

ANALISIS INTERAKSIONISME SIMBOLIK PADA UNGGAHAN INSTAGRAM PUREPOSE PHOTOGRAPHY

**Pupu Jamilah, Astri Dwi Andriani, dan Tri Satyawan Ikrar Fahmi Husaini
Muhammad Yahya Soleh Nur Firdaus Taufik Hidayatulloh.**

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Putra Indonesia
Jl. Dr. Muardi No. 66 By Pass Cianjur

Abstrak

Manusia adalah makhluk sosial yang tidak bisa hidup sendiri dan membutuhkan peran orang lain agar bisa berinteraksi satu sama lain. Pernikahan adalah momen yang paling ditunggu dan diinginkan oleh setiap pasangan yang ada. Untuk itu dibutuhkan dokumentasi pernikahan agar momen tersebut bisa terus dikenang dan dinikmati. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ciri khas dari Purepose Photography sebagai *vendor* fotografi yang bergerak di *wedding industry*, dan penelitian ini menggunakan metode kualitatif berdasarkan hasil wawancara dengan informan yang telah dipilih. Berdasarkan hasil penelitian, didapatkan bahwa Purepose Photography menggunakan konsep POAC dalam manajemennya, hasil fotonya mengandung makna tersendiri baik secara verbal maupun nonverbal dan warna adalah salah satu yang paling diunggulkan dengan nama "*Purpose Natural Beauty*"

Kata Kunci: Purpose Photography; dokumentasi; vendor; client; fotografi.

Abstract

Humans are social creatures who cannot live alone and need the role of others in order to interact with each other. Wedding is the most awaited and desired moment by every couple. For this reason, marriage documentation is needed so that the moment can be remembered and enjoyed. This study aims to find out the characteristics of Purpose Photography as a photography vendor engaged in the wedding industry, and this study uses a qualitative method based on the results of interviews with selected informants. Based on the results of the study, it was found that Purpose Photography uses the POAC concept in its management, the photos contain their own meaning both verbally and nonverbally and color is one of the most superior with the name "Purpose Natural Beauty"

Keywords: Purpose Photography; documentation; vendor; client; photography.

Pendahuluan

Manusia merupakan makhluk hidup yang selalu berinteraksi dengan sesama. Manusia sebagai makhluk sosial tidak dapat hidup sendiri, tapi sangat membutuhkan peran orang lain. Karena kita hidup di dunia ini saling membutuhkan satu dengan yang lainnya.

Melansir (Literasipublik.com,2018), kehidupan manusia adalah suatu dinamika yang memadukan manusia dengan sesamanya dan dengan lingkungannya. Dinamika itu tetap tidak pernah berhenti, dan akan selalu aktif. Dinamika manusia merupakan ungkapan jiwa sebagai makhluk yang berakal budi dan sebagai makhluk sosial. Hakikat inilah yang membedakan manusia dengan makhluk lainnya.

Pernikahan adalah babak baru untuk mengarungi kehidupan baru juga. Ibarat membangun sebuah bangunan, diperlukan persiapan dan perencanaan yang sangat matang. Seperti mulai dari memilih bahan bangunan, melihat aspek keindahan dan kegunaan bangunan, lalu kenyamanan sampai memilih perabotan rumah tangga yang serasi dengan konsep bangunan tersebut. Segala sesuatunya harus diperhatikan. Jika tidak, semua aspek yang

ada dalam bangunan itu malah akan memberikan banyak kekecewaan bagi yang menempatinnya.

Menurut Wasman dan Nuroniyah (2011:29), perkawinan merupakan permasalahan yang *esensial* bagi kehidupan manusia, karena disamping perkawinan sebagai sarana untuk membentuk keluarga, perkawinan tidak hanya mengandung unsur hubungan manusia dengan manusia tetapi juga menyangkut hubungan keperdataan, perkawinan juga memuat unsur sakralitas yaitu hubungan manusia dengan Tuhannya.

Sudarma (2014:2) memberikan pengertian bahwa media foto adalah salah satu media komunikasi, yakni media yang bisa digunakan untuk menyampaikan pesan/ide kepada orang lain. Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, fotografi adalah sebuah kata kerja yang berarti seni dan penghasilan gambar dan cahaya pada film atau permukaan yg dipekatkan. Untuk menghasilkan foto yang merupakan hasil dari fotografi, diperlukan sebuah kamera. Kamera dapat dibagi menjadi 2 tipe yaitu kamera analog dan kamera digital.

