

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Fotografi saat ini berperan penting dalam setiap momen kehidupan masyarakat, khususnya zaman sekarang. Fotografi dapat menjadi bukti bahwa sesuatu benar-benar terjadi, menyimpan kenangan hidup, dan dapat menampilkan seseorang yang mereka sendiri tidak bisa melihatnya (Umam, dalam fotografiana). Didukung dengan perkembangan teknologi dalam dunia fotografi juga membuat masyarakat pada akhirnya memunculkan berbagai genre fotografi yang sesuai dengan minat dan karakter mereka secara individu dalam dalam aspek kehidupannya. Beberapa aliran tersebut seperti *toys photography*, *journalism photography*, *still life photography*, *portrait photography*, *commercial advertising photography*, *abstrack photography*, *fashion photography*, *food photography*, *fine art ohotographphy*, *landscape photography*, *wildlife photography*, *street photography*, dan *underwater photograph* (Muchtar, 2013). Masing-masing dari genre fotografi tersebut terus berkembang bersamaan dengan munculnya ide-ide baru seiring dengan meluasnya kebutuhan masyarakat.

Saat ini, fotografi sendiri telah berkembang menjadi sebuah *lifestyle*. “Fotografi kini mulai menjadi *lifestyle* bagi masyarakat Indonesia. Tak lengkap rasanya bila pergi ke suatu tempat apalagi ke tempat-tempat yang indah tanpa membawa kamera SLR. Kamera *handphone* ataupun kamera digital tidak cukup untuk mengabadikan moment-moment penting yang terjadi.” (Wijayani, 2012, kompasiana.com). Dalam kehidupan sehari-hari contohnya, zaman sekarang seseorang mengunggah sebuah foto tidak selalu apa adanya. Adanya ide kreatif untuk mengatur setting tempat, komposisi, dan model telah dipikirkan dengan matang sebelum proses pemotretan. Perilaku ini sudah menjadi hal yang wajar dan bahkan menjadi sebuah tren serta *lifestyle* di kalangan masyarakat. Sehingga, fotografi sendiri sudah tidak bisa lepas dari yang namanya konsep.

Makna konsep dalam fotografi sendiri tidak terkait dengan genre, konsep merupakan penataan jalan pikiran yang terencana dan berarti merancang sebuah

pengambilan gambar dengan penataan jalan pikiran yang sistematis. Tujuan utama implementasi konsep adalah untuk mendapatkan hasil foto optimal sesuai dengan perencanaan. Implementasi konsep dimulai dari pilihan subjek yang difoto, properti yang dipakai, dan lingkungan sebagai *background* pendukung. Hal tersebut bermakna menciptakan foto atau *making a photo* terhadap realitas yang dikonstruksi. (Sinai dalam helium works, n.d).

Foto *fashion*, *food photography*, serta *still life photography* (fotografi tentang objek yang menekankan komposisi, bentuk, dan *lighting*) bisa menjadi bagian dari *conceptual photography*. Konsep diawali dari sebuah gagasan ide yang kemudian dituangkan di dalam sketsa maupun pikiran. Penuangan konsep melalui sketsa sangat dibutuhkan dalam dunia fotografi jenis *still life*, *life style*, *portrait*, *art photography*, *fashion* hingga *advertising photography*. Bahkan, dalam dunia fotografi jurnalistik kategori *portraiture*. Adanya sebuah konsep dalam portrait seseorang yang diliput dapat menonjol dengan latar belakang dirinya (Sinai dalam helium works, n.d).

