

Perancangan Fotografi Fashion untuk Publikasi Batik Tiga Negeri Yogyakarta

Gavriela Insan S.¹, Prayanto Widyo Harsanto², Rebecca Milka N. B.³

^{1,2,3}.Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra,
Jl. Siwalankerto 121-123, Surabaya
Email: iamgavriela@gmail.com

Abstrak

Batik Tiga Negeri Yogyakarta merupakan salah satu masterpiece batik tulis di Indonesia yang lahir karena berhentinya produksi Batik Tiga Negeri keluarga Tjoa di Surakarta. Batik Tiga Negeri memiliki banyak nilai-nilai filosofis dan juga sebuah pesan persatuan karena batik ini merupakan batik yang lahir dari akulturasi tiga kebudayaan. Tetapi Batik Tiga Negeri Yogyakarta masih kurang dikenal oleh masyarakat luas. Maka dirancang sebuah perancangan fotografi *fashion* yang berjudul Tri-buddhi yang mengkomunikasikan pesan persatuan yang terdapat dalam batik tersebut secara estetis dan memvisualisasikan persatuan dan akulturasi ketiga kebudayaan yang ada di dalam batik ini.

Kata kunci: Batik, Batik Tiga Negeri Yogyakarta, Fotografi *Fashion*.

Abstract

Title: *Fashion Photography for The Publication of Batik Tiga Negeri Yogyakarta*

Batik Tiga Negeri Yogyakarta is one of the handmade batik masterpieces in Indonesia that was born due to the cessation of the production of Batik Tiga Negeri Tjoa in Surakarta. Batik Tiga Negeri have many philosophical values and also a message of unity because this batik was born from the acculturation of three cultures. However, Batik Tiga Negeri Yogyakarta is still less known by the public. Therefore, this fashion photography titled "Tri-buddhi" aims to communicate the message of unity contained in the Batik Tiga Negeri aesthetically and visualize the unity and acculturation of the three cultures that exist in this batik.

Keywords: *Batik, Batik Tiga Negeri Yogyakarta, Fashion Photography.*

Pendahuluan

Batik adalah salah satu bentuk kebudayaan Indonesia yang berkembang sejak abad ke-19. Batik merupakan hasil karya seni yang adiluhung yang diekspresikan pada motif kain untuk pakaian, sarung, dan kain dekoratif lainnya (Wulandari, 2011). Batik juga merupakan sebuah karya bangsa yang menyimpan banyak nilai luhur dari masyarakat Indonesia sendiri (Kusrianto, 2014). Kata batik sendiri berasal dari bahasa Jawa "*ambatik*" yang terdiri dari kata "*amba*" yang berarti luas atau lebar dan kata "*titik*" yang berarti titik atau "matik" yang berarti membuat titik.

Batik dapat diklasifikasikan menjadi berbagai macam jenis berdasarkan daerah dan juga motifnya. Batik juga mengalami perkembangan seiring berjalannya waktu, perkembangan batik di Indonesia

menghasilkan berbagai variasi batik dan salah satunya adalah Batik Peranakan. Salah satu jenis Batik Peranakan yang ada di Indonesia adalah Batik Tiga Negeri.

Batik Tiga Negeri merupakan sebuah batik *masterpiece* dalam dunia batik Indonesia yang sudah ada sejak 100 tahun lalu. Kemunculan Batik Tiga Negeri berawal dari seorang kaum Peranakan di kota Solo yang bernama Tjoa Giok Tjiam. Keunikan dari batik ini terletak pada proses pembuatannya, dimulai dari proses pembuatan di sentra batik yang berbeda dan menggunakan pewarna kain alami. Masyarakat awam mengetahui bahwa pembuatan Batik Tiga Negeri dilakukan di Lasem, Pekalongan dan Solo, namun hal tersebut tidak sepenuhnya benar. Batik Tiga Negeri Tjoa di Solo hanya dibuat di dua sentra

batik saja, yaitu Solo dan Lasem (Gratha, 2018, p.4). Keunikan lain dari Batik Tiga Negeri terdapat dalam nilai filosofis dalam proses pewarnaannya. Batik Tiga Negeri menggunakan tiga warna yaitu merah yang dikenal dengan *abang getih phitik*, biru indigo dan coklat soga. Setiap warna mewakili beberapa kebudayaan yaitu Tionghoa, Eropa dan Jawa.

