

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penciptaan

Perkembangan zaman pada saat ini mengalami perubahan yang sangat pesat, begitu juga dengan perkembangan industri kreatif. Dunia fotografi menjadi salah satu industri kreatif yang mengalami perubahan sangat signifikan. Fotografi sendiri merupakan salah satu bagian penting dalam kehidupan manusia karena fotografi dapat menyimpan kenangan manusia saat mereka lahir, merayakan ulang tahun, dan saat mereka menikah. Tanpa disadari setiap mata memandang fotografi selalu ada dengan formatnya masing-masing, sehingga secara tidak langsung kehidupan kita dikelilingi oleh fotografi (Soedjono, 2007: 25).

Fotografi berkembang sangat pesat semenjak tahun 1826. Pada awalnya fotografi digunakan sebagai alat untuk penelitian, seperti penggunaan kamera *obscura* pada abad XVI. Para astronom memanfaatkannya untuk merekam konstelasi bintang-bintang secara tepat (Ajidarma, 2001: 79). *Fashion Photography* menjadi bagian yang tidak dapat dilepaskan dari penampilan gaya dan *mode*, hal tersebut merupakan sesuatu yang sangat dekat dengan kehidupan. Pemotretan *Fashion* melibatkan fotografer yang bertugas menghasilkan atau menampilkan konsep foto dari produk *fashion* yang akan dijual ke dalam bentuk visual. “*Fashion Photography* adalah sebuah kategori foto yang menitikberatkan pada busana. Fokus utama dari *Fashion*

Photography adalah busana yang ingin ditampilkan, baik itu dikenakan oleh model atau dihadirkan tanpa model” (Adimodel, 2014: 12).

Salah satu *fashion* yang menjadi warisan budaya Indonesia adalah batik, batik merupakan karya adiluhung bangsa yang diwariskan secara turun-menurun. Salah satu batik warisan Indonesia adalah batik kontemporer. Batik kontemporer saat ini sedang berkembang dikalangan pengrajin batik dengan teknik yang berbeda-beda. Motif batik kontemporer sama halnya dengan seni kontemporer, dalam pembuatannya menggunakan teknik membatik dengan canting dan malam, namun motifnya tidak mengacu pada aturan pakem bentuk atau ornamen motif tertentu.

Batik kontemporer menjadikan sebuah *tren fashion*, yang tentunya tidak lepas dari peran perancang busana atau *fashion designer*. *Designer* yang saat ini mencolok dalam merespon *fashion* batik kontemporer adalah Yunet, seorang *designer* yang berasal dari Bantul, Yogyakarta. Yunet mempunyai perusahaan dibidang industri busana batik di Yogyakarta yang berdiri sejak tahun 2004. Perusahaan ini didirikan oleh Wahyuningsih Rohadi atau sering disapa dengan nama Bunda Yunet. Perusahaan ini berfokus pada produk busana wanita dan pria dengan rentang usia 25 - 45 tahun. Batik dari Yunet sendiri memiliki konsep yang unik dalam desain busananya, yaitu mengangkat konsep *modern culture* (perpaduan antara batik soğan dan warna yang *colorful*).

Karya-karya dari *designer* Yunet dibuat dengan menggunakan teknik *handmade*. Teknik tersebut yang menjadi pembeda dengan *designer* batik lainnya. Yunet sebagai *designer* busana batik tergolong yang kreatif dan inovatif. Selain kreatif dan inovatif Yunet mampu memperhitungkan kebutuhan publik dan dapat mengikuti perkembangan *tren fashion* yang modern. Selain itu, Yunet juga memiliki anak perusahaan yaitu Satya Batik dengan target pasarnya adalah kalangan anak muda. Disisi pengembangan perusahaannya, Yunet juga berusaha terus menerus mempromosikan karya busana batiknya agar perusahaannya dikenal oleh banyak orang dan terus berusaha untuk menjaga eksistensinya dikalangan para konsumen. Proses pembuatan karya Yunet dilakukan di butik milik Yunet sendiri. Yunet menggunakan bahan atau alat yang dibuat sendiri seperti adanya permintaan dari *customer*. Sebagai *designer* yang sangat berpotensi, Yunet sudah cukup dikenal di kalangan penikmat *fashion*, namun sampai saat ini karya-karya yang dihasilkan Yunet belum memiliki foto yang bersifat komersial yang mampu memenuhi kebutuhan media promosi sebagai kebutuhan *fashion*. Foto yang digunakan oleh Yunet yang di *publish* ke media sosial saat ini belum layak untuk diunggah menjadi media promosi *fashion* seperti majalah, katalog, dan *website* yang nantinya akan membutuhkan foto yang layak untuk diunggah.