Fotografi sangat diminati pada zaman ini, bisa dilihat dalam masyarakat sangat

banyak penggunaannya tidak hanya dengan Kamera DSLR, *action cam*, *drone* bahkan *handphone* juga memiliki fitur yang tidak kalah canggih soal kamera yang berkualitas. Fotografi dapat digunakan dalam kegiatan sehari-hari seperti mendokumentasikan acara harian, pariwisata penting, dokumentasi politik, iklan, dan lain lain. Namun sekarang ini sebuah fotografi dijadikan dalam sebuah profesi untuk mencari sebuah pekerjaan dengan mengandalkan sebuah kamera untuk membuat suatu dokumentasi namun juga memiliki suatu seni yang tinggi didalamnya.

Fotografi menjadi suatu tantangan tersendiri bagi pencintanya untuk mengolah suatu foto atau kreatifitas dalam mengolah sebuah foto sebagai pencapaian ekspresi jiwa yang dianggap sebagai kepuasan diri dalam mengambil sebuah foto yang di dapatkan sama persis dengan keadaan momen yang terjadi. Keinginan manusia terutama pecinta fotografi untuk mengabadikan serta merekam gambar secara persis maka harus dibutuhkan suatu seni yang lebih dalam mengabadikan suatu momen melalui suatu kamera.

“Kedatangan fotografi di Indonesia tidak serta-merta menjadi sebuah perkembangan teknologi, namun menjadi awal peradaban

seni yang telah dicatat oleh sejarah sebagaimana negara ini mampu menerima peran fotografi di segala bidang. Selain itu pengetahuan sejarah fotografi memberikan kepada kita kerangka tubuh keilmuan yang tumbuh dan berkembang dengan berbagai aspek keilmuannya serta pengaruhnya terhadap berbagai cabang ilmu di luar dirinya”. (Soejono, 2006:83)

Dilansir dari website artikbbi.com (2017), dokumentasi merupakan pengumpulan, pemilihan, pengolahan, dan penyimpanan informasi dalam bidang pengetahuan, pemberian atau pengumpulan bukti-bukti dan keterangan-keterangan.

Dokumentasi foto pernikahan merupakan sebuah media komunikasi yang menyampaikan pesan secara non-verbal melalui sebuah gambar dengan beragam makna di dalamnya. Walaupun dokumentasi foto tidak dapat menceritakan kembali sebuah peristiwa secara detail seperti dokumentasi video. Namun dokumentasi foto dapat mengingatkan sebuah kejadian, perasaan, suasana, emosi, dan sebagainya. Secara ideal sebuah dokumentasi foto merupakan bentuk komunikasi *visual* yang unik, karena selain mengabadikan sebuah peristiwa, melalui sebuah foto akan diperoleh informasi yang sebenarnya dan pengetahuan tentang

sesuatu hal, sebagaimana dijelaskan bahwa: "Fotografi adalah unik dalam bidang ilmu komunikasi visual karena masyarakat telah "menilai fotografi sebagai media untuk memberikan laporan, pengetahuan tentang hal lain, untuk mengabadikan waktu, untuk mendokumentasikan dan mengenang" (Kember, 1998: 2).

Di Indonesia, perkembangan dokumentasi foto pernikahan semakin meningkat semenjak kemunculan teknologi fotografi *digital*, dan tidak terkecuali untuk daerah Kota Cianjur. Dokumentasi foto pernikahan dapat dibedakan dengan dokumentasi foto lainnya karena selalu diikat dengan dengan beberapa unsur tanda. Salah satu contoh tanda ini adalah penggunaan baju nikah dalam foto pernikahan, sehingga saat seseorang yang melihat foto tersebut akan mengetahui bahwa foto tersebut merupakan sebuah prosesi pernikahan yang telah berlalu berdasarkan tanda-tanda yang terdapat dalam foto tersebut.