Durasi pengerjaan Batik Tiga Negeri memakan waktu cukup lama, berkisar antara lima sampai delapan bulan untuk tiap lembar kainnya memiliki harga yang cukup tinggi. Motif dari Batik Tiga Negeri sendiri sangat beragam. Persilangan dan kombinasi motif tercipta dalam pembuatan batik ini. Batik Tiga Negeri Solo umumnya menggunakan motif batik klasik seperti Lereng, Parang, Sekar Jagad, dan motif klasik Solo yang lain dan dikombinasikan dengan motif khas keluarga Tjoa. Berbeda dengan Batik Tiga Negeri milik keluarga Tjoa di Solo, Batik Tiga Negeri Kidang Mas yang dibuat di Yogyakarta mempunyai motif khas tersendiri. Batik Tiga Negeri Yogyakarta mempunyai ciri khas motif bunga Peony yang dipadukan dengan motif klasik Yogyakarta seperti motif Semen, Tambal, Nitik dan motif Parang gaya Yogyakarta.

Walaupun usianya yang sudah bisa dibilang cukup tua, batik yang populer di kalangan pecinta batik ini masih kurang dikenal oleh masyarakat luas. Dapat disimpulkan dari percakapan singkat dengan beberapa narasumber bahwa pengetahuan dan *awareness* tentang adanya Batik Tiga Negeri ini dirasa masih sangat kurang. Masalah lain juga terdapat pada pelopor batik ini yang sudah berhenti melakukan produksi karena beberapa faktor yang ada. Karena hal tersebut, Batik Tiga Negeri mulai sulit didapatkan. Melihat keunikan dan juga nilai-nilai keindahan dan filosofis yang terdapat didalam Batik Tiga Negeri ini, sangat penting untuk dilakukan peningkatan *awareness* masyarakat luas terhadap batik ini.

Sebagai upaya untuk membangkitkan kembali *awareness* masyarakat tentang Batik Tiga Negeri ini, maka diperlukan media yang tepat guna merealisasikan hal tersebut. Media visual merupakan media yang sangat tepat dalam upaya mewujudkannya di era *digital* saat ini karena media visual memiliki fungsi secara khusus untuk menarik perhatian, memperjelas sajian ide, mengilustrasikan atau menghiasi fakta yang mungkin akan cepat dilupakan atau diabaikan (Rohani, 1997, p.25).

Karakteristik dari media yang sangat cocok untuk digunakan dalam hal ini adalah fotografi karena fotografi sendiri merupakan media yang efektif untuk menyampaikan pesan secara konkret, realistik dan juga akurat. Dari berbagai macam *genre* fotografi yang ada, *fashion* fotografi adalah *genre* yang paling cocok digunakan dalam upaya membangkitkan *awareness* terhadap Batik Tiga Negeri. *Fashion*

fotografi adalah *genre* fotografi yang menonjolkan pakaian atau busana serta *item fashion* lainnya, oleh sebab itu *fashion* fotografi dirasa sangatlah tepat untuk mewujudkan hal tersebut karena melalui *fashion* fotografi secara langsung dapat disajikan suatu paparan visual yang menarik indera penglihatan dan juga terdapat pesan yang disampaikan melalui visual tersebut. Dengan teknik fotografi yang tepat, melalui media fotografi dapat menyampaikan warna-warna dan juga motif-motif yang dipunyai oleh Batik Tiga Negeri itu sendiri. Melalui *fashion* fotografi dan media pendukung lainnya, diharapkan dapat merealisasikan upaya pengenalan Batik Tiga Negeri kepada masyarakat luas.

