

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Fotografi *Fashion*

Fotografi *fashion* menurut Kamus Fotografi⁹, merupakan cabang fotografi profesional yang mengkhususkan diri pada foto di bidang busana dan perlengkapannya. Seorang fotografer *fashion* harus mampu memadukan busana dengan modelnya menjadi suatu gambar (foto yang harmonis). Bidang fotografi ini makin marak seiring dengan perkembangan media cetak yang semakin maju.

Fotografi *fashion* adalah *genre* fotografi yang ditujukan untuk menampilkan pakaian dan barang-barang fashion lainnya. Pada umumnya fotografi *fashion* akan berfokus pada pakaian atau aksesoris yang dikenakan model, para fotografer juga cenderung menggunakan pencahayaan yang dramatis. Fotografi *fashion* yang paling sering dilakukan untuk editorial, iklan atau majalah fashion seperti Vogue, Bazaar, Dewi Magazine, Laiqa Magazine, Majalah Noor, dll.

Pengertian *fashion*¹⁰: Secara etimologis *fashion* berasal dari Bahasa Latin, *factio*, yang berarti “melakukan”. Arti sesungguhnya dari kata “*fashion*” adalah sesuatu yang mengacu pada hal-hal yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang. Mode pakaian tak bisa dipisahkan dari perkembangan sejarah kehidupan dan budaya manusia, menekankan bahwa *fashion* bisa diibaratkan sebagai “kulit sosial” yang mencerminkan gaya hidup suatu komunitas dan mengekspresikan identitas tertentu yang merupakan bagian dari kehidupan sosial. Sehingga *fashion* yang dipilih seseorang bisa menunjukkan bagaimana seseorang tersebut memilih gaya hidup. Seseorang yang sangat *fashionable*, secara tidak langsung mengkonstruksi dirinya dengan gaya hidup modern, karena selalu mengikuti tren. Hal ini menunjukkan bahwa *fashion* bisa membantu menentukan sikap dan nilai-nilai serta menunjukkan status sosial.

⁹ Nugroho, R. Amien. 2006. *Kamus Fotografi*. CV. Andi Offset : Yogyakarta. Hal: 129.

¹⁰ *Fahion blogger* <http://www.mamacantik.web.id/2015/07/definisi-dan-pengertian-fashion.html> diakses pada 24 Maret 2017 pukul 06:00 WIB

2.1.1 Fashion Editorial

Sebuah busana editorial diramu oleh redaksi media. Proses ini melibatkan Editor, *Art Director*, Fotografer, *Fashion Stylist*, Model, *Wardrobe*, Manajer Lokasi, *Digital Imaging*, *Layouter* Majalah, dan banyak tim yang terlibat.

Dalam penelitian ini, penekanan peneliti pada konsep kreatif fotografer yang bisa berperan *main actor behind camera* yang melingkupi ide, *moodboard* dan membentuk tim untuk mem-visual konsep sebuah fotografi *fashion* editorial. Fotografi dan fashion adalah variabel yang berkaitan dan tidak bisa dipisahkan, dimana fotografi merupakan media komunikasi yang relevan dalam pengembangan *fashion*. Fotografer berperan *multi-tasking* sebagai editor majalah untuk memberikan gambaran proses editorial dalam penelitian ini. Karena dalam proses pembelajaran fotografi, profesi fotografer di realitas menjalin komunikasi tim dengan banyak profesi. Fotografer sebagai kepala utama publikasi ini, memiliki tanggung jawab akhir untuk semua operasi dan kebijakan serta memimpin semua pihak yang terlibat.

Proses pembuatan fotografi editorial menurut kursus fotografi “*Fashion Batch 4*” oleh fotografer *fashion* Nicoline Patricia Malina¹¹ dan tutorial dari fotografer *fashion* Lindsay Adler (fotografer *fashion* di New York)¹², menjelaskan tahap pembuatan sebuah foto editorial, yakni:

- Proses membuat fotografi fashion editorial

<i>Brainstorming/</i> pengembangan konsep	✓ Menemukan Ide ✓ Membicarakannya dengan tim ✓ Meriset <i>moodboard</i> atau referensi ✓ Persiapan casting (pemilihan)
Persiapan produksi	✓ Penentuan lokasi atau pemilihan properti pemotretan ✓ Pemilihan model

¹¹ *Fashion Batch 4* adalah program kelas fotografi *fashion* di Nicoline Patricia Malina Photo, peneliti mengikuti ini selama 1 bulan pada Agustus 2015 di Jl. Cipete Raya No.8 Pasar Minggu-Jakarta Selatan.

¹² Proses pembuatan fotografi editorial ini juga sama dengan metode yang dikemukakan oleh Lindsay Adler, NY Fotografer, di Youtube X-rite Photo berjudul “*Lindsay Adler – Fashion Shoot Workflow From Start to Finish*” durasi 57:48 menit. Sumber : <https://youtu.be/ovDqFU2petQ> diakses pada 28 April 2017 ppuul 13:00 WIB

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Menentukan anggota tim ✓ Logistik
Pemotretan	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Fleksibilitas (kemungkinan-kemungkinan yang terjadi pada saat pemotretan). ✓ Peralatan fotografi.
<i>Image Delivery</i>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Penjadwalan Presentasi ✓ Pemilihan gambar ✓ <i>Editing</i>

Tabel 2.1 Proses Pembuatan Fashion Editorial

Tim fotografi *fashion* ditorial terdiri dari tim utama yakni fotografer, *stylish* atau editor, tata rias, tata rambut, dan model. Namun bisa juga ada tambahan tim yakni sebagai tata artistik kuku, orang properti, *graphic designer* dan *digital retoucher* bila diperlukan. Selain pengetahuan tentang teknik fotografi *fashion* yang baik, fotografer harus menguasai dan memahami *sessions* (perkembangan mode / musim), trend, jenis *brand*, proporsi, bahan material dan fabrikasi kain, model dan posenya.

Sebuah konsep haruslah menyeluruh dan tersambung dengan tujuan yang dimaksud. Riset dan *brainstorming* sangat penting untuk mengembangkan konsep dan komunikasi tim yang dipimpin oleh fotografer. Konsep haruslah menarik dan realistis untuk diwujudkan.

Fotografer membuat *moodboard*. *Moodboard* berisi semua yang fotografer butuhkan untuk mewujudkan sebuah cerita yang diwujudkan, menjaga konsep pemotretan tetap di jalannya dan tidak melebar, sebagai pengingat akan tim yang membantu pemotretan. Sebuah pemotretan *fashion editorial* membutuhkan: konsep, inspirasi, produksi, penelitian, percobaan sebelum eksekusi sesungguhnya.

2.2 TEKNIK FOTOGRAFI MODEL

2.2.1 Teknik-teknik pencahayaan

Peranan cahaya dalam fotografi sangat penting untuk menghasilkan foto yang baik. Seorang pemotret selain harus memperhatikan kualitas cahaya, juga harus memperhatikan arah dan efek yang dihasilkan dari sumber cahaya, baik cahaya alam (matahari) maupun cahaya buatan (artifisial). Pengertian arah pencahayaan adalah bagaimana memposisikan sumber cahaya terhadap objek yang akan difoto. Sedangkan efek pencahayaan adalah menyangkut akibat yang ditimbulkan dari memposisikan sumber cahaya tersebut terhadap objek yang akan dipotret. Arah sumber pencahayaan¹³:

1. *Front Light* (Pencahayaan Dari Arah Depan)

Sumber cahaya terletak di depan objek foto. Jika lampu berada di belakang atau berdekatan dengan posisi kamera. Sudut antara objek foto dan kamera tidak lebih dari 15 derajat. Pencahayaan ini akan menghasilkan foto yang relatif tanpa bayangan, sehingga tercipta efek yang mengurangi tekstur objek yang difoto. Pencahayaan *front light* ini biasanya digunakan untuk menonjolkan *make-up* model serta untuk menampilkan objek foto dengan kulit halus dan warna *make-up* yang natural.

