

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Penelitian ini akan meneliti fotografer model yang memiliki spesialis dalam bidang fotografi *portraiture* beauty model yang mengutamakan *influencer* sebagai modelnya, seiring dengan meningkatnya minat baik kaum awam maupun fotografer dalam bidang fotografi *portraiture* dan model (sumber : 17 *Types of Photography Which Niche Is Right For You* | adorama.com, diakses pada 13 Maret 2021 pukul 21.29 WIB). Berdasarkan data dari HardRock FM, beberapa fotografer beauty model yang direkomendasikan atas karya dan keahliannya adalah seperti ditampilkan pada tabel 1.1 berikut. Berdasarkan data dari tabel berikut, diketahui bahwa minat public akan bidang fotografi *beauty model* secara general meningkat secara signifikan, ditandai dengan banyaknya pengikuti fotografi *beauty model* internasional.

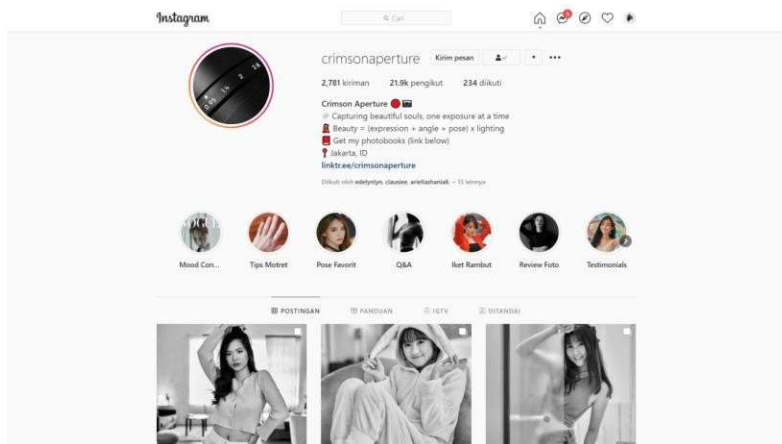
Tabel.1 1 Fotografer Beauty Model Terkenal Menurut Hardrock FM

Nama Fotografer	Jumlah Pengikut Instagram
Gudinni	101.300
Santiagopgm	1.800.000
Gilles_bensimon	133.200
Davidbellemere	547.500

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2021

Masuk dari segi nasional, fotografer *beauty model* yang akan dibahas sebagai subyek dalam penelitian ini adalah seorang fotografer *online* bernama Crimsonaperture. Crimsonaperture adalah akun fotografi yang konten utamanya adalah foto-foto dari berbagai *beauty model* dan *influencer* ternama di Indonesia. Berkarya sejak tahun 2018, Crimsonaperture sudah memiliki banyak *follower* yaitu di angka dua puluh satu ribu sembilan ratus pengikut dan telah berhasil berkolaborasi dan memotret banyak *beauty model* dan *influencer* ternama di Indonesia seperti Jeanice Ang, Edelyn Franzeska dan Sarah Viloid. Di antara banyaknya akun fotografi di Instagram, Crimsonaperture memilih

membentuk persona fotografer *beauty* dengan motto utama *capturing beautiful souls one exposure at a time*. Motto tersebut menggambarkan isi konten dan gaya potret Crimsonaperture dimana memfokuskan pada *model* yang hendak difoto untuk menonjolkan kecantikan *model* tersebut.



Gambar 1. 1 Laman Instagram Crimsonaperture

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2021

Gaya potret hingga konsep potret Crimsonaperture yang menonjolkan kecantikan dari *model* yang dipotret seringkali diikuti dengan pemilihan busana sang *model* yang dapat menyesuaikan keinginan pemotret dan *model*, dari konsep busana *playful*, *pajamas*, *office*, hingga *sexy photoshoot* menjadikan Crimsonaperture sebagai fotografer yang berani mengusung konsep yang *out of the box* sehingga dapat menarik banyak audiens dan secara langsung menaikkan namanya.



