



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Beberapa tahun belakangan ini, fotografi analog sedang mulai digunakan lagi di dunia. Menurut survey pada tahun 2014 yang dibuat oleh Ilford Photo yang dikutip dari PhotoShelter (2015), membuktikan bahwa perkembangan fotografi analog di dunia semakin meningkat. Survey tersebut dilakukan pada ribuan pengguna fotografi analog dari 70 negara di dunia.

Fotografi analog sendiri lebih banyak digunakan oleh masyarakat yang berusia di bawah 35 tahun. Menurut survey, 60% dari mereka baru memakai film selama kurang dari 5 tahun. Kurang lebih 84% dari mereka belajar sedikit demi sedikit mengenai kamera analog tersebut melalui bantuan dari buku fotografi lama. (Ilford Photo, 2015)

Begitu pula di Indonesia, peminat fotografi analog pun semakin meningkat. Jika diperhatikan di *Instagram* sampai saat ini, foto dengan tanda pagar #indo35mm mencapai 390 ribu foto. (Bohang, 2017). Fotografi analog digemari masyarakat gemar karenakan memiliki warna khas yang otentik dan berbeda dengan menggunakan *filter*, selalu membuat penasaran, dan dapat melatih pengguna untuk lebih profesional (Prokal.co, 2016).

Di Indonesia sendiri, sejarah perjalanan fotografi cukup panjang dan salah satu masa kejayaan fotografi analog Indonesia ada pada tahun 90an, khususnya di

bidang komersial. Jejak langkah tersebut pernah dipamerkan oleh Indonesian Photography Archive di Bandung, banyak arsip berupa film negatif dan poster fotografi komersial tahun 90an namun tidak menyertai informasi yang dapat menjelaskan fotografer dan info karya tersebut. Bisa dilihat bahwa praktik ekonomi dan sosial, serta interaksi antara klien, fotografer, dan desainer sangat berbeda bila dibandingkan zaman sekarang.

Dengan semaraknya lagi dunia fotografi analog di Indonesia, sayangnya informasi jelas mengenai hal tersebut pun terbilang jarang dan tidak pasti. Terkadang informasi tersebut hanyalah dari mulut ke mulut saja. Cukup sulit menemukan referensi fotografi komersial tahun 90an yang terpercaya dan asli. Oleh karena itu, dibutuhkan dokumentasi mengenai perkembangan fotografi di Indonesia pada zaman fotografi masih belum digital, khususnya di bidang fotografi komersial tahun 90an. Hal ini dapat dijadikan dasar pembelajaran bagi para fotografer maupun desainer zaman sekarang (Iskandar, 2019).

Menurut UUD No. 43 tahun 2009, arsip bernilai penting karena adalah sebuah bagian dari identitas dan jati diri bangsa serta dapat menjadi bahan acuan masyarakat dalam segala aspek kehidupan. Maka sudah seharusnya arsip dikelola dan diselamatkan. Menurut Ghazali (2015), kualitas buku fotografi Indonesia pun belum memiliki kualitas dalam segi isi seperti buku fotografi impor. Salah satu cara mengembangkan fotografi di Indonesia menurut hasil penelitian Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2015) adalah dengan membuat buku fotografi Indonesia yang dapat bersaing di dalam maupun luar negeri (hlm. 99).

Kehadiran dokumentasi berbentuk buku tentang fotografi komersial dapat membantu melestarikan arsip-arsip sejarah fotografi di Indonesia agar tidak punah dan dilupakan oleh masyarakat. Masyarakat yang sebelumnya tidak mengetahui apa pun tentang bagaimana adanya praktik fotografi komersial tahun 90an di Indonesia akan mendapat pengetahuan dan dapat menggunakannya sebagai perbandingan dan pembelajaran ke depannya.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian masalah yang telah dibahas sebelumnya, dapat dirumuskan dalam pertanyaan sbb.:

1. Bagaimana perancangan buku informasi mengenai fotografi komersial tahun 90an di Indonesia?

1.3. Batasan Masalah

Untuk mempersempit topik perancangan ini maka penulis akan memfokuskan perancangan sabagai berikut:

