

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dunia fotografi hari ini memang tengah naik daun, kemajuan teknologi ditengarai menjadi faktor tersendiri bagi pencipta maupun pecinta hasil jepretan kamera, hal inilah yang kemudian semakin meramaikan jagat seni. Fotografi saat ini tidak hanya menjadi sekedar hobi saja, tetapi juga menjadi gaya hidup sekaligus menjadi ladang bisnis baru bagi penggemar fotografi.

Fotografi adalah proses melukis/menulis dengan menggunakan media kamera dengan memanfaatkan sumber cahaya (Karyadi, 2017:6). Dalam dunia fotografi saat ini, fotografi memiliki kategori yang bermacam-macam contohnya fotografi fashion, fotografi jurnalistik, fotografi *stilllife*, fotografi *food*, fotografi *wildlife*, fotografi *wedding*, fotografi *pre-wedding*, dan sebagainya.

Fotografer adalah orang yang membuat gambar (melukis) sinar melalui film atau permukaan yang di pekakan. Fotografer menjadi penentu apakah sebuah gambar yang di dihasilkan sama persis dengan aslinya. Perkembangan dunia fotografi pun sangat maju. Kemajuan itu di tandai dengan semakin banyak bermuncunya kamera dengan kecanggihan yang menawarkan segala bentuk kemudahan.

Era fotografi digital memudahkan fotografer untuk memahami dunia fotografi lebih luas lagi. Hasil jepretan fotografer bisa dilihat melalui jendela LCD, sehingga fotografer dapat dengan langsung mengevaluasi hasil jepretannya. Namun dengan segala kemudahan itu, untuk menghasilkan foto yang berkualitas, tidak semua orang bisa melakukannya. Anak kecil pun bisa memotret hanya dengan menekan tombol *shutter*, namun apakah hasil tersebut akan terlihat bagus atau tidak. Meski lahir dengan warisan kamera merek tertentu dengan kecanggihan dan segala aspek yang memudahkan, kamera tetaplah alat. Sehingga, yang utama tetaplah mata manusia dengan otak yang memiliki kemampuan menakjubkan.

Seperti pada umumnya, seorang fotografer adalah manusia yang saling berhubungan sosial dimana pun berada tidak dapat dipungkiri bahwa seorang

fotografer tidak bisa lepas dari interaksi sosial dalam setiap aktifitasnya sebagai seorang fotografer selalu berkomunikasi dengan model, *assisten* foto, tim dan lingkungan sekitarnya.

Fotografer akan menghadapi berbagai klien atau model yang berbeda. Baik itu kebudayaannya, kepercayaannya dan sebagainya. Bidang fotografi yang paling sering melakukan interaksi sosial adalah bidang fotografi *pre-wedding*, dimana seorang fotografer akan sering berkomunikasi dengan model nya. Model disini adalah para pengguna jasa.

Dalam hal ini seorang fotografer akan terus berkomunikasi dengan modelnya secara terus menerus selama proses pemotretan berlangsung. Seorang fotografer akan berusaha untuk menciptakan interaksi diantara mereka menjadi lebih nyaman. Ketika melakukan komunikasi seorang fotografer tersebut dapat memperhatikan dan menilai bagaimana bahasa tubuh model nya, sehingga fotografer dapat dengan mudah untuk menyampaikan ide, konsep, arahan gaya dan sebagainya.

