

Makna Diri dan Branding Fotografer

Yogascitra Naufal, Neni Yulianita, Anne Maryani

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung, Jalan Tamansari No 24-26 Bandung Indonesia,
naufalyogasctr@gmail.com¹, yulianita.neni@gmail.com², annemaryani2020@gmail.com³.

ABSTRACT

The development of photography in the city of Bandung is closely related to the development of photography in Indonesia. Bandung is one of the big cities in Indonesia with a very rapid development of photography, especially with the emergence of various photographers with specialization in their fields. With the presence of many photographers who have started to appear in the city of Bandung, many photographers are still looking for the meaning of their photography activities and the branding that must be done so that the public becomes aware and uses their services. From this phenomenon, the research "Self Meaning and Photographer Branding" was created. This study uses a qualitative research method with a phenomenological study approach from Alfred Schutz. The purpose of this study is to find out, describe and analyze the motives of photographers in the city of Bandung in carrying out photography activities, to analyze and identify the experiences of photographers in the city of Bandung in carrying out photography activities, to find and describe the self-meanings of photographers in the city. Bandung in photography activities and to identify and describe the branding of photographers in the city of Bandung to attract consumer interest. This research uses social action theory from Max Webber. This research produces the because motive and in order to motive owned by the photographers, there are eleven motives owned by the photographers, namely, hobbies, love, environment, campaigns, earning a living, role models, visualization of imagination, remembering stories, appreciation, improvement confidence and dreams. The experience gained by photographers in the city of Bandung in carrying out photography activities is divided into three aspects, namely, obstacles, satisfaction and achievements. The meaning obtained by photographers in the city of Bandung in photographic activities is divided into three aspects, namely, the purpose, sensation and character of the photo. Branding carried out by photographers in the city of Bandung is obtained through three strategies namely, through social media, word of mouth and through the community.

Keywords: Phenomenology, Motives, Experience, Self Meaning, Branding, Photographer

ABSTRAK

Perkembangan fotografi di kota Bandung erat hubungannya dengan perkembangan fotografi di Indonesia. Bandung merupakan salah satu kota besar di Indonesia dengan perkembangan fotografi yang sangat pesat, terlebih lagi dengan kemunculan berbagai fotografer dengan spesialisasi bidangnya. Dengan banyaknya kehadiran fotografer yang mulai bermunculan di kota Bandung ini, banyak fotografer yang masih mencari makna dari kegiatan fotografi yang dilakukannya dan *branding* yang harus dilakukan agar masyarakat mulai *aware* dan menggunakan jasanya. Dari fenomena tersebut terciptalah penelitian "Makna Diri dan Branding Fotografer". Penelitian ini menggunakan metode

penelitian kualitatif dengan pendekatan studi fenomenologi dari Alfred Schutz. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisa motif yang dimiliki fotografer di kota Bandung dalam melakukan kegiatan fotografi, untuk menganalisis dan mengidentifikasi pengalaman yang dimiliki fotografer di kota Bandung dalam melakukan kegiatan fotografi, untuk menemukan dan menggambarkan pemaknaan diri yang dimiliki fotografer di kota Bandung dalam kegiatan fotografi serta untuk mengidentifikasi dan menggambarkan branding yang dimiliki fotografer di kota Bandung untuk menarik minat konsumen. Penelitian ini menggunakan teori tindakan sosial dari Max Webber. Penelitian ini menghasilkan *because motive* dan *in order to motive* yang dimiliki oleh para fotografer, terdapat sebelas motif yang dimiliki oleh para fotografer tersebut yakni, hobi, kecintaan, lingkungan, kampanye, mencari nafkah, tokoh panutan, visualisasi imajinasi, mengenang kisah, apresiasi, peningkatan kepercayaan diri dan impian. Pengalaman yang didapatkan oleh fotografer di kota Bandung dalam melakukan kegiatan fotografi terbagi kedalam tiga aspek yaitu, hambatan, kepuasan dan pencapaian. Makna yang didapatkan fotografer di Kota Bandung dalam kegiatan fotografi terbagi kedalam tiga aspek yaitu, tujuan, sensasi dan karakter foto. Branding yang dilakukan oleh para fotografer di Kota Bandung didapat melalui tiga strategi yakni, melalui media sosial, word of mouth dan melalui komunitas.

Kata Kunci: Fenomenologi, Motif, Pengalaman, Makna diri, Branding, Fotografer

PENDAHULUAN

Setiap manusia dapat mengabadikan suatu momen penting dalam dirinya dengan menggunakan kamera, kamera merupakan suatu alat yang dapat mengabadikan suatu momen, kamera juga berfungsi sebagai alat untuk memasarkan suatu produk ataupun sebagai alat untuk memberikan suatu informasi. Informasi yang dapat diberikan kamera bisa berupa foto ataupun video. Kegiatan fotografi ini biasa dilakukan oleh seorang fotografer.