Hadirnya fotografi begitu besar membantu dalam bagaimana cara memvisualisasikan busana batik seperti halnya karya dari Yunet *Exclusive* Batik. Pemanfaatan fotografi menjadi salah satu strategi yang tepat untuk digunakan dalam melakukan kegiatan promosi produk, yang mana dalam

promosi tersebut *image* produk yang paling ditonjolkan. Sampai sejauh ini promosi yang dilakukan Yunet *Exclusive* Batik adalah melalui orang ke-orang lain khususnya orang yang suka dengan *fashion* batik dan melakukan penawaran langsung ke tempat instansi-instansi perkantoran yang ada di Yogyakarta maupun luar Yogyakarta. Bagaimanapun juga, fotografi merupakan daya tarik yang dapat dengan cepat ditangkap oleh indera penglihatan, tanpa harus melelahkan pikiran, sehingga khalayak dapat langsung mengerti isi pesan yang hendak disampaikan. Selain itu fotografi juga merupakan penjelasan secara global atas karakteristik dari produk yang akan dijual dan sebagai penghubung antara isi dan bentuk visual karena fotografi mempunyai sifat menggambarkan sebenar-benarnya dari suatu objek.

Fotografi sebagai media promosi diartikan bahwa fotografi dipakai sebagai ilustrasi untuk menjelaskan atau menggambarkan dalam pengaplikasian media cetak ataupun digital. Konteks ini bentuk promosi media fotografi yang akan diaplikasikan seperti media sosial salah satunya seperti *instagram*, *facebook*, web, majalah, dll. Media ini dirasa paling efektif karena lebih bisa menjangkau ke dalam lingkup yang luas dan tersebar sehingga fungsi dari promosi produksi akan lebih diterima oleh masyarakat. Salah satu brand yang menggunakan fotografi sebagai media promosinya yaitu *Pattent Goods* dan *Dekade Time* (Aryunda, 1995: 1).

Uraian di atas tentang Yunet *Exclusive* Batik menjadi inspirasi dalam pembuatan karya Tugas Akhir dengan memanfaatkan beberapa karya Yunet seperti batik kontemporer yang memiliki perpaduan batik klasik dan modern

yang akan divisualisasikan di tempat fasilitas umum *mall* di Yogyakarta. Fasilitas umum *mall* dipilih karena memiliki beberapa sudut yang belum terlalu *ter-expose* dalam pembuatan karya *fashion photography*. Karya akan divisualisasikan dengan gaya *fashion* modern. Sebagai perwujudannya akan dijadikan sebuah bentuk karya fotografi. Dalam pembuatan karya *fashion photography* ini membutuhkan beberapa model untuk mengenakan busana karya Yunet dengan beberapa *pose* berbeda dan lokasi yang berbeda.

Berangkat dari hal tersebut, maka dipilihlah judul tugas akhir “*Fashion Photography Karya Yunet Exclusive Batik di Fasilitas Umum Mall Yogyakarta*”. Jadi pengertian judul tugas akhir adalah menciptakan karya *fashion photography*, tanpa meninggalkan sentuhan busana tradisional Indonesia yaitu Batik Kontemporer karya Yunet yang bertujuan memvisualisasikan busana Yunet melalui karya fotografi di fasilitas umum *mall* Yogyakarta. Tujuan penciptaan karya fotografi ini adalah agar foto produk yang dihasilkan lebih bersifat komersial dan mendapatkan nilai jual yang lebih tinggi. Pada akhirnya karya ini akan menghasilkan sebuah fotografi *fashion* yang baru, yaitu memanfaatkan fasilitas umum *mall* sebagai *background* pembuatan karya *fashion photography*.

B. Penegasan Judul

Pada bagian ini, akan diberikan penjelasan lebih jauh tentang arti dari istilah-istilah yang terdapat pada judul “ *Fashion Photography* karya Yunet *Exclusive* Batik di Fasilitas Umum Mall Yogyakarta”, yaitu :

1. *Fashion*

Fashion adalah foto yang memfokuskan pada produk busana atau baju, pada foto *fashion* baju adalah fokus yang harus diutamakan, karena baju inilah yang akan dijual atau dipamerkan pada foto (Adimodel, 2014: 20).

