

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Setelah batik diakui sebagai Warisan Budaya Tak-benda oleh UNESCO, masyarakat Indonesia semakin bangga dan senang mengenakan batik. Hal tersebut juga didukung dengan adanya Keputusan Presiden Nomor 33 Tahun 2009 yang menetapkan tanggal 2 Oktober sebagai Hari Batik Nasional¹. Penggunaan pakaian batik juga ditetapkan oleh Kementerian Dalam Negeri melalui Permendagri Nomor 6 Tahun 2016 tentang penggunaan pakaian batik di lingkungan Kemendagri dan Pemda, dimana para pegawai negeri sipil menggunakan batik sebagai salah satu pakaian dinas di hari Jumat. Hal tersebut kemudian diikuti oleh beberapa perusahaan-perusahaan swasta yang menerapkan penggunaan batik untuk karyawan di satu hari tertentu dalam sepekan². Fenomena pemakaian batik di lingkungan kantor pemerintahan maupun di kantor-kantor swasta ini menumbuhkan rasa kecintaan terhadap batik. Mengutip hasil survei litbang Kompas 2015 (dalam Santi, 2017), 37% responden memiliki batik 6-10 potong. 19% responden memiliki lebih dari 11 potong batik. Hasil survei tersebut juga menampilkan 38% responden menyatakan bahwa batik bisa digunakan kapan saja atau tidak terikat waktu. Sedangkan 58% responden menggunakan batik untuk acara-acara penting.

Penggunaan batik di kalangan para pekerja ini tentunya menaikkan citra batik di masyarakat, terutama di kalangan anak muda. Dewasa ini,

¹ Tasya Simatupang dkk. 2016. Sumber <https://beritagar.id/artikel/laporan-khas/perjalanan-batik-dari-titik-malam-hingga>. Diakses tanggal 24 Maret 2019.

² Sabrina Santi. 2017. Sumber <https://infobatik.id/kenapa-hari-jumat-pakai-batik/>. Diakses tanggal 27 Maret 2019.

terdapat pakaian yang unik dan modern dengan penggabungan motif batik yang khas dan digemari oleh anak muda. Bentuk-bentuk dari *design* pakaian pun terlihat begitu menarik dan beda dari gaya *fashion* pada umumnya. Di Kota Bandung, gaya *fashion* masyarakatnya sangat menarik dan *fashionable*. Pakaian batik pun banyak ditemui di masyarakat baik dari berbagai kalangan usia dan tingkat sosial. Masyarakat Bandung, terlebih pada kalangan usia muda, seperti mahasiswa, biasanya mengenakan berbagai macam pakaian batik di beberapa kesempatan tertentu³.

Untuk membuat batik lebih dikenal oleh kalangan anak muda, terdapat sebuah gagasan dimana sekumpulan anak muda membuat Batik Fashion Week (BFW) yang diselenggarakan tanggal 30 September 2016 di Warehouse Plaza Indonesia, Jakarta. Acara ini pun disambut terbuka oleh Yayasan Batik Indonesia⁴. Mengutip pernyataan Priherdityo (2016) yang mengatakan bahwa acara BFW menampilkan *fashion show* dengan berbagai kreasi batik dari *designer* dan label *fashion*, serta mengusung edukasi tentang kelanggengan batik. Dengan diselenggarakannya acara-acara tentang batik seperti Batik Fashion Week, tentunya menambah animo anak-anak muda Indonesia untuk memakai batik sebagai salah satu gaya *fashion* mereka. Saat ini anak muda mulai peduli dengan batik. Soal pilihan batik, motif-motif yang seru dan warna kontemporer lebih cocok untuk anak muda⁵.

³ Hastri Royyani. 2011. Sumber: <https://www.itb.ac.id/news/read/3360/home/mahasiswa-itb-warnai-kampus-dengan-batik>. Diakses tanggal 24 Maret 2019.

⁴ Endro Priherdityo. 2016. Sumber: <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20160907064907-277-156580/apresiasi-kaum-muda-di-batik-fashion-week-2017>. Diakses tanggal 27 Maret 2019.

⁵ Sekar Larasati, *fashion stylist*, (dalam *Simatupang dkk*, 2016). Sumber: <https://beritagar.id/artikel/laporan-khas/perjalanan-batik-dari-titik-malam-hingga>. Diakses tanggal 24 Maret 2019.

Batik pun kini menjadi tren *fashion* dimana masyarakat mengikuti perkembangannya, serta menjadi sorotan untuk para perancang busana dalam menciptakan tren-tren busana dengan batik. Tren *fashion* batik termasuk *slow fashion*, artinya bukan sesuatu yang jadi tren sesaat. Tetapi bisa dipakai dalam jangka waktu yang panjang, bahkan sampai puluhan tahun lagi dan jadi benda warisan untuk anak-cucu⁶.