2. *Side Light* (Pencahayaan Dari Arah Samping)

Pencahayaan dari arah samping dapat dihasilkan bila sudut sumber cahaya, posisi objek foto dan posisi kamera adalah 45-90 derajat. *Side light* dapat diletakkan di samping kiri atau kanan objek foto. Efek yang dihasilkan adalah menonjolkan bentuk dan permukaan atau tekstur obyek foto ini. Ini disebabkan karena bayangan yang kuat dari sumber cahaya. Efek ini dipakai bila ingin menampilkan profil dan menonjolkan lebih banyak karakter dan profil objek yang kita foto. Misalnya pada foto-foto *potrait*.

3. *Top Light* (Pencahayaan Dari Arah Atas)

Ini dilakukan dengan menempatkan sumber cahaya di atas objek yang akan kita foto sehingga arah cahaya jatuh dari atas. Arah pencahayaan ini akan

¹³ Nugroho, Yulius Widi, S.Sn.,M.Si. 2011. *JEPRET! Panduan Fotografi dengan kamera Digital dan DSLR*. Familia : Yogyakarta. Halaman :73-103.

memberikan efek yang dramatis. Efek *top light* dapat dibandingkan dengan cahaya matahari yang terpancar pada tengah hari.

4. *Bottom Light* (Pencahayaannya Dari Arah Bawah)

Sumber cahaya yang diletakkan di bawah akan menghasilkan arah pencahayaan yang disebut *bottom light* atau *base light*. Cara pencahayaan seperti ini banyak digunakan sebagai *fill-in light* (cahaya pengisi) untuk mengurangi kontras dari *main light* (cahaya utama).

5. *Back Light* (Pencahayaannya Dari Arah Belakang)

Pencahayaan dari arah belakang ini disebut sebagai *back lighting*. Arah sumber cahaya ini letaknya berlawanan dengan posisi kamera. Posisi sumber cahaya diletakkan di belakang objek, dipantulkan atau langsung mengenai objek. Efek yang dihasilkan secara umum akan menciptakan *siluet*, atau objek dikelilingi oleh *rim light* yakni cahaya yang ada di sekitar objek foto. Perlu diperhatikan juga bahwa cahaya yang langsung mengenai kamera akan menimbulkan pantulan cahaya dan *flare* (masuknya cahaya yang tidak diinginkan). Untuk itu arah sumber cahaya dari belakang perlu dikontrol dengan baik.

Pola Pencahayaan atau dalam Bahasa Inggris disebut *Lighting Pattern*¹⁴ dapat didefinisikan dimana cahaya dan bayangan terbentuk pada wajah untuk menciptakan bentuk yang berbeda. Secara sederhana ada empat pola pencahayaan dalam pemotretan secara umum, yaitu:

a. *Paramount/Hollywood/Butterfly*

Pencahayaan jenis ini sering dipakai di *Hollywood* pada era tahun 1940-1950an, efek yang ditimbulkan oleh teknik ini adalah bayangan yang mengikuti garis bawah lubang hidung dan jika diamati akan memiliki bentuk seperti bentuk kupu-kupu. Teknik pencahayaan untuk mendapatkan bayangan tadi diambil dengan menggunakan lampu yang di arahkan tepat di depan model pada posisi yang lebih tinggi *butterfly/paramount lighting*, Sumber cahaya akan diletakkan diatas kamera (bisa di depan atau dibelakang kamera) membentuk sudut 25 derajat mengarah pada model/wajah. *Shape* yang akan terbentuk pada *lighting*

¹⁴ Nugroho, Yulius Widi, S.Sn.,M.Si. 2011. *JEPRET! Panduan Fotografi dengan kamera Digital dan DSLR*. Familia : Yogyakarta. Halaman : 94

pattern ini sesuai namanya kupu-kupu, bayangan yang berada pada bawah hidung ini akan terlihat jelas pada seseorang yang memiliki struktur wajah yang bagus atau sempurna, Umumnya pemotretan jenis *fashion/beauty* lebih cocok dengan pencahayaan jenis ini.

b. *Loop*

Efek yang didapat dari teknik pencahayaan ini adalah timbul bayangan di salah satu sisi samping lubang hidung. Bisa berada di sisi sebelah kiri atau sisi sebelah kanan sesuai dengan letak lampu yang di arahkan ke model. Pencahayaan ini mudah digunakan untuk pemotretan keluarga besar atau perorangan.

c. *Rembrandt*

Seperti pada pembahasan pencahayaan *Rembrandt* dengan *Window Lighting*, selanjutnya ide ini diikuti oleh para fotografer dengan meletakkan posisi lampu agak tinggi dari objeknya (dapat disebelah kiri atau kanan objek). Efek yang didapat adalah bayangan segitiga yang terdapat pada bagian wajah mata disalah satu sisi wajah. Pencahayaan ini biasanya digunakan fotografer yang ingin menampilkan sebuah potret yang menonjolkan nilai artistik.

d. *Split*

Teknik ini menonjolkan sebuah foto yang lebih tertuju pada nilai artistiknya. Efek yang dihasilkan berupa bayangan pada wajah yang terlihat setengah gelap dan setengah terang. Posisi lampu diarahkan tepat disamping kiri atau kanan dan searah dengan model. Biasanya kesempurnaan *split* ini akan terlihat pada karakter wajah yang memiliki kulit putih dan struktur hidung yang bagus.

Untuk memberikan kesan cahaya yang berbeda, teknik *short lighting* dan *broad lighting* bisa dicoba. Palsanya *short lighting* adalah pencahayaan yang menempatkan posisi sumber cahaya sehingga menerangi permukaan wajah yang lebih sempit. Dengan demikian bayangan banyak yang jatuh di bagian wajah yang lebih luas. Akibatnya, wajah model akan terlihat lebih tirus. Sebaliknya, jika menerangi bagian yang luas (*broad lighting*), bayangan akan jatuh di bagian wajah yang sempit sehingga model terlihat sedikit lebih gemuk.

2.2.2 Pemotretan Studio

Pengertian tentang tata cahaya dasar untuk pemotretan studio, yaitu:

1. *Key light*

Key light merupakan sinar utama yang ditujukan kepada subjek dan akibatnya penyinaran ini akan menimbulkan bayangan. Penempatan *key light* ini pada sudut 30 derajat ke samping kiri atau kanan garis hidung.

2. *Fill light*

Jenis sinar ini digunakan untuk mengurangi atau bahkan kalau mungkin menghilangkan sama sekali bayangan yang ditimbulkan oleh jenis penyinar *Key light*, dengan demikian *fill light* mampu menghilangkan segala efek yang ditimbulkan oleh *key light* tadi.

3. *Back light*

Pemasangan *back light* pada sisi lain dari *key light* atau dipasang di belakang tepat tengah-tengah dan membentuk garis hidung. Penyinaran melalui *back light* ini akan membentuk garis tepi dari bentuk subjek, sehingga memisahkan dari latar belakang dekorasinya. Selain itu fungsi *back light* sebagai efek adalah untuk memberi warna pada rambut dan bahu.

Gabungan antara *key light*, *fill light* dan *back light* (*three point lighting*) akan menghasilkan kesan gambar tiga dimensi, detail objek terlihat, bayangan pada objek tidak tampak, tetapi bayangan yang jatuh pada *background* terlihat jelas. Sedangkan gabungan antara *key light*, *fill light*, *back light*, dan *background light* (*four point lighting*) akan menghasilkan kesan gambar tiga dimensi, cahayanya terkesan lembut, detail objek terlihat, bayangan pada objek tidak tampak, dan bayangan yang jatuh pada *background* juga tidak tampak.

Perbandingan "*High light*" (bagian ruang yang paling terang) dan "*Shade*" (bagian yang gelap) agar tidak terlalu tinggi atau biasa disebut "*HI contrast*", karena dapat menimbulkan perbedaan cahaya yang mencolok, disini bisa menggunakan reflektor untuk menambah cahaya pada objek dengan cara memantulkan cahaya pada objek.

Lighting rasio atau jumlah *key light* tidak boleh sama dengan yang lain, *key light* jumlahnya harus lebih banyak dari yang lain. Karena jika rasio atau jumlahnya sama akan menghasilkan *flat light* (cahaya datar, kurang hidup atau kurang cerah).

