

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada awalnya *t-shirt* yang dikenal dengan sebutan kaos oblong bukanlah bagian dari dunia *fashion*. *T-shirt* hanya digunakan sebagai baju dalam para anggota U.S Navy untuk melindungi bulu dada mereka. Ada beberapa pabrik yang kemudian mulai membuatnya sebagai produk yang lebih massal, tetapi itu belum menjadi sebuah pakaian pantas sehari-hari (Scott Fresner, 1995). Terdapat beberapa pendapat mengenai *t-shirt*, meskipun begitu kita tahu bahwa *t-shirt* merupakan simbol kenyamanan, kasual dan gaya, serta desainnya yang sederhana dan mirip huruf “T” di Amerika lebih dikenal dengan istilah *t-shirt*. Dari awal kemuncunlannya tidak banyak perubahan yang terjadi pada bentuk *t-shirt* hanya ada sedikit modifikasi pada ukuran, lengan, dan lingkaran lehernya. Warna awalnya hanyalah berwarna putih, namun seiring dengan perkembangan dunia tekstil warna dari *t-shirt* semakin beragam.

T-shirt mulai menunjukkan masa kepopulerannya sewaktu dipakai oleh seorang seniman teater pada tahun 1947, ketika itu ia memerankan tokoh Stanley. Meskipun pesona Stanley dalam pentas teater itu memukau, namun ada juga sebagian penonton yang protes, mereka beranggapan bahwa pemakaian kaos oblong tersebut termasuk kurang ajar dan sebuah pemberontakan. Namun pada masa itu kaos oblong menjadi lambang kebebasan bagi anak muda. Masuknya kaos oblong di Indonesia dibawa oleh orang-orang Belanda. Pada saat itu perkembangannya tidak pesat serta teknologi dan pemintaannya juga belum maju.

Tidak hanya itu saja, kaos oblong sudah menjadi media untuk berekspresi. Kaos oblong yang berwarna putih diberi gambar dan sempat menjadi *trend/ mode*.

Dengan pertumbuhan industri kreatif di kota Medan yang pada era ini terus mengalami perkembangan, khususnya pada bidang desain grafis dan fashion dengan produk *t-shirt* atau kaos oblong. Industri kreatif tampil sebagai pemberi kesegaran baru dalam hal variasi desain yang digemari oleh pangsa pasarnya masing-masing. Misalnya pada bisnis penjualan *t-shirt* yang tengah menjamur, sehingga dalam persaingan pasar diperlukan kreatifitas yang lebih diantaranya menggunakan kata-kata atau karakter yang unik dan dipadukan dengan ilustrasi sebagai bentuk desain grafis.

Seiring dengan perkembangannya *t-shirt* digunakan sebagai medium pengantar pesan visual. Medium ini benar-benar dimanfaatkan secara maksimal hingga penggambaran dan penyampaiannya dibentuk semenarik mungkin agar konsumen tertarik memiliki kaos tersebut. Kemudian, konsumen akan dengan bangga membeli *t-shirt* dengan logo sebuah produk yang sudah dikenal atau diminati banyak orang. Karena ketertarikannya, maka konsumen secara langsung membeli sekaligus mempromosikan produk tersebut secara sukarela.

Salah satu *brand clothing* yang cukup terkenal di Medan yaitu **Electrica Panda Artwear**. *Brand* yang berangkat dari kecintaan terhadap Panda menjadikan Panda adalah konsep utama dalam setiap desain yang di buat. *Brand* asal Medan yang berdiri sejak September 2013 ini memiliki toko yang berada di Jl. Gaperta No.206 serta dinamakan *House Of Electrica Panda*. Didirikan oleh :