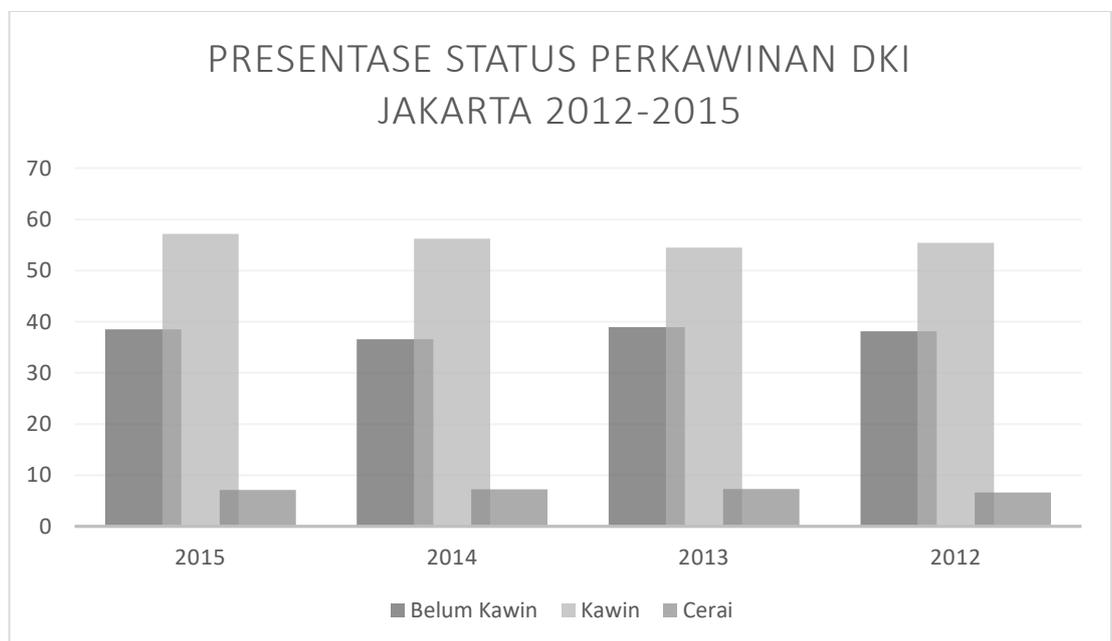
Kegiatan foto *pre-wedding* menjadi fenomena sosial yang hadir di masyarakat. Seiring berjalannya waktu, kegiatan foto *pre-wedding* ini semakin sering dilakukan, khususnya oleh masyarakat modern yang berorientasi ke masa depan dan senantiasa berupaya untuk terus maju, tidak statis, dan berusaha menampilkan dan mencari yang terbaik, karena manusia modern bersifat kreatif dan kritis, gaya atau pose yang dilakukan dalam kegiatan foto *pre-wedding* semakin bervariasi. Maraknya kegiatan foto *pre-wedding* ini melibatkan tidak hanya calon pengantin saja, namun juga melibatkan *wedding organizer* dan *event organizer* yang menyediakan jasa fotografi, yang berperan sebagai fasilitator, baik dari peralatan, ide atau konsep, dan juga bagaimana *display* yang akan di tampilkan dalam resepsi pernikahan.

Fotografi *Pre-wedding* adalah kegiatan fotografi yang berhubungan dengan bagian pra-pernikahan. Seorang fotografer berupaya untuk memperlihatkan konsep terbaik mereka “menjual pasangan yang sedang jatuh cinta” digambarkan dalam momentum-momentum yang romantis dan dalam rekayasa konsep yang kreatif. Aditiawan, Rangga& Bianca (2011:152). Kegiatan ini meliputi pemotretan untuk pasangan sebelum menikah yang berfungsi untuk digunakan pada kartu undangan, kartu ucapan, maupun dipajang pada saat acara berlangsung.

Foto memiliki peranan penting yaitu *capturing the moment*, yang tidak bisa diulang kembali (Artea, 2015:104). Melalui sebuah foto, kenangan demi kenangan dalam hidup yang tidak dapat diulang kembali dapat dikenang kembali, akan selalu mengingatnya dengan hanya melihat sebuah foto, kesan yang terdapat pada foto tersebut akan lebih terasa jika foto yang dihasilkan baik, indah dan berkesan.

