

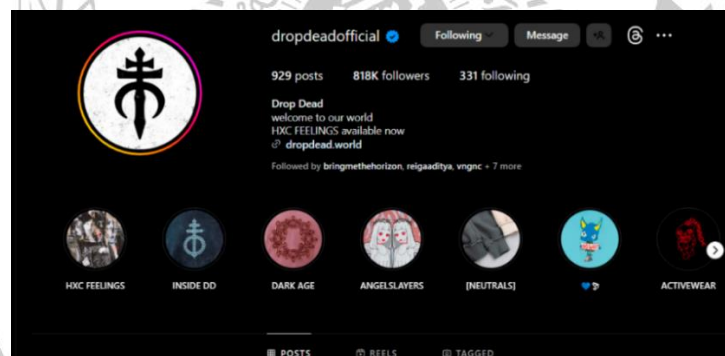
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era digital ini, Instagram telah menjadi platform media sosial yang populer untuk brand dalam menjangkau audiens dan membangun citra merek. @dropdeadofficial, brand streetwear asal Inggris, telah sukses memanfaatkan Instagram sebagai platform utama untuk promosi brand. Strategi mereka yang unik dan berani, termasuk penggunaan "anti-desain" dalam konten Instagram mereka, telah menarik perhatian banyak pengikut dan berkontribusi pada kesuksesan brand.

Drop Dead adalah merek *fashion* asal Inggris yang didirikan oleh Oli Sykes pada tahun 2005. Oli Sykes adalah seorang musisi dan vokalis band *metalcore* terkenal, Bring Me the Horizon. Merek ini awalnya didirikan sebagai sebuah merek *streetwear* dengan sentuhan rock dan metal yang kuat, tetapi sejak saat itu telah berkembang menjadi merek yang dikenal secara global dengan lini pakaian dan aksesoris yang unik dan kreatif yang tertera pada **gambar 1.2** dibawah ini.



Gambar 1.2 Profil Instagram @Dropdeadofficial

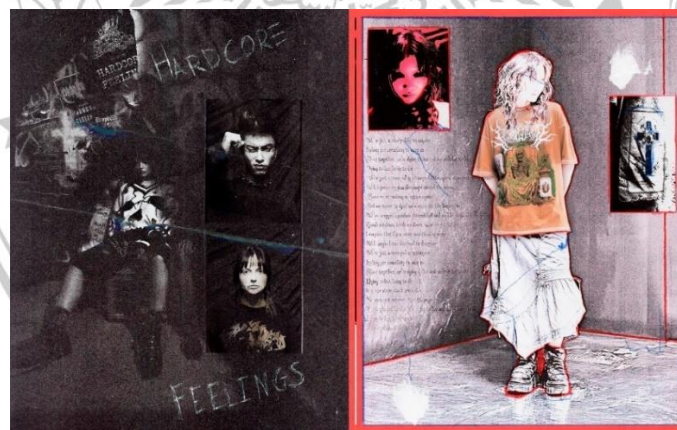
Sumber : Instagram @Dropdeadofficial

Drop Dead dikenal karena desainnya yang bersifat *eksperimental* dan *futuristik*, yang menggabungkan elemen-elemen fashion streetwear dengan sentuhan yang unik dan berbeda. Merek ini sering menampilkan grafis yang menarik, ilustrasi, dan logo yang mencolok, yang sering kali terinspirasi oleh seni, musik, dunia hewan, dan budaya pop. Selain pakaian seperti kaos, jaket, dan sweatshirt, Drop Dead juga menawarkan berbagai aksesoris, termasuk topi, tas, dan

perhiasan. Merek ini sangat diakui oleh penggemar musik rock dan metal, tetapi juga berhasil menarik minat dari kalangan penggemar streetwear dan fashion secara umum.

Drop Dead mengandalkan media sosial sebagai sarana komunikasi utama dengan pengikutnya, terutama Instagram. Merek ini sering mengunggah konten visual yang menarik untuk mempromosikan produk baru dan berinteraksi dengan penggemar mereka. Strategi perancangan visual yang unik dan kreatif yang diadopsi oleh Drop Dead telah membantu merek ini membangun komunitas yang kuat di media sosial dan meningkatkan keterlibatan pengguna.