Pada tahun 2021 perkembangan fotografi di Indoensia sangatlah pesat, orang-orang berlomba-lomba dalam mengambil suatu kegiatan, aktifitas maupun peristiwa alam yang menurutnya layak untuk di foto. Kegiatan fotografi pada era modern ini tidak hanya dilakukan dengan menggunakan kamera saja, tetapi bisa juga menggunakan smartphone yang memiliki fitur kamera. Dengan adanya fitur kamera dalam smartphone siapapun bisa melakukan kegiatan fotografi dan dapat mengambil suatu momen yang menurutnya sangatlah berharga.

Perkembangan fotografi di Kota Bandung juga erat hubungannya dengan perkembangan fotografi di Indonesia. Bandung merupakan salah satu kota besar di Indonesia dengan perkembangan fotografi yang sangat pesat, terlebih lagi dengan kemunculan berbagai fotografer dengan spesialisasi bidangnya. Para fotografer pun

mulai meng explore kegiatan fotografi mereka dan mencari mana bidang fotografi yang menurut nya cocok dan sesuai dengan dirinya.

Para fotografer tentu harus memiliki motif yang kuat untuk tetap bertahan di dunia fotografi dan menjalankan kegiatan fotografinya, jika tidak memiliki motif yang kuat maka hal yang ia lakukan akan terasa percuma. Dengan adanya motivasi baik itu dari dalam diri ataupun dari luar diri fotografer, motivasi dapat meningkatkan keinginan dan kepercayaan diri untuk terus melakukan kegiatan fotografi.

Dengan mencari banyak pengalaman dan mencoba berbagai banyak jenis kegiatan fotografi, maka fotografer tersebut akan mendapatkan kepercayaan diri dan keinginan untuk terus melakukan kegiatan fotografi. Pengalaman tersebut didapatkan dengan cara mempelajari melalui hasil karya orang lain dengan menjadikannya referensi, mencari guru untuk mengajari fotografi atau belajar dari para fotografer profesional dan meng explore sendiri bidang fotografi sesuai minat dan kesukaan di bidang tersebut.

Ketika sudah menumpuk pengalaman di bidang fotografi, para fotografer akan memiliki makna tersendiri tentang kegiatan fotografi yang selama ini telah dilakukan. Ketika hal tersebut sudah mulai didapatkan, langkah selanjutnya adalah bagaimana cara fotografer untuk memasarkan dirinya sebagai seorang fotografer. Personal branding sangat lah diperlukan untuk meningkatkan trust calon pelanggan.

Personal branding ini ditujukan untuk memberikan brand awareness atau kesadaran terhadap brand agar masyarakat mengetahui bahwa siapa fotografer tersebut dan apa spesialisasi bidang fotografinya. Personal branding terbentuk oleh pengalaman yang sudah didapatkan oleh fotografer. Ketika personal branding sudah mulai terbentuk, maka fotografer pun dapat memulai menawarkan jasanya.

Berdasarkan keresahan yang dialami oleh peneliti sebagai seorang fotografer pemula, peneliti ingin mengetahui bagaimana cara seorang fotografer profesional memulai kegiatan fotografi yang dilakukannya sehingga, motif dan motivasi yang dimilikinya ini menjadi suatu pemicu untuk terus mendalami dan menyukai dunia fotografi. Pengalaman yang didapatkan oleh para fotografer profesional yang sesuai dengan bidangnya pun akan membantu peneliti untuk memahami apa saja hal yang didapatkan oleh para fotografer profesional yang sesuai dengan bidangnya melalui pengalaman yang sudah dialaminya.

Peneliti pun ingin mengetahui makna apa saja yang didapatkan dan makna apa saja yang dapat disampaikan oleh para fotografer melalui karyanya. Makna tersebut didapatkan oleh para fotografer melalui pengalaman yang sudah dialaminya ketika melakukan kegiatan fotografi. Selain itu peneliti pun ingin mengetahui bagaimana cara fotografer profesional dalam melakukan personal branding untuk mendapatkan awareness dan mendapatkan pelanggan.

Pentingnya penelitian ini bagi peneliti yaitu, untuk mengetahui bagaimana fotografer yang memiliki spesialis di bidang masing-masing dalam memaknai bidang fotografi sehingga menghasilkan sebuah strategi branding untuk memasarkan jasanya kepada audiens, agar audiens mau memakai jasa dari para fotografer tersebut. Selain itu peneliti ingin mengetahui motif dan pengalaman dari para fotografer, ketika para fotografer memulai kegiatan fotografi pada awal karirnya. Berdasarkan konteks penelitian diatas, yang menjadi fokus penelitian yakni “Bagaimana motif, pengalaman dan makna diri yang didapatkan dan branding yang dilakukan oleh fotografer di kota Bandung dalam kegiatan fotografi?”