Foto dibuat untuk menyampaikan sesuatu yang ingin diingat dan memiliki pesan yang ingin disampaikan. Foto *pre-wedding* salah satu foto yang dibuat untuk foto yang selalu diingat dan memiliki pesan yang ingin disampaikan. Seperti selalu diingat ketika masa-masa hubungan menjelang pernikahan. Kategori foto yang digemari oleh para fotografer adalah fotografi *wedding* dan *pre-wedding*, karena permintaan pasar dalam bidang atau kategori ini cukup tinggi. Tingginya permintaan jasa fotografi *pre-wedding* dipengaruhi oleh beberapa hal, yaitu meningkatnya data status perkawinan. Berikut pendataannya:

### 1.1 Grafik Statistik kependudukan DKI Jakarta



(Sumber: [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id))

Grafik diatas menjelaskan presentase penduduk berumur 10 tahun ke atas menurut jenis kelamin dan status perkawinan. Dengan melihat peningkatan jumlah

status perkawinan DKI Jakarta dari tahun ke tahun (2012-2015), semakin banyak pula pasangan yang mengabadikan momen-momen indah agar tak terlupakan begitu saja. Apalagi jika momen tersebut merupakan peristiwa sekali seumur hidup, salah satu contohnya yaitu foto *pre-wedding*, tentu calon pengantin tidak akan ada yang mau melewatkan moment mereka sebelum menjalani kehidupan berumah tangga.

Foto *pre-wedding* merupakan foto yang memperlihatkan *intimacy* atau kedekatan sebuah pasangan dalam menjalin hubungan, foto *pre-wedding* sama halnya seperti foto pernikahan yang dilakukan satu kali seumur hidup. Para pasangan yang melakukan foto *pre-wedding* ingin membuat itu terlihat indah, yang benar-benar memperlihatkan keromantisan hubungan mereka. Kemudian bagaimana kasusnya jika foto *pre-wedding* itu gagal. Seperti kasus yang dimuat dibawah ini merupakan salah satu foto *pre-wedding* yang gagal, foto *pre-wedding* yang gagal akan berefek pada pasangan itu sendiri dan orang-orang yang terlibat dalam proses *photo shoot* seperti fotografer, pemilik vendor dibidang jasa fotografi.



Gambar 1.1 Foto *pre-wedding* yang dianggap gagal

(Sumber: [www.brilio.net](http://www.brilio.net))

Efek pada pasangan ini, mereka merasa sangat kecewa terhadap fotografer yang mengambil fotonya, kemudian banyak sekali cemoohan yang diterima oleh pasangan ini terhadap hasil foto *pre-wedding* nya. Efek pada fotografer dan vendor ini akan menurunkan rasa kepercayaan diri konsumen terhadap jasa yang mereka tawarkan. Kasus diatas terletak terhadap kurangnya *skill* yang dimiliki seorang fotografer. Perlu ketajaman insting seorang fotografer dalam memadukan *skill*, teknologi dan juga nilai seni, agar foto yang dihasilkan bisa dikomunikasikan dengan orang yang melihat foto tersebut. Djati, Aryono (2012:10-18) dalam bukunya yang berjudul *Directing in Photography* menjelaskan tugas seorang fotografer, bahwa ia sebagai fotografer menjelma menjadi sutradara dalam mengontrol *mise-en-scene* atau

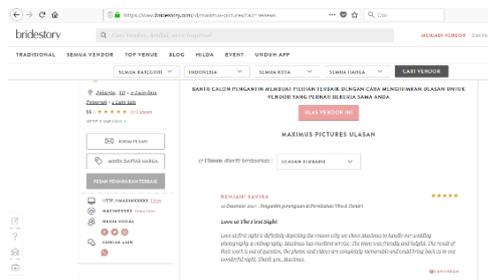
“*staging an action* “. “*Staging an action*” adalah sebuah terminologi yang dipinjam dari dunia teater, biasa digunakan untuk mengontrol sutradara melalui apa yang termanifestasi dalam bingkai, dalam ungkapan Bordwell dan Thompson – the “*director stages the event for the camera*”.

Menurut Charpentier, Peter (1996:65-67) Pada pengabdian sebuah foto seorang fotografer bersama model berada dalam dibawah lima mata, modelnya sangat merasakan kehadiran lensa kamera yang dengan pasti akan megukuhkan ekspresi wajahnya. Dengan kata lain model merasakan diamati, ia tiba-tiba merasa bahwa mempunyai wajah, mempunyai mulut, dan mencoba menenangkannya. Pendeknya ia merasa tidak nyaman, dan tidak tenang.