Penelitian ini memilih merek fashion Drop Dead sebagai objek penelitian karena melalui akun Instagram @Dropdeadofficial, Drop Dead menerapkan konsep Anti-Desain dalam *feed* mereka untuk mempromosikan produk-produk *fashion* mereka. Anti-desain sendiri ialah sebuah gerakan atau pendekatan dalam desain yang muncul sebagai respons terhadap norma dan konvensi desain yang dianggap terlalu kaku. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap apakah desain dengan gaya seperti ini dapat diterapkan oleh @dropdeadofficial dan sejauh mana hal tersebut dapat memperkuat citra merek Drop Dead sebagai merek fashion seperti yang ditampilkan pada **Gambar 1.3**



Gambar 1.3 Postingan Feed Instagram @Dropdeadofficial

Sumber : Instagram @dropdeadofficial

Ikatan aktifitas band mahasiswa atau yang biasa di sebut IKABAMA adalah unit kerja mahasiswa atau UKM yang berada di Universitas Muhammadiyah

Malang. UKM yang di dirikikan pada tahun 1993 oleh Drs. Achmad Muchyi, MM ini menaungi seluruh mahasiswa Universitas Muhammadiyah malang yang memiliki minat dan bakat dalam bermusik.

IKABAMA beroperasi dalam tiga bidang utama: Event Organizer (EO), musik, dan organisasi. Dalam bidang Event Organizer, IKABAMA sering menyelenggarakan berbagai acara musik baik di dalam kampus maupun di luar kampus, dengan skala yang bervariasi dari kecil hingga besar. Di bidang musik, IKABAMA berfokus pada pengembangan anggotanya untuk menjadi musisi yang kompeten dan menghasilkan karya yang dapat bersaing di pasar. Dalam aspek organisasi, IKABAMA memiliki struktur kepengurusan yang jelas dan mengadakan rapat anggota secara rutin, serta mengambil setiap keputusan berdasarkan Anggaran Dasar/Anggaran Rumah Tangga (AD/ART). Kegiatan dan struktur ini memastikan bahwa IKABAMA dapat menjalankan program-programnya dengan efektif dan efisien, serta terus berkembang dalam mendukung minat dan bakat anggotanya di bidang musik dan event organizing.

Ada berbagai macam genre band yang berada di bawah naungan ikabama di antaranya seperti *pop, rock, metal* dan juga *hardcore*. Band – band yang terbentuk di ikabama terdiri dari beberapa anggota ikabama dari berbagai macam fakultas dan jurusan yang memiliki kesamaan satu sama lain dan berkumpul membentuk band dengan *genre* yang mereka pilih sesuai dengan ketertarikan mereka terhadap suatu *genre music*. Band yang sudah terbentuk di urus oleh kepengurusan ikabama dan di bina di bawah naungan ikabama seperti di adakanya *les music* di setiap minggu di fasilitasi dapat menggunakan studio band ikabama serta mendapat kontrak yang berisi regulasi dan aturan band – band yang berdiri di bawah naungan ikabama.

Anti-Desain adalah sebuah gerakan atau pendekatan dalam desain yang muncul sebagai respons terhadap norma dan konvensi desain yang dianggap terlalu kaku dan komersial. Istilah ini sering dikaitkan dengan desain yang menolak prinsip-prinsip tradisional estetika, seperti kesederhanaan, fungsionalitas, dan keteraturan. Sebaliknya, anti-desain mengadopsi gaya yang lebih eksperimental, berani, dan kadang-kadang provokatif, dengan tujuan untuk menantang dan

mendobrak batas-batas konvensional dalam desain. Karakteristik dalam desain Anti-desain antara lain:

Eksperimen Visual: Anti-desain seringkali menggabungkan elemen-elemen visual yang tidak biasa dan mencolok, menggunakan warna-warna cerah, bentuk-bentuk asimetris, dan komposisi yang tidak konvensional.

Provokasi dan Kritik Sosial: Banyak karya anti-desain dimaksudkan untuk memprovokasi pemikiran dan mendobrak asumsi-asumsi sosial yang ada. Mereka sering mengandung pesan kritis terhadap konsumsi massal dan budaya populer.

Dekonstruksi Konvensi Desain: Anti-desain sering mendekonstruksi elemen-elemen desain tradisional, seperti tata letak, tipografi, dan hierarki visual, untuk menciptakan sesuatu yang baru dan tidak terduga.

Gerakan anti-desain sering dikaitkan dengan periode akhir 1960-an dan 1970-an di Italia, di mana kelompok desainer seperti Archizoom, Superstudio, dan Alchimia mulai mengeksplorasi bentuk-bentuk baru ekspresi desain yang menolak norma-norma modernis. Mereka melihat desain bukan hanya sebagai fungsi estetika, tetapi juga sebagai alat untuk menyampaikan pesan sosial dan budaya (RMC Media, 2023).

Ada beberapa penerapan gaya desain Anti-desain yang paling banyak di jumpai antara lain:

Arsitektur: Dalam arsitektur, anti-desain bisa terlihat dalam bangunan-bangunan yang secara sengaja melanggar aturan simetri, menggunakan bahan-bahan yang tidak biasa, atau menampilkan struktur yang tampak tidak stabil.

