

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Desain merupakan hal yang berkaitan dengan kehidupan manusia. Di zaman modern seperti ini banyak produk yang digunakan oleh manusia bermula dari desain dalam proses pembuatannya. Desain adalah sebuah rancangan yang melibatkan suatu kreativitas dan inovasi. Menurut Rand (dalam Armstrong dan Indrajaya, 2009, hlm. 67), “Desain adalah aktivitas personal dan tumbuh dari dorongan kreatif seorang individu”. Desain memiliki cabang desain, yaitu Desain Komunikasi Visual, Desain Interior, dan Desain Produk. Cabang desain yang menjadi acuan untuk penelitian ini adalah Desain Komunikasi Visual (DKV).

Desain grafis (*graphic design*) atau Desain Komunikasi Visual (DKV) dikenal sebagai media untuk mengkomunikasikan pesan dalam bentuk visual. Menurut Supriyono (2010, hlm. 9), “DKV dikategorikan sebagai *commercial art* karena merupakan paduan antara seni rupa (*visual art*) dan keterampilan komunikasi untuk tujuan bisnis”.

Produk DKV sangat beragam, di antaranya adalah poster, desain pada *T-shirt*, baliho, spanduk, brosur, kartu nama, katalog, desain kemasan (etiket), gambar tempel (*sticker*), majalah, dan barang cetak lainnya. Desain pada *T-shirt* termasuk ke dalam produk Desain Komunikasi Visual (DKV), karena mengandung unsur tipografi, ilustrasi, dan elemen-elemen desain. Menurut Zhao (2011, hlm. 3), “*T-shirt can be fashion, can be art, can be worn and used in never seen before, as offspring of creativity and innovation.*”

Dalam kehidupan sehari-hari, manusia memiliki kebutuhan akan sandang, pangan, dan papan. Kebutuhan manusia yang akan dibahas lebih mendetail adalah sandang atau pakaian. Jenis pakaian yang dipakai oleh manusia selalu berkembang dari masa ke masa. Namun ada jenis pakaian yang banyak digunakan dan bahkan menjadi budaya/tradisi, yaitu kaus oblong (*T-shirt*). Sebuah *T-shirt* memiliki kebutuhan akan desain untuk tetap eksis di setiap zaman.

Pembangunan ekonomi merupakan salah satu hal penting dalam proses

pembangunan nasional. Pembangunan ekonomi tersebut dapat terwujud dengan adanya sentra industri, sehingga dapat mendorong perekonomian suatu bangsa menuju kemajuan. Dengan adanya sentra industri, maka dapat membuka lapangan kerja bagi masyarakat. Hal tersebut selaras dengan pendapat Rukmi, Fitria, dan Zonda (2012, hlm. 68):

Pembangunan ekonomi suatu bangsa merupakan pilar penting dalam proses pembangunan nasional. Sektor industri diyakini sebagai sektor pendorong dalam perekonomian menuju kemajuan. Keunggulan sektor industri diantaranya mampu memberikan kontribusi dalam penyerapan tenaga kerja...

Menurut Zumar (dalam Rukmi, dkk, 2012, hlm. 68):

Ekonomi kreatif atau biasa disebut Industri kreatif merupakan industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan, serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Di beberapa negara, industri kreatif memainkan peran signifikan. Inggris merupakan negara pelopor pengembangan ekonomi kreatif.

Industri kreatif mulai berkembang di Indonesia sejak tahun 1998. Salah satu hal yang mendasari berkembangnya industri kreatif di Indonesia adalah krisis moneter yang melanda Asia Tenggara, termasuk Indonesia. Pengembangan industri kreatif di Indonesia dilakukan oleh pemerintah dengan membangun kota kreatif. Bandung merupakan salah satu kota yang terpilih sebagai kota kreatif di Indonesia, selain Solo dan Yogyakarta. Bandung terpilih menjadi kota kreatif karena adanya sentra industri kreatif yang berkembang pesat di kota Bandung. Perkembangan industri kreatif tersebut mulai berkembang pesat sejak kurun waktu 10 tahun terakhir (Rukmi, Fitria, dan Zonda, 2012, hlm. 68).