2.2.3 Peralatan Studio

Peralatan yang digunakan dalam pemotretan *indoor*¹⁵:

2.2.3.1 Kamera

Dalam urusan pemotretan fashion, hal yang paling penting adalah kualitas foto yang dihasilkan. Kamera dengan sensor *full-frame* menjadi pilihan favorit para fotografer *fashion*. Karena sensor ukuran full frame sama dengan film 35mm, sehingga memiliki sudut pandang yang sama dengan kamera film.

2.2.3.2 Lensa

Umumnya, lensa yang populer digunakan di kalangan fotografer *fashion* adalah lensa dengan *focal length* 24–200 milimeter. Namun, untuk memulai, bisa menggunakan lensa 70–200 milimeter, karena lensa ini tidak hanya dapat digunakan pada pemotretan studio, tetapi juga pemotretan di lokasi luar studio. Lensa 24–200 milimeter ideal untuk pemotretan di lokasi, terutama jika ingin “menangkap” latar belakang foto.

Fotografi *fashion* adalah kombinasi unik dari semua jenis fotografi. Mode sering mencakup fotografi portrait, fotografi lingkungan, fotografi produk, fotografi makro, dan kadang-kadang bahkan fotografi *landscape*, semua termasuk di bawah payung pengetahuan yang diperlukan untuk menjadi sukses dalam fotografi fashion.

Dalam rangka untuk memberikan pemotretan model fotografi yang sukses, membutuhkan lensa yang memungkinkan untuk menangkap setiap aspek. Berikut adalah daftar lensa¹⁶ Canon produsen merek DSLR:

¹⁵ Nugroho, Yulius Widi, S.Sn.,M.Si. 2011. *JEPRET! Panduan Fotografi dengan kamera Digital dan DSLR*. Familia : Yogyakarta. Halaman : 11-39.

¹⁶ Nugroho, Yulius Widi, S.Sn.,M.Si. 2011. *JEPRET! Panduan Fotografi dengan kamera Digital dan DSLR*. Familia : Yogyakarta. Halaman :29.

Lensa Zoom variabel

1. 24-70mm f / 2.8L USM *Zoom Lens*.

Untuk mendapatkan detail dari objek, fotografi busana sering menonjolkan detail dari aksesoris-aksesoris busana, detail dandanan model dan hal kecil lainnya dalam *fashion*.

2. 70-200mm f / 2.8L *Zoom Lens*.

Lensa ini menciptakan bokeh yang indah (*blur*) di f2.8, dan kompresi yang didapatkan ketika lensa diperbesar dari 150-200mm memberikan gambar bagus. Hal ini juga memungkinkan untuk mendapatkan foto dekat pada subjek tanpa mengganggu objek.

Lensa prime / fixed

3. 50mm f1.2 L USM.

Hasil tampilan yang lebih alami. Lensa 50 mm juga memungkinkan untuk membuat potret yang menakjubkan dengan *aperture* rendah menciptakan kedalaman dangkal dan melembutkan kulit model.

4. 85mm f1.2L II USM.

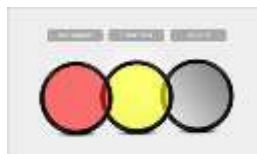
Ini adalah lensa yang besar, tetapi bukan suatu kewajiban bagi fotografer busana karena ketajaman lensa dan hasil bokeh yang memuaskan untuk foto model.

5. 100mm f / 2.8 Macro USM.

Mampu mengkompresi objek. Dengan Macro 100mm menangkap gambar rinci dengan kualitas yang sama dan rinci sebagai iklan produk di majalah. Memberikan nuansa kompresi 200 mm. Biasanya untuk detail bibir dan mata pada foto model.

2.2.3.3 Alat Bantu Pemotretan Studio

a. Filter.



Gambar 2.1 Filter

Sesuai dengan namanya alat ini cara kerjanya sama seperti filter pada umumnya yaitu sebagai penyaring, disini filter berfungsi menyaring cahaya yang masuk sehingga menimbulkan efek-efek yang kita inginkan. Penggunaannya dengan cara dipasang diujung lensa. Bentuk filter ada dua yaitu *square* (kotak) dan *circle* (bulat). Jika menggunakan *filter square*, kita harus menambahkan *ring* khusus di depan lensa. Untuk penggunaan filter yang bentuknya bulat, kita harus memperhatikan diameter dari lensa kamera yang kita gunakan. Berikut ini macam-macam filter dan kegunaannya antara lain :

- *Filter PL*, memekatkan warna dan menghilangkan refleksi
- *Filter UV*, mengurangi sinar ultra violet.
- *Filter ND (natural density)*, mengurangi kontras.
- *Filter warna*, memberi efek warna.
- *Filter soft*, melembutkan objek.
- *Filter diffuser*, hampir sama dengan *filter soft*, tapi lebih halus.
- *Filter cross*, memberi efek *cross* / silang pada sumber cahaya.
- *Filter multi image*, memberi efek multi *image*.
- *Filter multi expose*, digunakan dalam pemotretan multi expose.
- *Filter gradasi*, memberi efek gradasi warna

b. Tudung Lensa



Gambar 2.2

Alat yang dipasang pada lensa ini berfungsi menghilangkan cahaya/sinar yang tidak diinginkan masuk kedalam lensa karena cahaya tersebut biasanya dapat menyebabkan *flare* pada hasil pemotretan. *Flare* dapat merusak hasil foto karena menurunkan kontras dan mengurangi saturasi warna. Alat ini sangat berguna

terutama pada pemotretan yang berhadapan langsung dengan arah datangnya cahaya.

c. *Tripod*.



Gambar 2.3

Tripod atau biasa disebut kaki tiga berfungsi sebagai peyangga kamera saat pemotretan agar kamera tidak mengalami guncangan (*shaking*). Biasanya digunakan pada pemotretan yang menggunakan kecepatan (*speed*) rendah atau lambat, dan untuk menopang lensa-lensa panjang.

d. *Monopod*.



Gambar 2.4

Mempunyai fungsi yang sama dengan *tripod* tetapi hanya bentuknya yang berbeda yaitu hanya satu kaki sehingga lebih praktis untuk dibawa.

e. Kabel *Release*.



Gambar 2.5

Bentuknya hampir seperti injeksi yang lentur berfungsi untuk menghindari goncangan saat *shutter* ditekan karena saat memakai alat ini kita tidak perlu menekan shutter secara langsung. Penggunaannya dipasang pada soket kabel release yang biasanya terdapat pada tombol *shutter*.

f. *Background.*



Gambar 2.6

Kain atau latar belakang yang digunakan untuk pemotretan studio dengan berbagai macam gambar, pola dan warna.

g. *Stand Background.*



Gambar 2.7

Alat penyangga *background*, dan dalam penggunaannya paling tidak ada 2 stand. Alat ini bisa dinaik – turunkan sesuai kebutuhan ketika pemotretan.

2.2.3.4 Alat Bantu Pencahayaan

a. *Modelling lamp.*



Gambar 2.8

Lampu untuk menghasilkan cahaya yang membantu untuk menentukan, melihat arah jatuhnya bayangan obyek. Biasanya hanya ada di lampu studio. Menyala sebelum lampu digunakan atau di-*trigger*.

b. *Standar Reflektor*.



Gambar 2.9

Berfungsi mengarahkan sinar ke objek. Cahaya yang dihasilkan sangat kuat dengan sudut pancaran yang terbatas. Setiap pembelian lampu *flash* studio dillengkapi dengan standar reflektor yang menghasilkan cahaya yang langsung dan keras.

c. *Strobo* atau *Strobe*.



Gambar 2.10

Alat ini hampir mirip dengan *flash*, tapi bentuknya lebih besar dan cahaya yang dihasilkan juga lebih besar. *Strobo* dapat menyimpan cahaya dengan sumber tenaga yang berasal dari tenaga listrik AC atau baterai kering. *Strobo* memiliki sensor yang dapat menangkap main light sumber cahaya utama. Jadi *strobo* akan menyala secara otomatis ketika ada main light yang dinyalakan. Jika tidak menggunakan *main light*, strobo dapat diaktifkan dengan cara menghubungkan kabel sinkron langsung dari *strobo* ke kamera. Ukuran kekuatan cahaya yang dihasilkan *strobo* dapat diatur sesuai selera. Alat ini lebih banyak digunakan untuk pemotretan studio / *indoor*.

d. *Snoot*.



