yang ditawarkan penulis terhadap perancangan ini adalah pemberian pemahaman dan informasi secara mendalam terkait topik Fast Fashion dan Fast Fashion Waste-nya itu sendiri. Harus ada sebuah platform yang menaungi keseluruhan informasi yang berkaitan dengan topik dan pemahaman dan informasi yang diberikan akan dituangkan melalui sebuah buku dengan media komunikasi yang lebih menarik yaitu buku interaktif. Buku ini diharapkan dapat menjadi buku yang didalamnya mencakup sebuah media informasi, edukasi, komunikasi dan interaksi agar lebih menarik dibaca dan dipahami oleh khalayak umum.

3.5 Segmentasi Target

Demografis

- Generasi Millennial (Usia 24 – 29 tahun)
- Wanita dan Pria
- Pekerja dan Mahasiswa
- Ekonomi menengah

Geografis

- Masyarakat di Kota Bandung
- Masyarakat kelas menengah – atas di Indonesia

Psikografis

- Ketertarikan terhadap fashion
- Kesadaran terkait isu fast fashion waste
- Gemar berbelanja

Teknografis

- Aktif menggunakan sosial media, website, internet sebagai akses untuk mendapat informasi terbaru

3.6 *Personafikasi Target*



Gambar 1. Narasumber
Sumber: Dokumentasi Narasumber, 2024

Nama : Annisa Berliana Nur Kharisma
Usia : 25 Tahun
Pekerjaan : Desainer Interior
Hobi : Berbelanja

Annisa Berliana merupakan seorang wanita berumur 25 tahun yang memiliki ketertarikan di bidang Fashion. Sejak kecil, ia sudah menjadi model-model untuk banyak ajang perlombaan dan memenangkannya, sehingga menjadi salah satu ketertarikannya yang dibangun sejak ia masih duduk di bangku SD. Sejak kecil sudah bergaya dan berdandan, kebiasaan tersebut terbawa sampai ia besar. Ia hobi berbelanja di pusat-pusat perbelanjaan di Kota Bandung seperti Trans Studio Mall, Paris Van Java, 23 Paskal atau toko-toko baju wanita seperti Happy Go Lucky atau Pass The Trend. Ia sering membelanjakan uang hasil kerjanya untuk membeli pakaian-pakaian, terutama salah satu brand favoritnya yaitu ZARA. Annisa Berliana merupakan wanita yang aktif di sosial media. Ia mengunggah banyak foto dirinya di sosial media sebagai salah satu upaya untuk membangun citra dirinya di mata khalayak umum.

Dari tahun ke tahun, ia banyak mengeluarkan uangnya untuk membeli pakaian di mall tanpa sedikitpun menyadari bahwa lemari pakaiannya kian lama kian menumpuk. Terhitung sejak bulan Maret tahun 2024, lemari pakaiannya yang berukuran 250 x 70 x 240 cm bahkan tidak bisa menampung isi pakaiannya dan baju-bajunya yang tidak dapat tersimpan didalam lemari dibiarkan terlipat di lantai (walaupun tetap ditata dengan baik). Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa Annisa Berliana memiliki perilaku yang konsumtif terhadap pakaian tanpa sedikitpun menyadari dampak negatif yang ditimbulkan dari Industri Fast Fashion.

3.7 *Insight Target Audiens*

Tabel 2. Insight Target

Dreams	Seperti layaknya influencer, Annisa ingin membangun citra dirinya dimata khalayak umum dengan mengunggah berbagai foto atau video menggunakan pakaian-pakaian baru yang dibelinya
Fears	Perilaku konsumtif dari tahun ke tahun tanpa menyadari dampak negatif yang dapat ditimbulkan dari Industri Fast Fashion
Needs	Membelanjakan uang hasil gajinya untuk membeli pakaian-pakaian baru
Wamts	Membangun citra dirinya di mata khalayak umum

3.8 *Message Planning*

3.8.1 *What to Say*

“Fast Fashion Is A Perfect Ways To Waste For Something Inappropriate”

Waste dalam kalimat ini tidak berarti limbah, namun merupakan suatu hal yang terbuang sia-sia. Industri Fast Fashion memberikan berbagai dampak negatif di berbagai aspek kehidupan, dan merupakan upaya yang sempurna dalam membuang-buang banyak hal yang seharusnya bisa diminimalisir.