Muhammad Rizki Saragih. Awal mula pembentukan *brand* ini berasal dari kegemarannya menggambar serta latar pendidikan yang merupakan lulusan D3 desain grafis Politeknik Negeri Media Kreatif Medan. Sehingga sebuah pemikiran dan keinginannya untuk meramaikan industri kreatif di kota Medan khususnya di bidang *fashion* semakin kuat. Hingga akhirnya, Electrica Panda Artwear hadir sebagai produk dengan warna baru di kota Medan. Dengan konsep yang diusung yaitu menghadirkan tema Panda yang dijadikan sebagai ciri khas dalam setiap produk yang dikemas dalam setiap edisinya. Electrica panda hadir sebagai kebutuhan *fashion* anak muda masa kini yang ceria, energik serta selalu kekinian dan berkembang mengikuti perkembangan jaman namun tetap idealis untuk menunjukkan ciri khas tersendiri. Dengan membawa misi “*let’s adop don’t stop*” yang mengartikan sebuah ajakan untuk para penikmat Electrica Panda Artwear untuk mengadopsi bukan membeli yang bermaksud agar terjadi ikatan emosional yang baik antara produk yang mereka jual dengan konsumen.

Electrica Panda sendiri sampai sekarang sudah memiliki 20 reseller yang terletak di berbagai kota besar Indonesia. Tumbuh dan besar dengan mendukung berbagai acara event lokal, *endorsement* band lokal, aktif di berbagai komunitas sehingga terbentuk sebuah komunitas khusus Electrica Panda Artwear yang di sebut ETPD Team yang ada di kota-kota seluruh Indonesia.

Seperti yang kita ketahui Panda adalah hewan mamalia yang masuk dalam keluarga beruang, dan merupakan hewan asli negara Tiongkok. Ciri-ciri khususnya yang unik dengan lingkaran berbentuk bulat pada area mata. Dengan bentuk yang meggemaskan seperti itu wajar penggemarnya datang dari kalangan wanita dan

anak-anak. Tetapi Electrica Panda Artwear bisa merubah semua orang untuk menyukai atau pun mencintai panda dengan cara yang berbeda. Menggunakan desain *t-shirt* Electrica Panda Artwear membuat semua kalangan dari mulai anak-anak hingga orang dewasa laki-laki maupun perempuan mampu menyukai karakter panda.

Akan tetapi, ada sebuah masalah yang harus dipertanyakan, “Mengapa harus Panda yang dipilih sebagai karakter utama desain *brand* asal Medan tersebut?” Panda sama sekali bukan hewan asli Indonesia. Sedangkan Indonesia memiliki banyak hewan endemik di dalamnya, seperti Komodo, Harimau Sumatra, Bekantan, Cendrawasih, Tarsius dan Orangutan dan lain sebagainya. Sumatra terkenal dengan Orangutan dan harimau, hewan yang hampir punah ini semakin lama semakin memprihatinkan jumlahnya, dikarenakan perburuan liar dan eksploitasi alam berlebihan secara terus menerus yang mengakibatkan menyempitnya ruang lingkup tempat tinggal hewan tersebut.

Sebagai perbandingan, Kota Medan juga mempunyai *brand* yang sempat menjadi icon dari warga Medan. Tauko Medan contohnya, dari nama saja dapat diartikan sebagai kalimat tanya: tau kau Medan, sebuah kalimat tanya yang diucapkan dengan logat Batak (orang Medan biasa mengatakan kau dengan ko). Yang di simbolkan dengan lambang menara air PDAM Tirtanadi. Tauko Medan sudah lebih dahulu berdiri sejak 2006 dan sempat memiliki 2 *outlet* dikota Medan. namun seiring berkembangnya dunia *fashion* mereka tidak mampu mengikuti perkembangannya, hingga masyarakat menilai desain yang hanya itu-itu saja serta hanya mampu tembus di pangsa lokal, inkonsistensi dalam desain *t-shirt* membuat

jati diri Tauko Medan semakin hilang, dimana seperti kehilangan arah. Sehingga sejak tahun 2016 mereka menutup seluruh *outlet* yang ada di Kota Medan dan hanya menjual produk secara online. Secara keseluruhan Electrica Panda memiliki kelebihan di banding Tauko Medan, dimana Electrica Panda mampu mengikuti perkembangan *fashion* anak muda dan permintaan pasar di Indonesia serta konsisten dalam setiap desain *t-shirt* yang di keluarkan. Ini menjadikan mengapa Electrica Panda Artwear menarik untuk di bahas.