Pakaian merupakan salah satu industri kreatif di Kota Bandung, banyaknya tempat belanja busana (*fashion*) atau lebih dikenal sebagai FO (*factory outlet*) dan *distro* (*distribution outlet*). Kini banyak sekali bermunculan *factory outlet* dan *distro* sebagai industri kreatif baru yang menawarkan beragam konsep dalam desain *fashion*-nya. Industri kreatif pakaian di Bandung didominasi oleh *distro* yang memiliki pasar usia remaja atau dewasa awal, hal tersebut terlihat dari desain pada produknya yang memiliki spesifikasi tertentu misalnya untuk penggemar musik/*band*, *skaters*, olahraga misalnya PERSIB, gaya *old school*,

gaya feminin, tema urban, kemarahan, dan lain-lain. Namun ada pula industri kreatif yang bertahan sejak lama di Kota Bandung, seperti PT. Caladi Lima Sembilan (C59).

PT. Caladi Lima Sembilan atau lebih dikenal dengan sebutan C59 didirikan pada tahun 1980 sebagai perusahaan yang merupakan pelopor dalam usaha pengembangan industri kecil dan kerajinan di Indonesia yang dipimpin oleh direktur yang bernama Marius Widyarto Wiwied atau akrab disapa Pak Wiwied. C59 memproduksi *T-shirt* dengan merek yang dikenal banyak orang dan legendaris di tengah pecinta *T-shirt*. Produk *T-shirt* C59 memiliki pasar usia anak-anak, remaja, dewasa. Hal tersebut sesuai dengan data yang diperoleh dari sumber dari www.c59.co.id (diakses pada 6 Oktober 2013), bahwa:

PT. Caladi Lima Sembilan merupakan sebuah perusahaan industri garmen yang mengeluarkan produk *T-shirt* dengan *brand* yang sudah dikenal dan legendaris di tengah pecinta *T-shirt* yaitu C59. C59 yang sudah berdiri sejak tahun 1980 telah diakui kualitas produknya di kancah perindustrian *T-shirt*.

Menurut Yudiawan (2014, hlm. 8),

Wiwied yang tahun depan berusia 59 tahun itu adalah nyawa dibalik kebangkitan *clothing* di Bandung. *Brand* C59 yang dibangunnya pada 1980-an adalah masa yang menginspirasi banyak orang. Kini, meski tak setenar masa lalu, masih tertanam di benak banyak orang bahwa C59 adalah perusahaan besar. C59 adalah “suhu”-nya *clothing* di Bandung.

Penelitian mengenai desain *T-shirt* telah diteliti oleh mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia bernama Sindi Ibnu Sina pada tahun 2013 mengenai “Analisis Visual Desain Tipografi pada Buku Dokumenter ‘After Ten Years, Friends Call Us Uncle’ Produksi Unkl347 Tahun 2008” dan oleh Nurysta Tresna Sudi pada tahun 2014 mengenai “Kajian Visual Desain pada Kaos Pariwisata Pantai Pangandaran”.

Desain pada *T-shirt* C59 tampak beraneka-ragam, kreatif, dan berkualitas, dapat dilihat dari tipografi, ilustrasi, dan elemen-elemen desainnya. Terdapat tema atau edisi *T-shirt* yang bermacam-macam sehingga desain memiliki makna dan unsur visual yang beragam. Sebagai perusahaan garmen yang telah lama berdiri dan masih eksis sampai saat ini, dan juga memiliki banyak portofolio desain,

maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang bertujuan untuk menganalisis desain pada *T-shirt* C59 yang dituangkan dalam skripsi yang berjudul “ANALISIS DESAIN PADA T-SHIRT C59 BANDUNG”. Berdasarkan hal tersebut, maka terdapat hal-hal yang dapat dianalisis, di antaranya: tipografi pada desain *T-shirt* C59, ilustrasi pada desain *T-shirt* C59, dan elemen-elemen desain pada desain *T-shirt* C59. Desain yang dimaksud adalah desain yang diaplikasikan pada kaus, dan bukan merupakan desain kausnya.

B. Identifikasi Masalah

Desain pada *T-shirt*, memiliki unsur visual seperti tipografi, ilustrasi dan elemen-elemen desain. Sebuah desain memiliki konsep dan unsur visual yang terkandung di dalamnya, dengan melakukan penelitian, maka penulis dapat mengungkap konsep desain dan memahami unsur visual yang terdapat pada karya desain pada *T-shirt* tersebut. Maka dari itu penulis bermaksud untuk melakukan penelitian yang bertujuan untuk menganalisis desain pada *T-shirt* C59.