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisa motif yang dimiliki fotografer di kota Bandung dalam melakukan kegiatan fotografi, untuk menganalisis dan mengidentifikasi pengalaman yang dimiliki fotografer di kota Bandung dalam melakukan kegiatan fotografi, untuk menemukan dan menggambarkan pemaknaan diri yang dimiliki fotografer di kota Bandung dalam kegiatan fotografi dan untuk mengidentifikasi dan menggambarkan branding yang dimiliki fotografer di kota Bandung untuk menarik minat konsumen.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif karena bentuk penelitian ini mampu memahami fenomena tentang apa yang dialami subjek penelitian dari perilaku, persepsi, tindakan dan karena ingin mendapatkan data dan informasi yang tingkat kedalamannya lebih jauh mengenai motif, pengalaman dan makna diri dari fotografer di kota Bandung. Di dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan Fenomenologi. Masih memiliki relevansi dengan penggunaan metode penelitian kualitatif pada penelitian ini, fenomenologi pun punya andil yang dapat membantu menjawab pertanyaan pada penelitian ini sehingga hasil dari penelitian ini lebih komprehensif.

Melalui fenomenologi, peneliti berusaha memahami fenomena fotografer di kota Bandung.

Fenomenologi merupakan upaya pemberangkatan dari metode ilmiah yang berasumsi bahwa eksistensi suatu realitas tidak orang ketahui dalam pengalaman biasa. Fenomenologi membuat pengalaman yang dihayati secara aktual sebagai data dasar suatu realitas. Untuk menjawab pertanyaan penelitian ini, maka peneliti menggunakan pisau bedah dari kacamata Alfred Schutz dalam pendekatan fenomenologi yaitu motif, pengalaman, dan makna.

Fenomenologi membantu Anda memasuki sudut pandang orang lain, dan berupaya memahami mengapa mereka menjalani hidupnya dengan cara seperti itu. Fenomenologi bukan hanya memungkinkan Anda untuk melihat dari perspektif partisipan; metode ini juga menawarkan semacam cara untuk memahami kerangka yang telah dikembangkan oleh tiap-tiap individu, dari waktu ke waktu, hingga membentuk tanggapan mereka terhadap peristiwa dan pengalaman dalam kehidupannya. (Ardianto, 2011).

Fenomenologi tidak berasumsi bahwa peneliti mengetahui arti sesuatu bagi orang-orang yang sedang diteliti oleh mereka. Inkuiri fenomenologis dimulai dengan diam. Diam merupakan tindakan untuk menangkap pengertian sesuatu yang sedang diteliti. (Moleong, 2017).

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis. Paradigma konstruktivis menilai bahwa realitas atau kebenaran itu tidak tunggal. Realitas diciptakan oleh individu dalam kelompok berdasarkan hasil interpretasi mereka. (Morrisan, 2019).

Paradigma konstruktivisme dalam ilmu sosial merupakan kritik terhadap paradigma positivis. Menurut paradigma konstruktivisme realitas sosial yang diamati oleh seseorang tidak dapat digeneralisasikan pada semua orang, seperti yang biasa dilakukan oleh kaum positivis.

Tujuan dari digunakannya paradigma konstruktivisme dalam penelitian ini karena kegiatan fotografi yang dilakukan oleh fotografer merupakan suatu realitas. Realitas sosial itu memiliki makna manakala realitas sosial tersebut dikonstruksikan dan dimaknakan secara subjektif oleh individu lain, sehingga memantapkan realitas itu secara objektif.

Subjek yang diteliti adalah fotografer di Kota Bandung yang ahli dalam bidangnya masing-masing seperti fotografer sepeda, fotografer sepak bola, fotografer stage dan dosen fotografi. Kegiatan yang diteliti adalah alasan atau motif fotografer bekerja di bidangnya, pengalaman fotografer di bidangnya dari awal hingga saat ini, makna diri yang didapatkan berdasarkan motif dan pengalaman yang di dapatkan. Selain itu juga diteliti bagaimana fotografer menampilkan dirinya melalui hasil-hasil karyanya.

Penelitian ini dilakukan di wilayah Kota Bandung, karena narasumber yang peneliti riset itu merupakan fotografer dari berbagai bidang. Maka dari itu lokasi penelitian meliputi laboratorium Universitas Sangga Buana, Backyard Studio, tempat tinggal narasumber dan tempat transit fotografer sepeda. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini memadukan tiga teknik tersebut yakni wawancara mendalam (indepth interview), pengamatan nonpartisipan (observation), dan dokumentasi.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup reduksi data dari transkrip hasil wawancara, kemudian dilakukan interpretasi dari hasil wawancara tersebut dan terakhir dilakukan triangulasi data untuk mencocokkan antara jawaban satu dengan jawaban lainnya, sehingga dapat ditarik kesimpulan yang utuh dan terverifikasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setiap manusia memiliki motif dari tindakan yang akan ia lakukan. Setiap manusia memiliki motif dan juga pengalaman yang berbeda, begitu juga makna yang dihasilkan akan berbeda. Motif manusia merupakan dorongan, Hasrat, keinginan, dan tenaga penggerak lainnya, yang berasal dari dalam dirinya untuk melakukan sesuatu (Sobur, 2020). Dalam suatu motif, umumnya terdapat dua unsur pokok, yaitu unsur dorongan atau kebutuhan dan unsur tujuan (Handoko dalam Sobur, 2020). Motif yang dimiliki fotografer di Kota Bandung pun tentunya berbeda-beda ketika melakukan kegiatan fotografi.

