

**PERANCANGAN FOTOGRAFI TENTANG *STREET FASHION* TAHUN 2019
DI SURABAYA**

Oleh :

Samantha A. Pradipta

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Seni dan Desain,
Universitas Kristen Petra, Jl. Siwalankerto No.121-131, Surabaya
Email : sam_pradipta16@yahoo.com

ABSTRAK

Street Fashion kini menjadi salah satu cara bagi anak - anak muda millennial untuk menunjukkan jadi diri mereka lewat *fashion*. Kemunculan *street fashion* ini tidak terlepas ada hubungannya dengan perubahan perekonomian di dunia. Pada zaman dulu *fashion* dan seni hanya menjadi milik kalangan kerajaan atau kelas atas. *Fashion* hanya dapat dinikmati oleh golongan tertentu, dan akses untuk lebih mengerti tentang *couture* dan *fashion* masih sangat terbatas. *Street fashion* ini sudah ada sejak dulu, namun baru diakui keberadaannya ketika akses pada *fashion* terbuka bagi semua kalangan *street style*.

Kata Kunci : Fotografi, Fotografi Fashion, Street Fashion, Fashion, Surabaya

ABSTRACT

Street Fashion has becoming one of the ways for millennial young people to show themselves through fashion. The emergence of this street fashion has nothing to do with the economic changes in the world. In the past fashion and art belonged only to the royal or upper class. Fashion can only be enjoyed by certain groups, and access to better understanding of *couture* and *fashion* is still very limited. Street fashion has been around for a long time, but its existence is only recognized when access to *fashion* is open to all street style people.

Keywords : Photography, Fashion Photography, Street Fashion, Fashion, Surabaya

PENDAHULUAN

Fashion adalah gaya berpakaian yang digunakan oleh seseorang, baik itu dalam kehidupan sehari-harinya ataupun pada saat acara tertentu, dengan tujuan utama yaitu untuk melindungi tubuh dan kemudian untuk menunjang penampilan. Berbicara mengenai *fashion*, sepintas adalah mengenai pakaian atau busana. Dan berbicara tentang pakaian adalah berbicara mengenai sesuatu yang sangat dekat dengan diri kita. Seperti yang di kutip oleh Idi Subandi Ibrahim yang merupakan peneliti media dan kebudayaan pop dalam pengantar buku Malcolm Barnard (*Fashion sebagai Komunikasi: 2007*). Arti dari *fashion* pun diperkuatnya dengan pernyataan bahwa *fashion* merupakan gaya yang sedang populer pada tempat dan kurun waktu tertentu, mempunyai kaitan erat dengan istilah mode dan *style*, serta bersangkut paut dengan masalah daya tembus (penerimaan, *acceptance*) pasar dan perubahan waktu (*timeliness*). (Haldani, 2000:7).

Street fashion merupakan gaya berpakaian yang bermula dari sebuah model pakaian yang disebut *streetwear*. Dalam pengertiannya adalah gaya

fashion dengan khas jalanan yang berawal dari budaya *surfing* dan *skate* di West Coast-USA tahun 1980-an hingga 1990-an, dan telah berkembang mencakup unsur-unsur hip hop, *street fashion* Jepang, dan budaya *haute modern*. Banyak penggemar dari pakaian *streetwear* ini berpendapat bahwa gerakan ini muncul pada akhir abad ke-20 sebagai reaksi terhadap produksi massal mode ala *mall* (Kitab Fashion,

<http://kitabfashion.blogspot.com>).

Street fashion umumnya dikaitkan dengan kebiasaan berpakaian anak muda millennial yang ada di kota-kota besar yang sangat senang mengikuti sebuah tren *fashion*.