Gambar 1. 2 Laman Instagram Aphotoworks

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2021

Sebagai persona fotografer *beauty*, Crimsonaperture tentunya bukan yang pertama dalam bidang tersebut, walaupun keunikan fotografinya tentunya satu-satunya yang menonjol di bidang tersebut. Akun instagram *ajphotoworks* adalah salah satu akun fotografi *beauty model* yang mengusung *genre* yang serupa dengan Crimsonaperture namun lebih dahulu melakukannya karena akun *ajphotoworks* mulai berkarya semenjak tahun 2014 sehingga berhak dijadikan objek pembandingan terhadap subyek utama penelitian ini, yang tak lain adalah Crimsonaperture. Pada tabel 1.2 juga disediakan beberapa akun fotografi *beauty model* sebagai pembandingan lainnya terhadap Crimsonaperture.

Data di dalam tabel 1.2 adalah data terkini dan valid serta subjek yang ada di dalam tabel 1.2 adalah subjek yang saling relevan satu dengan yang lain. Tujuan ditampilkan tabel ini adalah sebagai pembandingan tentang popularitas dan relevansi Crimsonaperture dengan fotografer serupa lainnya.

Tabel.1 2 Perbandingan Followers Fotografer Serupa

Nama Akun	Tahun Membuat Instagram	Jumlah Pengikut
<i>ajphotoworks</i>	2014	200.000
Crimsonaperture	2018	21.900
<i>rickyyepp</i>	2018	3.492
<i>arthursphotograph</i>	2015	4.667

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2021

Semua orang memiliki suatu *brand*, yang direpresentasikan oleh nama dan wajah yang telah mewakilkan karakteristik terkait orang tersebut seperti personalitas, minat bakat, aktivitas, pertemanan, keluarga, penampilan pribadi, aset, keahlian, dan profesi. *Brand* tersebut akan mempengaruhi bagaimana seseorang dipandang dan kemudian mempengaruhi keseluruhan relasi yang orang tersebut miliki. Baik orang tersebut disukai dan dihormati adalah hasil dari *brand* tersebut. Orang lain akan menyukai menghabiskan waktu dan mengasosiasikan diri dengan individu yang memiliki *brand* yang baik. *Brand* adalah akumulasi dari semua yang seseorang telah lakukan, sedang lakukan, dan akan lakukan. Setiap aktivitas, kejadian, penampilan, atau interaksi akan sangat mempengaruhi *brand* seseorang. Sehingga, tanpa sadar ataupun tidak sadar, orang tersebut selalu berkuat

kepada *brand* dan elemen-elemennya setiap saat sepanjang waktu. Fokus dalam hal ini adalah apakah *brand* tersebut dikelola secara aktif dan rutin atau dibiarkan mengambang saja tanpa arah dan apakah adanya disiplin maupun konsistensi seiring berjalannya waktu. Jawaban dari fokus permasalahan tersebut adalah ada gunanya untuk secara aktif mengelola dan melatih disiplin terhadap *brand* yang dimiliki (Roberto, 2010).

Konsep tentang *personal brand* adalah asing untuk orang-orang yang berpikir bahwa *brand* adalah sesuatu hal yang hanya relevan terhadap perusahaan atau kegiatan yang berpusat pada barang kemasan saja. Dalam analogi berpikir, jika mengambil contoh seorang politikus yang diasumsikan secara terus menerus harus terus aktif dalam mengelola *brand* yang mereka miliki karena mereka tahu bahwa *brand* yang mereka miliki tersebut akan mempengaruhi hubungan dan status relasi dengan pihak pendukung dan kolega yang esensial untuk kesuksesan karir politik mereka. Oleh karena itu, adalah sangat wajar bagi politikus untuk memonitor *image* mereka dan untuk merencanakan bagaimana setiap tindakan dan komunikasi yang dapat mempengaruhi *image* tersebut. Jika keluar dari analogi politikus, walaupun semua orang bukanlah politikus, tetapi *brand* yang dimiliki orang-orang di dunia ini adalah sama pentingnya untuk kehidupan sehari-hari mereka (Roberto, 2010).

Penelitian ini tidak menyoroti sembarang profesi, melainkan berfokus kepada profesi yang sangat membutuhkan kepiawaian citra dan pengendalian image yaitu fotografer model. Fotografer di masa sekarang dituntut harus memiliki keberadaan dan identitas publik yang kredibel dan bercitra baik dengan tujuan untuk meyakinkan publik akan keahlian dan karya yang dihasilkan berkualitas dan dapat diandalkan. Fokus utama dari penelitian tentang eksistensi dan *personal branding* fotografer model online yang karyanya dipublikasikan di Instagram.