3.8.2 *How to Say*

Meningkatkan kesadaran akan dampak negatif yang dapat ditimbulkan dari industri fast fashion. Buku ini akan menjadi sebuah platform yang menaungi keseluruhan informasi yang berkaitan dengan topik seputar Fast Fashion karena dengan minimnya informasi, maka akan minimnya juga kesadaran terhadap hal tersebut. Buku ini merupakan sebuah media informasi, edukasi, komunikasi dan interaksi agar lebih menarik dibaca dan dipahami oleh khalayak umum.

3.9 *Creative Approach*

Faktual

Buku ini akan menyajikan data-data terkait industri Fast Fashion dan dampak-dampak negatif yang dapat ditimbulkan dari Fast Fashion Waste. Dengan arti kata lain, buku ini akan menjadi sarana informasi yang menyajikan data terperinci terkait topik yang akan dibahas.

Problem Solving

Buku yang disajikan akan berupa buku interaktif. Buku interaktif dengan jenis aktivitas dan kode akan menjadi upaya baru untuk memperkenalkan Fast Fashion Waste dengan metode yang lebih menarik.

3.10 *Model Komunikasi Laswell*

Who

Our Reworked World merupakan salah satu organisasi slow fashion yang berasal dari Jakarta, Indonesia. ORW ini bertujuan untuk mempromosikan gerakan slow fashion dan memberdayakan penjahit lokal. Untuk mengurangi pencemaran lingkungan yang diakibatkan oleh pesatnya pertumbuhan industri Fast Fashion, organisasi ini mengolah pakaian bekas menjadi kreasi baru dengan bantuan penjahit di dalam organisasi kami untuk memberikan kehidupan baru pada setiap pakaian.

Says What

Target Insight:

Insight dari buku interaktif ini adalah pemberian informasi secara mendalam untuk mendapatkan pemahaman terkait isu fast fashion waste. Dengan dibuatnya sebuah buku interaktif, diharapkan buku ini dapat memberikan wawasan dan pengetahuan yang menarik bagi khalayak umum.

Problem:

Minimnya informasi dan edukasi terkait fast fashion waste sehingga menjadi penyebab minimnya kesadaran terkait dampak negatif yang dapat ditimbulkan dari fast fashion waste.

Pesan:

Memberikan pemahaman lebih dalam terkait isu fast fashion waste melalui perancangan buku interaktif. Buku ini diharapkan dapat menjadi informasi utama bagi seseorang yang tertarik dengan topik “Fast Fashion” agar dapat menjadi sebuah media pengenalan sekaligus solusi untuk menanggulangi permasalahan yang terdapat pada topik tersebut.

In Which Channel

Buku Interaktif

To Whom

Generasi millennial berusia 24-29 tahun, pekerja atau mahasiswa yang memiliki ketertarikan di bidang fashion dan gemar berbelanja, memiliki kesadaran terkait isu fast fashion waste yang sedang terjadi.

With What Effect

Target audiens mengetahui bahwa buku interaktif ini dapat memberikan pemahaman secara mendalam terkait isu fast fashion maupun fast fashion waste-nya itu sendiri. Buku ini juga dapat menjadi salah satu media terbaru dalam meningkatkan kesadaran dari dampak negatif yang dapat ditimbulkan dari Fast Fashion Waste.

