

JURNAL TUGAS AKHIR

**PERANCANGAN KONSEP VISUAL WEBSITE
PENGENALAN SUSTAINABLE FASHION
UNTUK REMAJA**



PERANCANGAN

Marina Masud Mizoguchi
1612420024

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2021**

Tugas Akhir Perancangan yang berjudul:

PERANCANGAN KONSEP VISUAL WEBSITE PENGENALAN SUSTAINABLE FASHION UNTUK REMAJA, diajukan oleh Marina Masud Mizoguchi, NIM 1612420024, Program Studi S-1 Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta (Kode Prodi: 90241), telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada tanggal 6 April 2021 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Ketua Program Studi DKV



ABSTRAK

PERANCANGAN WEBSITE PENGENALAN SUSTAINABLE FASHION UNTUK REMAJA.

Marina Masud Mizoguchi

1612420024

Industri fashion adalah salah satu penyumbang limbah terbesar di bumi. Meskipun hal itu adalah fakta yang banyak diketahui masyarakat, namun tetap saja banyak produk - produk fast fashion laris terjual. Hal ini menunjukkan banyak konsumen fast fashion yang kebanyakan adalah remaja tidak peduli atau bahkan tidak tahu tentang masalah yang ditimbulkan oleh industri fashion. Cepatnya arus pergantian mode yang selalu diikuti oleh remaja akan mengakibatkan banyaknya pakaian bekas yang tidak di daur ulang dan berakhir menjadi limbah. Padahal dengan menerapkan konsep sustainable fashion dapat mengurangi limbah fashion.

Perancangan ini dibuat untuk mempermudah remaja agar timbul kesadaran akan pentingnya mendaur ulang dan bertanggung jawab atas produk fashion yang dikonsumsi. Dari hasil penelitian ini selanjutnya dapat digunakan sebagai landasan merancang media yang mampu dijangkau oleh siapapun dan dimanapun khususnya remaja. Website dinilai menjadi media yang efektif dan efisien, selain dengan kelebihan membuat konten yang banyak.

Kata kunci: *sustainable fashion*, website, limbah.

ABSTRACT

WEB DESIGN OF SUSTAINABLE FASHION INTRODUCTION FOR ADOLESCENTS

Marina Masud Mizoguchi

1612420024

The fashion industry is one of the biggest contributors to waste on the earth. Even though this is a fact that is widely known by the public, there are still many fast fashion products selling well. This shows that many fast fashion consumers, mostly adolescents, don't care or even don't know about the problems posed by the fashion industry. The fast flow of fashion trends changes that are always followed by teenagers will result in many used clothes that are not recycled and end up as waste. In fact, applying the concept of sustainable fashion can reduce fashion waste.

This research is made to make it easier for teenagers to raise awareness of the importance of recycling and being responsible for the fashion products they consume. From the results of this study, then it can be used as a basis for designing media that can be reached by anyone and anywhere, especially teenagers. The website is considered to be an effective and efficient medium, apart from the advantages of creating a lot of content.

Keywords: sustainable fashion, website, waste.

A. Pendahuluan

1. Latar Belakang Masalah

Trend gaya hidup anak muda saat ini berkembang sangat cepat. Baik dari perihal selera musik, kuliner, dan juga fashion. Ditambah lagi dengan kecanggihan teknologi yang mendukung persebaran informasi menjadi serba cepat. Hampir setiap hari, bahkan dalam hitungan menit trend mode dapat diperbarui.

Mengikuti perkembangan fashion bagi remaja dianggap sebagai salah satu dari identitas diri. Hal ini menjadi pasar yang menarik bagi beberapa sektor industri khususnya industri fashion. Remaja adalah segmen pasar yang banyak menjadi target para pembisnis.

Perkembangan trend fashion di Indonesia sendiri didorong oleh beberapa faktor yaitu Media Massa, Dunia Entertainment, Dunia Bisnis, dan Internet yang menyebabkan siklus trend mode terjadi sangat cepat sehingga mendorong konsumen remaja untuk segera membeli produk dengan desain mode terkini sehingga tidak tertinggal oleh zamannya. Seperti koleksi kolaborasi antara HnM dan Justin Bieber yang mana diketahui bahwa HnM merupakan salah satu brand yang menjual produk Fast Fashion. (<https://id.hm.com/divided/campaigns/justin-bieber-merch-th.html>,2020). Permintaan pasar akan desain mode baru dalam jumlah yang sangat besar setiap bulannya dengan harga yang sangat terjangkau menjadi alasan mendasar berkembangnya fast fashion.