Metodologi Analisis Data

Metode analisis yang digunakan adalah metode kualitatif yang bersifat deskriptif dimana penelitian akan dilakukan pada objek dengan tujuan untuk membuat gambaran mengenai fakta-fakta yang berkaitan dengan objek yang diteliti. Kemudian melakukan analisa data-data yang telah diteliti. Kemudian menentukan foto-foto yang akan digunakan, serta penggunaan 5W + 1H dengan penjelasan sebagai berikut:

What

Batik Tiga Negeri merupakan *masterpiece* batik tulis yang dimiliki oleh Indonesia. Batik Tiga Negeri merupakan hasil akulturasi tiga kebudayaan yaitu Tionghoa, Belanda dan Jawa yang mengangkat nilai filosofis dan keindahan yang ada di dalamnya.

When

Batik Tiga Negeri pertama kali dibuat oleh keluarga Tjoa yang berada di Solo pada tahun 1910. Batik Tiga Negeri keluarga Tjoa sangat terkenal dan menginspirasi banyak pengeraji batik yang berada di Solo maupun kota-kota disekitarnya untuk membuat batik yang serupa.

Who

Saat ini Batik Tiga Negeri hanya diketahui dan digunakan oleh segelintir orang yang mayoritas adalah pecinta batik. Masyarakat luas masih belum mengetahui tentang batik ini dan keistimewaannya.

Where

Batik Tiga Negeri pertama kali dibuat oleh keluarga Tjoa yang berada di Solo pada tahun 1910. Kemudian batik ini mulai muncul di beberapa kota lain seperti Lasem, Pekalongan dan Yogyakarta

Why

Batik Tiga Negeri memiliki nilai filosofis yang terkandung dalam motif-motif batik dan juga warna yang terdapat di dalamnya. Pembuatan batik ini yang

dilakukan di dua sentra yang berbeda pada awalnya juga menjadi daya tarik dari batik ini

How

Memperkenalkan Batik Tiga Negeri kepada masyarakat luas karena batik ini mengandung nilai-nilai filosofis dan estetis yang merupakan salah satu kebudayaan dari nenek moyang bangsa Indonesia. Pesan ini disampaikan melalui perancangan fotografi *fashion* yang berbentuk *interactive catalogue*, kalender duduk, *postcard*, dan pembatas buku.

Fotografi Fashion

Fotografi *fashion* merupakan *genre* fotografi yang memiliki tujuan untuk menampilkan pakaian dan *fashion item* lainnya. Fotografi *fashion* diperkirakan muncul pada tahun 1850-an atau 1860-an ketika mulai adanya kegiatan komersial. Ifan Hartanto yang merupakan salah satu fotografer *fashion* di Indonesia mengartikan fotografi *fashion* sebagai *genre* fotografi yang digunakan untuk bisa menyajikan sebuah *style* secara lengkap, yang secara modern diperindah dengan elemen pendukung seperti *gesture*, *mood*, lokasi, *set* properti dan barang-barang lainnya. Fotografi *fashion* sendiri dapat dibedakan menjadi dua yaitu:

a. Fotografi Fashion Editorial

Fotografi *fashion editorial* adalah fotografi *fashion* yang memiliki umumnya dipublikasikan dalam sebuah majalah, surat kabar atau media online yang biasanya bergandengan dengan sebuah cerita atau artikel (Jade, 2012). Dalam fotografi *fashion editorial* ini para fotografer dapat mencurahkan kreativitas terbaik mereka dalam penciptaan sebuah foto yang memiliki pesan tentunya. Menurut Lara Jade (2012), fotografi *fashion editorial* yang dianggap baik adalah fotografi *editorial* yang menangkap esensi atau makna dari baju dan juga secara kreatif dapat mengilustrasikan cerita dalam fotografi *fashion* tersebut.

b. Fotografi Fashion Commercial

Fotografi *fashion commercial* merupakan fotografi *fashion* yang memiliki tujuan untuk *mempromosikan item fashion* yang menjadi objek foto itu sendiri. Berbeda dengan fotografi *fashion editorial*, fotografi *fashion* komersial lebih mengarah ke penjualan dan klien lebih memiliki andil dalam pembuatan fotografi ini dibanding dengan fotografer.