Gambar 2.11

Alat ini berfungsi mengarahkan cahaya pada satu titik agar tidak menyebar atau terpusat. Bentuk *snoot* menyerupai corong dan juga lebih banyak digunakan untuk pemotretan studio / *indoor*. Biasanya juga digunakan untuk pemotretan *double exposure* dan *multi expose*.

e. Payung Reflektor.



Gambar 2.12

Sifat cahaya yang dihasilkan lebih luas sehingga bayangan dan cahaya keseluruhan menjadi lebih lembut. Payung reflektor memiliki bermacam-macam warna. Warna standardnya putih, tapi ada juga yang berwarna perak (menghasilkan cahaya yang lebih kuat) dan emas (menghasilkan cahaya yang hangat) . Sumber cahaya alat ini berasal dari *strobo*.

f. Reflektor



Gambar 2.13

Digunakan untuk memberi cahaya tambahan yang merupakan pantulan cahaya dari *main light*. Biasanya berbentuk bundar dan kotak. Pada umumnya memiliki 3 warna yaitu putih, perak dan emas.

g. *Soft Box*



Gambar 2.14

Sebuah kotak yang terbuat dari kain dengan kedudukan atau rangka yang berbentuk seperti piramid. Cahaya yang dihasilkan *softbox* lebih lembut daripada cahaya yang dihasilkan payung reflektor maupun reflektor. *Softbox* memiliki berbagai macam ukuran (semakin besar ukurannya semakin lembut cahaya yang dihasilkan). Sumber cahaya *Softbox* juga berasal dari *flash light*.

h. *Beauty Dish*



Gambar 2.15

Beauty Dish merupakan reflektor khusus dengan bentuk bidang pantul parabolik. Alat ini biasa digunakan sebagai *top / front light* pada foto potret. Karakter cahaya yang dihasilkan berada di antara *softbox* dan flash langsung, dengan kontras yang cukup, sinar yang lebih *directional* (memiliki arah), dan efek yang lebih dramatis.

i. *Barndoors*.



Gambar 2.16

Berbentuk segi empat dan bewarna gelap. Biasanya dipasang pada *softbox*. Kegunaan dari *barndoors* adalah untuk mengarahkan cahaya yang keluar dari sumber cahaya.

j. *Honeycomb* / Sarang Tawon



Gambar 2.17

Alat ini sejenis dengan filter dan bentuknya bundar seperti sarang tawon, tapi dipasang pada lampu/sumber cahaya. Berfungsi untuk menghaluskan cahaya yang jatuh ke arah obyek.

k. *Light Stand*



Gambar 2.18

Alat yang digunakan untuk menyangga lampu studio atau menyangga properti dalam pemotretan.

1. *Flash Meter*



Gambar 2.19

Alat Pengukur Cahaya / *Flash Meter* / *Light meter* adalah alat yang dipergunakan untuk mengukur cahaya yang dikeluarkan oleh lampu studio dan digunakan untuk menentukan bukaan diafragma yang seharusnya di pakai dikamera, Sebelum menggunakan alat ini dilakukan penyetelan kecepatan rana dan iso yang digunakan.

m. *Trigger*



Gambar 2.20

Alat ini dipasang di kamera dan lampu studio agar lampu studio bisa menyala saat tombol rana kamera ditekan, pemasangan alat ini dimaksudkan agar fotografer dapat leluasa bergerak tanpa direpotkan oleh kabel sinkronisasi yang terpasang dikamera. Menyalakan *flash*/lampu studio dengan gelombang elektro

2.2.4 Warna Sebagai Bagian Dalam Karya Fotografi ¹⁷

Dalam fotografi warna dalam sebuah foto bisa dihasilkan dari beberapa cara, yaitu dengan menggunakan filter yang akan merubah seluruh nuansa warna. Cara lainnya dengan menggunakan warna pada cahaya yang digunakan saat pemotretan, atau dengan menggunakan warna-warna pada fisik dari objek yang akan difoto untuk membentuk suatu komposisi. Penjelasan berikut akan membahas perbedaan masing-masing cara yang telah disebut di atas. Selain sebagai warna cahaya, warna-warna tadi juga dipakai sebagai filter warna dalam fotografi yang berupa lapisan kaca, gelatin, atau bahan lain yang digunakan untuk memodifikasi spektrum cahaya. Filter memungkinkan fotografer untuk memodifikasi foto yang dihasilkan, bahkan kadang-kadang fotografer memakainya hanya untuk membuat sedikit perubahan pada nuansa foto.

2.2.4.1 Karakter Warna

Dalam fotografi dikenal tiga kategori warna, yaitu warna yang hangat (*warm*), warna yang dingin (*cool*) dan warna yang netral. Warna dingin (*cool color*) merupakan warna yang memberi kesan kesejukan, kedamaian maupun ketenangan, contoh dari warna-warna tersebut, misalnya biru, hijau dan ungu. Warna biru contohnya warna langit siang hari ketika cerah, sedangkan hijau lebih identik dengan warna hijau daun. Warna hangat (*warm color*) merupakan warna-warna yang memberikan kesan hangat, cenderung panas, contohnya matahari saat sore menjelang tenggelam. Warna-warna yang muncul diantaranya merah, magenta, oren dan kuning yang memberi kesan kehangatan. Sedangkan warna netral terdiri dari warna putih, hitam, abu-abu. Dalam fotografi ketiga kategori diatas sangat mempengaruhi kesan yang hendak dibangun oleh fotografer atas karya fotonya.. Untuk membangun kesan warna tersebut fotografer dapat

¹⁷ Agnes Paulina Gunawan. HUMANIORA Vol.3 No.2 Oktober 2012. *Peranan Warna Dalam Karya Fotografi*. Universitas Binus. http://research-dashboard.binus.ac.id/uploads/paper/document/publication/Proceeding/Humaniora/Vol.%203%20No.%202%20Oktober%202012/21_DKV_Agnes.pdf diakses pada 7 April 2017 pukul 10:49 WIB.

menggunakan warna dari objek atau dapat juga menggabungkan dengan warna cahaya.

Selain memiliki kategori hangat, dingin dan netral tadi, tiap warna mampu memberikan kesan atau bisa membentuk kesan. Mungkin untuk menampilkan keagungan, kemewahan, kesejukan, kesedihan, maupun kegembiraan sebagai deskripsi terbatas terhadap kesan yang ditampilkan oleh warna. Warna juga memberi gambaran suasana yang berhubungan dengan rasa, juga menjadi simbol yang digunakan untuk menginterpretasikan makna dalam sebuah karya foto untuk mendukung fotografer menyampaikan ide dan niatnya dalam karya foto. Dalam fotografi, warna menjadi elemen penting, karena keberadaan warna adalah sebagai rangsangan visual yang dilakukan oleh mata dan otak dari interaksi objek dan sumber cahaya. Warna bisa berfungsi memisahkan dan membedakan elemen dalam foto, warna juga memberi keindahan, menarik perhatian, serta berperan penting dalam penyampaian pesan. Disitulah warna membentuk komunikasi psikis.

Pengertian perlambangan warna dari segi psikologi :¹⁸

- Putih.
Melihat warna ini akan memberikan pengertian tentang keaslian, kemurnian, kesucian, tentang kesan ringan, kepolosan, dan kebersihan. Secara psikologis, putih bisa memberikan efek meredakan rasa nyeri, steril, menghadirkan aura kebebasan dan keterbukaan.
- Coklat.
Selalu identik dengan stabilitas, dan keadaan dimana kita dapat meletakkan kepercayaan pada obyek-obyek berwarna coklat. Warna yang menjadi simbol warna Bumi atau biasa juga bersanding dengan warna hijau sebagai warna alam, memberikan kehangatan, dukungan, rasa nyaman, dan rasa aman. Selain itu kesan sederhana sering muncul pada penggunaan warna ini. Coklat sering mengesankan kondisi matang atau tua, sehingga bisa

¹⁸ Sulasmi Darmoprawira W.A. 2002. Warna Teori dan Kreativitas Penggunaannya Edisi Ke-2. Bandung : Penerbit ITB .Halaman 45-49.

menimbulkan kesan dapat diandalkan, elegan, akrab dan kuat. Sedangkan pada pemaknaan negatifnya, coklat yang terlalu banyak sering kali dimaknai sebagai tidak berperasaan, kurang toleran, menguasai, berat, kaku, malas, kolot, dan pesimis.