Berdasarkan definisi tersebut, peneliti telah mengkategorikan jawaban yang disampaikan informan dalam penelitian ini terkait motif ke dalam dua kategori motif, yakni *because motive* dan *in order to motive*. *Because motive* yang dimiliki fotografer di Kota Bandung memiliki korelasi dengan *in order to motive* yang dimilikinya.

Berdasarkan jawaban-jawaban yang diterima peneliti dari informan, peneliti mengidentifikasi motivasi yang mendorong fotografer di Kota Bandung untuk terus

melakukan kegiatan fotografi, khususnya di bidangnya masing-masing. Setelah melalui tahap pengolahan data, peneliti menemukan 11 aspek atau alasan yang menjadi motivasi untuk para fotografer ketika akan melakukan kegiatan fotografi. Berikut adalah aspek yang peneliti temukan, hobi, kecintaan, lingkungan, kampanye, mencari nafkah, tokoh panutan, visualisasi imajinasi, mengenang kisah, apresiasi, peningkatan kepercayaan diri, dan impian.

Melalui sebuah hobi seseorang dapat menyalurkan kegemarannya dalam menjalankan suatu kegiatan. Kegemeran tersebut jika dilakukan secara konsisten akan menjadi sesuatu yang bermanfaat baik diri sendiri maupun orang lain. Hobi merupakan sesuatu yang timbul karena adanya motif, entah itu motif dari luar ataupun dari dalam.

Rasa cinta merupakan sebuah anugerah yang diberikan oleh Tuhan kepada kita untuk menyukai sesuatu dengan cara tidak berlebihan. Kesenangan terhadap sesuatu menjadikan proses berjalan menyenangkan dan terasa mudah dilalui. Sejalan dengan teori tindakan sosial, Tindakan rasionalitas instrumen ini merupakan suatu tindakan sosial yang dilakukan seseorang didasarkan atas pertimbangan dan pilihan sadar yang berhubungan dengan tujuan tindakan itu dan ketersediaan alat yang dipergunakan untuk mencapainya. Motif yang di dasari oleh rasa cinta dan rasa suka ini salah satunya didapat faktor dari luar yang membantu untuk membentuknya.

Lingkungan berperan mempengaruhi seseorang, ketika seseorang memiliki lingkungan yang positif ia akan bertindak dan berperilaku sesuai dengan lingkungan tersebut dan begitu pun sebaliknya. Faktor lingkungan memang merupakan salah satu faktor yang penting dalam mempengaruhi lingkungan sekitarnya terutama dalam lingkungan keluarga dan kerabat dekat. Lingkungan merupakan elemen yang paling besar pengaruhnya terhadap kehidupan sosial individu. Keputusan seseorang untuk mempelajari suatu bidang atau bekerja pada suatu bidang, bahkan dapat dipengaruhi oleh lingkungan sekitarnya.

Menurut salah satu narasumber kegiatan fotografi sepeda ditujukan untuk melakukan kampanye. Kegiatan fotografi sepeda yang dilakukan oleh salah satu narasumber adalah untuk mengkampanyekan gaya hidup sehat yang ia lakukan dengan membagikan hasil karya nya melalui media sosial agar orang-orang mulai menyadari

pentingnya gaya hidup sehat yang ia lakukan itu tidak hanya untuk kesehatan jasmani, tetapi untuk menjaga kelestarian lingkungan yang kita tempati saat ini.

Salah satu hal yang pasti diinginkan oleh semua orang dalam pekerjaan adalah mendapatkan penghasilan. Hal tersebut pun diutarakan oleh seluruh informan, ketika melakukan kegiatan fotografi hal yang mereka pun adalah mendapat kan penghasilan dari kegiatan yang telah lakukan dan karya yang telah mereka hasilkan. Menurut teori kebutuhan Maslow, kebutuhan akan cinta kasih dan kebutuhan sosial yang konteksnya dalam kaitanya dengan pekerjaan tertentu karena kebutuhan mendapatkan uang dan mereka juga menilai pekerjaan dengan dasar hubungan sosial yang ditimbulkanya (Uno, Hamzah. 2019)

Mempunyai seorang pantuan dapat menjadikan seseorang tersebut memiliki perilaku atau men contoh nya sebagai sebuah referensi atas apa yang akan Ia lakukan. Motif yang didapatkan tersebut sejalan dengan teori tindakan sosial, karena tindakan sosial merupakan tindakan manusia yang berkaitan dengan individu yang bertindak itu memberinya suatu makna subyektif bagi dirinya dan diarahkan untuk tindakan orang lain.

Motif yang dilandaskan atas visualisasi imajinasi ini merupakan paduan dari berbagai konsep yang sudah dilakukan dan di bayangkan atau imajinasikan di pikiran fotografer dapat di visualisikan dan menginginkan visual yang sudah di imajinasikan. Hal ini pun disepakati oleh Wiki Angga dalam penelitiannya, karena Dunia fotografi memang sebuah dunia yang menyenangkan. Bagaimana tidak, setelah kita mengambil objek yang menarik dan hasilnya bagus ituah yang membuat kita terpuaskan.