Dalam membuat citra batik lebih dikenal luas, fotografi turut mengambil peran penting dalam memperkenalkan dan mempromosikan batik-batik Indonesia. Salah satu jenis fotografi yang biasanya digunakan adalah Fotografi Komersial. Jenis fotografi ini merupakan jenis fotografi yang hasil gambarnya dibuat berdasarkan tujuan komersil seperti iklan produk, poster, dan lain-lain. Alvin Tan (dalam *Snapshot*, 2017) mengatakan bahwa fotografi merupakan terjemahan dari emosi ke dalam foto. Namun dalam fotografi komersial, terjemahan tersebut adalah cerita dari klien, bukan dari fotografer itu sendiri. Prosesnya meliputi rapat bersama agensi iklan untuk membahas kampanye yang akan dilakukan dan semua hal lainnya dari perlengkapan, lokasi, hingga pakaian. Hal itu merupakan tugas fotografer untuk memastikan bahwa fotografer memiliki semua yang dibutuhkan untuk membawa esensi kampanye pada saat melakukan pemotretan⁷. Melalui Fotografi Komersial, tren *fashion* batik tentunya bisa dilihat oleh masyarakat luas dan lebih dikenal oleh semua orang bahwa Indonesia memiliki keragaman batik, serta menjadi suatu ciri khas bangsa.

⁶ Chitra Subyakto, perancang busana, (dalam *Simatupang* dkk, 2016). Sumber: <https://beritagar.id/artikel/laporan-khas/perjalanan-batik-dari-titik-malam-hingga>. Diakses tanggal 24 Maret 2019.

⁷ Alvin Tan, *commercial photographer*, (dalam *Snapshot*, 2017). Sumber: <https://snapshot.canon-asia.com/indonesia/article/id/commercial-photography-an-interview-with-alvin-tan>. Diakses pada 27 Februari 2019.

Selain itu, terdapat aliran seni yang disebut *Popular Art (Pop Art)*. *Pop art* merupakan aliran seni yang populer di tahun 1950-an dan 1960-an. Pada dasarnya, *pop art* merupakan sebuah gerakan seni yang berkaitan dengan globalisasi budaya-budaya populer kaum muda, seperti musik pop. Aliran *pop art* ini juga memanfaatkan simbol-simbol dan gaya visual yang berasal dari media massa yang populer seperti TV, koran, majalah, iklan, dan lain-lain. Kehadiran *pop art* membuat seni lebih mudah dipahami oleh semua kalangan masyarakat karena memiliki konten-konten yang menyenangkan, warna-warni, dan menarik perhatian orang banyak. Salah satu contoh karya dari aliran *pop art* adalah “Marilyn Monroe 31” di tahun 1967 oleh seniman ternama, Andy Warhol. Seiring berjalannya waktu, *pop art* memiliki beragam bentuk dan nilai yang bisa menginspirasi seniman-seniman muda. Hingga saat ini, *pop art* terus eksis dan berkembang mengikuti perkembangan zaman dan teknologi.

Selain *pop art*, terdapat juga Seni Kolase (*Collage*). Kolase adalah kreasi aplikasi yang dibuat dengan menggabungkan teknik melukis dengan menempelkan bahan-bahan tertentu. Bahan yang digunakan untuk berkreasi kolase tidak terbatas dan bisa menggunakan aneka jenis bahan alam dan buatan secara bebas baik dari bentuk, ukuran, maupun jenisnya⁸. Seni kolase ini memiliki beberapa jenis gaya, salah satunya adalah *Modern Fine Art Collage (Mixed-Media)*. Gaya tersebut merupakan penggabungan beberapa media seni dalam sebuah karya kolase, termasuk fotografi. Saat ini penggunaan konsep *pop art* dan kolase digunakan untuk kebutuhan komersial oleh pihak-pihak industri, seperti industri *fashion*.

⁸ Sumanto (dalam Irawati 2013:3).