- Merah.

Bersemeriang, enerjik, dinamis, komunikatif, aktif, kegembiraan, dan mewah. Itulah beberapa sifat yang tergambar dengan penggunaan warna merah. Warna merah memiliki efek untuk menstimulasi sebuah perhatian atau ketercapaian, serta merangsang kelenjar adrenal, hingga meningkatkan detak jantung. Sehingga merah biasa digunakan untuk menarik perhatian. Merah juga sering kali dimaknai cinta, kekuatan, percaya diri, dramatis, panas, perjuangan, dan berani. Khusus untuk warna merah terang, warna ini bisa menggambarkan kerasnya cita-cita atau keinginan.

- Biru.

Ketenangan, kepercayaan, keyakinan, keseriusan, dan profesional menjadi gambaran yang nampak dari penggunaan warna biru, hal ini membuatnya menjadi salah satu warna yang sering kali dikaitkan dengan dunia bisnis, khususnya bisnis-bisnis yang mengedepankan keseriusan dalam pekerjaannya. Penggunaan warna biru yang lebih muda akan memberikan efek kepercayaan yang lebih dominan, sedangkan warna biru gelap lebih cenderung meningkatkan kesan cerdas pada penggunaannya. Biru adalah warna langit yang mampu memberikan kesan stabil. Secara umum, biru akan diasosiasikan dengan Kecerdasan, komunikasi, kepercayaan, efisiensi, ketenangan, tugas, logika, kesejukan, protektif, refleksi, kooperatif, integritas, dan sensitif.

- Ungu.

Warna yang sering bermakna magis, terasa memancarkan aura spiritualitas, misterius, menarik perhatian, memancarkan kekuatan, meningkatkan daya imajinasi, sensitivitas dan obsesif. Arti yang dapat dimunculkan dari penggunaan warna ini adalah ambisius, martabat, kebenaran, kualitas,

independen, kebijaksanaan, kesadaran, visioner, orisinalitas, kekayaan, dan kemewahan.

Ungu adalah warna yang unik, salah satunya karena jarang ditemukan di alam. Penggunaan warna ini menggambarkan pengharapan yang besar dan kepekaan. Disisi negatifnya, ungu cenderung menampilkan kesan kurang teliti dan kesendirian.

- Kuning.

Adalah warna yang ceria, melukiskan kegembiraan, suasana penuh suka cita, berenergi, dan antusiasme. Secara alami kuning mampu memberikan efek psikologi berupa kegembiraan, kegembiraan yang ditimbulkan warna ini sendiri adalah yang paling besar jika dibandingkan dengan warna lainnya. Warna ini juga mampu menarik perhatian, meskipun tidak sebesar warna merah. Childish atau kekanak-kanakan adalah pelambangan berikutnya yang sesuai dengan warna ini. Warna ini mampu memancarkan kehangatan, memberi inspirasi, mendorong pengekspresian diri, dan kemampuan intelektual.

- Abu-abu.

Sebuah warna yang menggambarkan keseriusan, kemandirian, dan keluasan. Warna abu-abu yang merupakan salah satu warna alam ini cenderung memiliki pemaknaan abstrak, atau tidak menyatakan tujuan dengan jelas. Namun, penggunaan warna ini akan memberikan keyakinan bahwa pengguna warna dapat diandalkan dan memiliki sifat stabil.

- Hijau.

Adalah salah satu warna alam, sehingga membuatnya selalu nampak bersahabat dengan alam. Memancarkan kesegaran, ketenangan, dan kesejukan. Warna ini mampu menurunkan stress, dan melambangkan penyembuhan atau kesehatan.

- Oranye.

Merupakan simbol interaksi yang bersahabat, penuh percaya diri, keramahan, penuh harapan, dan kreativitas. Warna oranye yang merupakan gabungan antara merah dan kuning ialah warna yang kuat dan hangat, membuat

penggunaan warna ini memberi rasa nyaman. Secara umum, penggunaan warna ini akan menampakkan makna berupa kenyamanan, makanan, kehangatan, keamanan, gairah, kelimpahan, dan kesenangan.

- Merah muda atau *Pink*.

Merupakan warna yang feminin, dalam kondisi normal warna ini hampir selalu berkaitan dengan sesuatu yang bersifat kewanitaan. Warna ini menampakkan sifat kelembutan, dan mampu menenangkan. Secara umum, merah muda bisa berarti cinta atau kasih sayang, romantisme, ketenangan fisik, memelihara, kehangatan, kewanitaan, simbol kelangsungan hidup manusia.

- Hitam

Adalah warna yang merepresentasikan kekuatan, percaya diri, glamor, keamanan, emosional, efisiensi, substansi, maskulin, keabadian, sifat dramatis, melindungi, kemisteriusan, klasik, dan kecanggihan. Disisi lain, hitam jua melambangkan berhentinya kehidupan, yang bisa memberikan pemaknaan kondisi hampa, kematian, kegelapan, kebinasaan, kerusakan, duka, kemurungan, atau kepunahan.

2.3 Hijab

2.3.1 Ketentuan Tentang Hijab dan Cara Berpakaian Dalam Agama Islam.

“Hai anak Adam, Sesungguhnya Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu & pakaian indah untuk perhiasan. & pakaian takwa itulah yang paling baik. Yang demikian itu adalah sebahagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, Mudah-mudahan mereka selalu ingat.” (QS. Al-A’raaf: 26).

Transformasi menggunakan busana tertutup (*modesty*) bukan keputusan yang mudah. Perubahan terkait dengan panggilan hati (hidayah), usaha dan kerja keras untuk menjemputnya. Islam memuliakan wanita, Islam memanusaiakan wanita. Tafsir surat Al-Ahzab (33) ayat 59, artinya: Hai Nabi! Katakanlah kepada istri-istrimu, anak-anak perempuanmu, dan istri-istri kaum mukmin, ”Hendaklah mereka mengulurkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka. “Yang demikian itu

supaya mereka lebih mudah untuk dikenal, karena itu mereka tidak diganggu, Dan Allah adalah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.”

Maka dari itu, batasan kerudung, *jayub* : 1. Leher, 2. *Breast* 3. Kantong tempat kita meletakkan uang (saku) peletakkan saku beragam, maka beberapa orang membuat kerudung sampai ke bawah untuk menutupinya untuk mengikuti syariat. Dalam riwayat Abu Dawud, Aisyah r.a meriwayatkan suatu waktu Asma binti Abu Bakar datang menemui Rasulullah Saw dengan pakaian tipis, tatkala melihatnya, Rasulullah memalingkan wajahnya dari Asma, lalu bersabda: “Wahai Asma! Sesungguhnya wanita apabila sudah balig tidak boleh dilihat darinya kecuali ini dan ini.” Beliau menunjuk ke muka dan telapak tangannya.

Istilah punuk unta (*butchun*) merupakan sebutan untuk sanggul yang tinggi (rambut yang disasak tinggi) dan hukumnya haram. Sedangkan *qaramil* (ciput, dalaman kerudung) ini diperbolehkan. Khimar adalah kerudung yang hanya dikaitkan atau kerudung panjang. Hijab adalah penutup, bisa berupa cadar, mukena, mantel hujan, atau apapun yang bersifat sebagai penutup. Sedangkan jilbab adalah baju panjang. Semua penutup tersebut bisa digunakan untuk memenuhi unsur yang diamanahkan oleh agama. Semua kembali ke pilihan masing-masing. Selama muslimah menutup aurat dan memenuhi kaidah yang ditentukan agama.

