**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Latar Belakang**

Berbicara mengenai budaya, Indonesia merupakan negara yang memiliki beragam budaya. Dimana budaya tersebut warisan nenek moyang yang sampai saat ini masih ada. Batik merupakan salah satu di antara produk budaya yang ada di Indonesia. Batik berasal dari bahasa jawa “amba” yang berarti menulis dan “titik”. Kata batik merujuk pada kain dengan corak yang dihasilkan oleh bahan “malam” yang diaplikasikan ke atas kain, sehingga menahan masuknya bahan pewarna (Dedi S, 2011: 1). Proses produksi membatik mayoritas dilakukan oleh perempuan-perempuan di Pulau Jawa.

Batik merupakan kerajinan tangan yang memiliki keahlian serta sentuhan seni tinggi. Perkembangan batik semakin meluas ke pelosok Pulau Jawa. Penyebabnya yaitu peperangan waktu jaman dahulu baik antara keluarga raja-raja atau antara penjajahan belanda. Maka dari itu banyak raja-raja serta pengikutinya yang mengungsi dan menetap di daerah-daerah baru, seperti Banyumas, Pekalongan, Ponorogo, Tulungagung, Tasikmalaya, dan sebagainya.

Penulis memfokuskan pada upaya peningkatan popularitas batik Tasikmalaya, dikarenakan batik Tasikmalaya pernah mengalami masa kejayaan pada tahun 1960-1970. Batik Tasikmalaya mampu memasarkan produksi batiknya ke seluruh wilayah Nusantara. Sedangkan pada tahun 1980-2000 dimana kejayaan Tasikmalaya mulai meredup, dikarenakan munculnya teknologi baru yang melahirkan tekstil bermotif buat mesin yang mengancam pembutan batik tradisional[[1]](#footnote-1).

Penyebab menurunya batik Tasikmalaya ada dua faktor yaitu munculnya teknologi tekstil dan krisis moneter. Sehingga batik asli yang tulis itu sudah tidak populer lagi di kalangan masyarakat. Karena yang menggunakan teknologi mesin jauh lebih cepat dan murah. Sebenarnya batik tulis jauh lebih bagus, teliti, dan tidak banyak orang yang memiliki jenis batik tulis tersebut.

Adapun keunggulan dari batik Tasikmalaya dibandingkan dengan batik-batik di daerah lainnya. Ide atau imajinasi yang didapat oleh para pengerajin lebih kepada apa yang mereka lihat di lingkungan sekitar dalam membuat motif batik. Batik Tasikmalaya memiliki corak cerah dengan tema-tema bunga, selain itu pengerajian batik Tasikmalaya selalu berinovasi dengan cara memenuhi selera konsumen.

Definisi popularitas secara umum ialah ketenaran, dimana ketenaran itu yang sering terlihat atau sudah terkenal dan kebanyakan dari masyarakat mengetahuinya. Popularitas produk yang banyak diminati tidak terlepas dari kualitas produk yang bagus saja, melainkan dipengaruhi juga oleh visual promosinya. Begitupun batik Tasikmalaya membutuhkan visualisasi promosi yang mampu mengangkat popularitas.

Batik Tasikmalaya sendiri apabila mampu dipadupadankan dengan desain-desain pakaian modern akan terlihat menarik dan modis. Sehingga orang-orang dapat melihat batik Tasikmalaya dan secara tidak langsung dapat meningkatkan popularitas batik Tasikmalaya dimata masyarakat. Batik asal Tasikmalaya yang biasa disebut batik Tasik Parahiyangan adalah batik dengan corak yang memberikan gambaran tentang kehidupan baik manusia, tumbuhan maupun lingkungan alam sekitarnya. Artinya batik ini menjelaskan mengenai makna kehidupan masyarakatnya (Syarifuddin, 2017: 10).

Di sini peran fotografi dibutuhkan untuk dapat meningkatkan kembali popularitas batik Tasikmalaya, sehingga batik Tasikmalaya kembali dikenal oleh masyarakat. Medium yang akan digunakan ialah fotografi *advertising*. Fotografi *advertising* merupakan suatu foto yang diambil untuk kepentingan promosi, seperti foto *company profile* maupun produk, contohnya *fashion.*

Dalam hal ini ide-ide kreatif sangatlah dibutuhkan untuk membuat fotografi *advertising*. Dengan pemikiran ide kreatif mampu menampilkan produk maupun *company profile* terlihat lebih menarik. Bachtiar menjelaskan seperti yang dikutip oleh Genggam, bahwa ruang kreatif yang disediakan fotografi begitu luas, beragam, dan cukup mampu mewadahi gagasan, ide, atau apapun yang berhubungan dengan hidup dan kehidupan (Genggam, 2015:44).