Bagi salah satu informan, motif yang ia miliki ketika terjun di dunia fotografi karena, Ingin mengenang dan membagikan kisah dari setiap perjalanan yang sudah Ia dokumentasikan, dan sebagai bahan untuk membangkitkan kenangan lama yang sudah dilalui dari perjalanan tersebut. Sejalan dengan teori reasoned action, disepakati oleh Sri Nugroho bahwa Benang merah dari kesemuanya, mulai dari foto yang diciptakan agar terkesan lawas, media cetak foto adalah benda lama (vintage), dan audience lansia, dari elemen keseluruhan, semuanya sudah berumur. Diharapkan dari penciptaan kali ini diperoleh stimulus bagi para audience untuk menceritakan kembali kenangannya.

Bagi seorang fotografer apresiasi merupakan suatu bentuk penghargaan baik itu secara lisan ataupun materi. Manusia membutuhkan apresiasi karena hal tersebut dapat memotivasi orang tersebut untuk terus melakukan kegiatan yang bermanfaat baginya. Sesuai dengan teori kebutuhan Maslow mengenai kebutuhan akan penghargaan, percaya diri dan harga diri maupun kebutuhannya akan pengakuan orang lain. Dalam kaitannya dengan pekerjaan, hal itu berarti memiliki pekerjaan yang dapat diakui sebagai bermanfaat, menyediakan sesuatu yang dicapai, serta pengakuan umum kehormatan di dunia luar. (Uno, Hamzah. 2019)

Bagi salah satu informan, motivasi yang dapat meningkatkan kepercayaan diri adalah, dengan mengikuti perlombaan karena dapat membuat fotografer lebih percaya diri, hal itu juga dapat membuat fotografer mengetahui kapabilitas dengan mengikuti perlombaan dengan dinilai oleh orang lain. Selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Fani Juliyanto Perdana, konsep peningkatan percaya diri melalui perlombaan yaitu sesuai dengan Self-confidence, Self-confidence yaitu sejauhmana kita punya keyakinan terhadap penilaian kita atas kemampuan kita dan sejauh mana kita bisa merasakan adanya "kepantasan" untuk berhasil. Self confidence itu adalah kombinasi dari self esteem dan self-efficacy.

Bagi salah satu informan, impian merupakan salah satu motif yang mendorongnya untuk terjun ke dunia fotografi. Menurut Keinginan merupakan motif utama individu dalam melakukan sesuatu. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Dyah Rachmawati Sugiyanto, Suwandi Sumartias, Neni Yulianita, Lukiati Komala (2017), keinginan timbul berdasarkan kesadaran seseorang untuk melakukan tindakan atau keputusan. Keinginan biasanya ada bersamaan dengan harapan-harapan yang sudah dibayangkan untuk dicapai seseorang.

Hal tersebut sesuai dengan teori sasaran (goal), teori ini didasarkan pada kepercayaan bahwa sasaran orang ditentukan oleh cara mereka berperilaku dalam pekerjaan dan jumlah upaya yang mereka gunakan. Ada indikasi bahwa memiliki sasaran yang benar-benar jelas membantu mendorong minat orang (Uno, Hamzah. 2019).

Pengalaman berperan sangat penting dalam membentuk suatu kepribadian, khususnya mengenai pengalaman-pengalaman yang ikut membentuk kepribadian dapat dibedakan dalam dua golongan. (1) pengalaman yang umum, yaitu yang dialami oleh tiap-

tiap individu dalam kebudayaan tertentu. Pengalaman ini erat hubungannya dengan fungsi dan peran seseorang dalam masyarakat. (2) pengalaman yang khusus, yaitu khusus dialami oleh individu sendiri. Pengalaman ini tidak bergantung pada status dan peranan orang yang bersangkutan dalam masyarakat. Terdapat 3 hal yang didapatkan dari pengalaman yang dimiliki oleh setiap fotografer yaitu hambatan, kepuasan, dan pencapaian.

Dalam menjalani kegiatannya, fotografi mendapatkan banyak pengalaman, entah itu pengalaman umum maupun pengalaman khusus. Dalam kegiatan fotografi yang dilakukan oleh fotografer ini pasti terdapat suatu kendala atau hambatan, hambatan atau kendala dalam berkomunikasi akan selalu ada dalam setiap proses komunikasi. Hambatan yang dialami oleh para narasumber ketika melakukan kegiatan fotografi yaitu hambatan teknis hambatan ekologis, hambatan mekanis, hambatan internal dan hambatan pandemic covid 19.

Perasaan puas yang dimiliki oleh para fotografer di Kota Bandung ini mempengaruhi kegiatan fotografi yang mereka lakukan, sesungguhnya indikator kepuasan yang dirasakan oleh narasumber ini tidak dapat diukur melalui angka, karena bentuk kepuasan yang mereka rasakan ini adalah kepuasan yang dilandasi berdasarkan motif dan juga pengalaman yang sudah dirasakannya.