2.3.2 Etimologi Hijab, Khimar dan Jilbab

a. Perbedaan Hijab Dan Jilbab

Hijab (Bahasa Arab: حجاب *hijāb*) adalah kata dalam Bahasa Arab yang berarti penghalang. Pada beberapa negara berbahasa Arab serta negara-negara Barat, kata “hijab” lebih sering merujuk kepada kerudung yang digunakan oleh wanita muslim. Namun dalam keilmuan Islam, hijab lebih tepat merujuk kepada tatacara berpakaian yang pantas (*modesty*) sesuai dengan tuntunan agama.

Ada yang menyatakan juga bahwa setiap jilbab adalah hijab, tetapi tidak semua hijab itu jilbab, sebagaimana yang tampak. Seperti dijelaskan di atas, hijab berasal dari kata *hajaban* yang artinya menutupi, dengan kata lain Al-Hijab adalah benda yang menutupi sesuatu.

Hijab menurut Al Quran artinya penutup secara umum, bisa berupa tirai pembatas, kelambu, papan pembatas, dan pembatas atau aling-aling lainnya. Memang terkadang kata hijab dimaksudkan untuk makna jilbab sebagai kewajiban muslimah untuk berpakaian pantas. (BBB¹⁹, DP, Halaman :352-355).

b. Makna Jilbab

Jilbāb (Arab: جِلْبَاب) adalah busana muslim terusan panjang menutupi seluruh badan kecuali tangan, kaki dan wajah yang biasa dikenakan oleh para wanita muslim. Penggunaan jenis pakaian ini terkait dengan tuntunan syariat Islam untuk menggunakan pakaian yang menutup aurat atau dikenal dengan istilah hijab (dalam arti seperti ditunjukkan dalam pengertian hijab di atas).

Jadi, jilbab ialah pakaian yang longgar dan dijulurkan ke seluruh tubuh hingga mendekati tanah sehingga tidak membentuk lekuk tubuh. Hal ini tertuang dalam perintah Allah dalam Al-Quran surat Al-Ahzab ayat 59: “Hendaklah mereka mengulurkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka...”.

Secara terminologi, dalam kamus yang dianggap standar dalam Bahasa Arab, jilbab berarti selendang atau pakaian lebar yang dipakai wanita untuk menutupi kepala, dada dan bagian belakang tubuhnya.

c. Makna Khimar

Allah Ta’ala menyebutkan istilah khimar dalam firman-Nya: “Katakanlah kepada wanita yang beriman: “Hendaklah mereka menahan pandangannya, dan kemaluannya, dan janganlah mereka menampakkan perhiasannya, kecuali yang (biasa) nampak dari padanya. Dan hendaklah mereka menjulurkan khimar kedadanya...” (QS. An Nuur: 31)

Secara bahasa, khimar artinya menutupi. “*kha mim dan ra*, asalnya membentuk makna *taghthiyyah* (menutupi), dan pencampuran sesuatu dalam menutupi sesuatu yang lain”. Khimar untuk wanita artinya kerudung. Sebagian ahli bahasa mengatakan, khimar adalah yang menutupi kepala wanita. Jamaknya *akhmarah, atau khumr, atau khumur, atau khimirr*” (*Lisaanul ‘Arab*).

“Dan hendaklah mereka menjulurkan khimar ke dadanya” dijelaskan maksudnya: “yaitu menutup kepala-kepala, leher-leher dan dada-dada mereka

¹⁹Buku : *Brain, Beauty Belief*. Dian Pelangi. 2013. Gramedia : Jakarta. Hal : 352-355

dengan *qina'* (semacam kerudung)". *Qina'* (kerudung) yang memiliki ujung-ujung, yang dijulurkan ke dada wanita, untuk menutupi dada dan payudaranya".

Ketika berbicara atribut *modest fashion* : Hijab seluruh dunia, ada 13 macam :



Gambar 2.21 Hijab dari seluruh dunia (sumber Brain, Beauty, Belief (2014) halaman 353.

Keterangan ini bersumber pada buku *Brain Beauty Belief* (2014) Dian Pelangi sebagai *fashion desiner* yang membaca *mode fashion* muslimah. Ilustrasi ini mirip dengan buku *Fashion Street* karya Langston Hues (2014) : "*Modest Street Vol.1*" dan juga foto *hijab street* Dian Pelangi (2012). Inilah jenis hijab dari seluruh dunia:

1. Hijab

Hijab yang artinya penutup kepala, adalah sebutan umum yang digunakan oleh muslimah di seluruh dunia. Penutup kepala ini muncul dalam berbagai model dan variasi. Umumnya, kerudung yang digunakan

berbentuk persegi panjang untuk menutupi rambut dan leher, dan membiarkan bagian wajah tetap terlihat.

2. Niqab

Niqab adalah penutup wajah yang hanya menyisakan kedua mata untuk melihat. Niqab menutupi seluruh tubuh, dan umumnya berwarna hitam.

3. Dupatta

Dupatta adalah kerudung berbentuk persegi panjang yang digunakan oleh perempuan dari India, Pakistan, dan Bangladesh. Variasinya beragam, mulai dari bahan yang sangat ringan, transparan, hingga didekorasi oleh ornament yang cukup berat.

4. Ameera

Ameera adalah sebutan untuk dua helai scarf, termasuk inner berbentuk pet, dan berbentuk tube seperti mukena. Umumnya terbuat dari bahan polyester atau katun.

5. Shayla

Shayla adalah scarf berbentuk persegi panjang, populer di area seputar negara-negara Teluk, jenis ini umumnya berwarna hitam, dilingkarkan di atas kepala seperti kerudung lalu disemat dibahu.

6. Esarp

Esharp adalah kerudung berbahan silk, yang dikenakan oleh para perempuan Turki. Desain warna dan motifnya bervariasi.

7. Tudung

Tudung adalah sebutan untuk kerudung yang digunakan oleh perempuan Malaysia. Bentuknya seperti bergo, didkorasi oleh elemen hiasan di bagian atas kepala yang membulat.

8. *Chador*

Chador dikenakan oleh perempuan Iran, dan berbentuk seperti jubah. Umumnya dilengkapi dengan kerudung kecil yang digunakan di bagian bawahnya. Warna chador hampir selalu hitam.

9. Mukena

Disebut juga Doa Gaun di Malaysia. Bentuknya panjang digunakan untuk shalat, dengan tali di bagian belakang kepala.

10. Gele

Berbentuk seperti turban. Gele dikenakan oleh perempuan di Afrika Barat. Warnanya terang dan cerah, dililitkan di atas kepala.

11. Khimar

Khimar adalah jubah panjang seperti *cape*, yang panjangnya hingga mencapai lutut. Jenis ini benar-benar menutupi kepala, leher, bahu hingga dada, namun tetap memperlihatkan wajah sang pemakai.

12. Pashminah

Pashminah adalah selendang berbentuk persegi panjang yang terbuat dari bahan *cashmere*. Desainnya bervariasi, mulai dari yang polos hingga dilengkapi dengan ornamen hiasan disepanjang selendang.

13. Burqa

Burqa adalah pakaian yang menutupi seluruh tubuh, dengan bagian mata transparan sebagai panduan untuk melihat. Aslinya, pakaian ini berwarna putih, biru muda, hijau zaitun, dan cokelat.

2.3.3 Identifikasi Foto Hijab Dalam Budaya Populer

Konsep *story* pemotretan mengambil fenomena hijab yang terjadi di masyarakat Indonesia dimana terjadi pergeseran esensi. Pesan yang ingin disampaikan adalah komoditas dalam fashion muslim. Fungsi retorik fashion untuk menentukan tempat dan ruang gerak fashion dalam membentuk dan memelihara peran, aturan, ritual, dan tanggung jawab budaya. Di dunia Muslim, busana bisa mencerminkan identitas, selera, pendapatan, pola perdagangan regional, dan religiusitas pemakainya. Busana dan pemakainya bervariasi menurut jenis kelamin, usia, status perkawinan, asal geografis, pekerjaan, dan bahkan aliran politik. Ketika istilah busana Muslim mendapat makna baru pada periode ini posisi busana dalam kehidupan muslim melampaui indikator-indikator orientasi Islam.

