

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Batik merupakan warisan budaya Indonesia yang saat ini mulai memasuki pasar dunia *fashion* industri dan mampu bersaing dengan *brand* ternama di dunia. Di era generasi milenial pertumbuhan industri *fashion* di Indonesia mampu berkontribusi sekitar 18,01% atau Rp 116 Triliun salah satu didalamnya adalah *fast fashion* (CNBC, 2019). Dengan adanya pertumbuhan *fast fashion* yang melejit di Indonesia dan sumber daya pengelolanya yang lebih dulu modern, industri batik menjadi kurang diminati banyak masyarakat Indonesia. Sebuah kebanggaan yang mampu menjadi motivasi pengrajin Batik bertahan adalah pengakuan *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organisation* (UNESCO) tentang penetapan Batik sebagai *Indonesian Cultural Heritage* yaitu warisan budaya tak benda pada tanggal 2 Oktober 2009.

Melalui situs resminya UNESCO juga menyatakan bahwa "Buyi digendong dengan kain batik yang dihiasi simbol untuk membawa keberuntungan bagi anak, dan orang mati diselimuti batik pemakaman. Batik biasa digunakan di lingkungan bisnis, akademis, serta dipakai dalam upacara pernikahan, perayaan kehamilan, dan pertunjukan kesenian,"(UNESCO, 2009). Pernyataan tersebut memperkuat legalitas Batik menjadi karya budaya yang turut merekam interaksi sejarah manusia Nusantara sejak lahir dan sosialisasi dengan bangsa - bangsa lainnya.

Saat ini batik di Indonesia telah mencapai puncak popularitas sejak berkembang menjadi *fashion* modern masyarakat Indonesia khususnya anak muda (Iskandar, 2017). Dalam khasanah kebudayaan, batik menjadi salah satu bentuk seni kuno yang adiluhung dan berasal dari bahasa Jawa yaitu "*amba*" yang berarti nulis dan "*nitik*" yang artinya titik. Selain menjadi seni menggambar diatas kain, motif batik sangat berkaitan erat dengan makna filosofis hidup manusia Jawa pada

umumnya. Sejarah munculnya batik berawal dari pakaian yang dikenakan di lingkungan keraton saja. Seiring berkembangnya zaman, batik mengempakkan sayapnya menjadi kebutuhan individu maupun industri. Berdasarkan data Balai Besar Kerajinan dan Batik (BBKB) pada tahun 2022 Kementerian Perindustrian terdapat 3.159 unit usaha Batik di Indonesia dengan pembagian skala besar 208 unit (2021), mikro kecil menengah 2.951 unit (2018), dan mikro sebanyak 1.794 unit (Databoks, 2022). Industri batik menjadi salah satu faktor penting bagi perekonomian nasional dari masa ke masa. Dilansir dari data Kementerian Perindustrian Indonesia (Kemenperin) sepanjang tahun 2022, nilai ekspor batik maupun produknya mencapai angka USD 64,56 Juta atau meningkat 30,1 persen dibanding tahun 2021. Bahkan pada periode Januari - April 2023 bisa mencapai USD 26,7 juta. Dari hal ini batik memiliki peranan penting pada pertumbuhan ekonomi 2023 hingga mencapai 3% sesuai perkiraan *International Monetary Fund* atau *IMF* yang proyeksi awalnya hanya 2,8% (Agus, 2023).



Sumber : www.tokopedia.com, 2018.

Fase peralihan menuju pemasaran digital ini membutuhkan proses adaptasi yang cukup panjang, dimana pelaku usaha batik harus kembali belajar cara mengedukasi masyarakat perihal nilai sebuah batik, proses pembuatannya dan makna filosofis yang terkandung sehingga batik memiliki nilai jual yang relatif

tinggi. Maka yang jadi tugas selanjutnya adalah kecakapan para pengusaha dalam menyajikan informasi *brand marketing* yang kuat secara digital untuk menyasar lebih banyak pelanggan terutama anak muda yang mulai gemar memakai batik.

Yogyakarta menjadi salah satu kota dari empat Indikasi Geografis Batik oleh Kementerian Perindustrian Indonesia sebagai upaya perlindungan negara terhadap kekayaan intelektual atau motif batik yang menjadi ciri khas setiap daerah. Pada tanggal 18 Oktober 2014, Dewan Kerajinan Dunia atau *World Craft Council* menetapkan Yogyakarta sebagai Kota Batik Dunia dengan melihat dan berkunjung langsung di sentra - sentra Batik di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. Dasar penetapan ini karena Yogyakarta memiliki 7 kriteria keunggulan yang memiliki Nilai Sejarah, Nilai Keaslian, Nilai Pelestarian, Nilai Ekonomi, Nilai Ramah Lingkungan, Nilai Global bahkan Nilai Keberlanjutan. Mempertahankan secara berkelanjutan, melestarikan serta mengembangkannya dengan tepat lebih sulit daripada menominasikan untuk mendapatkan penetapan karna pelestarian pusaka adalah pengelolaan perubahan (Ashword, 1991).

