

Jurusan Desain Komunikasi Visual
Tugas Akhir Sarjana Desain Komunikasi Visual
Semester Genap tahun 2007/2008

PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL UNTUK MENDUKUNG
PUBLIKASI MENGENAI ECO-FASHION DI INDONESIA

Paundrine Octavia
0800759280
08PBU

Abstrak

TUJUAN PENELITIAN, dalam penelitian ini adalah untuk memperkenalkan *eco-fashion* di Indonesia. *Eco-fashion* ini dimaksudkan sebagai wujud kepedulian masyarakat terhadap lingkungan melalui bidang *fashion*.

METODE PENELITIAN yang digunakan melalui wawancara dengan desainer Indonesia, *fashion writer*, dan *fashion stylist*. Selain itu juga pembagian kuisioner langsung kepada 100 orang (wanita 20-35 tahun penggemar fesyen), dan studi lapangan melalui kunjungan langsung ke ITB studio kriya tekstil dan Alun-Alun Indonesia, dan toko-toko penjual pakaian (*branded* maupun *non-branded*).

HASIL YANG DICAPAI, secara umum hasil penelitian yang diperoleh sebagai berikut:

Eco-fashion sudah menggema di telinga golongan tertentu para pecinta *fashion* di Indonesia. Namun pelaksanaannya masih bisa dibilang belum diambil peduli oleh masyarakat. Padahal di luar negeri, para penghasil mode telah menerapkan *eco-fashion* dalam rancangannya dan brand dunia, seperti *Adidas*, *Georgio Armani*, *Levi's*, *Next*, *Stella McCartney*, telah mengeluarkan produk *eco-fashion* ini. Di Indonesia telah ditemukan banyak penjualan produk ber-merek yang telah diproduksi secara *eco-friendly*, sedangkan yang *non-branded* ialah para pengrajin yang membuat produk-produk *handmade* dengan menggunakan bahan bekas, daur ulang, maupun bahan-bahan organik.

KESIMPULAN bahwa kepedulian terhadap lingkungan sebagai prioritas utama dalam menyukkseskan perolehan kehidupan yang lebih baik di bumi ini. *Eco-fashion* hanyalah salah satu cara untuk menyelamatkan bumi dari pemanasan global yang semakin meningkat, namun *eco-fashion* ini telah menjadi sesuatu yang sangat besar dan merupakan *statement* terdepan dari komunitas *fashion* di negara-negara maju dunia. Di Indonesia, sebagai masyarakat Indonesia khususnya para pengguna dan penggemar *fashion* hendaknya mulai peduli dan lebih menghargai hasil karya hasil kerajinan tangan yang menjadi salah satu khas budaya Indonesia juga.

Kata Kunci

Perancangan, Komunikasi, Visual, Mendukung, Publikasi, Eco-Fashion, Indonesia.