Namun ternyata untuk memenuhi itu semua, banyak limbah yang dihasilkan oleh pabrik. Selain itu, upah yang diterima oleh buruh jahit tidak sesuai bahkan banyak yang dipekerjakan di lokasi yang tidak memadai. Dampak negatif yang ditimbulkan oleh industri tekstil akan meningkat secara drastis di tahun 2050. Jika di tahun 2015 limbah minyak yang dihasilkan dari produksi tekstil hanya sekitar 98 juta ton, maka diprediksi di tahun 2050 akan ada sekitar 300 juta ton limbah minyak yang dihasilkan. (Ellen MacArthur Foundation, 2017). Meski begitu rupanya banyak remaja yang masih tidak peduli atau tidak mengetahui hal tersebut.

Remaja merupakan salah satu segmen pasar yang dituju oleh industri fashion dikarenakan masa transisi remaja menuju dewasa membuat remaja memiliki keinginan untuk diterima oleh lingkungannya juga memiliki status sosial tertentu meningkat. Kuatnya pengaruh teman sebaya terhadap penampilan, membuat para remaja berusaha menampilkan dirinya sebaik mungkin agar mereka tidak merasa ditolak oleh kelompoknya sendiri (Hurlock, 1999:206). Juga untuk meningkatkan rasa percaya diri dan memenuhi nafsunya sendiri banyak remaja yang berbelanja secara berlebihan. Hal ini juga salah satu alasan remaja menjadi cenderung konsumtif. Perilaku konsumtif merupakan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal. (Tambunan 2001:1). Sifat konsumerisme pada remaja ini juga menjadi salah satu faktor yang mendukung bertambahnya limbah, fakta ini menunjukkan bahwa banyak remaja masih belum paham akan pentingnya bertanggung jawab atas limbah fashionnya sendiri.

Menurut Sharma (2014:8) industri fashion telah memperkerjakan kurang lebih satu per enam populasi dunia, juga menggunakan lebih banyak air dari industri-industri lain kecuali industri pertanian, dan menghasilkan limbah kimia beracun, juga membutuhkan jumlah energi yang besar sehingga menjadi kontributor terbesar dalam global warming. Beberapa dampak buruk yang dihasilkan oleh industri fashion salah satunya adalah limbah pewarna pakaian yang menyebabkan pencemaran air. Pencelupan warna tekstil adalah penyumbang limbah air terbesar kedua di dunia setelah industri pertanian. Industri fashion juga menghasilkan emisi gas yang lebih merusak iklim dibandingkan industri pelayaran dan penerbangan yang digabungkan menjadi satu (Ellen MacArthur Foundation, 2017).

Dampak lingkungan dari Industri fashion juga tergantung dari jangka waktu penggunaan produk fashion. Dengan trend mode Fast Fashion saat ini kebanyakan produk hanya digunakan dengan jangka waktu yang tidak lama. Hal ini disebabkan oleh kualitas kain yang digunakan pada produk fast fashion lebih rendah sehingga mudah rusak diiringi dengan meningkatnya koleksi mode baru yang dirilis oleh industri fashion secara cepat dan massal.

Kejadian ini menjadi sorotan pada kurangnya transparansi lingkungan kondisi kerja yang buruk dan berbahaya dalam di dalam pabrik. Perhatian juga semakin berfokus pada pelanggaran hak-hak pekerja di seluruh sektor industri fashion. Dimulai dari produksi dan pemrosesan tekstil, ritel dan distribusi, hingga daur ulang tekstil. Selain itu banyak dari pekerja Industri fashion tidak mendapatkan upah minimum yang sah. Di dalamnya juga mempermasalahkan adanya eksploitasi bagi buruh perempuan. Rata-rata, 25% pekerja di Indonesia adalah pekerja jangka pendek atau sementara, sementara di Filipina naik menjadi 85% di dalam satu pabrik. (www.theguardian.com, 2020).