Gaya *street fashion* tersebut juga menjadi tren di kalangan generasi milenial di Surabaya. Jika dibandingkan dengan anak muda di kota besar lainnya seperti Jakarta yang berpergian ke sebuah mall atau *café* mereka hanya mengenakan *t-shirt* dan celana pendek serta sandal jepit. Berbeda dengan yang di Surabaya, mereka tidak segan-segan mengeluarkan *budget* yang relatif cukup besar untuk sebuah baju, celana, bahkan aksesoris yang dapat menunjang dalam berpakaian. Dampak dari fenomena tren *fashion* tersebut mendukung

pertumbuhan industri *fashion* yang menggembirakan. Hal ini dapat dilihat dari merek-merek lokal maupun internasional yang telah memasuki pasar di kota ini. Mikhael Novan seorang Marketing & Communication The Grand Palace Surabaya, mengungkapkan tren *fashion* di Surabaya saat ini sedang mengalami perkembangan yang cukup menggembirakan, dengan berkembangnya dunia mode saat ini.

Seperti halnya tren *fashion* di dunia internasional, fenomena *street fashion* di Surabaya juga tidak terhindarkan dari pasang surut dalam perkembangannya. Gaya *fashion* tertentu seiring dengan berjalannya waktu, lama kelamaan akan memudar atau bahkan menghilang karena tergantikan oleh gaya *fashion* yang lainnya. Seperti gaya *fashion*; *Chic*, *Monochrome*, *Edgy*, *Tulle*, *Denim*, *Artsy*, *Retro*, *Vintage*, hingga *Street Style* silih berganti seiring perkembangan selera zaman. Oleh karena itu dalam menyikapi pasang-surutnya perkembangan *fashion* diperlukan suatu media yang dapat dijadikan informasi, referensi dan inspirasi bagi penggemar *fashion* di

Surabaya ataupun di Indonesia di tahun-tahun berikutnya.

Pada dasarnya pendokumentasian dan informasi perkembangan *fashion* sudah banyak dilakukan, baik yang berupa esai maupun dalam bentuk buku. Demikian pula visualisasi *street fashion* yang menggunakan media fotografi banyak dijumpai di internet. Hanya saja foto-foto *street fashion* tersebut lebih cenderung kepada cara berpakaian orang-orang yang berada di luar negeri dan bukan di Indonesia khususnya Surabaya. Oleh karena itu, dalam perancangan fotografi *fashion* ini akan memotret tren *street fashion* di kalangan generasi milenial di Surabaya pada tahun 2019. Perancangan fotografi *fashion* ini juga upaya untuk memperkaya literasi visual yang merepresentasikan selera zaman pada gaya *fashion*. Penyajian fotografi yang bertemakan *street fashion* ini dirancang dalam bentuk buku katalog fotografi *fashion*. Dimana terdapat macam – macam *fashion street* yang bertujuan untuk menyesuaikan gaya anak muda dalam berpakaian dengan kesan *street* dan agar tetap sesuai dengan iklim yang ada di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Metode analisis data dilakukan dengan menggunakan 5W+1H (*What, Why, Where, When, Who, How*), yang bertujuan untuk memperoleh informasi yang akurat melalui data analisis yang akan digunakan untuk perancangan ini.

PEMBAHASAN

Fotografi

Fotografi adalah media komunikasi dan alat dialog, juga dapat dilihat sebagai fungsi, berfungsi secara dokumentatif, informatif, dan bagian dari seni (Soerjoatmodjo, 2011). Fotografi menampilkan realitas apa yang terdapat dalam sebuah foto melainkan bagaimana sebuah foto berperan dalam realitas. Foto menjadi bagian dari realitas yang dikenal dan dihayati oleh kita, karena realitas memang tampil kepada manusia sebagai representasi (Ajidarma, 2003). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa fotografi merupakan suatu seni yang dapat dijadikan media komunikasi yang berfungsi secara dokumentatif dan informatif, dan juga dapat menampilkan sebuah realitas yang ada di dalam sebuah foto sebagai bentuk representasi.

Fotografi Fashion

Fotografi *fashion* merupakan cabang fotografi *professional* yang mengkhususkan diri pada foto di bidang busana dan perlengkapannya. Seorang fotografer *fashion* harus mampu memadukan busana dengan modelnya menjadi sebuah foto yang harmonis. Bidang fotografi ini semakin marak seiring dengan perkembangan media cetak yang semakin maju (Nugroho, 129).