Berawal dari menurunnya jumlah produksi batik Tasikmalaya dan belum berjaya kembali seperti dulu, memberikan inspirasi bagi penulis untuk mengangkat ide tersebut sebagai penelitian tugas akhir, dengan mengambil judul Upaya Peningkatan Popularitas Batik Tasikmalaya melalui Fotografi *Advertising* Dalam Bidang *Fashion*.

* 1. **Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka pertanyaan penelitian ini dirumuskan sebagai berikit:

Bagaimana fotografi *advertising* mampu memvisualisasikan batik Tasikmalaya yang dapat digunakan oleh produsen untuk meningkatkan popularitas batik Tasikmalaya?

* 1. **Batasan Penelitian**

Agar penelitian ini lebih terarah, maka diperlukan adanya batasan penelitian ini antara lain:

1. Berdasarkan uraian penulis memfokuskan hanya kepada batik Tasikmalaya di daerah Cigeureng.
2. Penelitian memfokuskan hanya pada rumah batik Agnesa.
3. Batik yang dipilih hanya 6 macam berdasarkan tingkat tertinggi penjualan.
4. Penulis memfokuskan karya fotografi hanya dalam fotografi *advertising.*
5. Penelitian dilakukan pada bulan Februari-Mei.
	1. **Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini ialah untuk membuat fotografi *advertising* yang mampu memvisualisasikan batik Tasikmalaya yang dapat digunakan oleh produsen untuk meningkatkan popularitas batik Tasikmalaya.

* 1. **Manfaat Penelitian**

a) Manfaat Praktis

Penelitian ini bermanfaat untuk para fotografer untuk dapat mengembangkan ide atau bereksperimen lebih luas lagi dalam sebuah konsep fotografi *advertising.*

b) Manfaat Teoritis

Penelitian ini bermanfaat untuk memperbanyak referensi mengenai fotografi *advertising.*

* 1. **Metode Penelitian**

Penelitian ini mengguanakan pendekatan kualitatif yang menurut penulis paling tepat untuk mempelajari nilai-nilai yang terkandung di dalam pembahasan mengenai batik Tasikmalaya.

Adapun metode pengumpulan data yang digunakan adalah:

1. Studi pustaka
2. Buku
3. Jurnal
4. *Website*
5. Observasi

Pada umumnya observasi digunakan sebagai metode untuk mencatat bukti serta mengumpulkan data-data, dengan tindakan pengamatan secara langsung ke tempat yang akan dijadikan tempat penelitian.

1. Wawancara

Wawancara yaitu metode untuk mencari informasi dan data secara valid kepada responden yang mempunyai pengetahuan luas terkait dengan apa yang akan diteliti. Di dalam wawancara sendiri selalu ada dua pihak yang masing-masing mempunyai peran yang berlainan. Seperti pihak yang satu sebagai pencari informasi sedangan pihak yang kedua memiliki peran sebagai pemberi informasi (responden).

* 1. **Peta Konsep Penelitian**

**Rumah Batik Agnesa**

Subjek penelitian

**Batik Tasikmalaya**

Rendahnya popularitas

**Batik**

***Fashion***

**Karya Foto**

Upaya peningkatan popularitas batik Tasikmalaya

**Fotografi**

**Fotografi *Advertising***

* 1. **Sistematika Penulisan**

**BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, peta konsep penelitian, sistematika penulisan.

**BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini berisi tentang teori-teori batik, batik Tasikmalaya, *fashion*, fotografi dan fotografi *advertising.*

**BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang instrumen penelitian, konsep, referensi karya, peralatan memotret.

**BAB IV PEMBAHASAN KARYA**

Bab ini berisi tentang karya, dan skema.

**BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran

**LAMPIRAN**

Berisi data pendukung yang berkaitan dengan laporan penelitian.

1. Teten Rustendi. 2015. Sumber: https://www.kompasiana.com/tetenrustendi/55009916a33311c271511295/corak-ciroyom-yang-tak-runyam. Diakses pada tanggal 14 April 2019. [↑](#footnote-ref-1)