Hal ini sesuai dengan konsep fotografi yang pada awal kemunculannya merupakan sebuah media untuk merekam sejarah dengan menggunakan media film negatif, sehingga hasil sebuah proses fotografi secara ideal akan menyerupai

bentuk asli objek yang difoto. Dengan kata lain proses fotografi menghasilkan sebuah cerminan terhadap objek yang difoto, sehingga dokumentasi foto juga merupakan sebuah media yang dapat mengkomunikasikan pesan melalui gambar dan dapat memunculkan beragam makna.

Seiring dengan berkembangnya dunia fotografi pernikahan dan fenomena melunjaknya kebutuhan pasar juga berbagai keinginan membuat para penggiat fotografi membuat perusahaan khusus untuk dokumentasi pernikahan, keinginan mulai dari konsep tradisional sampai dengan *modern*. Para penggiat dokumentasi berlomba-lomba membuat *signature* mereka masing-masing sebagai nilai jual mereka, baik dari pelayanan atau segi *editing* dan hasil yang diberikan kepada mempelai pengantin.

Banyaknya perusahaan dokumentasi pernikahan di Cianjur menghasilkan sebuah keberagaman dan memberikan banyak pilihan kepada calon mempelai untuk menggunakan perusahaan dokumentasi yang mana, semuanya tergantung pilihan kedua calon mempelai sesuai keinginan dan *budget* yang mereka mau.

Pernikahan akan menjadi acara terbesar keluarga sekali seumur hidup. Untuk itu dibutuhkan jasa dokumentasi khusus agar bisa menciptakan kenangan saat momen pernikahan, dan saat ini banyak sekali yang menawarkan jasa khusus *wedding photography* atau fotografi pernikahan untuk mengabadikan setiap momennya dengan tertata dan hasilnya memuaskan.

Momen penting pernikahan bisa diabadikan oleh fotografer profesional. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan, terdapat 10 perusahaan foto pernikahan yang paling populer di Cianjur, seperti Tosuka Project, Luxe Photography, Purepose Photography, Samarasa Kreatif, After Maghrib, Jasmine Photography, Akar Photography, Couple Photo, Sabagya Photography, dan Silver Photography. Salah satu yang paling unggul adalah Purepose Photography, hal ini karena:

1. Pemilihan warna yang *natural* dan alami (*beauty tone*). Dibandingkan dengan perusahaan lain yang mengentalkan unsur warna bahkan dirubah hingga menimbulkan kesan dramatis dan sinematik sampai unsur warna alami momen itu hilang.
2. Durasi cetakan album yang cepat yaitu hanya 2 minggu, dibandingkan

dengan perusahaan lain durasi cetakan album minimal 1-2 bulan baru selesai dan sampai ke tangan *client*.

3. Penyimpanan data di *server lifetime* (seumur hidup) semua hasil foto tidak pernah dihapus. Lebih baik membeli *haddisk* baru dari pada harus hapus data. Dibandingkan dengan perusahaan lain ada yang setiap dua bulan melakukan penghapusan *file* untuk meminimalisir penyimpanan *harrdisk* penuh.

4. Perusahaan *independent* atau mandiri tanpa mengandalkan dana bantuan dari pihak bank. Dibandingkan perusahaan lain yang membuka usahannya meminjam dulu ke pihak bank sehingga Ketika dana hasil dokumentasi dibagi lagi untuk persentase bank.

5. Alat yang sudah profesional, lengkap dan milik sendiri. Dibandingkan dengan perusahaan lain ada yang beberapa alat tidak lengkap sehingga harus mengeluarkan biaya sewa alat.

Tinjauan Teoritis

Menurut hasil riset, kata dari fotografi berasal dari dua istilah yunani: photo dari phos (cahaya) dan graphy dari graphe (tulisan atau gambar). (Bull, 2010). Maka makna harfiah fotografi adalah menulis atau menggambar dengan cahaya. Dengan ini maka identitas fotografi bisa

digabungkan menjadi kombinasi dari sesuatu yang terjadi secara alamiah (cahaya) dengan kegiatan yang diciptakan oleh manusia dengan budaya (menulis dan menggambar/melukis). Fotografi sebagai karya seni mengandung nilai estetika yang mencerminkan pikiran dan perasaan dari fotografer yang ingin menyampaikan pesannya melalui gambar atau foto. Fotografi tidak bisa didasarkan pada berbagai teori tentang bagaimana memotret saja karena akan menghasilkan gambar yang sangat kaku, membosankan dan tidak memiliki rasa.