Dalam buku *Fashion as Communications*, Barnard, 2003, Idris Ilyas, memberikan pernyataan bahwa fenomena hijab pada tahun 1990-an disebut jilbabisasi, merupakan fenomena budaya terlepas dari sisi religiusitas karena hidayah. Melihat mayoritas perempuan Indonesia menggunakan hijab karena memang faktor hidayah sebagian besar. Namun komoditas menjadi pemicu mengenai variasi mode dan *lifestyle fashion* hijab.

Berbicara mengenai fashion dan pakaian sebagai artefak budaya tidak bisa tidak membawa peneliti pada kajian semiotika, dalam hal ini, semiotika objek. Semiotika objek mengkaji potensi komunikatif artefak-artefak budaya dan objek-objek dengan alam. Paradigma semiosis objek adalah “bahas komoditas”. Pakaian adalah komoditas. Untuk menyebut salah satu karya perintis dalam semiotika objek budaya adalah studi Barthes tentang fashion dalam buku “The System Fashion”, (1967). Sifat utama pendekatannya adalah pendekatan semiotika strukturalis. Ada sistem konotasi dalam fashion yang Barthes definisikan sebagai suatu sistem retorik.²⁰

Ketika melihat ledakan *lifestyle*, menjelaskan fenomena sekarang yang terjadi di Indonesia pada *fashion* Muslim adalah *exaggerated* (penampilan luar yang heboh). Di Indonesia, menurut Suzanne Brenner²¹ Fenomena jilbabisasi di kalangan Muslim Indonesia adalah sesuatu yang kompleks dan perlu dilihat sebagai peristiwa yang “Seratus Persen modern”. Terlepas dari hidayah dan keimanan. Wanita yang memakai busana Muslim merasa yakin untuk mengkomunikasikan hasrat menjadi orang yang religius tapi modern.

Mode modern fashion hijab di Indonesia menurut trend forecasting²² Badan Ekonomi Kreatif²³ (Be Craft) 2017-2018 adalah *Grey Zone* dengan

²⁰ Idi Subandy Ibrahim. Peneliti Media dan Kebudayaan Pop dalam pengantar buku *Fashion as Communication*, Malcom Barnard, 2010. Halaman xiii.

²¹ Dari *Reconstructing Self and Society Javanese Moslem Women and “The Veil”* dalam *American Anthropologist* 23 (4), 1996, Hal 673-997.

²² Peramalan (*forecasting*) : adalah seni dan ilmu memprediksi peristiwa-peristiwa yang akan terjadi dengan menggunakan data historis dan memproyeksikannya ke masa depan dengan beberapa bentuk model matematis. Sumber : <http://marcoturnip.blog.widyatama.ac.id/2015/09/27/metode-peramalan-forecasting/> diakses pada 9 April 2017 pukul 08:18 WIB

prediksi Digitalian menjadi Tren Busana Muslim untuk Generasi Z. Digitalian, yang diambil dari kata Digit dan akhiran yang erat melekat pada istilah Vegetarian. Namun, kali ini Digitalian merujuk pada tren busana yang dituju pada generasi Z atau generasi internet yang kekinian.

Sejak munculnya Teori Generasi (Generation Theory), Generasi Z adalah Merupakan generasi digital yang mahir dan gandrung akan teknologi informasi dan berbagai aplikasi komputer. Informasi yang dibutuhkan untuk kepentingan pendidikan maupun pribadi akan mereka akses dengan cepat dan mudah. Sangat suka dan sering berkomunikasi dengan semua kalangan khususnya lewat jejaring sosial seperti facebook, twitter atau SMS. Melalui media ini mereka jadi lebih bebas berekspresi dengan apa yang dirasa dan dipikir secara spontan. Cenderung toleran dengan perbedaan kultur dan sangat peduli dengan lingkungan. Terbiasa dengan berbagai aktifitas dalam satu waktu yang bersamaan. Misalnya membaca, berbicara, menonton, dan mendengarkan musik secara bersamaan. Hal ini karena mereka menginginkan segala sesuatu serba cepat, tidak bertele-tele dan berbelit-belit. Cenderung kurang dalam berkomunikasi secara verbal, cenderung egosentris dan individualis, cenderung ingin serba instan, tidak sabaran, dan tidak menghargai proses.²⁴ Namun semua ini dipandang pada satu sisi yakni modernitas.

²³ Artikel Digitalian menjadi Tren Busana Muslim untuk Generasi Z ditulis pada 7/3/2017.
Sumber : <http://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20170301204445-277-197152/digitalian-tren-busana-muslim-untuk-generasi-z/> diakses pada 9 April 2017 pukul 08:13 WIB

²⁴ Sumber:
Generasi Z dan Implikasinya terhadap Pendidikan
<https://prezi.com/cketsym5g6ts/generasi-x-y-z/>
<https://www.facebook.com/notes/bung-joss/generasi-x-y-z-dan-smart->
<http://4muda.com/mengenal-generasi-x-y-dan-z-sebagai-generasi-dominan-masa-kini/parenting/559814437492307> diakses pada 9 April 2017 pukul 08:00 WIB.

2.4 Fashion

Dalam dunia mode yang dinamis, kita sering mendengar atau membaca beberapa istilah yang tak lazim bagi masyarakat awam. Berikut istilah fashion²⁵ yang harus diketahui:

1. *Haute Couture*

Haute Couture (baca: ot kutyur) merupakan mahakarya tertinggi dalam dunia mode. Dalam bahasa Indonesia ia dipadankan dengan adibusana. Sebagai wujud kemewahan tertinggi atas produk mode, sehelai adibusana secara eksklusif dibuat sesuai ukuran tubuh pelanggan.

2. *Ready To Wear*

Ready to Wear atau busana siap pakai (busana jadi) merupakan busana massal yang diproduksi dalam berbagai ukuran dan warna berdasarkan satu desain. Busana jadi ini memiliki banyak klasifikasi, dari high fashion yang merupakan busana jadi rancangan disainer papan atas seperti Gucci dan Calvin Klein, street fashion seperti Adidas dan Gap, hingga low end yang melingkupi label-label lokal di pusat perbelanjaan.

3. *Costume Jewelry*

Costume jewelry merupakan perhiasan yang menggunakan bebatuan tak berharga dan pertama kali diperkenalkan oleh Coco Chanel. Dengan memadankan busana rancangannya dengan perhiasan berlian dan mutiara asli, ia memilih menjuntakan tiga lilit kalung mutiara imitasi. *Costume Jewelry* merupakan alternatif penggunaan perhiasan berharga seperti berlian, rubi dan batu mulia lainnya. Dengan *costume jewelry*, risiko kerugian karena perhiasan hilang atau dicuri menjadi kecil.

4. *Fad*

Fad adalah suatu tren mode yang usianya sangat singkat, minimal semusim (tiga bulan). Contoh fad yang pernah terjadi adalah turban ala Prada, dan kacamata belalang ala Paris Hilton yang kini jarang terlihat lagi di jalanan.

²⁵ Ria Miranda. 2012. *Passhion*. B-First : Jakarta. Halaman:128.

5. *Knock Off*

Knock off, meskipun berkonotasi negatif, membuat seorang disainer atau label menjadi trend setter. Knock off sendiri adalah produk-produk yang meniru suatu rancangan dari disainer atau label terkemuka.

6. *Avant Garde*

Bayangkan busana-busana rancangan Adrian Gan dan Irsan. Itulah contoh busana bernafas avant garde yang inovatif dan eksperimental dalam disain dan tehnik pengerjaan. Busana avant garde menembus batasan konvensional akan kelaziman berbusana dan menciptakan bentuknya sendiri yang secara awam dipandang eksentrik, aneh dan hanya pantas dikenakan di panggung peragaan busana. Namun tak selamanya busana avant garde tak berdaya pakai. Koleksi busana rancangan Irsan misalnya, meski avant garde tapi tetap terlihat cantik saat dikenakan wanita.