Tingkat kepuasan yang didapatkan oleh tiap informan berbeda-beda, salah satunya adalah merasakan hal yang sama dengan objek yang di foto. Hal ini pun sejalan dengan teori komunikasi interpersonal. Menurut psikologi humanistik, pemahaman interpersonal terjadi melalui self disclosure, feedback dan sensitivitas untuk mengenal dan mengetahui orang lain. Hal itu lah yang membuat kedekatan secara emosional untuk informan dan juga objek.

Hal tersebut sesuai dengan konsep dari teori tindakan sosial, Karena suatu tindakan bisa disebut sebagai tindakan sosial ketika tindakan tersebut benar-benar diarahkan kepada orang lain. Jadi tindakan adalah suatu tindakan yang memiliki makna dan diarahkan untuk orang lain dengan pengaruh pada situasi tertentu.

Sebagai fotografer yang telah memiliki banyak pengalaman dalam bidang yang ditekuninya, fotografer tersebut niscaya memiliki pencapaian atas apa yang telah ia kerjakan. Pencapaian sebagai seorang fotografer itu didapatkan karena pengalaman di

dunia fotografi yang telah dilalui dan juga adanya proses pembelajaran dari pengalaman tersebut.

Pencapaian yang didapatkan oleh para informan yaitu menjadi solo fotografer di event sepeda ultra cycling atau long distance, berhasil mengikuti Persib Bandung sebagai seorang jurnalis dan fotografer di media Kompas, mendokumentasikan kegiatan di event besar seperti acara ulang tahun NET TV; We The Fest; Djakarta Ware House Project dan Sunny Side Up serta berhasil menjadi seorang juri fotografi baik di kegiatan internal kampus maupun di kegiatan eksternal.

Makna didapatkan melalui pengalaman-pengalaman yang telah dilalui, dengan pengalaman yang telah di lalui terciptalah sebuah proses untuk berkembang. Dengan pengalaman-pengalaman yang telah dilalui oleh fotografer di Kota Bandung, makna akan tercipta karena menurut Alfred Schutz, proses pemaknaan diawali dengan proses penginderaan, suatu proses pengalaman yang terus berkesinambungan. Dalam temuan penelitian, peneliti menemukan tiga buah makna yang didapatkan dari hasil wawancara dengan informan yaitu tujuan, sensasi dan karakter foto.

Setiap fotografer yang peneliti temukan memiliki makna yang berbeda-beda, tetapi dalam sebuah makna ada tujuan yang didapatkan dan ingin disampaikan. Salah satu tujuan yang ingin disampaikan oleh seorang informan dalam kegiatan fotografinya yaitu ingin mengkomunikasikan manfaat sepeda dan cara menyelamatkan bumi dengan kegiatan bersepeda dan fotografi sepeda.

Tindakan yang dilakukan oleh salah seorang informan ini merupakan tindakan rasional instrumental, tindakan ini merupakan suatu tindakan sosial yang dilakukan seseorang didasarkan atas pertimbangan dan pilihan sadar yang berhubungan dengan tujuan tindakan itu dan ketersediaan alat yang dipergunakan untuk mencapainya. Adapun tujuan lain dari beberapa informan diantaranya memberikan ilmu kepada mahasiswa, menggapai impian yang dimilikinya sejak masih kecil dan menghidupi passion dan menghidupi diri.

Sensasi yang didapatkan oleh para informan yaitu mendapatkan rasa tenang, mencekam seperti di medan perang, memberikan rasa senang yang karena passion terpuaskan dan dapat memuaskan pengelihatannya karena ketika menuangkan sebuah

ide, konsep dan kreatifitas yang berpadu dalam suatu proses produksi dan menghasilkan sebuah visual yang memuaskan indra pengelihatannya.

Karakter foto tercipta berdasarkan pengalaman yang telah dilalui oleh para fotografer. Pengalaman yang didapatkan ini menghasilkan karakter yang ciri khas bagi setiap fotografer. Ciri khas tersebut menggambarkan identitas dirinya seorang fotografer, identitas diri itu terbentuk ketika bagian konsep diri memperlihatkan siapa dirinya yang “sebenarnya” dan bagian lain memperlihatkan keinginannya untuk “menjadi sesuatu”.

Berdasarkan temuan yang didapatkan karakter foto yang dimiliki oleh para informan yaitu foto jurnalistik. Fotografi jurnalistik adalah bentuk khusus dari jurnalisme yang menciptakan gambar agar dapat menceritakan sebuah kisah yang melengkapi sebuah berita, biasanya foto jurnalistik yang baik sudah dapat menceritakan banyak hal hanya dari visual fotonya.