Menurut hasil sebuah riset, *brand* adalah identifikasi berupa nama atau simbol yang mempengaruhi proses pemilihan suatu produk atau jasa, yang membedakannya dengan produk pesaing serta memiliki nilai bagi para pembeli dan penjualnya. (Fadhool, 2017). Hasil riset lain juga menegaskan bahwa merek berbeda dengan produk. Produk adalah sesuatu yang dibuat di pabrik, namun yang sesungguhnya dibeli oleh pelanggan adalah mereknya. Pada akhirnya merek bukanlah apa yang dibuat di pabrik, tercetak di kemasan atau apa yang diiklankan pemasar. (Susanto & Wijarnako, 2004). Menurut hasil riset, *Personal brand* merupakan persepsi yang tertanam dan terpelihara di benak orang

lain, yang memiliki tujuan akhir agar publik punya pandangan positif terhadapnya sehingga dapat berlanjut kepada kepercayaan dan loyalitas. (McNally & Speak, 2004).

Menurut hasil sebuah riset, proses membaca foto adalah sebuah proses untuk masuk ke dalam serangkaian hubungan tersembunyi dari suatu kekuatan yang membingungkan. Kekuatan tersebut berada di dalam gambar di depan mata, sehingga perlu untuk tidak hanya melihatnya sebagai gambar saja, akan tetapi juga membacanya sebagai permainan aktif dari bahasa *visual*. (Clarke, 1997) Riset lain juga mengatakan melihat ada tiga aspek yang terdapat dalam foto, yaitu operator, *spectator* dan *spectrum*. (Barthes, 1981).

Menurut hasil riset, interaksionisme simbolik merupakan salah satu perspektif yang ada dalam studi komunikasi, yang barangkali paling bersifat "humanis" (Ardianto, 2007). Dimana, perspektif ini akan menonjolkan keagungan dan maha karya dari nilai individu diatas pengaruh nilai-nilai yang selama ini ada. Perspektif ini menganggap bahwa setiap individu di dalam dirinya memiliki esensi kebudayaan, berinteraksi di tengah masyarakat sosialnya, dan menghasilkan

makna "buah pemikiran" yang disepakati secara kolektif. Dan pada akhirnya, dapat dikatakan bahwa setiap bentuk dari interaksi sosial yang dilakukan oleh setiap individu, akan mempertimbangkan sisi individu tersebut, dan inilah salah satu ciri dari perspektif interaksional yang beraliran interaksionisme simbolik.

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Instagram pada dasarnya memang merupakan sarana mempertunjukan sesuatu, maka dari itu kemunculan efek dibalik sarana ini memunculkan banyak hal dan kultur baru. Menurut hasil riset, itu jejarng sosial sebagai layanan berbasis web yang memungkinkan perorangan untuk membangun profil umum atau semi-umum dalam satu sistem yang terbatas, menampilkan pengguna lainnya yang berkaitan dengan mereka, dan melihat-lihat dan mengamati daftar koneksi yang mereka miliki maupun daftar yang dibuat oleh pengguna lainnya dalam sistem tersebut (Boyd & Ellison, 2004)

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dikarenakan peneliti ingin mengetahui dan memahami lebih dalam lagi lalu dapat mengungkapkannya secara kontekstual dan menghasilkan data deskriptif pada suatu konteks khusus berdasarkan pengamatan.

Dalam penelitian ini menggunakan metode pendekatan penelitian studi kasus, yaitu studi kasus pada unggahan sosial media *instagram* Purepose periode Maret 2021. Terfokus pada unggahan yang dilakukan oleh Purepose yang nantinya diteliti menggunakan teori yang berhubungan dengan itu.

Hasil dan Pembahasan

Purepose berdiri pada tanggal 25 September 2018. Purepose sendiri adalah sebuah vendor yang bergerak pada seni fotografi, khususnya untuk industri pernikahan. Industri pernikahan mencakup foto lamaran, *prewedding*, *wedding* dan tahapan selanjutnya ada foto *maternity*. Kantor Purepose sendiri beralamat di Jl. Didi Prawirakusuma No. 66, Maleber, Cianjur, Jawa Barat.