Bantul adalah bagian dari salah satu dari empat Kabupaten di Daerah Istimewa Yogyakarta yang terletak di wilayah selatan (Pekab Bantul, 2020). Dengan dukungan dan persetujuan dari Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Sandiaga Uno, Kabupaten Bantul sedang bersiap menuju Bantul Kota Kreatif Dunia sejak tahun 2023. Sentra Industri batik di Bantul berawal dari daerah Giriloyo, Imogiri pada abad ke-16 bersamaan dengan berdirinya Makam Raja – Raja Imogiri. Diawali dengan peningkatan jumlah pengrajin batik yang awalnya para abdi dalem kraton, kini batik di Bantul terus maju. Berdasarkan data Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bantul (2024) saat ini terdapat 3 (tiga) sentra batik unggulan di Bantul yaitu Imogiri, Pandak dan Pajangan yang sudah masuk ke dalam pasar dunia seperti Jepang dan Jerman. Prestasi batik karya pengrajin di Bantul mendorong industri batik terus menjamur salah satunya di daerah Kasihan Bantul, lokasi dimana *Fashion* Batik Modern Zamwarir diproduksi.

Moderasi batik dengan memadukan nilai tradisional dan modern menjadi inovasi awal berdirinya Batik Zamwarir sejak tahun 2015 dimana awalnya orang yang biasa disapa Zamwarir sudah menjadi pengusaha kebaya eksklusif sejak tahun 1999. Keunggulan Batik Zamwarir ada pada kombinasi batik tulis dan batik cap pada satu kain dengan penorehan warna secara abstrak. Makna filosofis motif abstrak yang dihadirkan pada setiap karyanya adalah kebebasan dan kemajuan. Baginya seorang *fashion* desainer dalam menuangkan inspirasi tidak memiliki batas, namun harus menembus beragam batas untuk menghasilkan karya yang unik.

Pada akhirnya beliau berinovasi menghadirkan produk batik yang semula hanya sehelai kain yang bisa dijual dengan harga standard bisa memiliki harga jutaan rupiah setelah disulap menjadi *fashion* terkini. Di tangan Pak Zamwarir, batik tidak lagi hanya menjadi pakaian formal sekolah, pernikahan atau rapat tapi juga bisa menjadi pakaian sehari-hari anak milenial hingga gen Z. Kisaran harga Batik Zamwarir mulai dari 700 ribuan hingga 2,5 juta, dengan target pasar menengah keatas (Zamwarir, Wawancara Sejarah Pendirian Batik Zamwarir, 2024).

Gambar 1.2

Dr. Uswatun Hasanah, S.Pd Kepala Dinas Pendidikan Jawa Tengah

Menggunakan Batik Zamwarir



Sumber : Dokumentasi Zamwarir, 2023.

Saat ini Batik Zamwarir sudah masuk dalam kategori *fashion* batik yang mulai dikenal oleh banyak masyarakat di Kabupaten Bantul, bahkan sudah sempat beberapa kali dipakai oleh Bupati Bantul. Sejak Bergabung dengan Asosiasi Perancang-Pengusaha Mode Indonesia (APPMI) DIY, Zamwarir mulai membangun banyak jejaring. Sebagai promosi karya batik ini sudah pernah lolos dan tampil di *Jogja Fashion Week 3* tahun berturut-turut, Malam Puncak *Miss Bantul 2023*, *Warna Indonesia*, *Grand Launching Sahid Business Lunch*, dan beberapa ajang *fashion show* populer di Jogja. Saat ini Zamwarir Batik sudah memiliki 3 *showroom* yakni di *Concordia Lounge YIA*, *Lobi Sahid Hotel* dan *Bandara Adisucipto*. Beberapa kali batik ini juga dikenakan oleh Bupati Bantul periode 2021 – 2024 H. Abdul Halim Muslih beserta istri, Ida Mutsari Komisariss BPR (Bank Perkreditan Rakyat), Dr. Uswatun Hasanah, S.Pd Kepala Dinas Pendidikan Jawa Tengah dan selebriti Indonesia hingga *Miss Bantul 2023 -2024* juga menjadi konsumen. Hal ini adalah pencapaian yang membanggakan bagi pengusaha batik lokal asal daerah seperti Zamwarir.

Gambar 1.3

Batik Zamwarir pada ajang Jogja Fashion Week 2023



Sumber : Dokumentasi Zamwarir, 2023.