Aspek terakhir yang peneliti temukan dalam branding yang dilakukan oleh informan yang merupakan para fotografer di Kota Bandung ini yaitu, strategi word of mouth, pemasaran melalui media sosial dan pemasaran melalui komunitas. Sebelum terjun ke dunia fotografer profesional, para fotografer belum memiliki strategi untuk mem branding dirinya. Maka dari itu diperlukan brand strategy untuk membranding diri dan mendapatkan awareness. Tujuan dari brand strategy adalah memaksimalkan potensi kekuatan internal dan eksternal yang dimiliki oleh sebuah brand. Untuk mendapatkan awareness seorang fotografer harus lah melakukan personal branding. Seseorang yang akan melakukan personal branding harus mampu mengetahui potensi diri yang dimilikinya.

Dikutip melalui We Are Social, pengguna sosial media aktif di Indonesia pada tahun 2022 awal mencapai 191,4 juta, pada tahun 2021 pengguna aktif sosial media sebanyak 170 juta, terdapat 12.6% dalam 1 tahun. Pengguna sosial media Instagram di Indonesia mencapai 84,8%, Jumlah pengguna Instagram di Indonesia tahun 2022 mencapai 99,15 juta jiwa dan pada tahun sebelumnya, tahun 2021 pengguna Instagram sebanyak 85 juta jiwa, berdasarkan data tersebut terdapat kenaikan pada pengguna sosial media Instagram sebanyak 14,15 juta jiwa.

Informan yang peneliti wawancarai, seluruh nya menggunakan sosial media Instagram untuk mengunggah hasil karya mereka, tetapi dengan tujuan yang berbeda-

beda. Walaupun memiliki tujuan yang berbeda-beda ketika mengunggah hasil karya nya, para fotografer secara tidak langsung melakukan konsep *personal branding* dengan tujuan untuk meningkatkan *awareness*. *Awareness* ini didapatkan ketika audiens mulai menyadari siapa para fotografer tersebut dan apa karya dihasilkannya, sehingga terbentuklah *brand awareness* yaitu tentang kesadaran akan *brand*.

Word of Mouth merupakan salah satu strategi pemasaran yang efektif untuk mengurangi biaya promosi dan alur distribusi perusahaan (Priansa, 2021). *Word of Mouth* mampu memberikan manfaat yang optimal bagi strategi pemasaran bagi para informan. Strategi word of mouth dianggap sebagai strategi yang murah, efektif dan ampuh untuk menarik minat konsumen. Walaupun *word of mouth* ini dianggap strategi pemasaran tradisional namun cukup meyakinkan konsumen. Strategi dari mulut ke mulut merupakan komunikasi yang berupa pemberian rekomendasi mengenai produk atau jasa yang telah dipakai yang bertujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat.

Bagi pelaku bisnis baik itu di bidang jasa atau pun produk, komunitas merupakan sebuah wadah yang dapat membantu, baik dalam penjualan produk atau jasa dan juga mendapatkan relasi yang bermanfaat. Manfaat komunitas yang dirasakan oleh fotografer yaitu dapat berbagi pekerjaan, sharing mengenai gear terbaru dan juga upgrading skill.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan dari penelitian ini, hasil yang didapat terkait motif, makna, pengalaman dan branding yang dimiliki oleh fotografer di Kota Bandung dalam melakukan kegiatan fotografi. Peneliti akan menjabarkan kesimpulan yang telah didapatkan dari penelitian ini.

Motif awal yang dimiliki oleh para fotografer di Kota Bandung dalam melakukan kegiatan fotografi itu tidaklah sama. Ada dua jenis motif yang didapat dari fotografer di Kota Bandung, pertama motif intrinsik, motif intrinsik timbulnya tidak memerlukan rangsangan dari luar karena memang telah ada dalam diri individu sendiri, yaitu sesuai atau sejalan dengan kebutuhannya. Kedua motif ekstrinsik, Motif ekstrinsik timbul karena adanya rangsangan dari luar individu. Terdapat sebelas motif yang melandasi para fotografer di Kota Bandung, kesebelas aspek motif tersebut didapatkan dari *because motive* dan *in order to motive* fotografer di kota Bandung dalam melakukan kegiatan fotografi. *Because motive* meliputi hobi, kecintaan dan lingkungan. Sedangkan *in order to*

motive meliputi kampanye, mencari nafkah, tokoh panutan, visualisasi imajinasi, mengenang kisah, apresiasi, peningkatan kepercayaan diri dan impian.

Pengalaman yang didapatkan oleh fotografer di kota Bandung dalam melakukan kegiatan fotografi terbagi kedalam tiga aspek yaitu, hambatan, kepuasan dan pencapaian. Ketiga aspek ini membentuk pengalaman dari para fotografer di Kota Bandung dalam melakukan kegiatan fotografi, hambatan yang dimiliki oleh para fotografer meliputi hambatan teknis, mekanis, ekologis, psikologis dan hambatan karena adanya pandemi covid 19. Kepuasan yang didapatkan oleh para fotografer di kota Bandung dalam melakukan kegiatan fotografi yaitu, mendapatkan pengalaman khusus yang tidak dialami oleh fotografer lain, mendapatkan pengalaman baru berupa membaca sebuah momen yang akan terjadi dan riset yang harus dilakukan ketika akan melakukan kegiatan fotografi dan juga perasaan senang atas apa yang sudah dikerjakan. Pencapaian yang didapatkan oleh para fotografer di kota Bandung dalam melakukan kegiatan fotografi yakni, menjadi solo fotografi di event sepeda ultra cycling dan mendapatkan julukan ultra endurance photographer, berhasil menggapai impian semasa kecil, mendokumentasikan event musik ternaman dan menjadi juri di lomba fotografi juga berhasil mendidik mahasiswa agar menghasilkan sebuah karya.