3.11 Strategi Komunikasi

Tabel 3. Strategi Komunikasi

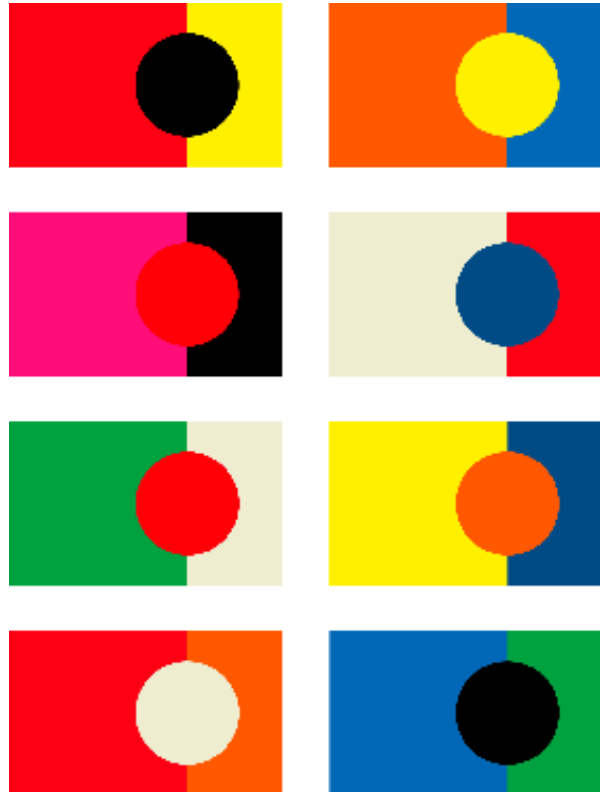
THINK - FEEL - DO

	Attention	Interest	Desire	Action
Pesan	Menyampaikan informasi yang dapat digunakan untuk meningkatkan kesadaran audiens mengenai permasalahan lingkungan yang disebabkan oleh Fast Fashion Waste	Pengantar media interaktif sebagai media untuk meningkatkan kesadaran audiens mengenai permasalahan lingkungan	Menyampaikan informasi yang dapat digunakan untuk meningkatkan kesadaran audiens mengenai permasalahan lingkungan	Membaca dan memahami isi dari media interaktif yang dapat digunakan untuk meningkatkan kesadaran audiens mengenai permasalahan lingkungan
Tujuan	Audiens mengetahui informasi yang dapat digunakan untuk meningkatkan kesadaran audiens mengenai permasalahan lingkungan yang disebabkan oleh Fast Fashion Waste	Membaca dan memahami isi dari media interaktif yang dapat digunakan untuk meningkatkan kesadaran audiens mengenai permasalahan lingkungan	Audiens mengetahui informasi yang dapat digunakan untuk meningkatkan kesadaran audiens mengenai permasalahan lingkungan	Audiens mengetahui informasi yang dapat digunakan untuk meningkatkan kesadaran audiens mengenai permasalahan lingkungan
Media	Media interaktif yang dapat digunakan untuk meningkatkan kesadaran audiens mengenai permasalahan lingkungan yang disebabkan oleh Fast Fashion Waste	Media interaktif yang dapat digunakan untuk meningkatkan kesadaran audiens mengenai permasalahan lingkungan yang disebabkan oleh Fast Fashion Waste	Media interaktif yang dapat digunakan untuk meningkatkan kesadaran audiens mengenai permasalahan lingkungan yang disebabkan oleh Fast Fashion Waste	Media interaktif yang dapat digunakan untuk meningkatkan kesadaran audiens mengenai permasalahan lingkungan yang disebabkan oleh Fast Fashion Waste

3.12 Media

Buku interaktif aktivitas merupakan media luaran yang tepat untuk menyampaikan informasi terkait topik seputar Fast Fashion. Desain dan isi konten buku interaktif ini akan dibuat ekspresif, menyenangkan namun tetap informatif dan edukatif untuk dibaca sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kesadaran audiens terhadap isu fast fashion waste. Pembuatan sebuah buku interaktif ini digunakan sebagai media informasi, edukasi, komunikasi dan interaksi bisa digunakan sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terkait isu yang terjadi. Pendefinisian dari buku interaktif itu sendiri adalah sebuah format buku yang memadukan teks, gambar, audio, video, atau elemen interaktif lainnya untuk memberikan pengalaman membaca yang lebih mendalam.