Mengenai fotografer, bukanlah suatu profesi asing di tanah air Indonesia. Menurut data dari,selama masa kolonialisme di Indonesia, fotografi lahir dari aktivitas bangsa kolonial ketika memerintah di Indonesia. Pada tahun 1840 , asal muasal fotografi lahir ketika petugas medis bernama Juriaan Munich yang berasal dari negara kolonial pada waktu itu, yaitu Belanda, mendapat tugas untuk melakukan pencatatan dan pengabdian berbagai macam flora serta keadaan nusantara Indonesia pada saat itu yang merupakan

nilai unik yang dimiliki Indonesia sebagai negara tropis dan kepulauan yang tidak dimiliki negara kolonial pada saat itu (sumber : Sejarah Fotografi Dahulu dan Sekarang | fotografi.upi.edu, diakses pada 8 Februari 2021 pukul 10.00 WIB) . Juriaan menjalankan tugas tersebut dengan menggunakan metode percetakan gambar yang merupakan nenek moyang dari teknik fotografi modern. Metode percetakan yang digunakan Juriaan adalah metode *daguerreotype* yang diciptakan oleh individu kebangsaan Perancis, Louis Daguerre dan Nicophore Niepce.



Gambar 1. 3 Kamera Daguerre

Sumber : <http://fotografi.upi.edu/home/sejarah-fotografi/4-fotografi-dahulu-dan-sekarang>, diakses pada 29 Maret 2021 pukul 19.40 WIB

Perkembangan fotografi di Indonesia setelah tahun 1840 semakin pesat karena banyaknya ditemukan karya-karya fotografi keadaan alam dan topografi alami dan buatan Indonesia yang dipotret oleh kaum kolonial saat itu. Tersebarinya banyak keindahan alam, peninggalan budaya Hindu-Buddha, serta aktivitas budaya yang dinilai unik oleh bangsa kolonial saat itu menjadi objek utama dalam fotografi di era kelahirannya di Indonesia karena nilai estetika visual yang hanya bisa didapatkan di Indonesia dan dibawa oleh fotografer bangsa kolonial ke negara Eropa sehingga mempopulerkan Indonesia dan uniknya objek fotografi di negara ini. Beberapa karya ternama dari bangsa kolonial yang sangat terkenal dan menyalakan eksistensi fotografi di tanah air adalah karya potret bernama *Kali Madioen* yang isinya berupa potret alam di Jawa Tengah oleh Juriaan Munich. Semenjak terkenalnya karya Munich, fotografi semakin berkembang pesat baik bagi bangsa kolonial maupun masyarakat Indonesia sendiri (*Sejarah Fotografi di Indonesia*, International Design School [ Online ], Tersedia : idseducation.com. Akses 5 April 2021 ).



Gambar 1. 4 Potret Keindahan Indonesia di Awal Masa Fotografi Indonesia

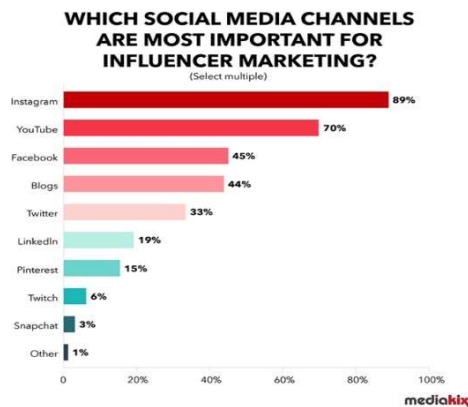
Sumber : <https://jalanbenar.com/sejarah-fotografi-di-indonesia>, diakses pada 29 Maret 2021 pukul 20.25 WIB

Seiring berkembangnya zaman, fotografi yang awalnya diperkenalkan di Indonesia sebagai alat dan metode dokumentasi keilmuan mulai memiliki fungsi lain. Di antara beberapa fungsi fotografi yang paling populer adalah sebagai pengabadian momen bersejarah, salah satunya seperti potret momen proklamasi di era kemerdekaan Indonesia yang kemudian diikuti fungsi sebagai media estetika diri dimana potret individu semakin populer dengan tujuan validasi diri dan hiasan di dalam bangunan , juga sebagai momento diri. Hingga saat ini fotografi ditekuni oleh hamper semua masyarakat Indonesia baik secara amatir maupun professional (*Sejarah Fotografi di Indonesia*, International Design School [ Online ], Tersedia : idseducation.com. Akses 5 April 2021 ).