7. *Muse*

Muse merupakan persona yang menjadi sumber inspirasi seorang perancang. Dengan kata lain, seorang perancang akan menciptakan berbagai busana yang dianggapnya sempurna untuk dikenakan sang muse dalam berbagai kesempatan. Alasan memilih seorang muse pun beragam dan personal. Di Indonesia ada Ghea Panggabean yang menjadikan kedua putrinya sebagai muse, sementara di Paris, muse mending Yves Saint Laurent merupakan disainer perhiasan Loulou de La Falaise dan mantan aktris Catherine Deneuve. Siapa pula yang tak kenal Amanda Harlech yang menjadi konsultan sekaligus muse Karl Lagerfeld.

8. *First Look dan First Face*

Dalam suatu peragaan busana, *first look* dan *first face* merupakan gambaran umum secara keseluruhan koleksi yang akan diperagakan. *First Look* merupakan suatu busana yang disainnya menerangkan seluruh konsep koleksi busana dengan jelas, melalui warna, model hingga bahan. Sementara itu, *first face* merupakan seorang model yang dianggap paling pas menjiwai tema atau konsep busana yang dipersembahkan baik melalui penampilan fisik dan cara berjalan.

Seorang model junior akan terangkat karirnya bila dijadikan first face karena hal ini membuatnya dikenal lebih cepat di media mode.

9. *Buyer dan Consumer*

Buyer dan consumer seringkali disalahartikan. Buyer merupakan seorang perwakilan dari perusahaan ritel yang bertugas memilih busana-busana rancangan disainer atau label terkemuka untuk dijual (tentunya dalam jumlah yang banyak).

10. *Personal Shopper*

Personal shopper merupakan profesi baru yang sesungguhnya sudah ada sejak awal abad 20 di Eropa namun masih asing di Indonesia. *Personal shopper* merupakan seseorang yang berprofesi layaknya *fashion stylist* (penata gaya) pribadi yang bekerja dengan memilihkan produk-produk mode untuk kliennya. Sebelum berbelanja, seorang *personal shopper* akan menganalisa sang klien melalui proporsi tubuh, warna kulit, selera berbusana, gaya hidup dan keuangan. Cara bekerja *personal shopper* berbeda-beda. Ia bisa berbelanja bersama sang klien atau berbelanja sendiri. Umumnya ia juga memiliki *look book* (buku berisi banyak foto padu padan busana) yang digunakan untuk membaca selera mode sang klien. Jasa *personal shopper* memiliki tarif berbeda-beda. Ada yang berdasarkan durasi/waktu yang dihabiskan bersamanya, atau komisi sekian persen dari total pembelanjaan

2.5 Budaya Populer

Budaya berasal dari kata sansekerta yaitu, *buddhaya* bentuk jamak dari budhi yang berarti budi atau akal. Menurut Wikipedia budaya adalah suatu cara hidup yang berkembang dan dimiliki oleh sebuah kelompok orang dan diwariskan dari generasi ke generasi. Budaya terbentuk dari unsur-unsur yang rumit, termasuk di dalamnya agama, politik, adat-istiadat, bahasa, perkakas, pakaian, bangunan dan karya seni. (Koentjaraningrat, 1990:181). Budaya juga dapat diartikan sebagai hasil cipta, rasa dan karsa manusia. (Koentjaraningrat, 1990:181).

Budaya populer²⁶ adalah banyak disukai oleh orang, jenis kerja rendahan, karya yang dilakukan oleh orang untuk membuat senang orang lain dan yang

²⁶ Dominic Strinati. 20014. Populer Culture. Pt. BEntang Pustaka : Yogyakarta. Halaman: 12.

dibuat untuk menyenangkan orang lain. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa budaya massa adalah budaya populer yang dihasilkan melalui teknik-teknik industrial produksi massa dan dipasarkan untuk mendapatkan keuntungan kepada khalayak konsumen massa,

Menurut Dominic budaya populer atau budaya massa berkembang, terutama sejak dasawarsa 1920-an dan 1930-an, bisa dipandang sebagai salah satu sumber historis dari tema-tema maupun perspektif-perspektif yang berkenaan dengan budaya populer. Perkembangan ini ditandai dengan munculnya sinema dan radio, produksi massal dan konsumsi kebudayaan, bangkitnya fasisme dan kematangan demokrasi liberal di sejumlah negara Barat. Budaya populer berkaitan dengan budaya massa. Budaya massa adalah budaya populer yang dihasilkan melalui teknik-teknik industrial produksi massa dan dipasarkan untuk mendapatkan keuntungan dari khalayak konsumen massa. Budaya massa ini berkembang sebagai akibat dari kemudahan-kemudahan reproduksi yang diberikan oleh teknologi seperti percetakan, fotografi, perekaman suara, dan sebagainya.

Pada bagian ini peneliti akan membahas beberapa ciri budaya populer. Menurut Dominic, karakteristik budaya populer adalah realisme, pragmatis, hedonis, materialistik, sekulerisme, popularitas, budaya ikon, visual, hybrid, konsumenisme, hilangnya batasan-batasan dan hiperealitas. Gejala ini muncul di fenomena hijab.

2.6 Pop Art

*Pop Art*²⁷ adalah gerakan seni yang muncul pada pertengahan 1950-an di Inggris dan di akhir 1950-an di Amerika Serikat. Pop art berasal dari kata *popular art* merupakan sebuah aliran seni yang memanfaatkan simbol-simbol dan gaya visual yang berasal dari media massa yang populer seperti koran, majalah, iklan, televisi, komik. Karya-karya seperti ini biasanya diproduksi untuk cover-cover album atau poster pertunjukan musik, meski kemudian berkembang untuk poster-poster sosial sampai poster komersil. seni Pop Amerika dianggap simbol, anonim

²⁷ Pop Art. Mavemagz. 2010. Elex Media : Jakarta. Halaman :80

dan agresif. Konsep utama seniman Pop Inggris dipertimbangkan adalah tema atau metafora.

Karakteristik *pop art* adalah gerakan seni pop yang didefinisikan pada tema dan teknik yang diambil dari budaya massa populer. Media seperti iklan, benda budaya duniawi dan buku komik. Ini gerakan seni dianggap sebagai reaksi terhadap ide-ide abstrak ekspresionisme. *Pop art* dipekerjakan pada gambar budaya populer dalam seni, menekankan unsur dangkal budaya apapun, biasanya melalui penggunaan ironi.

Warna-warna dominan yang digunakan oleh seniman Pop Art berwarna kuning, merah dan biru. Warna-warna yang digunakan adalah hidup. Berbeda dengan gerakan seni lainnya, warna pop art itu tidak mencerminkan sensasi batin seniman 'dari dunia. Sebaliknya, warna-warna ini mengacu pada budaya populer. Budaya yang diilhami Amerika seniman Andy Warhol untuk bereksperimen dengan teknik seperti pencetakan silkscreen, yang merupakan teknik yang sangat populer digunakan untuk produksi massal. Menggunakan warna-warna kontras untuk merepresentasikan hegemoni komoditas dan *dandy society* masyarakat.

Karakteristik karya seni Pop Art adalah garis yang jelas dan representasi simbol, orang dan benda-benda yang ditemukan dalam budaya populer dan cat yang tajam. Gerakan Pop Art menggantikan, unsur-unsur destruktif satir dan anarkis dari gerakan Dada (gerakan berkonsentrasi pada anti-perang politik dan menolak standar yang berlaku dalam seni dengan menciptakan anti-karya seni budaya) dengan memiliki penghormatan terhadap konsumerisme dan budaya massa.

Komposisi warna yang digunakan memanjakan selera penonton. Berlapis-lapis dari warna terang ke gelap dan memiliki warna dari media massa citrakan.

2.7 Referensi Foto.

Untuk mencari inspirasi visual yang sesuai dengan pesan pengkaryaan, maka fotografer membutuhkan analisis karya.

Dolce and Gabbana . 2015 Edisi Abaya.



sumber : DnG.com

Norma Hauri Women. 2016.



Karya Thornandes James, studio47id.



Sumber : pinterest – *noname photographer*



Sumber : Majalah Cleo Edisi Januari 2017.