Pemotretan *fashion* biasanya menggunakan peralatan pencahayaan dengan lampu tambahan, peralatan lampu yang biasa digunakan di dalam studio ataupun menggunakan *flash eksternal* agar foto yang dihasilkan lebih bagus dan lebih dramatis. Penciptaan karya tugas akhir ini akan menekankan busana yang akan dikenakan dalam pemotretan yaitu busana dari Yunet *Exclusive* Batik yang bermotif batik kontemporer, atau perpaduan batik klasik dan batik modern.

2. *Photography*

Photography adalah media yang digunakan untuk menyampaikan gagasan, pikiran, ide cerita, peristiwa, dan sebagainya seperti halnya bahasa (Soelarko, 1978: 20).

3. Yunet *Exclusive* Batik

Yunet adalah seorang *designer* berusia 44 tahun yang berasal dari Yogyakarta, Yunet memiliki rumah produksi batik dengan bahan baku kain katun, batik tradisional, batik modern atau kontemporer dengan pasar lokal dan internasional seperti Malaysia, Brunei Darussalam dan negara tetangga lainnya. Sejak tahun 2004 Yunet sudah memulai memproduksi busana batik di rumahnya yang berada di Jl. Griya Ngoto Asri No. D11, Semail, Bangunharjo, Sewon, Bantul, Yogyakarta. Busana dari Yunet Haryanto ini memiliki *desain* batik dengan ciri khas tersendiri yaitu dengan perpaduan batik klasik dengan batik modern yang biasa disebut dengan batik kontemporer. Busana milik Yunet lebih mengarah pada gaya orang dewasa yang bersifat busana formal.

4. Fasilitas Umum

Fasilitas umum merupakan suatu fasilitas yang terbuka dan diperuntukkan bagi masyarakat umum untuk memanfaatkannya seperti sekolah, rumah ibadah, rumah sakit, perkantoran, terminal, restoran, pertokoan, pusat perbelanjaan, mal, supermal dan sejenisnya. Sears dkk (1991) mendeskripsikan bahwa pada fasilitas publik semua orang memiliki hak yang sama untuk mengakses dan memanfaatkannya. Bahkan menurut Ikaputra (2001), fasilitas publik tersebut juga harus dirancang sedemikian sehingga dapat dimanfaatkan oleh para *difabel* (*people with different ability*), seperti anak-anak, orang lanjut usia, dan orang cacat (berkursi-roda, bertongkat, ataupun tuna-netra). Fasilitas umum

disediakan untuk kepentingan umum seperti jalan raya, lampu penerangan jalan, halte, trotoar, dan jembatan penyebrangan. Fasilitas yang disediakan ini merupakan sarana yang memberikan kemudahan bagi masyarakat sehingga harus dipelihara dan dijaga dengan baik.

5. *MALL*

Mall merupakan pusat perbelanjaan yang berintikan satu atau beberapa *departement store* besar sebagai daya tarik dari *retail-retail* kecil dan rumah makan dengan tipologi bangunan seperti toko yang menghadap ke koridor utama *mall* atau *pedestrian* yang merupakan unsur utama dari sebuah pusat perbelanjaan (*mall*), dengan fungsi sebagai sirkulasi dan sebagai ruang komunal bagi terselenggaranya interaksi antar pengunjung dan pedagang (Marlina, 2008: 215).

C. Rumusan Ide

1. Bagaimana menggunakan media fotografi untuk meningkatkan daya tarik konsumen terhadap karya Yunet *Exclusive* Batik?
2. Bagaimana cara memvisualisasikan Karya Yunet *Exclusive* Batik melalui karya *fashion photography* di fasilitas umum *mall* agar lebih efektif dan kreatif?

D. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan

- a. Menciptakan karya seni *fashion photography* busana Yunet *Exclusive* Batik di fasilitas umum *mall* yang menarik dan berbeda agar mempunyai nilai jual tinggi.
- b. Memperkenalkan karya busana Yunet *Exclusive* Batik melalui karya seni *fashion photography* ke masyarakat luas.

2. Manfaat

- a. Menambah bahan referensi penciptaan karya seni *fashion photography* dalam lingkup akademik.
- b. Menambah daya Tarik Busana Batik Yunet *Exclusive* Batik melalui karya seni *fashion photography*.