

BAB III

PERANCANGAN KARYA

3.1. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif (lihat BAB I) dimana penulis melakukan pengumpulan data melalui studi pustaka dan wawancara.

Nasution (dalam Kurniasari, 2017: 46) menjelaskan bahwa,

“Pendekatan kualitatif pada hakikatnya ialah mengamati orang dalam lingkungan hidupnya, berinteraksi dengan mereka, berusaha memahami bahasa dan tafsiran mereka tentang dunia sekitarnya. Dengan demikian salah satu sifat pendekatan kualitatif adalah sangat deskriptif, artinya dalam penelitian ini diusahakan mengumpulkan data-data deskriptif yang banyak dan dituangkan dalam bentuk laporan dan uraian (Nasution, 1996: 5).”

Pengumpulan data melalui studi pustaka bertujuan untuk mengetahui teori-teori tentang *fashion trend*, batik, bidang fotografi komersial, serta informasi-informasi lainnya yang berhubungan dengan tren *fashion* Batik. Pengumpulan data melalui wawancara merujuk pada narasumber-narasumber yang dapat memberikan informasi berupa tren *fashion*, batik, serta *pop art* dan kolase.

Di bawah ini adalah penjabaran metode pengumpulan data melalui studi pustaka dan wawancara.

a. Studi Pustaka

Pada pengumpulan data melalui studi pustaka ini, penulis mendapatkan data-data dan informasi secara teoretis. Penulis mendapatkan buku dan jurnal yang berkaitan dengan *fashion* dan batik, serta *pop art* dan teknik kolase yang dapat mendukung tulisan ilmiah serta mendukung konsep pengkaryaan yang akan dibuat.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan beberapa narasumber, seperti analis kesenian dan kebudayaan Jawa Barat, dosen di bidang tata busana, serta masyarakat kota Bandung untuk mendapatkan informasi-informasi yang relevan dengan topik yang diangkat. Wawancara dilakukan di tempat masing-masing narasumber, dan untuk masyarakat dilakukan di tempat umum yang ramai dikunjungi. Adapun pertanyaan-pertanyaan yang dilontarkan adalah sebagai berikut:

- 1) Pertanyaan untuk analis kesenian dan kebudayaan Jawa Barat adalah seputar sejarah singkat batik Jawa Barat, motif/corak batik yang ada di beberapa kota di Jawa Barat serta makna dari motif/corak tersebut, pendapat tentang batik perkembangan batik Jawa Barat, pakaian batik, serta trennya di kalangan anak muda kota Bandung.
- 2) Pertanyaan untuk dosen di bidang tata busana adalah seputar tren dalam dunia *fashion*, batik yang cocok untuk konsep *pop art*, corak batik yang cocok untuk kawula muda, *design* busana yang sedang diminati oleh kawula muda, *design* yang cocok untuk dipadupadankan dengan batik Jawa Barat, serta pendapat tentang pakaian batik di kalangan anak muda kota Bandung.
- 3) Pertanyaan untuk masyarakat umum di kota Bandung adalah seputar wawasan mereka tentang batik Jawa Barat serta kota-kota yang memiliki batik khas di Jawa Barat. Pertanyaan untuk masyarakat ini bertujuan untuk melihat sejauh mana popularitas batik-batik di Jawa Barat di mata masyarakat. Jumlah responden yang diwawancarai yaitu 30 orang.

3.2. Referensi Karya

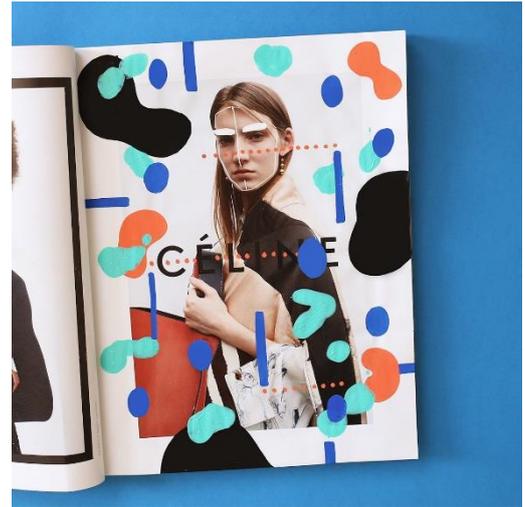


Gambar 3. 1 Print advertisement created by 18 Feet & Rising, United Kingdom for J Shoes, within the category: Fashion. (sumber: https://www.adsoftheworld.com/media/print/j_shoes_be_in_character_1)