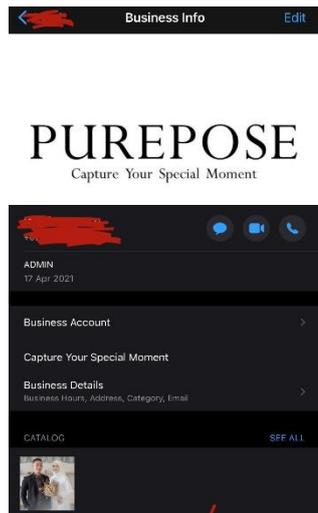
Secara garis besar, Purepose membuat manajemen yang rapih untuk mengatur

semua proses, mulai dari persiapan sampai ke proses penyerahan hasil ke tangan *client*. Dan dalam manajemennya, Purepose menggunakan prinsip POAC (*Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling*).

1. *Planning*, Purepose memiliki *planning* mulai dari mendapatkan *client* sampai pada tahap produksi dan hasil. Pertama, Purepose menyimpan *contact person* di sosial media khususnya di *Instagram*, dengan harapan ketika calon *client* tertarik setelah melihat unggahan di sosial media tersebut, mereka akan langsung menghubungi nomor admin.



Gambar 1 Contact Person Purepose di Instagram
Setelah *client* masuk *link Whats'App* itu, maka akan terjadi proses obrolan dengan admin baik itu *pricelist* atau bisa sampai nego harga dan kesepakatan lainnya.



Gambar 2 Contact Person Purepose di What's App

2. *Organizing*, Purepose memiliki total empat orang termasuk pemilik perusahaan, dengan dua orang sebagai fotografer dan satu orang khusus sebagai editor. Namun editor bisa juga merangkap sebagai fotografer di lapangan karena di purepose memiliki dua tim yang masing-masing total dua orang, satu sebagai fotografer utama dan yang satu lagi sebagai asisten fotografer atau *secondary photographer*.

3. *Actuating*, Purepose sudah memiliki SOP (*Standard Operational Procedure*) sendiri baik untuk fotografer atau editor. Untuk fotografer, sebelum terjun ke lapangan itu sudah diberi gambaran dan arahan oleh Iqbal selaku pemilik perusahaan tentang pengambilan

foto yang rapih dan bagus juga pastinya menjual untuk *client*.

4. *Controlling*, pemilik perusahaan berinisiatif untuk memberi tahu kepada rekan kerja yang lain untuk tata cara pengambilan foto mulai dari jarak pengambilan sampai ke *angle* nya, minimal rekan kerjanya tau SOP yang ada. Jika ada inisiatif pengambilan *angle* yang lain, tetap harus memperhatikan SOP yang sudah disepakati dan juga pemilik perusahaan pun selaku pemilik tidak merasa keberatan untuk itu karena semuanya tetap dalam pengawasan secara langsung dilapangan.

1) *Verbal*, adalah komunikasi yang menggunakan kata-kata baik dalam bentuk tulisan atau percakapan lisan. Komunikasi ini adalah komunikasi yang paling banyak digunakan oleh manusia, karena dengan kata-kata bisa mengungkapkan isi hati, perasaan, emosi, gagasan, berdiskusi, menyampaikan fakta dan informasi juga bahkan bertengkar.

“Komunikasi verbal adalah komunikasi yang menggunakan kata-kata, entah lisan maupun tulisan. Komunikasi ini paling banyak dipakai dalam hubungan antar manusia. Melalui kata-kata mereka mengungkapkan perasaan, emosi, pemikiran, gagasan, atau maksud mereka, menyampaikan fakta, data, dan informasi serta menjelaskannya, saling bertukar pikiran dan pemikiran, saling berdebat dan bertengkar” (Agus, 2003).

- a. Logo Purepose, Purepose sendiri adalah sebuah perusahaan atau *vendor* yang bergerak dibidang industri pernikahan, dengan menggunakan nama Purepose dan bukan menggunakan sebuah bentuk seperti kotak, segitiga, atau lingkaran untuk logonya, melainkan menggunakan tulisan yang khas dan mengandung makna tersendiri bagi pemilik logo ini.