Sepanjang tahun 2015 - 2018, karya Zamwarir sudah mulai dikenal masyarakat yang kala itu masih menggunakan pemasaran secara ritel ataupun mulut ke mulut. Namun perkembangan digitalisasi justru menjadi tantangan yang berat karena minimnya sumber daya para karyawan di bidang tersebut. Pada akhirnya sejak pandemi 2019, Batik Zamwarir mulai tergeser dari pasaran dengan indikasi penurunan penjualan sebesar 50% dari lima tahun pertama sejak dirintis. Persaingan penjualan mulai ketat, batik yang berpegang teguh pada nilai tradisi sejak pembuatannya mulai dikesampingkan, karena pemasaran digital secara masif mempromosikan batik - batik yang lebih murah sehingga anak muda tidak perlu membeli batik dengan harga mahal. Tidak berhenti pada permasalahan ini, generasi muda juga mulai merasa lebih baik membeli pakaian dengan *brand* ternama Internasional daripada pakaian kebanggaannya. Sejak saat itu, penjualan batik Zamwarir mulai menurun karena tidak bisa bersaing dalam promosi digital.

Kekayaan proses pembuatan batik yang terus dilestarikan mulai dari mencanting, pengecapan, pewarnaan, penguncian warna, pelorodan, desain, hingga proses menjahit adalah sebuah bentuk dari perjuangan para pengrajin batik masa kini. Nilai filosofis dan estetis dalam setiap prosesnya sangat penting

diketahui oleh banyak orang, maka dari itu penulis terinspirasi untuk memproduksi “*Photo Story* Proses dan Nilai Estetis *Fashion* Batik Modern Zamwarir di Bantul sebagai Sarana Peningkatan *Brand Marketing*”.

Konsep fotografi yang diproduksi penulis berbentuk fotografi jurnalistik disertai dengan narasi dalam format *digital content*. Dasar pemilihan ini karena penulis melihat luasnya peluang *digital content* untuk dapat disebarluaskan dan dilihat oleh masyarakat. Selain memproduksi karya penulis juga turut membantu mempromosikannya melalui sosial media dan portal *online*. Media massa dapat mempengaruhi pemikiran dan tingkah laku masyarakat menuju ke arah yang lebih baik, globalisasi tidak akan berkembang dengan pesat tanpa peranan media massa sehingga perlu dipertahankan aspek sosial budaya Indonesia sebagai identitas bangsa (Sigit, 2016).

Fotografi sebagai sarana pelestari dan edukasi yang dinilai efektif untuk dapat memberi kesadaran pada masyarakat terhadap nilai kebudayaan yang mahal. Karena fotografi merupakan bentuk dari komunikasi visual yang dikirim oleh komunikator kemudian ditangkap oleh komunikan. Melalui fotografi dapat membangkitkan minat seseorang dalam kebudayaan yang secara tidak langsung berguna bagi peningkatan ekonomi suatu daerah (Pramiswara, 202).

1.2. Fokus Permasalahan dan Rumusan Masalah

1.2.1 Fokus Permasalahan

Menurut latar belakang diatas, fokus permasalahan yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

- 1.2.1.1 Melaksanakan penerapan teknik fotografi untuk menghasilkan karya *Photo Story* yang baik sehingga mampu menggambarkan secara jelas proses produksi *Fashion* Batik Modern Zamwarir.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan fokus permasalahan diatas, maka rumusan masalah yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

- 1.2.2.1 Bagaimana penerapan teknik fotografi untuk menghasilkan karya Photo Story yang baik sehingga mampu menggambarkan secara jelas proses produksi *Fashion* Batik Modern Zamwarir?

1.3. Tujuan Penciptaan

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penciptaan karya Photo Story ini adalah :

- 1.3.1 Mendeskripsikan penerapan teknik fotografi untuk menghasilkan karya *Photo Story* yang baik sehingga mampu menggambarkan secara jelas proses produksi *Fashion* Batik Modern Zamwarir.

1.4. Manfaat Penciptaan

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Diharapkan dapat membantu pembaca untuk memahami seni fotografi lebih lanjut, khususnya tentang *Photo Story*. Karya ini diharapkan dapat memperkaya pengetahuan intelektual penulis maupun pembaca terkait keberagaman objek yang dapat digunakan sebagai karya *Photo Story*.
2. Diharapkan karya ilmiah tentang *Photo Story* ini, dapat berguna sebagai bahan pembelajaran, referensi maupun sumber pengetahuan bagi pembaca untuk menciptakan karya ilmiah yang lebih baik lagi khususnya dalam teknik fotografi dan teori EDFAT.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Karya *Photo Story* yang diciptakan, diharapkan mampu menjadi ide bagi para fotografer lainnya untuk berkarya. Selain itu, karya *Photo Story* ini juga diharapkan menjadi media dan sarana memperkenalkan proses pembuatan karya fotografi kepada masyarakat secara masif.
2. Karya *Photo Story* yang diciptakan, diharapkan mampu menjadi media informasi dan edukasi kepada masyarakat mengenai nilai kebudayaan dan filosofis yang masih dilestarikan pada proses produksi *Fashion* Batik Modern Zamwarir. Sehingga semakin banyak masyarakat yang menghargai karya tersebut dengan turut membeli atau bangga menggunakannya.