3.13 Color Palette



Gambar 2. Color Palette
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024

Gambar 3. Color Combination
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024

Palette warna yang digunakan menghadirkan warna-warna yang cerah dan mencolok untuk menampilkan kesan fun dan ekspresif. Selain menarik perhatian, warna ini dapat mempengaruhi persepsi seseorang terhadap konten buku yang ditampilkan. Warna-warna yang dipilih diharapkan dapat menampilkan sisi keceriaan dalam setiap penyampaian pesannya.

3.14 Tipografi



Gambar 4. Tipografi
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024

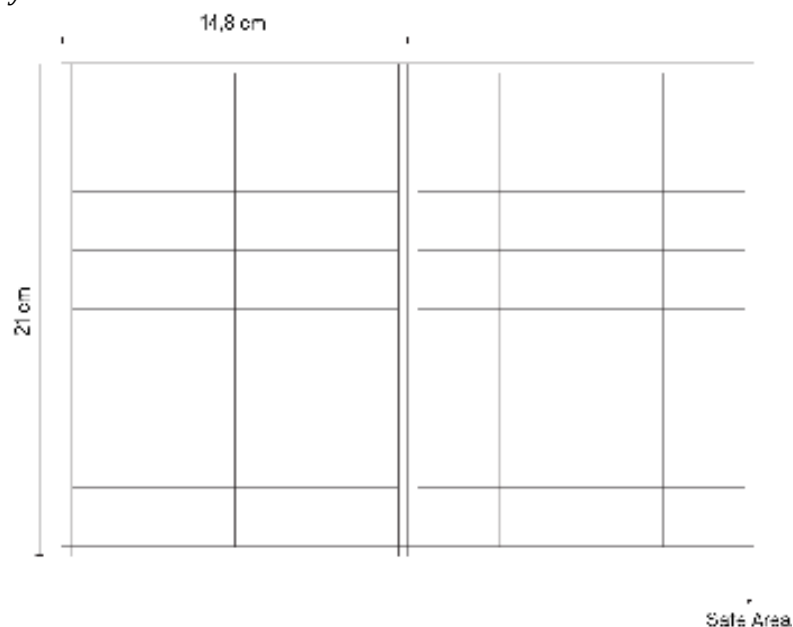
Tipografi yang digunakan merupakan gabungan dari font serif dan sans-serif. Pemilihan font sans-serif pada buku interaktif ini memiliki makna “timeless”, sama halnya dengan fashion. Sedangkan font sans-serif yang digunakan merupakan implementasi dari desain kontemporer. Pada kesimpulannya, penggabungan kedua jenis font ini adalah penggambaran dari keharmonian antara desain yang timeless dan kontemporer.

3.15 Referensi Visual



Gambar 5. Referensi Visual
Sumber: Pinterest, 2024

3.16 Grid System



Gambar 6. Grid System
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024

3.16.1 *Modular Grid*

Grid ini digunakan untuk menampilkan elemen-elemen visual yang kompleks, penempatan elemen-elemen pada layout dapat dibuat menjadi eksploratif namun akan tetap terlihat dinamis dan tertata.

Margins

Top	: 15mm
Bottom	: 15mm
Inside	: 15mm
Outside	: 15mm
Gutter	: 3mm

Column : 8

Row : 8

3.17 *Prototyping*

3.17.1 *Judul Buku*

“A Perfect Ways To Waste: For A Sustainable Fashion Recital”

Judul buku ini dibuat berdasarkan isu Fast Fashion Waste. Bentuk salah satu sarkasme terhadap industri Fast Fashion yang merugikan berbagai aspek kehidupan. Waste dalam buku ini mengartikan banyak hal, mengambil dari kerugian-kerugian yang ditimbulkan dari Industri Fast Fashion.