Desain Grafis: Dalam desain grafis anti-desain sering menampilkan tipografi yang sulit dibaca, tata letak yang tidak teratur, dan elemen visual yang bertabrakan untuk menciptakan efek yang mengganggu atau memancing perhatian (Kerrang!, 2023). Desain

Produk: Produk-produk yang dirancang dengan pendekatan anti-desain mungkin memiliki bentuk yang tidak lazim atau fitur-fitur yang mengejutkan dan tidak konvensional.

Menurut Steven Heller, seorang kritikus desain terkenal, anti-desain adalah bentuk ekspresi radikal yang menantang status quo dan mendorong desainer untuk berpikir di luar batasan-batasan tradisional (Kerrang!, 2023). Ia melihat anti-desain sebagai respon kreatif terhadap komersialisasi dan homogenisasi desain dalam industri..

Anti desain biasa di gunakan dalam promosi acara atau *tour* band yang mengusug *genre metal*, dengan nuansa yang gelap dan dan tidak beraturan. Anti disain di anggap sebagai gaya disain yang menyimpang dan kasar sehingga gaya disain ini cocok sebagai suatu gaya disain yang mewakili *music* dengan *genre* yang keras seperti *metal,hardcore* dan beberapa *genre music* keras lainnya seperti pada gambar 1.4



Gambar 1.4 Contoh poster acara band *metal* yang menggunakan gaya anti disain

Sumber : Pengelola

Pada umumnya gaya disain ini sering sekali peneraanya di gunakan oleh divisi kreatif IKABAMA dalam mempromosikan *event music* terutama untuk *event -event* band *underground* atau *metal*. Penerapan gaya disain ini sering sekali di gunakan di karenakan tidak bisa di pungkiri IKABAMA sendiri adalah organisasi *music* Universitas yang paling banyak menghasilkan musisi – musisi dan band dengan *gendre underground*. seperti : Paradigma, Blackswan, Desperado, Follow my judge, Kangguru punch, The lion mustache, Sword of scream dan masih banyak lagi band – band di IKABAMA yang memiliki aliran atau *genre music* keras

lainnya. Sehingga untuk melakukan promosi band, disain yang paling umum di gunakan oleh divisi kreatif IKABAMA adalah disain dengan gaya Anti disain, seperti disain pada **gambar 1.6** dari *event music* promosi hingga *cover album* untuk band – band *underground* ini menggunakan gaya disain anti disain.