Fotografi *fashion* adalah *genre* fotografi yang ditujukan untuk menampilkan pakaian dan produk *fashion* lainnya. Fotografi *fashion* umumnya berfokus kepada pakaian atau aksesoris yang akan dikenakan oleh model, dan para fotografer *fashion* juga cenderung menggunakan pencahayaan yang dramatis. Dalam buku *The History of Fashion Photography* diungkapkan ‘*fashion photographs are designed to be seducers, propaganda so potent that it can beguile us into buying the most frivolous products. Fashion photography also commits the ‘sin’ of being produced not only for love but for money, implying the creative manipulation and the sacrifice of photographic and artistic integrity. Fashion photographs are ostensibly as*

transitory as last year's style or this month's magazine issue. Foto *fashion* dirancang sebagai propaganda yang berperan secara kuat dalam mempengaruhi barang – barang yang bersifat sekunder. Foto *fashion* juga mengorbankan integritas artistik, fotografik dan kreativitas akibat pengaruh besar dari sisi *matrealistik*. Foto *fashion* kerap kali dibuat dengan tujuan yang bersifat jangka pendek (Duncan, 1979: 10).

Fashion

Fashion adalah sesuatu yang mengacu kepada hal – hal yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang. Mode pakaian tidak bisa dipisahkan dari perkembangan sejarah kehidupan dan budaya manusia, melainkan menekankan bahwa *fashion* bisa diibaratkan sebagai ‘kulit sosial’ yang dapat mencerminkan gaya hidup suatu komunitas dan mengekspresikan identitas tertentu yang merupakan bagian dari kehidupan sosial. Sehingga *fashion* yang dipilih seseorang bisa menunjukkan bagaimana seseorang tersebut memilih gaya hidup. Seseorang yang sangat *fashionable*, secara tidak langsung mengkonstruksi dirinya dengan gaya hidup modern, karena

selalu mengikuti tren *fashion*. Hal ini menunjukkan bahwa *fashion* dapat membantu menentukan sikap dan nilai – nilai serta menunjukkan status sosial (Fashion Blogger, <http://mamacantik.web.id>). Oleh karena itu, mengenakan sebuah pakaian dengan mengikuti *fashion* dapat menunjukkan status sosial dan juga menentukan bagaimana sikap yang dimiliki oleh orang yang *fashionable* tersebut. *Fashion* pun cukup bisa menggambarkan sekelompok orang – orang yang menunjukkan identitas dari kelompok orang tersebut, entah didalam kelompok tersebut hanya terdapat salah satu tren *fashion* yang mencolok, atau bisa saja terdapat beberapa macam *fashion* pada kelompok itu.

Streetwear

Sejarah *streetwear* terhitung belum terlalu lama. Bermula dari budaya *skate*, *surf*, dan hip-hop di East dan West Coast-USA sepanjang kurun 1980an hingga 90an. Bagi orang-orang yang memakainya, *streetwear* merupakan tanda bahwa mereka terlibat dalam suatu gerakan yang berada di luar industri *fashion*, jauh dari pakaian retail yang diproduksi secara massal maupun

pakaian yang diproduksi oleh label-label desainer papan atas.

Street Fashion di Surabaya

Di era global sekarang, sangat sering dijumpai anak – anak muda millennial yang sangat suka dan mengikuti sebuah tren *fashion*. Seiring dengan perkembangan waktu, tren *fashion* pun lama – kelamaan akan melekat di benak anak – anak muda millennial di perkotaan besar ketika mereka akan mengenakan atau membeli pakaian salah satunya yang sangat terlihat adalah *street style fashion*. Khususnya anak – anak muda di salah satu kota besar yaitu Surabaya, mereka mengenakan pakaian sesuai dengan kenyamanan mereka dalam berpakaian dan mereka menciptakan sendiri *style street* mereka, hal tersebut dapat dilihat di sebuah pusat perbelanjaan atau yang biasa disebut *mall* dan juga *cafe – café* yang menjadi tempat berkumpul anak – anak muda Surabaya. Dari pengamatan kepada anak – anak muda millennial di Kota Surabaya ini, bukan hanya yang berumur 17 tahun keatas saja yang mengikuti sebuah tren *fashion street* ini, namun anak seusia 14 hingga 16 tahun pun sudah mulai mengikuti tren *fashion street* ini. Anak – anak muda di Surabaya menciptakan identitas sendiri