Fotografi konseptual sendiri merupakan hasil dari eksplorasi ide dan pengalaman manusia yang dengan kekuatan yang sifatnya lebih personal dan puitis (Wong, D., Oktober 10, 2016). Secara sederhana, fotografi konseptual dapat dipahami sebagai sebuah karya yang disusun berdasarkan ide kreatif sang fotografer. Proses perancangan sebuah konseptual fotografi dilakukan dengan berfokus pada konsep foto yang dipikirkan secara matang mulai dari sebelum hingga proses akhir pengambilan foto. Hasilnya kemudian diharapkan dapat menggambarkan ide sekaligus menampilkan emosi yang ingin disampaikan oleh sang fotografer. Emosi-emosi tersebut dapat berupa komentar sosial, protes emosional atau pernyataan politik dan bentuk bentuk lainnya. Dengan kemampuan ini, fotografi konseptual dapat menjadi salah satu alternatif yang kreatif dan menarik untuk memperkenalkan sesuatu.

Fotografi adalah bidang yang banyak digemari oleh masyarakat Indonesia, salah satunya di Kota Surabaya. maraknya fotografi *cityscape* maupun *journalism photography* tentang Kota Surabaya banyak ditemui di akun-akun media sosial, seperti Instagram dan Facebook. Surabaya atau yang terkenal dengan sebutan Kota Pahlawan, memiliki banyak tempat menarik

untuk dijadikan sebagai obyek fotografi. Beberapa contohnya adalah Tugu Pahlawan, Bambu Runcing dan masih banyak lagi. Selain itu, Surabaya juga dikenal dengan kota metropolitan. Terdapat gedung-gedung tinggi, *mall* dan *café* yang mudah ditemukan di kota Surabaya. Gedung-gedung *modern* inilah yang kemudian menjadikan Kota Surabaya sebagai kota Metropolitan.

Banyaknya pusat perbelanjaan atau *mall* dan *café-café* unik di Kota Surabaya telah menjadi sebuah lokasi yang “wajib” untuk dikunjungi oleh masyarakat kota, khususnya anak muda dalam menghabiskan waktu luangnya. Selain itu, potret kota Surabaya pada malam hari juga banyak digemari oleh para pecinta fotografi *cityscape* di Surabaya.

Selain sebagai kota metropolitan yang juga Kota Pahlawan, Surabaya juga disebut sebagai kota yang *mainstream*. Alasannya karena hanya bisa “nge-mall” dan “ngafe” saja. Padahal, banyak tempat wisata menarik lainnya di Kota Surabaya yang belum diketahui maupun sudah diketahui tapi “tidak menarik” untuk dikunjungi.

Menurut Lynch di bukunya *A Theory of Good City Form* (1981), menyatakan bahwa *city senses* adalah salah satu dari dimensi yang harus dipenuhi suatu kota untuk menjadi kota ideal. *Sense of place* adalah segala sesuatu yang kasat mata dan memiliki makna, karena berkaitan erat dengan budaya. Hal ini dapat menghadirkan atau mengembalikan memori dan perasaan tertentu terhadap sesuatu yang kasat mata di area perkotaan. Selain itu, dalam menandai lingkungannya, faktor kekuatan visual (*imageability/ apparency*) menjadi sangat dominan. Semakin kuat faktor visual, semakin kuat pula elemen tersebut diingat/ dipahami oleh si-pengamat. Karena secara prinsip ada tiga hal dari elemen kota yang akan diingat oleh pengamat, yaitu: elemen yang memberikan identitas, elemen yang mengarah kepada pola kota, dan elemen yang memberikan makna (baik kepada individu maupun secara sosial). Untuk itu, Lynch hanya akan fokus kepada elemen kota visual yang memberikan makna bagi si-pengamat.” (Damayanti, n.d.:2)

Oleh sebab itu, muncul sebuah ide untuk mengenalkan sisi lain dari Kota Surabaya yang tidak hanya metropolitan yang bersejarah dan *mall* saja melalui sebuah karya fotografi konseptual tentang Surabaya yang tidak terlihat seperti di

Surabaya. Diharapkan pada nantinya, karya tersebut mampu menjadi sebuah *style personal*.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana merepresentasikan Kota Surabaya dalam fotografi konseptual dengan tema Surabaya bukan Surabaya?