Dalam fotografi *fashion*, fotografer tidaklah bisa bekerja sendiri. Dalam pengerjaannya, fotografer akan bekerja dengan beberapa pihak yang dapat disebut dengan tim kreatif dalam fotografi *fashion* tersebut. Setiap pihak akan memiliki tugas dan tanggung jawab yang berbeda tetapi akan selalu bekerja sama untuk menyelesaikan proyek dengan baik. Dalam fotografi

fashion, tim kreatif yang bertalenta tidak kalah pentingnya dibanding dengan fotografer itu sendiri (Jade, 2012). Tim kreatif dalam fotografi *fashion* sendiri adalah:

a. Model

Model berperan sebagai tokoh utama yang terpampang dalam sebuah pemotretan. Seorang model harus dapat meresapi karakter yang ditentukan dalam sebuah konsep pemotretan.

b. Art Director

Art director hanya berlaku jika dirasa dibutuhkan arahan kreatif dalam sebuah pemotretan. Biasanya yang menjadi *art director* dalam sebuah pemotretan adalah *editor* majalah, fotografer ataupun *stylist*.

c. Stylist

Stylist merupakan orang yang berperan dalam penentuan pakaian dan aksesoris yang sesuai untuk pemotretan. Disamping itu *stylist* juga bertugas untuk menafsirkan *creative brief* yang akan dieksekusi pada saat pemotretan.

d. Makeup Artist & Hair Stylist

Makeup artist dan *hair stylist* bertugas dan bertanggung jawab dalam melakukan riasan atau *grooming* kepada model. *Makeup artist* dan *hair stylist* harus dapat memahami konsep pemotretan yang harus ia terapkan dalam riasan serta gaya rambut dan juga harus mempunyai *skill* yang bagus dalam mengaplikasikan riasan.

Batik Tiga Negeri Yogyakarta

Batik Tiga Negeri merupakan bauran budaya dalam selambar wastra yang sudah ada di Indonesia sejak tahun 1910. Batik Tiga Negeri sendiri dulunya secara eksklusif diproduksi oleh pengusaha batik peranakan Tionghoa atau yang biasa disebut Peranakan. Batik Tiga Negeri ini dipelopori oleh keluarga Tjoa yang memulai untuk memproduksi batik tersebut dan kemudian menginspirasi banyak pengusaha batik baik di Solo dan sekitarnya. Nama dari Batik Tiga Negeri sendiri konon tercipta karena Ny. Tjoa Giok Tjiam terinspirasi dengan cerita *Sam Kok* yang merupakan cerita klasik dari Tiongkok. Setelah itu banyak pedagang batik baik di Solo maupun di kota lain seperti Lasem, Pekalongan dan Yogyakarta yang mulai membuat batik ini karena terinspirasi oleh Batik Tiga Negeri Tjoa.

Batik Tiga Negeri Yogyakarta mulai diproduksi pada tahun 2014 oleh Bapak Yahya A. Nugraha setelah berhentinya produksi Batik Tiga Negeri milik keluarga Tjoa di Solo. Batik Tiga Negeri Yogyakarta merupakan percampuran antara motif klasik Yogyakarta seperti *semen*, *tambal*, *nitik* dan *parang* dengan motif khas yang dimiliki oleh Bapak Yahya sendiri.

Motif khas yang menjadi ciri utama dari Batik Tiga Negeri Kidang Mas Yogyakarta adalah bunga Peony Tiongkok. Bunga Peony Tiongkok atau *Paeonia lactiflora* merupakan tanaman yang berasal dari Tiongkok yang selain indah dipandang juga memiliki banyak manfaat yang lain. Sebagai contoh, akar dari tanaman Peony Tiongkok ini sering digunakan dalam pengobatan Tiongkok untuk menghilangkan rasa sakit, mencegah infeksi dan penurunan panas. Bunga ini juga sering digunakan sebagai ornamen sejak zaman dahulu. Lukisan dari bunga ini sering ditemui pada berbagai macam keramik dan lukisan di Tiongkok.