dari *street fashion* mereka yang dapat membedakan cara mereka berpakaian dibandingkan anak – anak muda di kota – kota besar lainnya. Namun karena kurangnya media informasi, referensi dan inspirasi tentang gaya berpakaian yang cocok dan sesuai dengan iklim yang ada di Indonesia, khususnya Surabaya maka mereka hanya mengenakan pakaian yang karena atau mahal karena ingin dipandang baik oleh kelompok pertemanan mereka. Padahal jika dilihat anak – anak muda di kota Surabaya ini memiliki keinginan yang kuat untuk mengikuti sebuah tren *fashion* dan gaya berpakaian anak – anak muda di Kota Surabaya sudah sangat keren.

KONSEP PEMOTRETAN

Tujuan Kreatif

Memberikan informasi kepada masyarakat khususnya anak – anak muda millennial di kota Surabaya tentang *Street Fashion* yang dapat dijadikan sebagai media dokumentasi untuk sumber referensi dan inspirasi, yang berisi tentang gaya berpakaian anak – anak muda kota Surabaya.

Strategi Kreatif

Perancangan fotografi mengenai *street fashion* ini melakukan pengambilan foto yang dilakukan di *outdoor* dengan menampilkan kesan *street* yang mendukung dengan tema *street fashion*. Terlebih jika perancangan ini dipamerkan, dapat menciptakan keintiman karya dan yang melihat karya ini dapat memberikan informasi dalam bentuk referensi dalam berpakaian. Referensi yang dimaksudkan disini adalah sebuah media dokumentasi dalam karya fotografi yang diwujudkan ke dalam bentuk buku sebagai sebuah album foto. Pada media tersebut berguna sebagai arsip visual, yang berisi tentang foto – foto *street fashion* yang menjadi tren berpakaian di kalangan anak – anak muda di Surabaya pada tahun 2019.

Target Audience

Demografis : Pria dan Wanita, umur 15-24 tahun, SES B-A

Geografis : Bertempat tinggal dan menetap di kota Surabaya

Psikografis : Pria dan Wanita yang suka *fashion*, tidak memikirkan komentar orang tentang cara mereka berpakaian.

Behaviour : Pria dan Wanita yang suka memadukan pakaian yang akan dikenakan, mengenakan pakaian dari segi kenyamanan.

Program Media

a. Karya Pameran :

Teknik cetak pada foto yang akan dicetak adalah menggunakan teknik cetak *digital* dipermukaan kertas foto. Kertas yang digunakan berjenis kertas foto. Berukuran 12R (30 x 40 cm). *Frame* yang digunakan berwarna hitam polos agar hasil foto terlihat *simple* dan sesuai dengan arti dari warna hitam sendiri yaitu memiliki keanggunan.

b. Buku Katalog :

Teknik cetak pada buku katalog adalah menggunakan teknik cetak *offset full colour* (CMYK). Penjilidan buku katalog menggunakan *soft cover*. Ukuran buku katalog 25 x 25 cm. Jenis kertas yang akan digunakan untuk *cover* menggunakan Art Cover 260 gsm, dan untuk isi dari buku katalog menggunakan Fancy Paper dengan jenis Akiosa 118 gsm

c. Media Sosial :

Media sosial yang digunakan adalah Instagram. Pada Instagram akan mengunggah kurang lebih 3 - 6 foto dari setiap *style* yang didapat

d. Website :