Menurut Hopwood (2005:39) Konsep sustainable development merupakan hasil dari peningkatan kesadaran akan korelasi global antara isu kerusakan lingkungan, isu ekonomi-sosial dan dampaknya pada kemiskinan, kesetaraan dan isu kesehatan di masa yang akan datang. Demi mensejahterakan pekerja juga demi menjaga ekosistem alam menjadi lebih baik. Sustainable fashion hadir sebagai solusi. Dimulai dari menggunakan bahan-bahan daur ulang dan membeli pakaian yang sudah mendapatkan sertifikat Fair Trade dari lembaga terpercaya agar para pekerja terlindungi. Bukan hanya itu konsep dari sustainable fashion juga untuk mengurangi pembunuhan hewan yang diambil bulunya. Juga mengurangi sifat konsumerisme yang baik bagi bumi dalam hal penghematan energi dan sumber daya. Dengan membeli produk lokal yang diproduksi oleh industri rumahan bukan produksi massal yang berlebihan. Terlebih lagi menggunakan bahan-bahan yang ramah lingkungan kita sudah ikut menerapkan konsep sustainable fashion.

Istilah Sustainable fashion sendiri sudah ada sejak 1960'an. Saat itu pemerhati lingkungan mulai menyuarakan keprihatinan mereka atas dampak dan kehancuran yang disebabkan oleh masyarakat konsumeris. Sehingga muncul minat masyarakat untuk menemukan pendekatan yang

lebih baik demi kelanjutan produksi dan konsumsi fashion (Gwilt, 2014:18). Sebelum memasuki zaman revolusi industri, fashion merupakan sebuah produk yang mahal, karena produk fashion diproduksi secara manual dijahit dengan tangan dan sangat detail juga menggunakan bahan dengan kualitas yang cukup baik. Dampaknya fashion hanya dapat dikonsumsi oleh kalangan tertentu saja. Kemudian pada tahun 1980 muncul zaman revolusi industri, dimana muncul berbagai teknologi, salah satunya teknologi mesin jahit untuk memproduksi produk fast fashion. Fast fashion diproduksi dengan proses yang lebih cepat, menggunakan bahan baku yang berkualitas rendah, serta dijual dengan harga yang murah. Sehingga fashion dapat dibeli oleh semua orang yang berasal dari berbagai kalangan.

Melihat kondisi tersebut, maka perlu dirancang sebuah media sebagai sarana penyampai informasi kepada remaja tentang pengenalan sustainable fashion yang fokus pada permasalahan kelestarian lingkungan sebagai isu utama dan juga diikuti dengan berbagai isu-isu lainnya yang terjadi di dalam industri fashion. Dari sekian banyak media yang menjadi pertimbangan, akhirnya dipilihlah media konsep visual website sebagai sarana penyampai pesan. Konsep visual bertujuan untuk meningkatkan daya tarik dan kegunaan estetika desain atau produk dengan gambar, tipografi, ruang, tata letak, dan warna yang sesuai. Konsep visual lebih dari sekedar estetika. Perancang menempatkan elemen dengan cermat untuk membuat tampilan antarmuka yang optimal agar pengguna merasa nyaman. Pemilihan media konsep visual website tersebut diantaranya karena remaja zaman sekarang khususnya yang tinggal di daerah perkotaan lebih banyak menerima informasi melalui media digital sehingga konsep visual website menjadi salah satu media yang dekat dengan target audiens.

2. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang konsep visual website pengenalan sustainable fashion yang mudah dipahami untuk remaja?

3. Tujuan Perancangan

Merancang konsep visual website pengenalan sustainable fashion yang mudah dipahami untuk remaja.

4. Teori dan Metode

a. Riset

1) Identifikasi Persoalan

Permasalahan berupa kurangnya atensi remaja pada sustainable fashion yang akan di jabarkan menjadi beberapa *research question* meliputi:

- a) Apakah *sustainable fashion* dapat diterapkan oleh remaja?
- b) Dari mana remaja dapat mulai untuk menerapkan *sustainable fashion*?
- c) Bagaimana contoh penerapan *sustainable fashion* bagi konsumen dan produsen?
- d) Apa yang menyebabkan *sustainable fashion* perlu diterapkan?
- e) Apa dampak dari diterapkannya *sustainable fashion* bagi remaja?