1.3. Tujuan Perancangan

Perancangan karya fotografi konseptual tentang Kota Surabaya bukan Surabaya bertujuan sebagai kesempatan untuk mengembangkan keahlian fotografi personal dan bisa menjadi *style* yang layak dijadikan sebagai bentuk ekspresi visual.

1.4. Batasan Lingkup Perancangan

- a. Objek Perancangan: Fotografi Konseptual “Surabaya Bukan Surabaya”
- b. Target Perancangan:
 - Geografis: Perkotaan, Surabaya
 - Demografis:
 - Usia: 17-30 tahun
 - Jenis Kelamin: laki-laki dan perempuan
 - Pekerjaan: pelajar, mahasiswa, wiraswasta
 - Pendidikan: SMA, S1
 - Agama: semua agama
 - Ras: semua ras
 - Kelas sosial: A-B
 - Domisili: Surabaya
 - Psikografis:
 - Suka bereksperimental
 - Suka hal-hal estetik dan inovatif.
 - Eksis di dunia maya, contohnya Instagram
 - Menyukai hal *anti-mainstream*
 - *Santai*

- Behavioristis:
 - Suka Jalan-jalan
 - Suka fotografi dan suka foto-foto
 - Suka dunia *fashion*
 - Suka eksperimental
 - Suka ke museum-museum
 - Peduli terhadap kota
- c. Lokasi: Surabaya
- d. Waktu Perancangan: Februari 2018 - Mei 2018

1.5. Manfaat Perancangan

1.5.1. Bagi Mahasiswa

- a. Menambah pengetahuan dalam bidang fotografi konseptual dan menerapkan ilmu yang telah didapatkan dari perkuliahan di Desain Komunikasi Visual khususnya mata kuliah fotografi.

1.5.2. Bagi Institusi

- a. Sebagai sumber inspirasi dan referensi bagi mahasiswa lain yang melaksanakan studi di Universitas Kristen Petra.
- b. Perancangan karya fotografi ini diharapkan mampu memberikan wawasan dan pengetahuan mengenai fotografi yang termasuk dalam bidang studi Desain Komunikasi Visual.

1.5.3. Bagi Kota Surabaya

Manfaat bagi Kota Surabaya yang menjadi objek perancangan dapat menjadi kota yang lebih dipandang menarik oleh masyarakat kota khususnya kaum muda Surabaya, selain itu dengan adanya foto-foto ini mampu meningkatkan *brand awareness* kota, dan mampu menjadi salah satu bentuk promosi yang efektif dalam bidang pariwisatanya. Diharapkan, antusias dan minat masyarakat khususnya kaum muda di Surabaya untuk mengeksplorasi kota meningkat.

1.6. Definisi Operasional

- a. Perancangan adalah proses, cara, perbuatan merancang (Kamus Besar bahasa Indonesia 927). Sedangkan menurut Al-Bahra Bin Ladjamudin dalam bukunya yang berjudul “Analisis dan Desain Sistem Informasi” menyebutkan bahwa:

“Perancangan adalah suatu kegiatan yang memiliki tujuan untuk mendesign sistem baru yang dapat menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapi perusahaan yang diperoleh dari pemilihan alternatif sistem yang terbaik.” (39)

- b. Fotografi adalah seni menciptakan gambar foto berdasarkan pandangan seorang fotografer tentang berbagai hal di dunia. Fotografi konseptual adalah sebuah genre seni fotografi yang menggambarkan suatu ide, berfokus pada konsep foto mendahului hal-hal lainnya. Setiap foto berupaya untuk menyampaikan pesan kepada pemirsa, baik berupa komentar sosial, protes emosional atau pernyataan politik, dan dicapai melalui pemotretan yang dipikirkan dengan baik atau teknik pasca pemrosesan yang dirancang sedemikian rupa dengan dukungan *wardrobe, stylist, make-up artist, property*, serta permainan teknik *lighting*.