C. Rumusan Masalah

Penulis dalam penelitian ini akan membatasi penelitian hanya menganalisis desain pada *T-shirt* C59 Bandung dengan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tipografi yang terdapat pada desain *T-shirt* C59?
2. Bagaimana ilustrasi yang terdapat pada desain *T-shirt* C59?
3. Bagaimana elemen-elemen desain yang terdapat pada desain *T-shirt* C59?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian analisis desain pada *T-shirt* C59 adalah:

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan jenis, karakter, dan bentuk tipografi yang terdapat pada desain *T-shirt* C59.
2. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan ilustrasi yang terdapat pada desain *T-shirt* C59.

3. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan elemen-elemen desain mencakup garis, bentuk, warna, gelap terang, dan tekstur yang terdapat pada desain *T-shirt C59*.

E. Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, di antaranya:

1. Bagi Penulis

Melalui analisis desain pada *T-shirt C59* penulis dapat menambah wawasan dalam teori dan aplikasi dalam Desain Komunikasi Visual (DKV), berupa tipografi, ilustrasi, dan elemen-elemen desain pada *T-shirt C59* Bandung.

2. Bagi Departemen Pendidikan Seni Rupa

Sebagai tambahan referensi bahan ajar atau kepastakaan tentang Analisis Desain pada *T-shirt C59* Bandung dan menjadi tambahan sumber teori dan meningkatkan khasanah keilmuan terutama dalam mata kuliah Desain Komunikasi Visual (DKV).

3. Bagi Perusahaan

Mempublikasikan desain-desain *T-shirt C59* dan mengungkapkan konsep desain-desain pada *T-shirt C59*. Dengan adanya penelitian mencakup tipografi, ilustrasi, dan elemen-elemen desain *T-shirt C59*, diharapkan dapat mendorong pengusaha dalam meningkatkan desain-desain yang diproduksinya.

4. Bagi Desainer

Hasil penelitian terhadap desain pada *T-shirt C59*, ini diharapkan dapat mengungkapkan konsep dari desain-desain *T-shirt C59* sehingga desainer dapat membuat desain-desain yang baru serta menambah tema-tema desain *C59* dengan meningkatkan kreativitas dalam berkarya.

F. Penjelasan Istilah

Untuk memperjelas fokus dari judul penelitian yang dikaji, yaitu Analisis Desain pada *T-shirt C59*, penulis merumuskan penjelasan istilah sebagai berikut:

1. Analisis : Merupakan bentuk penelitian terhadap suatu hal.

Siti Hadiyanti, 2014

ANALISIS DESAIN PADA T-SHIRT C59 BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

2. Desain pada *T-shirt* : Merupakan unsur visual yang terdapat pada *T-shirt*, berupa tipografi, elemen-elemen desain dan ilustrasi.
3. C59 Bandung : PT. Caladi Lima Sembilan merupakan sebuah perusahaan industri garmen yang sudah berdiri sejak tahun 1980, mengeluarkan produk *T-shirt* dengan merek (*brand*) yang sudah dikenal dan legendaris di tengah pecinta *T-shirt* yaitu C59 yang terdapat di Kota Bandung.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penjelasan istilah dan sistematika penulisan.

2. BAB II LANDASAN TEORETIK (DESAIN T-SHIRT)

Bab ini menjelaskan landasan teoretik yang mendasari proses penelitian dengan mengkaji beberapa sumber pustaka.

3. BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini meliputi uraian proses penelitian untuk pencarian data. Pokok pembahasan dalam bab ini, yakni lokasi dan subjek penelitian, metode penelitian, teknik pengumpulan data penelitian, instrumen penelitian, dan prosedur penelitian.

4. BAB IV ANALISIS DESAIN PADA T-SHIRT C59

Bab ini menjelaskan dan menganalisis desain pada *T-shirt* C59 sesuai dengan rumusan masalah, yaitu membahas mengenai tipografi pada desain *T-shirt* C59, ilustrasi pada desain *T-shirt* C59, dan elemen-elemen desain pada desain *T-shirt* C59.

5. BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang simpulan dan saran terhadap hasil penelitian dan tujuan yang sudah ditetapkan sebelumnya.