1. Isi buku ilustrasi:
 1. Pengertian fotografi komersial dan jenisnya
 2. Perbedaan fotografi komersial dulu dan sekarang
 3. Biografi fotografer komersial yang berperan pada tahun 90-an
 4. Penjelasan tentang proses kreatif, sosial, dan ekonomi fotografi komersial tahun 90-an
 5. Hasil karya fotografi komersial tahun 90-an
 6. Rekonstruksi ulang fotografi komersial tahun 90-an

2. Demografis

Usia : 20-24 tahun

Menurut Hurlock (2011), secara umum, umur 20-40 tahun tergolong sebagai dewasa muda. Golongan umur ini sedang berada di masa kreatif karena tidak terikat oleh aturan orang tua dan gurunya sehingga bebas untuk berbuat sesuai keinginan. Menurut Santrock (2004:123), pada usia 20an orang lebih mencari jati diri dan umur 30an orang lebih membuat rencana masa depan dan membentuk keluarga.

Menurut hasil kerjasama antara Badan Pusat Statistik dan Badan Ekonomi Kreatif Indonesia (2016), karyawan yang bekerja di bidang ekonomi kreatif paling banyak berumur 20-24 tahun (rata-rata 20%an). Tiap 1 dari 5 karyawan di bidang ekonomi kreatif berumur 20-24 tahun.

Gender : Primer: Pria; Sekunder: Wanita

Menurut BEKRAF 2016, pelaku ekonomi kreatif di bidang fotografi laki-laki berjumlah 91,77% dan perempuan 8.23%.

Ekonomi : SES B

Pendidikan : Tamat SMA/S1

Menurut kerjasama antara Badan Pusat Statistik dan Badan Ekonomi Kreatif Indonesia, rata-rata upah tenaga kerja ekonomi kreatif tahun 2016 yang lulus S1 adalah kurang lebih Rp. 5.000.000,-.

Menurut Yuswohady dalam bukunya *Consumer 3000* (2012), menyatakan bahwa kelas menengah Indonesia yang paling banyak ada di Indonesia. Karakter kelas menengah bukan hanya berfokus pada harga atau *brand* namun pada sebuah *value*. Kelas menengah atas pun makin banyak bermunculan dan mengkonsumsi barang karena keinginan bukan kebutuhan.

3. Psikografis

Masyarakat yang memiliki minat dalam sejarah, dunia fotografi, keingintahuan yang tinggi, dan haus ilmu.

4. Geografis

Masyarakat yang bertempat tinggal di DKI Jakarta. Menurut Ghazali & Santoso (2015), komunitas fotografi terbanyak terletak di regional Jawa, memiliki 35 komunitas yang berisikan hingga 740.108 anggota. Namun jumlah fotografer profesional yang tercatat paling banyak berada di Jakarta. Berdasarkan data dari Kementerian Pariwisata dan Industri Kreatif (2013) jumlah fotografer yang tercatat di Jakarta sebanyak 3.449 orang.

1.4. Tujuan Perancangan Tugas Akhir

Tujuan penelitian adalah merancang buku informasi tentang fotografi komersial tahun 90an di Indonesia.

1.5. Manfaat Perancangan Tugas Akhir

Terdapat berbagai macam manfaat yang didapatkan dari penelitian ini. Berikut adalah berbagai macam manfaat bagi:

1. Penulis

Untuk penulis, tentunya dapat menghasilkan sebuah karya rancangan yang baik dan juga dapat mengasah kemampuannya selama menuntut ilmu di UMN. Penulis dapat mendalami dan mendapatkan ilmu tentang fotografi komersial tahun 90an di Indonesia.

2. Masyarakat

Masyarakat dapat mengetahui dan mengenali lagi mengenai fotografi analog khususnya di bidang komersial tahun 90an di Indonesia. Buku ini diharapkan akan menjadi sebuah media pembelajaran. Selain itu diharapkan pula buku ini dapat mengingatkan masyarakat untuk menghargai perkembangan fotografi di Indonesia dan mau terus belajar dan mengingat sejarah. Sesuai juga dengan UU No. 43 tahun 2009 tentang pengarsipan, arsip dapat menjadi bahan acuan masyarakat dalam segala aspek kehidupan. Hasil perancangan ini pun dapat turut membantu pengembangan ekonomi kreatif, khususnya di bidang fotografi.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

3. UMN

Hasil penelitian ini dapat meningkatkan nama baik UMN karena telah dihasilkannya sebuah buku yang bermanfaat dan menambah literatur khususnya di bidang fotografi.