PUREPOSE
-Capture Your Special Moment-

Gambar 3 Logo Purepose

Berawal dari kelemahan pemilik perusahaan dan memang seorang fotografer juga yang tidak bisa *men-direct*

orang ketika akan difoto, namun disuatu hari fotografer ini melihat seorang fotografer ketika di Bandung sedang *men-direct client*-nya dengan gaya yang natural dan sifatnya yang tidak memaksa jadi hasilnya benar-benar natural.

PUREPOSE
Capture Your Special Moment

Gambar 4 Logo Baru Purepose

Bisa terlihat dari logo barunya Purepose yang berbeda yaitu tidak adanya garis yang memisahkan antara tulisan “Purepose” dengan *tagline* “Capture Your Special Moment.” Dan juga bila diteliti lebih dalam lagi adalah perbedaan *font* yang digunakan, sepintas terlihat sama namun aslinya memang jelas berbeda. Ada maksud dan tujuan tertentu dari dihapusnya garis pemisah tersebut.

- b. *Hashtag* atau Tagar, unggahan di media sosialnya Purepose menggunakan banyak *hashtag* yang tidak hanya sekedar teks biasa, tetapi ada tujuan tertentu yaitu agar foto-foto hasil dari Purepose bisa muncul berdasarkan *hashtag* yang tercantum agar menjadi salah satu refrensi foto khususnya pernikahan.

#photography #prewedding #preweddingtoday #thebridedeep
#bridestory #preweddingbandung #preweddingkeren
#preweddingcianjur
#preweddingjakarta #preweddingbogor
#preweddingphoto #cianjur #bandung #jakarta #weddinginspiration
#weddingku #weddingootd #pernikahan #story #moment
#preweddingstyle #thebridestory #purepose #referencewedding
#love #weddingday #pictures #engagement #thebrideideas
#luxurywedding

Gambar 5 Hashtag yang digunakan Purepose

Pada setiap unggahan foto Purepose di media sosial *instagram* pasti menggunakan *hashtag* yang sama dan berulang, jadi tidak pernah ada yang dikurangi atau ditambah. Ada maksud tersendiri mengapa *hashtag* yang digunakan selalu sama pada saat Purepose mengunggah fotonya di media sosial *instagram*.

c. *Caption*, Purepose *caption*-nya tidak mengenai penjelasan tentang makna dari sebuah foto yang diunggah ataupun sebuah rangkaian kata-kata puitis yang menggambarkan sebuah suasana tentang percintaan, namun Purepose hanya mencantumkan nama dari *client* beserta akun *instagram*-nya dan juga akun *instagram* dari semua *vendor* yang terlibat dalam acara pernikahan tersebut.



Gambar 6 *Caption* yang digunakan Purepose

d. *Watermark*, Purepose menggunakan *watermark* pada setiap unggahannya di media sosial *instagram* selain sebagai identitas diri juga sebagai hak cipta bahwa foto tersebut hak milik dari Purepose dan tidak bisa di-*claim* atau dicuri oleh orang

lain untuk digunakan secara pribadi ataupun komersil. Purepose juga meletakkan *watermark* tersebut berada diposisi tengah dan di bawah dengan maksud agar gampang terbaca dan tidak mengganggu fotonya.

2) *NonVerbal*, menurut hasil riset, yang dimaksud komunikasi nonverbal adalah penciptaan dan pertukaran pesan dengan tidak menggunakan kata-kata, melainkan menggunakan bahasa isyarat seperti gerakan tubuh, sikap tubuh, vokal yang bukan kata-kata, kontak mata, ekspresi muka, kedekatan jarak, sentuhan, dan sebagainya (Arni, 2002).

a. Ekspresi Wajah, menurut hasil riset, ekspresi emosi muncul secara spontan bahkan seringkali sulit dikontrol atau disembunyikan (Hude, 2006)



Gambar 7 Ekspresi Wajah

Ketika seorang fotografer sudah men-*direct* dan diberi sugesti, maka pengantinnya pun akan berdo'a dengan *khusyu* sehingga didapatkan ekspresi

sampai dengan mata tertutup yang timbul dari mereka sendiri ketika keseriusannya dalam berdo'a.

b. Sentuhan, sebuah sentuhan memang digunakan untuk mengkomunikasikan seperti memberi dukungan atau rasa nyaman kepada lawan bicara. Misal dalam fotografi, pose dengan sentuhan sering digunakan oleh fotografer. Pasangan tersebut akan diarahkan untuk saling berpegangan tangan dengan tujuan untuk memberikan rasa nyaman dan dengan pesan agar pasangannya tidak pergi meninggalkannya juga meyakinkan bahwa bisa melewati berbagai rintangan hidup berdua.