Permasalahan-permasalahan yang tertera di atas juga terlihat dari beberapa penelitian yang telah ada seperti penelitian yang pernah ditulis oleh Arifi, dkk (2014) dalam jurnal Pendidikan Seni Rupa yang berjudul “Tinjauan Desain Grafis Kaos Sablon Graffiti di Gardu House Jakarta”. Mengemukakan bahwa penelitian ini ialah tentang bagaimana visualisasi desain, konsep desain, dan penerapan desain grafis pada kaos sablon graffiti di Gardu House Jakarta. Hasil penulisan dari penelitian ini terdapat beberapa manfaat yang diharapkan dapat tercapai, diantaranya yaitu dapat menambah informasi atau wawasan tentang desain grafis kaos pada umumnya dan kaos graffiti, dapat mengangkat citra Gardu House dalam dunia graffiti Indonesia pada khususnya, dan untuk lebih mengembangkan lagi kreatifitas dalam menciptakan rancangan desain grafis kaos graffiti di Gardu House. Adapun hasil penelitiannya menyatakan warna putih menjadi sangat dominan karena semua desain ini menggunakan warna tersebut. Garis yang digunakan pada desain-desain tersebut adalah garis horizontal, vertikal, diagonal, *zig zag*, dan lain-lain. Sedangkan untuk tipografi, rata-rata tipografi pada desain-desain tersebut tidak menggunakan jenis font yang terdapat dalam sistem

operasional komputer, melainkan tipografi dekoratif yang dibuat secara manual oleh desainer. Rata-rata desain tersebut terletak di bagian depan kaos. Konsep desain tentang simbol-simbol graffiti dan jalanan sangat sering dipakai sebagai tema pada desain-desain kaos tersebut. Terdapat 7 desain yang menggunakan tema tentang graffiti dan jalanan. Dan dari 10 desain tersebut fungsi identitas lebih banyak digunakan dalam penerapannya. Rata-rata identitas yang dimaksud adalah identitas merk atau karakter yang dibuat oleh desainer. Terbukti 6 dari 10 desain tersebut menerapkan fungsi identitas, sedangkan sisanya menerapkan fungsi edukasi dan fungsi persuasi.

Penelitian ini memiliki persamaan yaitu memiliki tujuan untuk mengetahui karakter desain yang di pakai pada *t-shirt*. Adapun persamaan yang lainnya terletak pada objek penelitiannya yaitu sama-sama menerapkan fungsi identitas. Pada penelitian Arifi, dkk subjeknya adalah visualisasi desain, konsep desain dan penerapan desain pada *t-shirt*, sedangkan pada penelitian ini subjeknya adalah karakter Panda, konsep desain dan penerapan desain pada *t-shirt*.

Pada penelitian tersebut juga dapat dilihat bahwa kreatifitas dalam menciptakan rancangan desain grafis kaos sudah cukup menarik, namun warna yang digunakan pada desain *t-shirt* tersebut yang lebih dominan hanya warna putih saja, tiporafi yang digunakan juga hanya tipografi dekoratif yang dibuat secara manual oleh *desainer*.

Tidak hanya itu, terdapat juga penelitian yang mendukung beberapa penelitian yang ada seperti pada penelitian Very Yanuar Anas Abidin (2013: 91)

dalam jurnal Pendidikan Seni Rupa yang berjudul “Analisis dan Pengembangan Desain Kaos Distro Bonek Original di Ketintang Surabaya”. Mengemukakan bahwa penelitiannya berisi tentang, 1) bagaimana bentuk desain kaos distro Bonek Original; 2) bagaimana pengembangan desain kaos distro Bonek Original menurut keinginan konsumen. Hasil penelitiannya yaitu peneliti mendeskripsikan bentuk desain kaos distro Bonek Original selama bulan Mei hingga Juli 2012 dan peneliti mengetahui keinginan konsumen distro Bonek Original. Kemudian peneliti membuat tiga desain baru dengan mengembangkan keinginan konsumen tersebut. Ketiga desain tersebut telah sesuai dengan keinginan konsumen saat ini.