Website dijadikan media yang digunakan untuk menempatkan hasil karya foto secara digital yang juga bisa di jadikan referensi tentang *style fashion*. Mengunggah semua foto dari setiap gaya yang didapat. Terdapat 20 foto yang berbeda pada halaman depan yang dapat di klik untuk melihat detail dan gaya yang lain

Penyajian dalam Media Grafis

Penyajian dalam bentuk Buku Katalog

Penyajian dalam bentuk Buku Katalog berisi 20 *style* yang pada isi buku berisikan detail – detail dari pakaian yang dikenakan, seperti sepatu, celana yang sobek – sobek atau celana yang memiliki motif dan detail lainnya. Kemudian pada isi buku tersebut bukan hanya berisi foto – foto saja untuk penyajiannya tetapi juga diberikan penjelasan dalam bentuk kalimat yang

dapat menjelaskan pakaian atau *style* yang dikenakan oleh model.



Gambar 1 : salah satu tampilan pada buku katalog

Penyajian dalam bentuk Website

Penyajian dalam bentuk *Website* memiliki 20 ragam foto dengan 20 *style* berbeda yang berada pada halaman kategori. Kemudian dari setiap 20 *style* foto pada halaman depan tersebut dapat di klik untuk menuju ke halaman *website* selanjutnya yang berisi kurang lebih 3 hingga 6 foto dari setiap *style* tersebut.



Gambar 2 : penyajian foto pada Website

Penyajian Final Pameran

Foto akan dicetak ukuran 12R (30 cm x 40 cm) dan diberikan pigura berwarna hitam.



Gambar 3 : foto - foto yang akan di cetak untuk karya foto

Kesimpulan

Ide tentang perancangan fotografi ini didapatkan ketika penulis melihat para anak muda di kota Surabaya ini yang sangat suka dan menyenangkan *fashion* dengan kesan *street* namun, karena kurangnya referensi dan informasi tentang *fashion* yang cocok dan sesuai dengan iklim di Indonesia, maka ide ini pun muncul. Pengalaman dan pengetahuan tentang apa saja jenis – jenis *fashion* yang ada dan baru bermunculan pun penulis dapatkan ketika membuat perancangan ini,



penulis berharap agar perancangan dan media perancangan yang dihasilkan dapat bermanfaat sebagai media informasi, inspirasi dan referensi bagi anak – anak muda dan masyarakat.

Daftar Referensi

Ajidarma, S, G. (2003). *Fotografi Antara Dua Subyek : Perbincangan Tentang Ada*, Galangpress, Group.

Barnard, M. (2007). *Jal sutra: Fashion Sebagai Komunikasi*.

Barthes, R. (1983). *The Fashion System*.

Famous Photographers. (2011). *Fashion Photography*.
<http://famous-photographers.com/fashion-photography/>

Fashion Blogger. *Definisi dan Pengertian Fashion*.
<http://www.mamacantik.web.id/2015/07/definisi-dan-pengertian-fashion.html>

Hall-Duncan, Nancy. (1979). *The History of Fashion Photography*.
<https://medium.com/arthistory-book-club/the-history-of-fashionphotography-22518810319f>

Kanal Satu. *Surabaya Incaran Ritel Fashion*.

<http://kanalsatu.com/id/post/9923/surabaya-incaran-ritel-fashion>

Kitab Fashion. *Seluk Beluk Street Wear Fashion*.
<http://kitabfashion.blogspot.com/2014/08/seluk-beluk-street-wear-fashion.html>

Leo, N. (1989). *Bandung: Penunjang Pengetahuan Fotografi*.

Nugroho, R, A. (2006). *Kamus Fotografi*. CV. Andi Offset : Yogyakarta.

Soerjoatmodjo, Y. (2011)
<http://ruimages.wordpress.com/2011/02/25/yudhi-soerjoatmojo/>

Sumarwan, U. (2004). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*.

Sukagitu. *Pengertian Fotografi Menurut Para Ahli dan Jenis Fotografi*
<http://sukagitu.com/pengertian-fotografi/>