Memasuki era digital , dunia fotografi semakin meluas dan fotografi dijadikan sebagai media untuk melakukan periklanan, pembentukan citra, dan kepentingan bisnis dan publik lainnya (*Ini Kata Maestro Fotografi Darwis Triadi Soal Maraknya Bisnis Travel Photography*, Lifestyle Bisnis [ Online ]. Tersedia : lifestyle.bisnis.com. Akses 13 Februari 2021). Profesi-profesi di Indonesia pun mulai menyesuaikan diri dengan fungsi-fungsi fotografi tersebut sehingga melahirkan profesi yang mengandalkan fotografi seperti model dan meningkatkan aktivitas fotografi model. Fotografi model adalah kegiatan fotografi yang mengandalkan kepiawaian seorang fotografer dalam bekerjasama dengan modelnya untuk menciptakan foto dari model tersebut yang menonjolkan aspek-aspek tertentu seperti paras sang model, *ambience* atau suasana foto, dan aspek lainnya ( *Ini Perbedaan Foto Model , Foto Portrait, dan Foto Human Interest*, ANTV Klik [ Online ] Tersedia :

antvklik.com. Akses 11 Februari 2021). Masuknya Instagram sebagai media dominan di Indonesia pun turut mempopulerkan dan menambah banyak eksistensi fotografer model dan kebutuhan akan fotografer model sebagai sarana pembentukan citra di dalam Instagram yang mengharuskan seseorang mengunggah foto sebagai bukti eksistensi dirinya di platform tersebut.

Semenjak hadirnya Instagram dan *influencer*, seorang fotografer butuh *personal branding* yang kuat agar menghasilkan *brand* fotografer Instagram yang layak diajak berkolaborasi atau dipakai jasanya karena fotografer, terutama fotografer beauty model, saat ini dilihat dari eksistensi persona *online* mereka di Instagram. Jika memiliki banyak *followers* maka semakin sering dipakai pula jasanya pada platform *online* instagram (bigcommerce.com. Akses 14 Februari 2021) Berikut peneliti melampirkan data statistik mengenai beberapa media yang dominan digunakan sebagai kegiatan ekonomi dan *branding* dan dapat dilihat bahwa Instagram menempati tempat pertama sehingga *influencer* yang ada di Instagram sangatlah dicari oleh banyak kalangan dengan berbagai kepentingan dan penting untuk seorang *influencer* membangun citra yang baik lewat foto di akun Instagram yang diawali dengan pemilihan fotografer yang tepat agar dapat menonjolkan karakteristik dan kelebihan *influencer* tersebut dan semakin maraklah profesi fotografer model.



Gambar 1. 5 Data Statistik Influencer Marketing 2020

Sumber : bigcommerce.com, diakses pada tanggal 1 April 2021 pukul 10.30 WIB

Mengikuti penjabaran mengenai *persona* Crimsonaperture maka akan digunakan teori inti teori *personal brand mission model* dari Roberto Alvarez (2010) pada bukunya yang berjudul “*Personal Brand Manage Your Life with Talent and Turn Into a Unique Experience*” yang berbicara tentang kemampuan seseorang mengenali dan mengoptimalkan talenta yang dimilikinya untuk kemudian dijadikan sebagai alat untuk membentuk dan membangun *persona* dirinya di mata publik. Dalam membangun *persona* dengan memanfaatkan talenta yang dimiliki seseorang, Roberto menuliskan langkah-langkah dan hal penting yang perlu diperhatikan dan diketahui oleh seseorang jika ingin memiliki *personal brand* sesuai keinginannya.