3.17.2 *Rancangan Layout*

Buku interaktif ini akan dibuat dengan format ukuran standar A5 yaitu lebar 14.8 cm dan tinggi 21 cm. Grid sistem yang digunakan adalah 8 baris dan 8 kolom dengan gutter 0,3 cm serta margin masing-masing 1,5 cm pada bagian atas, bawah, kiri, dan kanan.

3.17.3 *Storyline*

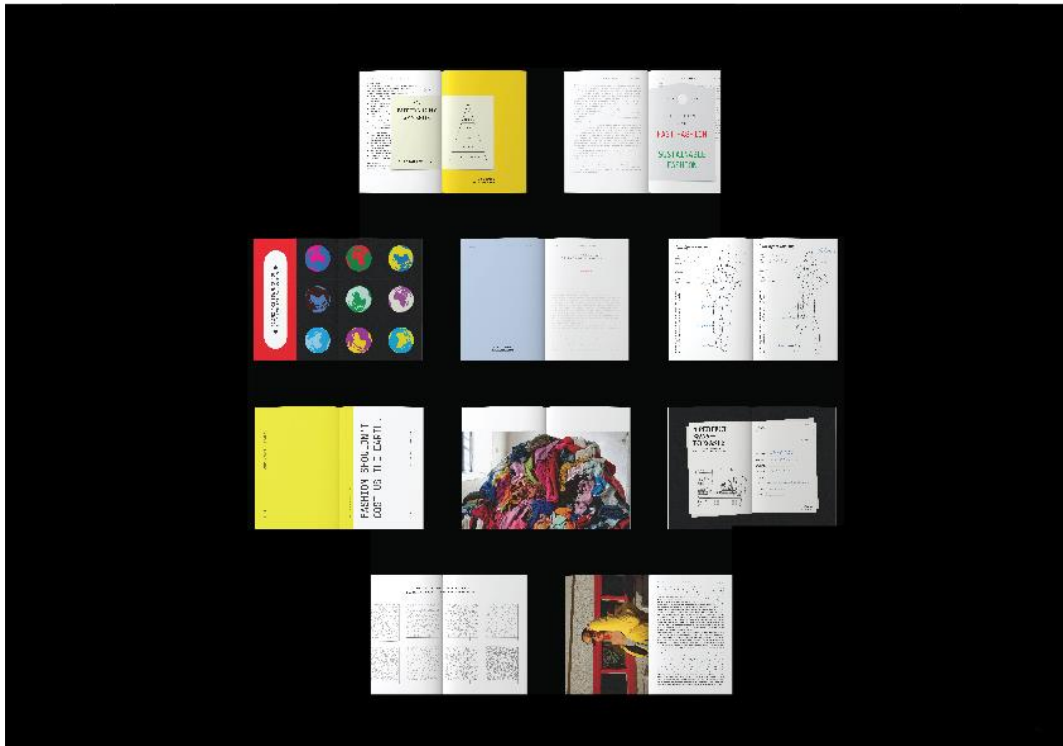
Judul	: A Perfect Ways to Waste
Sub Judul	: For A Sustainable Fashion Recital
Bab I	: Chapter I, Timeless Trends: The Ever-Evolving World of Fashion
Bab II	: Chapter II, Stitching the Future: Inside The Global Fashion Industry
Bab III	: Chapter III, Disposable Style: The Race Against Sustainability
Bab IV	: Chapter IV, All About Waste: The Environmental Impact of Fast Fashion
Bab V	: Chapter V, The Methods: Innovative Approaches to Reducing Fast Fashion Waste