- 2) Data yang Dibutuhkan
 - a) Data Verbal
 - i. Data Primer
Data utama yang dibutuhkan mengenai *sustainable fashion* diperoleh dari buku – buku yang berkaitan dengan *sustainable fashion* yaitu “*The fashion paradox*” oleh *Sandy Black*, “*A New Textiles Economy Full-Report Updated*” jurnal dari *Ellen MacArthur Foundation*. Juga dilengkapi oleh wawancara dengan narasumber yang mewakili organisasi lingkungan.
 - ii. Data Sekunder
Data mengenai teori visual dan representasi diperoleh dari sumber literasi cetak maupun digital seperti buku dan internet. Landasan dalam merancang website didapat dari buku “*The Principles of Beautiful Web Design*” karya *Jason Beard* dan *James George* dan “*Interface Design*” karya *Dave wood*.
 - b) Data Visual
 - i. Data Primer
Data visual berupa foto dan ilustrasi yang berkaitan dengan teks dalam konten website agar dapat menunjukkan visualisasi yang relevan.
 - ii. Data Sekunder
Data visual berupa *screenshot* beberapa referensi *website*, referensi ilustrasi dari buku dan webiste.
- 3) Instrumen/Alat Pengumpulan Data
 - i. Smartphone sebagai alat perekam untuk merekam proses wawancara,
 - ii. Alat tulis untuk mencatat dan menuangkan ide selama proses perancangan.
 - iii. Laptop guna melaksanakan penelitian secara daring.
- b. Metode Pengumpulan Data
 - 1) Kajian Pustaka
Meninjau dan mempelajari data pustaka sesuai dengan konteks perancangan.
 - 2) Observasi partisipatoris
Penulis yang merupakan remaja akhir memiliki minat terhadap fashion yang merasakan langsung kurangnya kesadaran teman-teman sebaya akan keberlangsungan limbah fashion.
 - 3) Dokumentasi
Mendokumentasikan proses dalam merancang dari penulisan hingga pengkaryaan.
 - 4) Wawancara
Melakukan wawancara dengan narasumber secara daring untuk mendapatkan data.
- c. Metode Analisis Data
Menganalisa dan mengolah data-data yang telah diperoleh dengan metode analisis 5W + 1H (What, Who, Why, Where, When, + How) untuk

mengkaji, membahas, dan menelaah data-data yang telah diperoleh sebelumnya. Semua data yang dikumpulkan kemudian akan dianalisis menggunakan analisis 5W dan 1 H yang meliputi:

- 1) What (obyek)
Apa masalah yang menjadi dasar dari perancangan website pengenalan *sustainable fashion* untuk remaja?
 - 2) Why (tujuan)
Mengapa merancang website pengenalan *sustainable fashion* untuk remaja?
 - 3) Who (target audience)
Siapa target audience dari perancangan website pengenalan *sustainable fashion* untuk remaja?
 - 4) Where (ruang lingkup)
Dimana saja ruang lingkup batasan untuk mempublikasikan website pengenalan *sustainable fashion* untuk remaja?
 - 5) When (kapan)
Kapan penyebaran website pengenalan *sustainable fashion* untuk remaja?
 - 6) How (Bagaimana?)
Bagaimana strategi memecahkan masalah ini?
- d. *Brainstorming* dan ideasi
- 1) Pemecahan masalah disampaikan dengan informasi mengenai dampak dari industri fashion kepada target audiens melalui media visual.
 - 2) Media visual yang terpilih adalah website. Website dapat dijangkau dengan luas tanpa batasan waktu dan tempat selama ada koneksi internet. Website juga dekat dengan kalangan remaja sehingga target audiens sudah terbiasa dengan media tersebut dan tidak memerlukan penyesuaian.
 - 3) Website bekerja dengan menyuguhkan konten berupa teks, gambar, dan ilustrasi yang sederhana dan ringkas sehingga mudah dipahami oleh audiens. Seperti cara memilih bahan pakaian yang *sustainable*, dampak dari industri fashion, juga bagaimana cara yang tepat untuk ikut mengimplementasikan *sustainable fashion* dalam kehidupan sehingga target audiens mengerti akan manfaatnya.
- e. Perancangan media
- 1) Visualisasi ide / sketsa
Menentukan gaya web yang akan dirancng dengan mencari refrensi *website* yang relevan dengan kontek yang akan dirancang. Sehingga didapat *wireframe* dari *website*.
 - 2) Merancang *copywriting*
Menentukan informasi yang ingin disampaikan dalam setiap *section* halaman *website* dengan membagi data-data yang sudah terkumpul dan diringkas sesederhana mungkin dan dimasukkan kedalam *wifreframe* yang sudah dirancang sebelumnya sehingga tertata rapi.
 - 3) Merancang aset visual

Perancangan asset visual disesuaikan dengan style website yang sudah ditentukan sebelumnya seperti jenis font, gaya ilustrai, dan warna.