Iklan di atas merupakan iklan sepatu yang bernama J Shoes. Sepatu ini ini berasal dari Inggris dan memiliki kualitas terbaik selama berabad-abad. Iklan ini mengangkat tema tentang ekspresi pribadi dan menunjukkan karakter

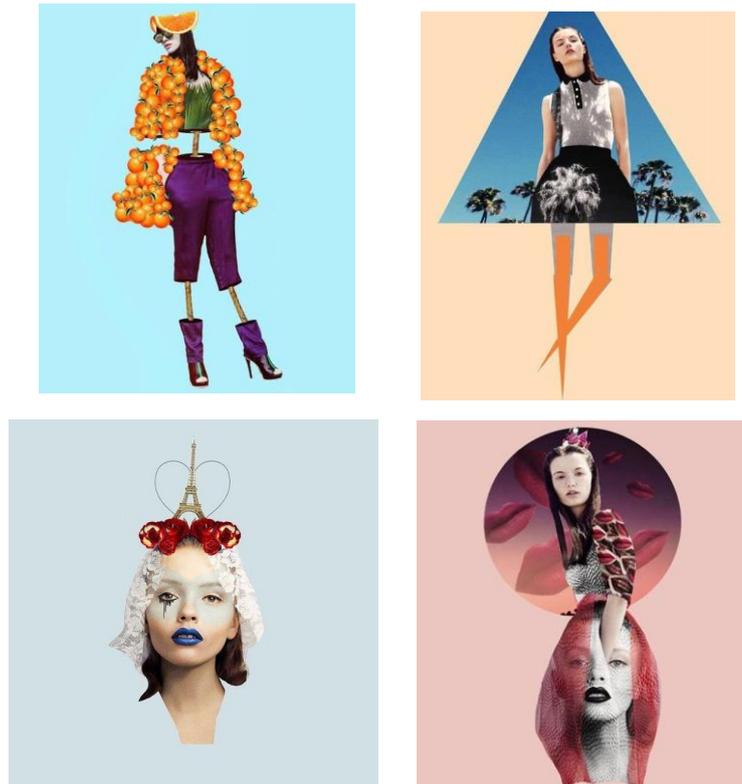
sebenarnya melalui sepatu. Johnny Leathers & Matt Keon sebagai *creative director* dan Will Sanders sebagai fotografer, mengusung tema ini bertujuan untuk menampilkan bentuk dari warisan Inggris dan keahlian tradisional yang dipadukan dengan desain dan gaya modern yang mulus. Penggunaan teknik kolase dipilih untuk menampilkan “*Be in character*” (slogan iklan J Shoes) yang diangkat melalui karakter (model pada iklan) yang kontras dengan gaya kontemporer dan lokasi perkotaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa J Shoes dengan menerapkan warna, bahan, atau tekstur yang tak terduga pada produk mereka, menghasilkan sebuah produk sepatu yang tahan lama dan memungkinkan konsumen menunjukkan karakter diri yang sebenarnya.

Berdasarkan iklan J Shoes di atas, penulis membuat visual karya dengan menampilkan batik sebagai bagian dari keahlian tradisional bangsa Indonesia yang kontras dengan *design* pakain yang modern namun tetap bisa dipadukan dalam karya visual fotografi komersial. Penggunaan konsep *pop art* dan teknik kolase pun akan menambah kesan menarik dan unik pada karya visual.



Gambar 3. 2 CELINE ad campaign by Andreea Robescu (sumber: <https://mindsparklemag.com/design/celine-x-andreea-robescu/>)

Gambar di atas adalah kampanye iklan untuk *brand* Celine oleh Andreea Robescu. Penulis menjadikannya referensi karena karya kolase Robescu sangat unik untuk *fashion brand*. Teknik kolase dan warna-warna yang mencolok menjadi daya tarik bagi *audience* dan penulis akan menerapkan hal tersebut pada karya yang akan dibuat.



Gambar 3. 3 Collage art by Meg Urbani (sumber: <https://megurbani.tumblr.com/>)

Penggunaan warna-warna pucat dalam karya Meg Urbani di atas menjadi referensi penulis dalam membuat karya. Penulis akan menerapkan warna-warna pucat untuk menambahkan kesan tren warna *pop* saat ini pada karya visual.