1.7. Metode Perancangan

1.7.1. Data yang Dibutuhkan

a. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung melalui responden maupun dengan pencarian data secara kepustakaan. Melalui responden maupun dengan pencarian data secara kepustakaan. Data sekunder merupakan catatan tentang adanya suatu peristiwa, Atau pun catatan-catatan yang jaraknya telah jauh dari sumber orisinal (Nazir 59).

b. Metode Pengumpulan Data

Alat-alat yang digunakan selama proses pengumpulan data berupa komputer dan kamera. Komputer untuk mencari informasi dan referensi

untuk menyokong proses dan karya perancangan serta kamera berfungsi dalam pengambilan gambar.

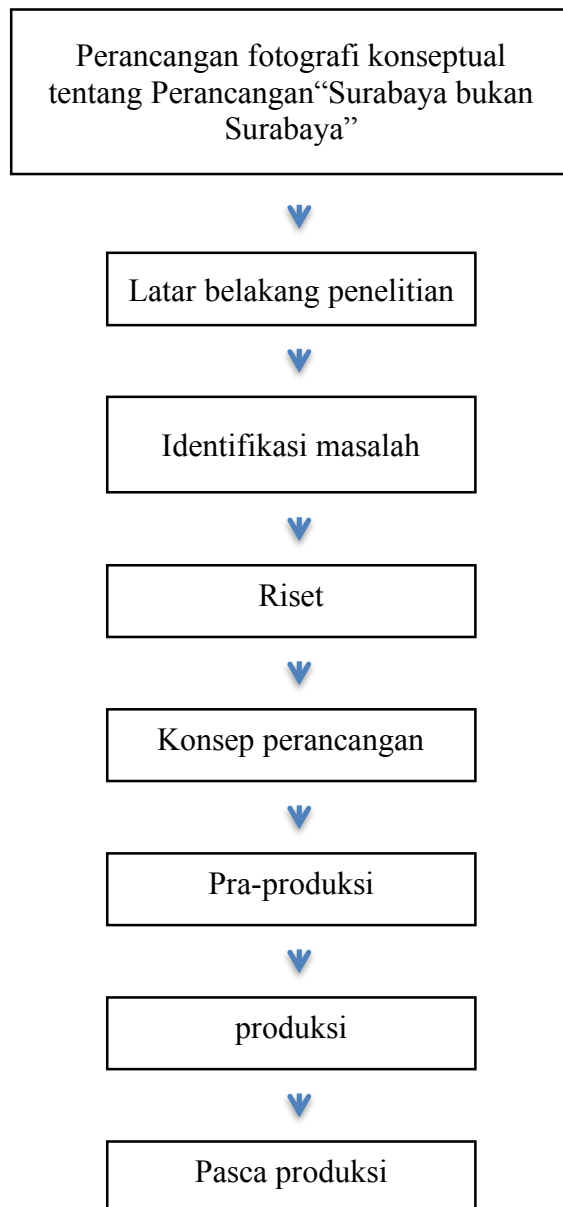
c. Metode Analisa Data

Metode yang digunakan adalah metode kualitatif, sedangkan data bersifat deksriptif, dalam penelitian kualitatif sumber data dipilih dan disesuaikan dengan tujuan penelitian. Proses pengumpulan data mengutamakan perspektif *emic* (mementingkan bagaimana responden memandang dan menasifkar dunia sekitarnya). Sesuai dengan jenis data, penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data, pengamatan, wawancara, dan dokumentasi. Ketiga metode pengumpulan data ini merupakan ciri khas penelitian kualitatif.

1.8 Konsep Perancangan

Perancangan karya fotografi “Surabaya bukan Surabaya” sendiri berfokus pada bagaimana cara menampilkan *the other side of Surabaya City* yang menarik untuk di eksplorasi, dimana saat ini lebih dikenal sebagai kota *nge-mall*. Karya tersebut juga dikonsep mengikuti sasaran target serta *style personal*.

1.9. Sistematika Perancangan



Gambar 1.1. Skematika Perancangan