4) Merancang *layout*

Rancangan layout website berdasarkan kontek yang style website yang menjadi refrensi juga aturan website yang sudah umum digunakan.

5) Produksi

Launching website melalui link yang akan dibagikan.

f. Uji dan evaluasi media

1) *Usability Testing*

2) *Feedback*

3) Identifikasi kekurangan dan peluang yang dapat dikembangkan.

4) Improvisasi

5) Validasi

B. Pembahasan dan Hasil

1. Tujuan Kreatif

Perancangan antar muka *website sustainable fashion* ini mengenalkan kemudahan bagi remaja yang memiliki minat akan *fashion* atau sekedar ingin tahu untuk mendalami pengetahuan akan *sustainable fashion*. Tampilan dari *website* ini memudahkan pengguna untuk memperoleh berbagai informasi mendasar yang diharapkan dapat berguna sebagai rangkuman informasi dan beragam konten terpilih dengan *copywriting* yang jelas.

2. Strategi Kreatif

Proses produksi pada perancangan ini mengadaptasi metode *user centered design* yang memiliki empat tahap proses. Berikut adalah tahap dalam *user centered web design*.

a. *Understand context of use*

1) Konteks *Website*

2) Target Audiens

3) Survey Online

4) *Constumer Journey Map*

b. *Specify User Requirements*

Pada tahap ini adalah penataan informasi dari data kebutuhan pengguna website untuk mempermudah dalam menerima informasi dalam website, lalu kebutuhan pengguna divisualisasikan ke dalam berbagai bentuk.

1) Lingkup *Website*

Mengetahui lingkup *Website* merupakan hal yang penting agar perancang maupun pengguna nantinya mengerti batasan dari perancangan ini sehingga tidak berlebihan dan juga tidak kurang. Perancang website juga akan lebih jelas tanggung jawab yang harus di kerjakan sehingga tidak membuat bingung pengguna maupun perancang. Untuk mengetahui hal itu maka perlu dibuat sebuah sitemap yang berguna memberikan informasi tentang halaman, video, dan file lain di setiap halaman website dan hubungan setiap konten.

- 2) Isi website
 - a) *Home*
 - b) Tentang Kami
 - c) Program
 - d) Belajar
 - e) Aksi
 - f) Label

c. *Design Solution*

Pada tahap ini adalah solusi secara visual yang ditawarkan oleh perancangan untuk *website* ini. Hal ini akan menentukan impresi dan kenyamanan target audiens saat menggunakan *website*.

1) *Wireframe*

Wireframe adalah kerangka dasar dari sebuah halaman web. Terdapat berbagai komponen dalam *wireframe*, seperti banner, header, konten, footer, link, form, dan masih banyak lagi. Proses pembuatan *wireframe website* disebut *wireframing*, dimana perancang akan menyusun semua komponen sesuai dengan layout yang diinginkan. *Wireframe* biasanya diselesaikan oleh desainer antarmuka pengguna yang bertanggung jawab untuk membuat *website* terlihat menarik.

2) Visual

Visual dari perancangan *website* ini memperhatikan hirarki visual yang bertujuan untuk menyelaraskan konten yang akan dimuat sehingga informasi tersampaikan dengan lebih efektif. Tampilan *website* akan menggunakan *flat design* yaitu desain yang menggunakan pendekatan minimalis untuk mengedepankan kegunaan, memiliki tampilan yang bersih dan fokus pada tipografi, menggunakan warna cerah dan ilustrasi dua dimensi.

a) Ilustrasi

Ilustrasi utama yang digunakan pada perancangan konsep visual *website sustainable fashion* ini adalah *flat illustration* yang sedikit memiliki aksesoris *grain* dan ilustrasi pendukung mirip dengan *children illustration* dengan nuansa alam yang rindang didukung dengan kombinasi ilustrasi fashion sesuai dengan tema dari perancangan ini.

b) Fotografi

Gaya fotografi yang digunakan pada perancangan ini adalah fotografi jurnalistik dikarenakan konten didalam *website* ini banyak mengangkat perihal isu lingkungan dan pekerja yang relevan dengan fotografi jurnalistik. Pemilihan fotografi dirasa paling relevan dengan konten yang dimuat dalam perancangan ini.

c) Icon

Icon yang digunakan pada perancangan ini berupa icon stroke yang hanya menggunakan satu warna yaitu hijau. Icon ini dipilih karena sederhana dan tidak memerlukan banyak tempat.

d) *Flowchart*

Flowchart menjelaskan tentang langkah-langkah atau instruksi yang berurutan. Pada umumnya *flowchart* digunakan dalam infografis. namun banyak juga yang menggunakannya dalam website. Dalam perancangan ini akan menggunakan *flowchart* dengan desain yang sesuai dengan konsep.