Sumber: Dokumen pribadi
Gambar 1. Motif bunga Peony

Konsep Kreatif

Memperkenalkan Batik Tiga Negeri Yogyakarta sebagai kekayaan budaya yang dimiliki Indonesia yang merupakan hasil akulturasi tiga kebudayaan di Indonesia melalui fotografi *fashion*.

What to Say

Batik Tiga Negeri Yogyakarta masih belum terlalu dikenal oleh masyarakat luas. Oleh karena itu, perancangan ini dibuat sebagai solusi dari permasalahan yang ada. Perancangan fotografi *fashion* ini dibuat untuk mempublikasikan batik Tiga Negeri dan mempublikasikan bahwa batik Tiga Negeri merupakan warisan budaya Indonesia yang berharga dan mempunyai nilai pesatuan didalamnya.

How to Say

Pendekatan dengan media *fashion* fotografi dipandang sebagai media yang dapat menyampaikan pesan secara visual kepada penikmatnya. Diharapkan melalui perancangan ini lebih banyak lagi masyarakat Indonesia yang mengetahui bahwa terdapat batik tulis peranakan yang memiliki nilai persatuan, nilai filosofis dan estetis yang tinggi.

Tema

Batik Tiga Negeri Yogyakarta

Konsep Penyaian

Persatuan adalah konsep yang mendasari perancangan ini. Dimana dari hasil wawancara dengan salah satu pemilik Batik Kidang Mas Yogyakarta menyatakan bahwa kebudayaan yang ada di Indonesia mempunyai tempat dan kehidupan masing-masing tetapi jika mereka berdiri berdampingan dan terjadi harmonisasi itulah yang menjadi keindahan. Ketiga kebudayaan divisualisasikan menjadi tiga warna utama yaitu merah, biru dan coklat. Setiap warna didukung oleh pemilihan karakteristik model, tata rias dan gaya rambut, mood, lighting, serta background dan properti pendukung. Setiap warna akan melakukan individual shoot untuk campaign dan juga lookbook. Setelah itu ketiga model akan berfoto di satu frame yang sama yang melambangkan persatuan di akhir perancangan ini.



Sumber: www.behance.net/joseherrera,
www.vogue.co.kr/2015/08/19/salon-de-la-mode

Gambar 2. Referensi pemotretan

Judul

Tri-Buddhi

Tri-Buddhi berasal dari penggabungan dua kata dari bahasa Sanskerta, dimana tri memiliki arti bentuk terikat tiga sedangkan kata buddhi berasal dari bahasa Sanskerta yang diartikan sebagai hal-hal yang berkaitan dengan budi dan akal manusia.

Lokasi

Pemotretan dilakukan secara indoor di Wave Studio yang berada di Jl. Praja Dalam D No. 54, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan. Pemotretan secara indoor dipilih karena lebih mudah untuk mendapatkan cahaya yang diinginkan untuk mewujudkan konsep pemotretan dalam perancangan ini.

Properti

Properti yang digunakan dalam perancangan fotografi *fashion* ini adalah:

- Karpet merah, biru dan coklat
- Kain *crystal* organza merah, biru dan coklat
- Kembang goyang
- Topi fedora anyam
- Bunga anggrek kuning

- Bunga Antorium merah
- Bunga Hortensia biru
- Sumpit
- Lampion kertas
- Dupa harum
- Teropong
- Peta
- Padi

Peralatan

Peralatan yang digunakan dalam perancangan ini meliputi:

- Kamera Canon EOS 6D Mark-II
- Lensa 24-70mm f2/8 L II USM
- Elinchrom D-LITE & BRX500
- *Software* Capture One 11 dan Adobe Photoshop