Peneliti kemudian menggunakan lagi sub teori *the 10 principles* yang terdiri dari sepuluh jenis *value* seorang individu yaitu *loyalty, faith, perseverance, honesty, friendship, courage, work, self-discipline, responsibility, dan humanity* kemudian menggunakan dua jenis *value* dari sepuluh jenis *value* yaitu *work value* dan *self-discipline* (Alvarez, Roberto 2010). Peneliti membatasi penelitian pada sub teori *work value* dan *self discipline value* karena *persona* yang dibangun oleh Crimsonaperture adalah hasil dari dedikasinya terhadap pekerjaan sebagai fotografer model dan disertai dengan konsistensi dan disiplinnya dalam menggunakan produk kamera Leica dan metode fotografi khusus, yang sulit digunakan dan jarang digunakan oleh fotografer lain, hingga akhirnya melejit nama dari Crimsonaperture dikarenakan kedua hal tersebut. Lebih mendalamnya, peneliti menggunakan sub teori *work value* karena Crimsonaperture sebagai topik penelitian sangat berdedikasi dalam pekerjaannya sebagai fotografer beauty model sehingga dapat dianalisis oleh peneliti bagaimana dedikasi terhadap pekerjaan tersebut diubah menjadi sebuah *persona* dan *personal brand* yang solid di Instagram. *Self discipline value* adalah bagaimana seorang mendisiplinkan dirinya untuk menjalani rutinitias atau aktivitas tertentu secara rutin dan tekun untuk memiliki identitas khusus di dalam dirinya dalam hal ini adalah penggunaan model kamera tertentu dan metode fotografi khusus yang hanya digunakan secara rutin dan tekun oleh Crimsonaperture. Menurut Roberto, dalam membentuk sebuah *personal brand*, seseorang harus mampu mengenali kelebihan dalam



dirinya yang dapat dia tonjolkan dan gunakan sebagai alat untuk memiliki identitas khusus dan dalam menentukan bagaimana *persona* yang akan dibuat digunakan sebagai *personal brand* yang kuat dan khas.

Penelitian ini sepenuhnya terinspirasi dari bagaimana seorang fotografer dan banyak profesi lainnya berusaha sedemikian rupa dalam membuat *online personal brand* yang apik dan menarik sehingga dapat menonjolkan keahlian dan kredibilitas dalam profesi. Penelitian ini juga memenuhi studi *digital public relations* yang tengah ditempuh peneliti karena membahas tentang citra dan *branding* di dunia digital instagram. Untuk memiliki citra yang menonjol dan dikenal masyarakat luas membutuhkan pengelolaan profil publik yang piawai dan efektif agar sesuai dengan target audiens dan *trend* masa kini. Salah satu syarat untuk eksis di dunia digital instagram adalah menonjolkan keahlian pribadi yang dapat dieksploitasi menjadi sarana *branding* dan pencitraan di mata publik digital dan dimulai dari *insight* hingga popularitas Crimsonaperture yang semakin meningkat setiap harinya, yang menandakan *persona* dan keberadaan media sosialnya berhasil menjadikan peneliti tertarik untuk menganalisa bagaimana *persona* dan *personal branding* Crimsonaperture di Instagram, sehingga lahirlah penelitian yang berjudul “*Analisis Personal Brand Fotografer Beauty Model di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Fotografer Crimsonaperture)*”.

## 1.2 Fokus Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti memfokuskan permasalahan kepada satu fokus yaitu *personal brand* Crimsonaperture di Instagram. Penelitian ini berfokus dalam menganalisa dan mengungkapkan *personal brand* fotografer *beauty model* Crimsonaperture di Instagram secara detail dan spesifik.

## 1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan peneliti memiliki beberapa tujuan penelitian, yaitu :

1. Bagaimana penerapan *work value* dalam *personal brand* Crimsonaperture di Instagram ?
2. Bagaimana penerapan *self discipline value* dalam *personal brand* Crimsonaperture di Instagram ?

**1.4. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian yang dilakukan terhadap fotografer Instagram Crimsonaperture yaitu :

1. Untuk mengetahui penerapan *work value* dalam *personal brand* Crimsonaperture di Instagram
2. Untuk mengetahui penerapan *self discipline value* dalam *personal brand* Crimsonaperture di Instagram

**1.5. Manfaat Penelitian**

**1.5.1. Manfaat Teoritis**

Diharapkan dengan dilakukannya penelitian ini akan menambah serta membuka wawasan baru khususnya bagi bidang ilmu komunikasi dan *public relations*.

**1.5.2. Manfaat Praktis**

Diharapkan dengan dilakukannya penelitian ini dapat membuat pembaca lebih sadar akan adanya *personal brand* yang mempengaruhi kehidupan sehari-hari.

**1.6 Jadwal Penelitian**

Tabel 1 Jadwal Penelitian

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2021

Kegiatan Penelitian	2021						2021						
	APR		MEI		JUN		JUL		AGU				
Pengumpulan Data													
Pengolahan Data													
Menyusun Proposal													
Revisi Proposal Penelitian													
Menyusun Skripsi													
Sidang Skripsi													