Setiap calon pengantin atau pengguna jasa yang melakukan pemotretan *pre-wedding* pasti menginginkan foto mereka terlihat sempurna dan terkesan sangat romantis. Namun untuk menciptakan foto yang terkesan romantis cukup sulit, itu adalah tantangan seorang fotografer dalam melakukan tugasnya. Salah satu tantangan seorang fotografer itu bagaimana cara berkomunikasi dengan klien agar timbulnya kedekatan atau keakraban yang mengakibatkan klien memiliki keterbukaan dengan fotografer. Dengan adanya kedekatan atau keakraban antara fotografer dengan klien, maka akan memudahkan ketika melakukan proses pemotretan dan para pengguna jasa atau klien mau menuruti apa yang dikatakan dan terlihat tenang, tidak kaku saat melakukan pemotretan berlangsung.

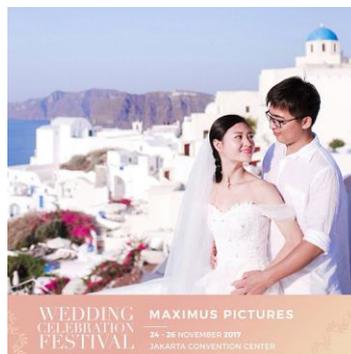
Pelaksanaan kegiatan penelitian ini lakukan disebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa *wedding* fotografi dan videografi yang terletak di Jakarta Utara. Nama perusahaan ini adalah *Maxsimus Pictures*. Sebuah perusahaan independen yang bergerak di bidang spesialis seni fotografi dan video *wedding* yang di prakarsai oleh Toto dan Deby Veronika. Berdiri sekitar delapan tahun yang lalu, sudah di pastikan *Maxsimus Pictures* memiliki jam terbang yang cukup lama di bidang *Photography and Video art*.

Maximus Pictures adalah salah satu vendor unggulan dan terpilih menjadi salah satu vendor yang masuk ke *platform online* dan majalah *Bridestory*. *Bridestory* adalah *platform online* yang bertujuan ingin mendampingi calon pengantin dalam mencari vendor-vendor pernikahan terbaik, untuk mewujudkan konsep pernikahan yang diimpikan. Mulai dari busana, tata rias, lokasi, *catering*, fotografer, dan berbagai aspek lainnya yang diperlukan dalam menyelenggarakan serangkaian acara pernikahan. Maximus Picture juga salah satu vendor yang selalu terlibat dalam *wedding festival* yang diselenggarakan di Indonesia.



Gambar 1.2 Platform Online Bridestory

(Sumber: [https://www.bridestory.com/id/Maximus -Pictures](https://www.bridestory.com/id/Maximus-Pictures))



Gambar 1.3 Screenshot Maximus mengikuti Wedding Festival

(Sumber: Dokumentasi fotografer Maximus dan instagram Maximus)

Maximus Picture memiliki delapan orang fotografer tetap, delapan orang fotografer itu terbagi menjadi dua pembagian tugas yang pertama adalah tugas untuk pemotretan *wedding* dan tugas yang kedua adalah untuk pemotretan *pre-wedding*. Namun hanya beberapa saja yang menjadi spesialisasi dipemotretan *pre-wedding*. Pemotretan *pre-wedding* itu sangat lah unik dan sangat lah menantang disaat fotografi *wedding* hanya lah *capture moment* yang terjadi saat itu, fotografi *pre-wedding* dikenal

sebagai foto yang sangat artistik dan bagaimana sebuah foto itu memperlihatkan kan intimasi atau kedekatan sebuah pasangan dalam menjalin hubungan.



Gambar 1.4 Logo Venema Picture

(Sumber: <https://venemapictures.com/>)

Selain Maximus Picture di kota Jakarta banyak sekali vendor yang menyediakan jasa fotografi dan videografi *wedding*. Salah satu yang menjadi kompetitor Maximus Picture adalah Venema Picture. Venema Picture adalah vendor yang juga menawarkan jasa/produk videografi dan fotografi *wedding* yang berasal dari Jakarta dan memiliki market share atau segmentasi sama seperti Maximus yaitu menengah ke atas. Venema Picture terdiri dari tim para pemuda yang memiliki *passion* seni dalam menangkap sebuah momen. Venema Picture sudah menangani klien lebih dari 300 pasangan. Venema Picture memanfaatkan media sosial instagram dalam melakukan promosi dan menampilkan hasil atau karya dari jasa yang mereka tawarkan saat ini pengikut dari instagram Venema Picture sekitar tiga belas ribu dua ratus pengikut.