3.3. Konsep Karya

Penulis membuat visual pakain batik modern dengan teknik kolase yang menyampaikan nilai kesenian Barat dan Timur yang khas melalui tren *fashion* Batik di kalangan anak muda. Selain itu, karya fotografi komersial ini bisa lebih menaikkan nilai jual komoditas batik yang ada di Jawa Barat, serta lebih menarik minat kalangan anak muda untuk tertarik memakai batik.

Motif/corak batik yang digunakan dalam pemotretan adalah empat motif batik pesisiran, antara lain Motif Megamendung dari Cirebon, Motif Kawung Tasikan dan Motif Rereng Ageung dari Tasikmalaya, dan Motif

Sekar Jagad dari Garut, serta dua motif batik pedalaman, antara lain Motif Pakuan Pajajaran dari Bandung dan Motif Daun Boled dari Sumedang. Pemilihan batik dari kota-kota tersebut adalah berdasarkan hasil wawancara ke masyarakat tentang popularitas batik Jawa Barat. Menurut penelitian yang dilakukan, ke lima daerah tersebut adalah daerah yang memiliki batik khas dan yang paling banyak diketahui oleh masyarakat kota Bandung.

Untuk konsep *pop art*, penulis menggunakan warna-warna komplementer dan primer. Warna-warna pucat digunakan untuk memberi kesan kontras dengan objek foto. Melalui penggunaan teknik kolase, penulis akan menampilkan secara detail bentuk dari *design* busana maupun corak batik. Penulis juga akan menambahkan elemen teks sebagai pendukung untuk *audience* mengetahui motif dan asal batik yang ditampilkan. Berbicara tentang komersial, alasan penulis memilih konsep *pop art* dan teknik kolase adalah *pop art* merupakan gerakan seni yang muncul dari produk komersial. Berangkat dari hal tersebut, penulis mengambil produk *pop art* seperti warna dan teknik untuk dikomersialkan kembali melalui karya fotografi. Penggunaan kolase dalam karya fotografi komersil ini adalah sebagai pendukung visual dari konsep *pop art* tersebut dan detail-detail dari objek foto. Pembuatan *layout* berdasarkan prinsip-prinsip dasar *layout* dalam desain grafis. Selain itu, pemotretan akan dilakukan di dalam ruangan (studio).

3.3.1. Konsep visual karya



Gambar 3. 4 Contoh visual karya yang dibuat oleh penulis menggunakan Adobe Photoshop.

Di atas adalah contoh kasar tampilan karya yang akan dibuat. Pada konsep visual, penulis akan memasukkan warna-warna *pop* yang dikolaborasikan dengan kolase gambar-gambar motif batik, detail desain pakaian, dan lain-lain.

3.4. Alat dan *Editing*

3.4.1. Alat

Alat-alat yang digunakan yaitu:

- Kamera DSLR Canon EOS 5D *mark* III dan lensa 24-105mm
Kamera ini sudah lebih dari cukup untuk mendapatkan hasil gambar dengan resolusi *high definition* dan kualitas gambar yang baik. Lensa 24-105mm sebagai lensa standar untuk pemotretan model.

- *Trigger*

Trigger digunakan untuk memicu lampu *flash* melalui tombol *shutter* pada kamera.

- *Tripod*

Tripod digunakan untuk menopang kamera pada saat pemotretan.

- Lampu Studio

Lampu studio digunakan sebagai cahaya utama dan *fill-in light* dalam pemotretan.

- *Octabox*

Octabox digunakan karena menghasilkan cahaya yang lembut pada model.

- *Softbox Strip Light*

Softbox strip light digunakan untuk menghasilkan efek *rim light* pada model.

- *Reflector*

Reflector digunakan untuk cahaya tambahan di area gelap pada model.

- *Flash meter*

Flash meter digunakan untuk mengukur kekuatan cahaya yang dihasilkan lampu studio.

- *Background*

Background digunakan sebagai latar belakang pada saat pemotretan. Warna *background* yaitu warna putih.

3.4.2. *Editing*

Editing yang akan digunakan adalah teknik *digital imaging* dengan menggunakan Adobe Photoshop dan Illustrator. Karena Adobe Photoshop dan Illustrator cocok untuk pembuatan kolase sesuai dengan konsep yang telah dipaparkan sebelumnya.