3) *UX Writing*

Dalam menyampaikan informasi dalam *website* pengenalan *sustainable fashion* pada remaja ini menggunakan gaya verbal yang sederhana dan tidak terlalu formal. Penggunaan Bahasa Indonesia akan dikemas dengan tujuan agar mudah dipahami target audiens saat menggunakan website. Baik dari konten, judul, hingga tulisan dalam button.

4) *Style Guide*

Style guide adalah standar yang menentukan berbagai elemen dan pola situs atau aplikasi. Dengan kata lain panduan untuk melihat semua gaya visual seperti header, tautan, tombol, palet warna, dan bahasa visual apa pun yang digunakan di situs.

a) Warna

Perancangan konsep visual *website* ini menggunakan warna dominan kehijauan. Warna kehijauan merupakan warna-warna alam dengan tone yang dingin. Seperti warna daun, rumput, dan pepohonan. Dekat dengan konsep *sustainability*. Hijau adalah salah satu warna sekunder yang dibentuk dengan menggabungkan kuning dan biru. Hijau adalah warna yang menenangkan dan membantu mengurangi stres.

b) Tipografi

Tipografi pada website ini menggunakan sans serif untuk body text dan serif untuk headingsnya. Typeface yang akan digunakan dalam desain ini adalah Arvo dan Lato. Typeface Arvo dan Lato digunakan karena sangat mudah dibaca dan tidak melelahkan ketika dibaca. Bentuknya yang sederhana dan modern membuat typeface ini memudahkan target audiens dalam menangkap pesan yang ingin disampaikan.

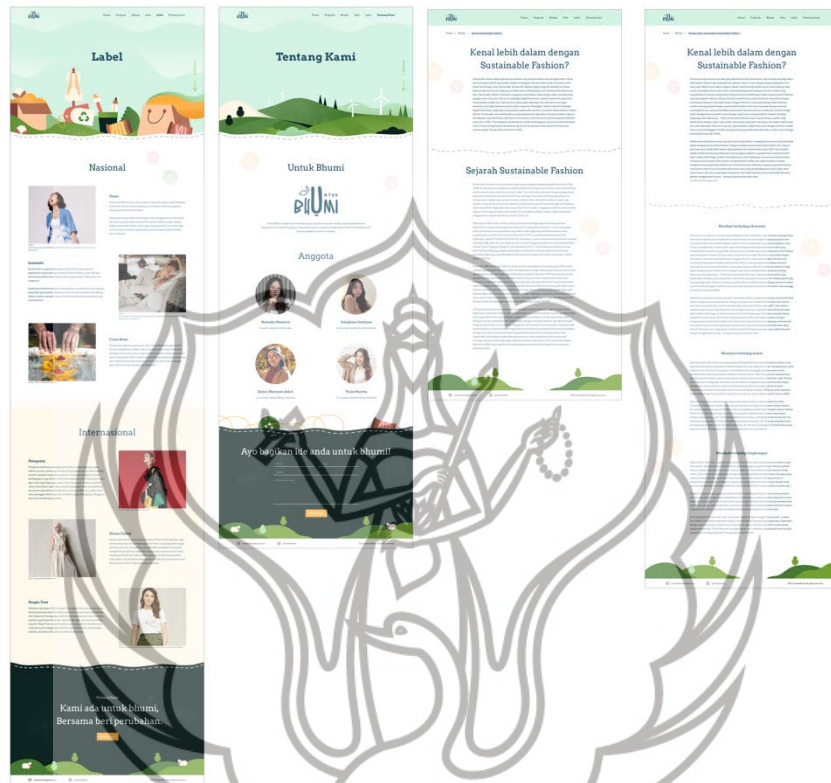
d. *Evaluation & Launch*

Pada tahap ini, *website* akan diuji dengan beberapa *target audiens* tahap ini biasa disebut dengan *usability testing*, lalu mencatat apa yang membingungkan bagi target audiens sehingga dapat di perbaiki lagi.