Makna yang didapatkan fotografer di kota Bandung dalam kegiatan fotografi terbagi kedalam tiga aspek yaitu, tujuan, sensasi dan karakter foto. Tujuan yang didapatkan oleh para fotografer di kota Bandung dalam kegiatan fotografi yaitu, mengkomunikasikan manfaat sepeda dan cara menyelamatkan bumi dengan kegiatan bersepeda dan fotografi sepeda, mewujudkan cita-cita yang pernah diucapkannya ketika sewaktu kecil untuk mengikuti persib, menghidupi diri dari fotografi dan menghidupi passion di bidang fotografi stage dan juga sebagai ladang amal karena bisa memberikan ilmu yang ia punya kepada mahasiswa dan sebagai sumber kehidupan karena merupakan sumber penghasilannya. Sensasi yang didapatkan oleh para fotografer di kota Bandung dalam kegiatan fotografi yaitu, memberikan rasa tenang dengan melakukan kegiatan foto dan berkendara sepeda, rasa mencekam seperti di medan perang ketika melakukan kegiatan foto sepakbola, memberikan rasa senang karena passion nya di foto stage, dan memuaskan pengelihatan karena ketika menuangkan sebuah ide, konsep dan kreatifitas yang berpadu dalam suatu proses produksi dan menghasilkan sebuah visual yang

memuaskan indra pengelihatan. Karakter foto yang didapatkan oleh para fotografer di kota Bandung yaitu hampir seluruh fotografer memiliki karakter foto jurnalistik dan karena foto tersebut dibuat untuk bisa dinikmati untuk masa mendatang dan foto tersebut bertujuan agar audiens ikut merasakan yang dirasakan oleh sang fotografer ataupun objek fotonya juga karakter foto yang memiliki hasil yang jelas, cerah dan terkesan modern.

Branding yang dilakukan oleh para fotografer di kota Bandung didapat melalui tiga strategi yakni, melalui media sosial, word of mouth dan melalui komunitas. Sosial media yang digunakan fotografer di kota Bandung untuk melakukan branding yaitu Instagram, dengan sosial media para fotografer dapat memuat portofolio nya dan juga melakukan personal branding melalui karya nya, dengan portofolio tersebut audiens dapat mengetahui hasil karya yang dihasilkan oleh para fotografer dan juga dapat mengetahui spesialisasi bidang fotografi dari fotografer. Word of mouth masih sering digunakan karena untuk mendapatkan target market haruslah dimulai dari orang terdekat lebih dahulu, memuaskan klien melalui karya yang dihasilkan oleh fotografer dimulai dari yang terdekat dahulu, agar dapat mempengaruhi klien tersebut untuk memasarkan seorang fotografer berdasarkan karya dan juga servis yang dilakukannya. Peran komunitas dapat membantu strategi branding, karena peran komunitas dapat membantu fotografer untuk upgrading skill, diskusi mengenai tren fotografi terkini, diskusi gear terbaru, mendapatkan pekerjaan dan juga memasarkannya melalui *word of mouth*.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. (2011). *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis rekayasa media.
- <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/> pada 22 mei 2022. pukul 22.50 WIB
- Moleong, Lexy J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif, cetakan ke-36*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset
- Morissan. (2019). *Riset Kualitatif*. Jakarta: Kencana PRENAMEDIA.
- Nugroho, Sri (2021) *Kala Semana : Aplikasi Pencetakan Foto di Atas Benda Vintage Sebagai Stimulus Kenangan Lansia*. Masters thesis, ISI Yogyakarta.

- Perdana, Fani Juliyanto (2019,Desember). *Pentingnya Kepercayaan DiriDan Motivasi Sosial Dalam Keaktifan Mengikuti Proses Kegiatan Belajar*. Jurnal Edueksos Vol. VIII No. 2.
- Sobur, Alex. (2020). *Psikologi Umum*, Bandung: Pustaka Setia Bandung.
- Sugiyanto, Dyah Rachmawati, Suwandi Sumartias, Neni Yulianita, Lukiati Komala. (2017). *Motif Aparatur Sipil Negara Menjadi Pejabat Humas*. Prosiding Konferensi Nasional Komunikasi, Vol. 01, No. 01.
- Uno, Hamzah. (2019). *Teori Motivasi & Pengukuranya*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Wiksana, W. A. (2017). *Studi Deskriptif Kualitatif tentang Hambatan Komunikasi Fotografer dan Model dalam Proses Pemetretan*. Mediator: Jurnal Komunikasi, 10(1), 121-131.