About Author

The End of Words

3.17.4 *Keterangan Buku*

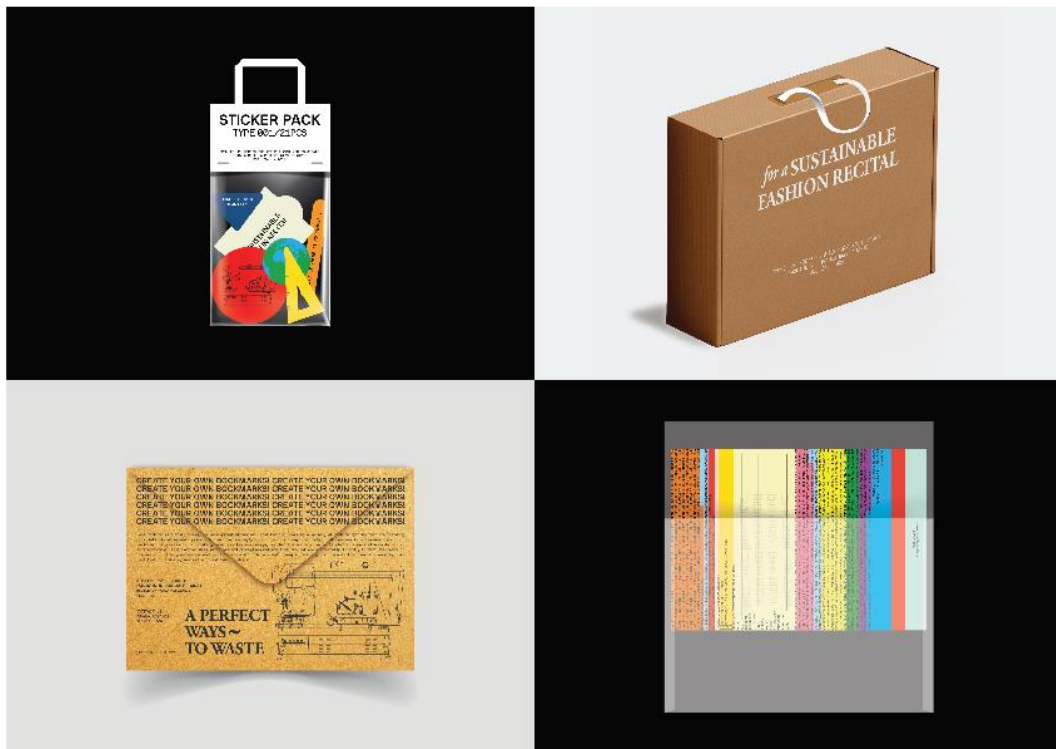
Jenis buku	: Buku Interaktif Aktivitas
Dimensi	: 14,8 cm x 21 cm
Jumlah halaman	: 90 Halaman (45 Spread)
Jenis Cetak	: Digital print
Jenis Kertas	: Book Paper 90gr Art Paper 150gr



Gambar 7. Prototyping
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024



Gambar 8. Prototyping
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024



Gambar 9. Prototyping
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024



Gambar 10. Prototyping
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024

4. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dari Tugas Akhir yang berjudul “Penerapan Sustainable Fashion Sebagai Solusi Dari Fast Fashion Waste Melalui Media Buku Interaktif”, terdapat beberapa Kesimpulan yang dapat diambil:

A. Minimnya informasi dapat menjadi penyebab minimnya kesadaran terhadap suatu hal. Pada penelitian kali ini, informasi terkait isu Fast Fashion Waste cenderung tidak dinaungi dengan baik dan transparansi terhadap publik cenderung minim sehingga minim kesadaran masyarakat terhadap isu tersebut

