

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Hal yang paling utama dan paling penting dalam sebuah fotografi editorial adalah untuk sebuah publikasi di majalah, koran, atau media massa lainnya. *Image* editorial ditujukan untuk menemani teks dan dapat mencakup semua hal yang tak bisa diceritakan lewat teks. Ini bisa terjadi dalam berbagai *genre*, seperti foto jurnalistik, *fashion*, *portrait*, *sport*, dan lain-lain.

Hal inilah yang juga terjadi dalam ranah fotografi *fashion editorial*¹. Fotografi *fashion editorial* dibuat oleh tim editorial yang melibatkan *fashion* fotografer² yang akan menghasilkan *image*. Fotografer *fashion* adalah orang yang paling penting dibalik kamera, karena dia sebagai *main people* yang bisa menciptakan konsep, membuat tim dan merealisasikan cerita sebuah *fashion* editorial. Berkat tangan fotografer, *fashion editorial* sering menampilkan foto-foto dengan ukuran penuh di halaman-halaman majalah dengan konsep atau tema tertentu yang memiliki dramatisasi *mood*, ilustrasi dan garis cerita untuk mengajak pembaca melihat sisi lain sebuah barang-barang *fashion*.

Hijab merupakan sebuah produk dan *mode fashion*. Dalam bahasa Arab, Hijab berarti penghalang. Hijab merupakan *fashion item* yang digunakan muslimah (berjenis kelamin perempuan) sesuai dengan perintah agama Islam.

Stereotype di masyarakat kita menyatakan bahwa pengguna hijab diidentifikasi sebagai orang yang bertakwa, namun jika dilihat lebih jauh, pemakai hijab adalah muslimah yang juga manusia biasa. *Human*, manusia yang tak lepas dari salah dan benar sebagai individu "*Homo Ludens*"³. Ada dramaturgi (bagaikan panggung

¹ Film HBO Dokumenter berjudul *In Vogue : The Editor Eye* (2012). Dilihat di Youtube dengan link <https://youtu.be/ZbTHTmRd94E> diakses pada 29 Maret 2017 pukul 11:47 WIB. Pernyataan editor majaah bahwa fotografer *fashion* penting untuk mempunyai mata akan konsep gambar. Di menit ke 5:26 – 6 :02 oleh Grace Coddington, Kepala Editor Vogue.

² Fotografer sebagai kepala utama pemotretan (menggambil alih simulasi tugas redaksi).

³ Sebuah konsep yang memahami bahwa manusia merupakan seorang pemain yang memainkan permainan. **Homo ludens** sendiri merupakan sebuah konsep yang muncul atau ditemukan dalam

pertunjukan) bermuatan ritus⁴ - budaya - kebudayaan yang terkandung dalam praktik pemakaian hijab. Palsunya hijab digunakan sebagai artefak mode kebudayaan untuk menunjukkan atribut, identitas diri dan menutup aurat dengan *fashion item* mode hijab.

Berbicara tentang *fashion*, pakaian dan busana menurut Carlyle dalam Barnard (2002) adalah perlambang jiwa, pakaian tak bisa dipisahkan dari perkembangan sejarah kehidupan dan budaya manusia.⁵ Carlyle juga menambahkan bahwa *fashion* dimetaforakan sebagai lapisan sosial yang membawa pesan dan gaya hidup suatu komunitas tertentu yang merupakan bagian dari kehidupan sosial. Selain itu, *mode* juga mengekspresikan identitas tertentu. *Fashion* dan pakaian dipandang memiliki status yang ambivalen⁶ dari sebuah gaya hidup (*lifestyle*). Hijab yang merupakan bagian dari produk fashion kini menjadi *lifestyle*.

Dari buku *Lifestyle* yang menganalisis fenomena busana muslimah, menyebutkan bahwa “Busana muslim kini dijual *high class* di butik. Kerudung yang dulu hanya dipakai segelintir muslimah dulu dianggap sebagai pakaian remaja putri di Pesantren, kini justru menjadi status elitisi dan modis ketika dipakai para anak-istri pejabat, pengusaha, dan artis yang berbondong-bondong mengenakannya. Dalam hal ini sedang ada fenomena akan adanya ideologi yang samar-samar terbentuk, yakni beragama tapi tetap trendi atau biar religius tapi tetap modis”. Lebih lanjut, Pada saat kriteria kesuksesan justru menguat ke arah yang bersifat *prestise* matrealistik, semangat spiritualisme baru ternyata mengalami polesan lebih canggih lagi dalam konsumerisme. Pemasaran penampakan luar, penampilan, hal-hal yang bersifat permukaan atau kulit akan menjadi bisnis besar gaya hidup.⁷

Sensibilitas keagamaan pun mulai mengalami komodifikasi (menjadi komoditas / barang dagangan) di pentas konsumsi massa. Ketika kerudung, jilbab,

kebudayaan. Setiap kebudayaan memperlihatkan karakter manusia sebagai pemain. (Sumber : Kamus Besar Bahasa Indonesia / KBBI).