Seleksi dan Analisis Hasil Pemotretan

Sebelum pemotretan berlangsung, perancang mempersiapkan peralatan dan property yang dibutuhkan selama proses pemotretan berlangsung., seperti: Kamera, *Octabox*, *Standart Reflector*, Laptop, Kain Batik, Aksesoris, referensi *Makeup-Hairdo* dan *Pose*. Kain batik yang digunakan berupa kain panjang dan selendang yang di styling tanpa menggunakan jarum untuk menjaga bentuk kain. Lokasi pemotretan berada di Wave Studio di Jakarta. Waktu pemotretan dilakukan mulai dari pukul 8 pagi hingga pukul 3 sore. Hasil foto yang diseleksi berupa *raw file* yang kemudian akan dilakukan proses *editing* berupa *retouching* pada bagian wajah, tubuh dan *background* dengan menggunakan *Adobe Photoshop*.





Gambar 3. Seleksi foto

Penyajian dalam Bentuk Postcard



Gambar 5. Penyajian dalam Postcard

Penyajian dalam Bentuk Katalog



Gambar 4. Penyajian dalam Katalog

Penyajian dalam Bentuk Kalender



Gambar 6. Penyajian dalam Kalender

Penyajian dalam Bentuk Bookmark



Gambar 7. Penyajian dalam Bookmark

Kesimpulan

Dalam proses perancangan fotografi *fashion* Batik Tiga Negeri ini dapat diketahui bahwa banyak nilai-nilai dan pesan moral yang disampaikan oleh pembatik melalui batik tulis ini. Melalui fotografi *fashion* ini, nilai-nilai dan pesan moral tersebut dikomunikasikan kepada para target audience secara estetik. Pemotretan yang dikonsepsi sedemikian rupa diharapkan bisa menyampaikan pesan persatuan yang terdapat dalam batik ini. Setiap frame ditampilkan secara elegan mengingat segmentasi dari kain batik tulis ini merupakan masyarakat kelas atas. Observasi sangat penting dilakukan sebelum melakukan pemotretan untuk dapat memahami karakter kain dan juga bertujuan untuk menyiapkan properti foto yang digunakan oleh setiap tema dengan baik. Dalam pengerjaan perancangan fotografi *fashion* ini tidak hanya *hardskill* yang dibutuhkan tetapi *softskill* berupa kemampuan untuk bekerjasama dan berkomunikasi juga dibutuhkan untuk dapat menghasilkan sebuah karya fotografi *fashion* yang mampu menyampaikan pesan dengan baik dan juga memegang peranan yang cukup signifikan dalam kesuksesan penyampaian pesan dalam foto yang akan dihasilkan

Daftar Referensi

Bernard, Malcolm (2013). *Fashion as Communication*. Inggris: Routledge.

Gratha, Benny. (2018). *Batik 3 Negeri Solo Sebuah Legenda*. Jakarta: Komunitas Peranakan Indonesia.

International Design School. (2015). *Arti Fotografi Menurut Para Ahli*. Diakses 8 Februari 2019 dari

<https://idseeducation.com/articles/fotografi-menurut-para-ahli/>

Musman A. & Arini A. (2011). *Batik Warisan Adihulung Nusantara*. Yogyakarta: G Media

Jade, Lara. (2012). *Fashion Photography 101*. UK : ILEX.

Kusrianto, Adi. (2014). *Batik, Filosofi, Motif & Kegunaannya*. Yogyakarta: Andi.
<https://www.goodreads.com/book/show/22453493-batik-filosofi-motif-dan-kegunaannya>.

Langford, M. (2000). *Basic Photography*. Oxford: Reed Education and Professional Publishing Ltd.

Lee, C.L. (2017). *Batik: Creating An Identity*. Singapura: National Museum of Singapore & Editions Didier Millet.

Rohani, Ahmad. (1997). *Media Instruksional Edukatif*. Jakarta: Rineka Cipta.

Suleiman, Amir Hamzah. (1982). *Teknik Kamar Gelap untuk Fotografi*. Jakarta : PT. Gramedia.

Wulandari, Ari. (2011). *Batik Nusantara : Makna Filosofis, Cara Pembuatan & Industri Batik*. Yogyakarta: Andi.
<http://lib.kemenperin.go.id/neo/detail.php?id=212876>