Pada penelitian Very tersebut tampak bahwa objek yang diteliti hampir sama dengan objek yang ingin penulis teliti. Hal tersebut tampak pada penelitiannya membahas mengenai bentuk desain kaos distro Bonek Original, bentuk yang dijelaskannya pada penelitiannya tersebut mencakup aspek objek, tipografi dan tema yang diminati konsumen. Sedangkan pada penelitian ini jelas hanya membahas mengenai karakter Panda sebagai aspek objek, tema dan teknik. Maka dari itu penelitian Very akan sangat membantu pada penyelesaian penelitian ini.

Dengan susunan beberapa gambar yang terkandung di setiap desain *T-shirt* Electrica Panda Artwear ini menjadi menarik untuk di teliti dan diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat membantu untuk mengetahui bagaimana penerapan prinsip desain pada karakter panda menjadikan *T-shirt* Electrica Panda Artwear digemari. Berdasarkan gambaran latar belakang yang di paparkan diatas maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **”Analisis Karakter Panda Sebagai Model Desain Pada *T-shirt* Electrica Panda Artwear Medan”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka masalah yang dapat diidentifikasi adalah :

1. Bagaimana kreatifitas ilustrator dalam menciptakan desain *t-shirt* Electrica Panda Artwear.
2. Bagaimanakah penerapan prinsip desain pada karakter panda mempengaruhi setiap desain *t-shirt* Electrica Panda Artwear.
3. Bagaimanakah kesesuaian prinsip-prinsip desain pada desain *t-shirt* Electrica Panda Artwear.

C. Batasan Masalah

Sehubungan dengan uraian latar belakang di atas agar lebih fokus membahas permasalahan maka masalah dibatasi dalam hal yang berkaitan dengan prinsip desain. Adapun salah satu prinsip desain berperan mewujudkan karakter panda sebagai sebuah merek. Dengan demikian maka tinjauan penerapan prinsip desain pada *t-shirt* Electrica Panda di ambil pada edisi Januari sampai Desember 2018

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah tersebut maka di susun perumusan masalah sebagai berikut.

1. Bagaimana kreatifitas ilustrator dalam menciptakan desain *t-shirt* Electrica Panda?
2. Bagaimana penerapan prinsip desain karakter panda pada *t-shirt* Electrica Panda?

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin di capai dalam penulisan skripsi ini ialah:

1. Untuk mendeskripsikan bagaimana kreatifitas ilustrator dalam menciptakan desain yang digunakan pada *t-shirt* Electrica Panda .
2. Untuk mendeskripsikan bagaimana penerapan prinsip desain karakter panda pada *t-shirt* Electrica Panda

F. Manfaat Penelitian

Berikut adalah manfaat yang dapat di ambil dari penelitian ini:

- a. Bagi peneliti, sebagai tambahan wawasan dalam menganalisis bagaimana karakter panda mempengaruhi setiap desain pada *t-shirt* Electrica Panda.
- b. Bagi pembaca sebagai sumbangan ilmiah dalam menambah referensi ilmu pengetahuan di bidang seni rupa dan desain *t-shirt*.
- c. Bagi produsen, menambah informasi mengenai karakter desain dan prinsip desain pada desain *t-shirt* dan diharapkan dapat memberikan masukan bagi pengembang-pengembang desain selanjutnya.
- d. Bagi desainer,bermanfaat dalam melakukan strategi atau langkah-langkah dalam mempelajari, menciptakan karya seni rupa dan desain *t-shirt*.
- e. Untuk menambah wawasan pengetahuan yang berkaitan dengan karakter desain dan teori prinsip-prinsip desain pada t-shirt.

- f. Sebagai bahan kajian untuk memberikan landasan pengetahuan bagi peneliti selanjutnya, khususnya mengenai karakter atau objek sebagai sebuah desain *t-shirt*.