⁴ Ritus adalah suatu tindakan, biasanya dalam bidang keagamaan, yang bersifat seremonial dan tertata. Sumber :KBBI

⁵ Barnard (2002). *Fashion as communication*. Jala Sutra : Yogyakarta. Halaman: ix.

⁶ Ambivalen adalah perasaan bercabang dua yang saling bertentangan, KBBI.

⁷ David Chaney. 2003. *Lifestyle – Sebuah Pengantar Komprehensif*, (terjemahan dari Roahedge, 1996, Louisiana). Jala Sutra : Yogyakarta. Hal: 10-11.

gamis dan baju koko (dengan berbagai model, pola, corak, dan warna populer) kian menjadi salah satu ikon gaya hidup dalam fashion yang bersifat matrealistik.

Hal ini memoles artefak mode, atribut, dan identitas keagamaan dalam semangat spiritualisme telah menjadi barang dagangan dan menjadi objek konsumsi populer. Ada ledakan *lifestyle* hijab yang mengubah Muslimah menjadi *Dandy Society* (masyarakat pesolek), dan semua yang kita miliki pada akhirnya akan menjadi budaya tontonan.

Budaya populer menjadi fenomena era informasi, di mana studi tentang ini mengkritisi bahwa budaya massa terbentuk melalui komunikasi yang disiarkan media massa dalam dominasi kapitalisme. Budaya populer banyak dikritisi sebagai industri yang dirancang untuk tujuan profit yang menciptakan produk homogen dan terstandarisasi untuk menarik minat audiens. Budaya populer adalah budaya yang lahir atas kehendak media, yang menyenangkan banyak orang, yang mengakomodasikan wujud-wujud budaya yang tidak dapat dikategorikan sebagai budaya tinggi, dan budaya ini dipandang sebagai budaya komersial.⁸

Perkembangan mode hijab sendiri terlihat dari dinamisasi visual yang dibuat oleh perusahaan *fashion retail* dunia seperti Edisi Abaya Dolce and Gabana, Edisi Ramadhan DKNY dan H&M⁹. Perkembangan visual fotografi fashion hijab dari dua buku fotografi : pertama dari *fashion street* karya Langston Hues berjudul “*Modest Street Vol.1*” yang menampilkan visual fotografi muslimah di 6 benua, 20 negara dan 30 kota besar; kedua dari “*Hijab Fashion Street*” karya Dian Pelangi yang juga sebagai Muslim Fashion Designer dan orang yang berpengaruh dalam fashion hijab dunia; menurut BOF 2015, buku *Hijab Fashion Street* menampilkan penampilan muslimah di kota-kota besar di Indonesia dan Asia Tenggara. Perkembangan media massa untuk referensi fashion hijab ada pada Vogue Arab dan bermunculannya majalah Muslim di Indonesia seperti Laiqa

⁸ Dominic Strinati.2004. Popular Culture – Pengantar Menuju Teori Budaya Populer. Jala Sutra : Yogyakarta. Halaman :14.

⁹ Gambar pada lampiran

Magazine, Majalah Noor dan situs belanja online HIJUP.com dan banyak media massa dan terpaan informasi lain yang merepresentasikan mode hijab.

Ada dualisme pertentangan nilai yang menarik antara *outer mode* hijab yang bersolek namun pemakainya adalah manusia biasa. Bagaimana mereka terlalu terobsesi dengan fashion dalam visual *image*. Gejala ini terlihat dalam budaya *fashion* hijab sekarang secara instan yang diakui sebagai *trend* untuk menyenangkan penggunanya dan di recognisi massa. Perkembangan hijab yang dinamis dengan warna corak dan bentuk, karena euforia kreatifitas mode yang berlebihan (*exaggerated*) memberikan inspirasi peneliti untuk mengambil metafora ini sebagai penelitian tugas akhir sebagai perancangan fotografi fashion dengan mengambil judul Fotografi Dalam *Fashion Editorial* “*Hijab In Popular Culture*”,

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka permasalahan penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

- Bagaimana fotografi *fashion* editorial dapat memvisualkan hijab dalam budaya populer ?.