Di era globalisasi saat ini, terdapat banyak ide-ide kreatif yang menggabungkan unsur-unsur seni ke dalam suatu media dan dijadikan sebagai suatu karya yang menarik dan berkesan. Unsur-unsur seni yang dikolaborasikan ini menjadikan arti seni itu tanpa batas, imajinatif, dan selalu dapat menginspirasi seniman dalam membuat karya. Dengan judul *Konsep Pop Art Dengan Teknik Kolase Dalam Fotografi Komersial “Tren Fashion Batik di Kalangan Anak Muda Kota Bandung”* ini, penulis ingin memperlihatkan perkembangan tren pakain batik yang dikemas dengan konsep *pop art* melalui karya fotografi. Batik merupakan salah satu ciri khas Indonesia dan merupakan warisan budaya dimana masyarakat harus dapat melestarikan dan terus memperkenalkannya dengan cara kreatif dan inovatif sehingga tidak hilang dan punah. Penggunaan teknik kolase akan menambah kesan unik dan menarik dalam ranah fotografi komersial. Hal tersebut menjadi salah satu alasan penulis mengangkat topik tentang tren *fashion* batik. Dan tentunya, penulis ingin menambah wawasan untuk masyarakat tentang perkembangan dunia *fashion* saat ini melalui karya visual fotografi.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana Fotografi Komersial dapat memvisualkan tren *fashion* batik di kalangan anak muda Kota Bandung menggunakan konsep *pop art* dengan teknik kolase?

1.3. Batasan Masalah

Mengingat pembahasan tentang tren *fashion* batik yang mungkin dapat melebar, penulis memiliki batasan-batasan masalah sebagai berikut:

- Karya dalam bentuk fotografi komersial sebagai visual tren *fashion* batik saat ini.
- Pembuatan karya dengan teknik pemotretan model dalam fotografi komersial.
- Pemotretan *indoor* (studio).
- Motif/corak batik yang digunakan dalam pemotretan adalah enam motif batik khas yang ada di lima daerah di Jawa Barat, antara lain Bandung, Sumedang, Cirebon, Tasikmalaya, dan Garut.
- Batasan usia kalangan anak muda berkisar 18-27 tahun. Rentang usia tersebut merupakan kalangan yang rata-rata adalah mahasiswa dan pekerja muda yang sering menggunakan batik baik pada kegiatan formal maupun non-formal.

1.4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana fotografi komersial dapat memvisualkan tren *fashion* batik di kalangan anak muda kota Bandung dengan konsep *pop art* dan teknik kolase, serta dapat mengkampanyekan pakaian/kain batik untuk kalangan anak muda.

1.5. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Praktis

Penelitian ini memiliki manfaat untuk fotografer dalam membuat konsep-konsep menarik berdasarkan tren-tren yang sedang terjadi di masyarakat lewat fotografi komersial.

b. Manfaat Teoretis

Penelitian ini bermanfaat untuk masyarakat luas dalam menilai dan menyadari, serta menambah wawasan tentang dunia *fashion* dan *fashion trend* yang sedang terjadi melalui karya visual fotografi.

1.6. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Bogdan & Biklen, S. (1992: 21-22) menjelaskan bahwa pendekatan/penelitian kualitatif adalah salah satu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati. Pendekatan kualitatif diharapkan mampu menghasilkan uraian mendalam tentang ucapan, tulisan, atau perilaku yang dapat diamati dari individu, kelompok, masyarakat, atau organisasi tertentu dalam suatu *setting* konteks tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang utuh, komprehensif, dan holistik.

Melalui pendekatan inilah, penulis dapat menemukan nilai-nilai yang terkandung dalam tren *fashion* batik sehingga penulis dapat membuat visual tren tersebut menggunakan fotografi komersial.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan data untuk bisa menggali lebih dalam informasi dan data langsung dari narasumber. Biasanya persiapan untuk melakukan wawancara adalah menyiapkan beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan topik penelitian. Wawancara dilakukan dengan narasumber yang memiliki informasi terkait dengan topik penelitian sehingga penulis mendapatkan data-data secara jelas.

2. Studi Pustaka
 - a. Jurnal
 - b. Buku
 - c. Literatur dan media informasi
 - d. *Website*

1.7. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam laporan ini disusun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, sistematika penulisan, serta *mind mapping*.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi teori-teori tentang *pop art*, fotografi komersial, *pop art* dan fotografi, fenomena tren *fashion* batik di kalangan anak muda, batik jawa barat, dan *layout*.

BAB III PERANCANGAN KARYA

Bab ini berisi penjelasan mengenai metode pengumpulan data, seperti studi pustaka dan wawancara. Serta berisi perencanaan pembuatan karya, seperti referensi karya, konsep karya, dan alat-alat yang digunakan.

BAB IV PEMBAHASAN KARYA

Bab ini berisi tentang pembahasan karya, skema pemotretan, teknis pemotretan, dan alur *editing*.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi sumber-sumber kepustakaan yang berkaitan dengan topik penelitian.

LAMPIRAN

Berisi hal-hal terlampir yang berkaitan dengan laporan penelitian.

1.8. Mind Mapping