Setelah *website* dirasa siap untuk di luncurkan maka *website* mulai tersedia untuk akses umum. Publikasi dilakukan dengan menyebarkan informasi agar menambah jumlah pengunjung, serta akan dibantu oleh media sosial yaitu Instagram. Berikut adalah laporan hasil dari *usability testing* dari 5 orang user.

3. Hasil Karya



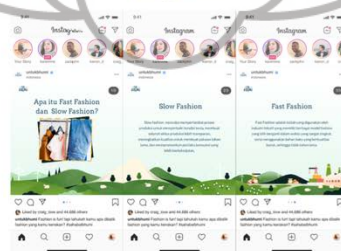


Poster

Instagram Post

Tote Bag

Stiker Whatsapp



Gambar 1 Hasil karya keseluruhan

C. Kesimpulan

Berawal dari permasalahan banyaknya sampah yang timbul dari limbah pakaian yang menyebabkan industri fashion menjadi salah satu pemasok limbah paling besar dan berdampak di bumi. Juga didukung dengan banyaknya remaja di Indonesia yang tidak peduli atau menyadari hal itu. Maka dibuatlah dalam perancangan ini untuk mencoba memberikan tawaran berupa website pengenalan sustainable fashion untuk remaja.

Website dalam perancangan ini merupakan media utama yang berfokus pada memberikan informasi tentang dampak dari fast fashion yang banyak memakan korban jiwa, merusak bumi, dan membayar upah buruh sangat rendah. Hingga lahirnya konsep sustainable fashion seperti cara mengelola sampah fashion, hingga memahami bahan-bahan yang baik agar tidak merusak alam. Disajikan dengan artikel yang memuat konten dan ilustrasi yang menarik sehingga mudah dimengerti. Tidak hanya media utama, berbagai media pendukung juga saling melengkapi perancangan ini, seperti tote bag, stiker whatsapp, dan post sosial media yang setiap medianya memiliki fungsi dan tujuannya masing-masing dalam menarik audiens untuk menuju media utama.

Sulitnya mendapatkan informasi yang komprehensif dan mudah dipahami mengenai sustainable fashion menjadikan audiens harus mencari banyak sumber, yang kadang tidak berdasarkan fakta yang jelas dan terpercaya. Dengan adanya perancangan website pengenalan sustainable fashion untuk remaja ini diharapkan mampu memberikan pengantar mengenai informasi sustainable fashion dan memudahkan remaja dalam memahami penerapan sustainable fashion dan metode pengelolaannya.

D. Daftar Pustaka dan Webtografi

Buku

Beiard, Jason dan George, James (2014). *The Priciple of beautiful web design*, Site Point Pty Ltd, Amerika.

Black, Sandy (2008). *Eco-Chic: The fashion paradox*, Black Dog Press, London.

Elkington, John (1998), *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business*, Gabriola Island, BC: New Society Publishers.

Ellen MacArthur Foundation. (2017). *A New Textiles Economy Full-Report Updated*. Cowes.

Fletcher, Kate dan Grose, Lynda (2012), *Fashion & Sustainability: Design for change*, Laurence King Publishing Ltd, London.

Gwilt, Alison. (2014). *A Practical Guide to Sustainable Fashion*. New York. *Social Responsibility*, PT Gramedia, Jakarta.

Wood, Dave (2014), *Interface Design*, Bloomsbury Publishing, New York.

Webtografi

<https://cottonmadeinafrica.org/en/principles-and-criteria/>, diakses pada 11 Januari 2021

https://docs.google.com/forms/d/1TQjrIfIhDIIT1BQMhc9B55RfyruGgeCu0S1EslKabak/edit?usp=forms_home&ths=true/, diakses pada 19 Januari 2021

<https://medium.com/@Anaiska/contribute-to-a-better-world-be-a-successful-company-sustainability-in-a-shared-economy-startup-50cc72f2e37b/>, diakses pada 11 Januari 2021

<https://www.livekindly.co/sustainable-fashion/>, diakses pada 21 Januari 2021

<https://www.thedailystar.net/news/like-a-pack-of-cards-it-crumbles/>, diakses pada 11 Januari 2021

<https://www.theguardian.com/global-development/poverty-matters/2011/apr/28/sweatshops-supplying-high-street-brands/>, diakses pada 13 Januari 2021

<https://www.sustainyourstyle.org/old-environmental-impacts>, diakses pada 14 Januari 2021