1.3 Batasan Masalah Penelitian

Agar penelitian lebih terarah dan fokus, maka diperlukan adanya pembatasan masalah dibatasi pada:

- *Fashion* editorial dibatasi kepada proses kreatif fotografer sebagai orang yang berpengaruh untuk menciptakan *image* di balik kamera. Karena fotografer berperan penuh dalam penciptaan ide, *moodboard*, membentuk tim untuk memvisualisasikan pesan dengan tema Fotografi Dalam *Fashion Editorial* “*Hijab In Popular Culture*”.
- Pemotretan fotografi *fashion* editorial dengan tema “*Hijab In Popular Culture*” yang menampilkan visual mode hijab dalam warna-warna pop sebagai trend, dengan *mood* gaya hijab yang dalam budaya populer.

- Konsep fotografi dibantu dengan elemen *background warna, digital imaging artis*, model dan *wardrobe* di Kota Bandung.
- Pemotretan *Indoor* (Studio).

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan tugas akhir ini ialah untuk mengetahui konsep kreatif fotografi dalam *fashion editorial* yang dapat memvisualkan mode hijab dalam budaya populer.

1.5 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Praktis

Penelitian ini bermanfaat untuk para fotografer untuk dapat memperluas ide atau gagasan yang dapat diaplikasikan dalam sebuah konsep fotografi dalam *fashion editorial*.

b. Manfaat Teoretis

Penelitian ini bermanfaat untuk memperkaya referensi mengenai fotografi dalam *fashion editorial* hijab dalam budaya pop bagi media massa dan masyarakat luas

1.6 Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang menurut penulis paling tepat untuk mempelajari nilai yang terkandung di fenomena hijab dalam budaya populer terjadi di dalam masyarakat karena untuk meneliti fenomena secara alamiah di lapangan. Metode pengumpulan data:

1. Studi pustaka

- a. Buku
- b. Jurnal
- c. *Website*
- d. Literatur dan media informasi yang berhubungan dengan permasalahan untuk pembahasan.

2. Wawancara

Wawancara dengan nara sumber yaitu praktisi-praktisi fotografi untuk mendapatkan data-data penelitian, seperti:

- a. Melakukan wawancara dengan budayawan, untuk mencari ilmu tentang fenomena hijab dalam budaya populer.
- b. Melakukan wawancara dengan muslim fashion *designer dan fashion stylish*, untuk mengetahui hal-hal yang berkaitan dengan fashion hijab.
- c. Melakukan wawancara dengan Ustadzah, untuk mengetahui kajian Agama Islam tentang hijab.

3. Observasi

Mengamati visual hijaber di media massa dan realitasnya

1.7 Jadwal Penelitian

Dilaksanakan dari Maret – Juni 2017 sebagai karya Tugas Akhir Tahun Ajaran 2016/2017 Program Studi Fotografi dan Film Universitas Pasundan. Peneliti mengharapkan kerjasama dengan make up artis, *model agency*, hijab *stylish*, dan *fashion designer* di Kota Bandung.

1.8 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini dapat mempermudah dalam menulis laporan penelitian. Adapun sistematikanya sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian sebagai kerangka awal dalam melakukan proses penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Mengurai konsep-konsep teori dan landasan ilmu pengetahuan yang bersifat penguatan kepada konsep penelitian guna menjawab pertanyaan penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang teknik-teknik dalam melakukan penelitian, cara penjabaran dan pengumpulan data penelitian, rancangan serta analisis data penelitian.

BAB IV PERANCANGAN KARYA

Bab ini peneliti mulai melakukan proses perancangan karya dan melakukan pengujian hipotesis dari data dan teori yang telah diperoleh sehingga peneliti membuat konsep visual dan eksekusi karya.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini terbagi menjadi dua bagian yaitu:

1. Simpulan, yang berisi tentang temuan-temuan selama peneliti melakukan penelitian diluar dari konsep yang diperkirakan dari pertanyaan penelitian sampai pada eksekusi karya.
2. Saran, berisi tentang hal-hal yang disarankan oleh peneliti dalam menjawab pernyataan penelitian. Saran-saran berimplikasi terhadap dunia ilmu, sosial, budaya.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi mengenai materi referensi atau isi dari penelitian yang didapatkan dari rujukan-rujukan yang ditulis secara sistematis.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Berisi mengenai data-data yang telah diperoleh oleh penulis selama penelitian berlangsung seperti data wawancara dengan nara sumber, dokumentasi saat melakukan penelitian serta CV penulis.