Sedangkan Maximus Picture terdiri dari tim yang *professional* dalam bidang fotografi *wedding* dan *pre-wedding*. Maximus setiap tahun nya menangani klien hampir 150 pasangan pertahunnya. Saat ini Maximus sudah berdiri sekitar delapan tahun dan hampir menangani klien lebih dari 400 pasangan. Dengan data yang peneliti kumpulkan, peneliti menyimpulkan Maximus sudah menangani klien lebih besar dari pada Venema Picture sehingga peneliti menetapkan pilihan untuk melakukan penelitian di Maximus Picture

Maka seorang fotografer *pre-wedding* dituntut untuk berinteraksi atau berkomunikasi dengan modelnya. Model yang di maksud adalah para pengguna jasa atau para calon pengantin yang melakukan pemotretan *pre-wedding*, para calon

pengantin bukan seorang model yang *professional* yang mahir untuk sekedar bergaya di depan kamera, mereka perlu untuk diarahkan dan didekati agar proses pemotretan berlangsung dengan lancar.

Maka dari itu peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul “Studi Kasus Self- Disclosure Fotografer Maximus Pictures dalam Proses Pemotretan *Pre-wedding*” Periode Januari 2018 – April 2018”. Alokasi waktu di tentukan pada awal tahun karena mengingat proyek *pre-wedding* di Maximus adalah rencana proyek tahun depan menurut (Deby, *Marketing Maximus*). Sehingga ketika menjelang tahun baru Maximus melakukan promo besar dalam menarik perhatian para pengguna jasa atau klien. Dengan adanya *special gift* atau promo yang diberikan Maximus maka permintaan pada saat periode Januari meningkat dari pada bulan bulan sebelumnya menurut (Deby, *Marketing Maximus*).



Gambar 1.5 Screenshot Instagram Maximus

(Sumber: Instagram Maximus Pictures)

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian diatas penulis membuat identifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu:

Bagaimana *self-disclosure* fotografer Maximus Pictures dalam proses pemotretan *pre-wedding*?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Dalam penelitian tentu memiliki tujuan, maka berdasarkan identifikasi masalah dapat disimpulkan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

Mengetahui *self-disclosure* fotografer Maximus Pictures dalam proses pemotretan *pre-wedding*.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Aspek Teoritis**

Hasil penelitian ini dapat di jadikan bahan pembelajaran dalam proses pengembangan ilmu–ilmu komunikasi dalam hal fotografi khususnya komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh seorang fotografer.

### **1.4.2 Aspek Praktis**

Dari segi praktis hasil penelitian ini dapat menjadi sarana pembelajaran bagi penulis untuk mereliasasikan ilmu berupa teori yang telah dipelajari di Universitas dalam bentuk pelaksanaan penelitian. Serta diharapkan dapat memberikan informasi mengenai komunikasi interpersonal, *self-disclosure* yang dilakukan seorang fotografer.

### 1.5 Tahapan Penelitian

Dalam penelitian ini penulis melalui tahapan pra-lapangan, tahap pekerjaan lapangan dan penyusunan laporan berupa seminar proposal dan penyusunan skripsi.

Tabel 1.1. Tahapan Penelitian

No	Tahapan	Bulan																			
		Desember				Januari				Februari				Maret				April			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Mencari informasi awal penelitian																				
2.	Penyusun-an Proposal																				
3.	Desk Evaluation seminar proposal																				
4.	Pengolahan data																				
5.	Penyusunan skripsi																				

(Sumber: Olahan Peneliti, 2018)

### 1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi Penelitian dilaksanakan di Mahaka Square – Sport Mall Lt.2 Block C 29.30. Kelapa Gading. Waktu penelitian dilakukan selama kurang lebih lima bulan Desember- April 2018.