B. Dirancangnya sebuah buku interaktif sebagai media informasi, edukasi, komunikasi dan interaksi. Buku interaktif ini memberikan pengenalan terhadap Fast Fashion dan metode-metode untuk menanggulangnya serta topik-topik yang berkaitan dengan isu Fast Fashion didalamnya. Pendefinisian dari buku interaktif itu sendiri adalah sebuah format buku yang memadukan teks, gambar, audio, video, atau elemen interaktif lainnya untuk memberikan pengalaman membaca yang lebih mendalam. Pada perancangan ini, penulis bertujuan untuk membuat sebuah buku yang lebih informatif dan dikemas dengan pendekatan DKV agar khalayak umum tertarik untuk membaca dan memahami buku tersebut. Penelitian juga menunjukkan bahwa manusia cenderung tertarik pada pengalaman yang menawarkan variasi dan tidak monoton.

5. Daftar Referensi

Aqilla, T. S. (2023). Penerapan Teknik Gathering Pada Busana Dengan Pola Zero Waste Fashion. *Moda*, 5(1). <https://doi.org/10.37715/moda.v5i1.3163>

Azzahrah, N., & Nursari, F. (2023). PENERAPAN METODE ZERO WASTE FASHION PADA PERANCANGAN BUSANA MODEST MODEREN. *Moda*, 5(1). <https://doi.org/10.37715/moda.v5i1.3165>

Dewi, V. K. (2022). PENERAPAN ZERO WASTE FASHION PADA BUSANA DEMI COUTURE DENGAN TEKNIK SASHIKO. *MODA*, 4(1). <https://doi.org/10.37715/moda.v4i1.2199>

Hafildah, N. (2023). PERANCANGAN BUSANA READY-TO-WEAR MENGGUNAKAN METODE ZERO WASTE FASHION DESIGN. *Moda*, 5(1). <https://doi.org/10.37715/moda.v5i1.3166>

Jumari, A. (2019). Potensi Pelanggaran Pengelolaan Limbah Bahan Berbahaya dan Beracun. *Bestuur*, 7(2). <https://doi.org/10.20961/bestuur.v7i2.40414>

Krulinasari, W., & Yusnandi, Y. (2022). Tinjauan Limbah Kain Sisa Produksi Menurut Hukum Internasional dan Hukum Nasional. *Prosiding Seminar Nasional Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1). <https://doi.org/10.24967/psn.v2i1.1481>

Maritsa, A., Hanifah Salsabila, U., Wafiq, M., Rahma Anindya, P., & Azhar Ma'shum, M. (2021). Pengaruh Teknologi Dalam Dunia Pendidikan. *Al-Mutharahah: Jurnal Penelitian Dan Kajian Sosial Keagamaan*, 18(2). <https://doi.org/10.46781/al-mutharahah.v18i2.303>

Mulyadi, N. T. (2022). PENGAPLIKASIAN TEKNIK ENGINEERED PRINT DENGAN KONSEP ZERO WASTE FASHION DESIGN PADA POLA BUSANA DIGITAL READY TO WEAR WANITA. *MODA*, 4(1). <https://doi.org/10.37715/moda.v4i1.2067>

Prameswari, N. S., Mulyanto, M., Fiyanto, A., & Widagdo, P. B. (2021). PEMANFAATAN LIMBAH KAIN BATIK UNTUK DIVERSIFIKASI PRODUK UMKM KERAJINAN BLANGKON. *Brikolase : Jurnal Kajian Teori, Praktik Dan Wacana Seni Budaya Rupa*, 12(2). <https://doi.org/10.33153/brikolase.v12i2.3233>

Pramono, A., Azis, B., Primadani, T. I. W., & Putra, W. W. (2022). PENERAPAN UPCYCLING LIMBAH KAIN PERCA PADA KURSI FLAT-PACK. *Mintakat: Jurnal Arsitektur*, 23(1). <https://doi.org/10.26905/jam.v23i1.6075>

Ruslan.2008.Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi.Jakarta.PT Raja Grafindo Persada.hal 23

Trianto. (2009). Mendesain Model Pembelajaran Inovatif-Progresif. Jakarta: Kencana.