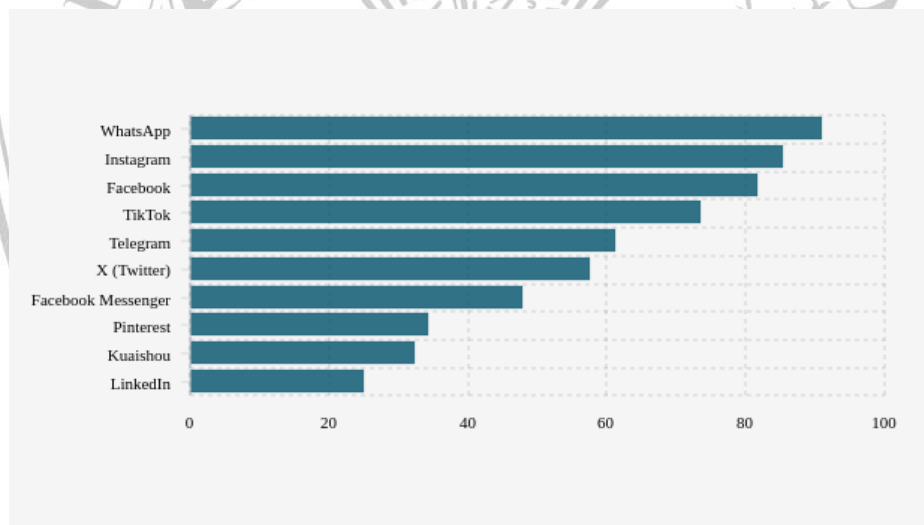


Gambar 1.5 Disain poster event music dan cover album di ikabama

Sumber : Postingan Instagram @ikabamaumm

Seiring berkembangnya zaman dan kemajuan teknologi, penggunaan internet semakin berkembang pesat. Tidak dapat dipungkiri lagi kepopulerannya. Berdasarkan riset highlight APJII Angka pengguna internet pada tahun 2018 ada 171,17 juta pengguna dari total populasi penduduk Indonesia. Bila dilihat dari segmen umur ternyata pengguna internet dari usia 15-19 tahun mempunyai penetrasi paling tinggi yaitu mencapai 91%. Media sosial memungkinkan individu untuk terhubung dan berkomunikasi dengan orang lain di seluruh dunia dengan mudah. Hal ini membantu memperluas lingkaran sosial, memfasilitasi komunikasi jarak jauh, dan memungkinkan pertukaran informasi yang cepat (Boyd, D., & Ellison, N. 2008). Media sosial juga memungkinkan individu untuk mengekspresikan kreativitas mereka melalui berbagai konten seperti foto, video, dan tulisan. Ini membuka kesempatan untuk berbagi karya seni dan ide dengan audiens yang lebih luas (Aplan, A. M., & Haenlein, M. 2010). Dengan demikian, media sosial menjadi sesuatu yang tak lepas dari bagian aktifitas kehidupan sehari-hari banyak orang, karena berbagai manfaat yang ditawarkannya dalam hal komunikasi, informasi, hiburan, dan interaksi sosial.

Dengan manfaat yang di tawarkan oleh media sosial ,Penggunaan media sosial semakin tinggi dan berkembang,ada banyak platform media sosial yang sehari-hari di gunakan sebagai alat berkomunikasi dan berbagi berbagai macam kreatifitas pengguna salah satunya adalah media sosial berbasis visual seperti Instagram. Instagram menjadikan kebutuhan akan desain komunikasi visual semakin tinggi (Pengaruh penggunaan gadget dalam kehidupan.2018). di Indonesia sendiri penggunaan Instagram menjadi kebutuhan utama selain whatsapp, laporan terbaru *We Are Social* Di Indonesia pengguna Instagram pada bulan januari 2024 menempati posisi kedua Dengan proporsi pengguna mencapai 85,3%, *We Are Social* melaporkan bahwa terdapat 139 juta pengguna media sosial di Indonesia pada Januari 2024. Angka ini mencerminkan 49,9% dari total populasi nasional. Hal ini menunjukkan tingginya penetrasi media sosial di negara tersebut, menciptakan peluang besar bagi strategi pemasaran digital.seperti diagram yang tertera pada **gambar1.1** di bawah ini.



Gambar 1.1 Diagram penggunaan media sosial di Indonesia 2024

Sumber : wearesocial.com

Dengan tingginya angka pengguna Instagram tentu banyak dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis untuk lebih meningkatkan usahanya. Salah satunya dengan memaksimalkan instagram sebagai media promosi. Dalam sosial media proses visualisasi Pengguna yang melihatnya dapat membentuk persepsi, yang kemudian menciptakan citra positif atau negatif tergantung pada karakteristik gambar yang

ditampilkan. Semakin kreatif desain visual yang disajikan, semakin banyak orang yang tertarik mengunjungi halaman profil Instagram tersebut. Konten visual Instagram berperan penting dalam mempengaruhi minat audiens untuk mengikuti akun tersebut atau tidak. Desain yang inovatif dan menarik dapat meningkatkan daya tarik dan jumlah pengikut akun Instagram secara signifikan. Salah satu pelaku usaha yang memanfaatkan Instagram sebagai media promosi mereka adalah *brand* pakaian Drop Dead.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka pada penelitian ini peneliti tertarik meneliti penerimaan divisi kreatif IKABAMA terhadap akun Instagram yang memanfaatkan konten visual kreatif anti desain pada media sosial *Instagram* sebagai media untuk berkomunikasi dan promosi *brand* pakaian mereka. Berdasarkan dengan keterkaitan antara penggunaan gaya desain sebagai konten promosi seperti yang di sebutkan pada latar belakang di atas dengan judul **“PEMAKNAAN PESAN KONTEN INSTAGRAM @dropdeadofficial OLEH DIVISI KREATIF IKABAMA DALAM STRATEGI PROMOSI BRAND MENGGUNAKAN ANTI-DESAIN”**

1.2 Rumusan Masalah

Dari pemaparan yang disampaikan melalui latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pemaknaan pesan konten *Instagram @dropdeadofficial* oleh divisi kreatif IKABAMA dalam strategi promosi *brand* menggunakan anti-desain?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini menganalisis Strategi Promosi *Brand* Menggunakan Anti Desain apakah dapat di terima sebagai bentuk promosi dan menaikkan citra brand Melalui Media Sosial Instagram Pada Akun @dropdeadofficial.

1.4 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat dipahami bagaimana penggunaan strategi visual anti- desain pada media sosial, khususnya Instagram, dapat memengaruhi citra brand fashion dan bagaimana hal ini dapat berkontribusi pada

kesuksesan bisnis mereka dalam era digital yang berfokus pada visual. Penelitian ini juga dapat memberikan panduan bagi merek fashion lainnya yang tertarik untuk mengadopsi strategi visual serupa dalam upaya meningkatkan citra merek mereka di platform media sosial Instagram.