Gambar 8 Sentuhan Pada Pemasangan Cincin

Pemasangan cincin adalah hal yang biasanya harus dilakukan dokumentasi karena termasuk sakral. Purepose sengaja melakukan foto dengan jarak yang dekat

agar terlihat jelas dan *detail* menggambarkan bahwa memang sedang melakukan pemasangan cincin. Terlihat juga bahwa posisi jari tangan mempelai pria memegang cincin seperti gambar diatas, ada tujuan tertentu yaitu agar detail cincinnya terlihat jelas. Jika tidak seperti itu pasti cincinnya akan terhalang oleh jari yang lain, dipegang oleh ibu jari dan telunjuk adalah posisi yang pas ketika pemasangan cincin.

c. Warna, pada dasarnya, warna menjadi elemen penting dalam sebuah gambar karena dapat memberikan suatu isyarat atau makna. Namun arti dari setiap warna itu berbeda-beda, meskipun satu warna yang sama tetap bisa saja beda tergantung penggunaannya. Warna sering kali kita lihat tidak hanya pada sebuah rumah atau pakian, namun juga bisa dalam rambu-rambu lalu lintas atau pada lukisan dan sebuah foto. Dalam fotografi pernikahan, warna menjadi salah satu elemen penting. Karena selain *angle* atau sudut pandang pengambilan gambar, warna itu bertujuan mempercantik atau

memberi kesan suasana tertentu tergantung tema dari foto. Maka dari itu warna pun bisa menjadi identitas atau ciri khas dari sebuah perusahaan fotografi jika perusahaan tersebut memiliki tema warna sendiri.



Gambar 9 Warna Purepose Natural Beauty

Warna dari hasil kamera terlihat terang, jernih, cantik, dan seperti tidak diedit. Namun jika diperhatikan lagi dengan teliti, foto ini jelas sudah diedit namun warnanya natural, ada warna yang sudah menjadi karakter Purepose sendiri yang diberi nama Purepose natural beauty. Sebenarnya banyak vendor yang tidak selalu menggunakan warna beauty ini, ada yang menggunakan warna-warna cinematic yang terkesan dark atau warm untuk memberikan suasana hangat atau memang kebetulan pasokan sumber cahayanya

sedang warm seperti mentari pagi atau sore hari.

Namun juga biasanya untuk warna-warna cinematic bukan digunakan pada saat foto pernikahan, namun digunakan ketika foto prewedding untuk menampilkan kesan bercerita ditambah dengan pengambilan gambar-gambar dari sudut pandang yang biasa disebut extreme ataupun detail-detail tangan agar nuansa gambar yang berceritanya sangat didapatkan. Purepose memutuskan warna signature ini ada alasan lain, yaitu yang berhubungan dengan cetakan foto album. Sebuah album foto salah satu sifatnya yaitu tahan lama, sehingga lama kelamaan biasanya warna-warna dari cetakan album itu akan memudar atau kurang enak dipandang.

Cetakan album adalah bagian produksi akhir dari sebuah perusahaan fotografi pernikahan, disanalah terkadang ada problem yang muncul apalagi yang berkaitan dengan warna. Kadang ketika sebuah perusahaan menggunakan warna-warna yang gelap, ketika dicetak permasalahannya adalah warna akan lebih gelap atau bahkan pudar dari hasil edit digital sebelumnya meskipun hasil edit digital terlihat sudah pas dan enak untuk dilihat.

d. Kontak Mata, sebuah kontak mata bisa menjadi unsur besar dalam komunikasi nonverbal. Karena dari cara lawan bicara atau pasangan melihat dan menatap itu bisa mengirimkan suatu informasi. Dalam berbicara dengan banyak orang misalnya seminar, kontak mata menjadi hal penting karena ketika sedang berbicara dan melakukan kontak mata langsung dengan *audiance* tertentu, itu akan memberikan kesan keseriusan atau seakan-akan sedang berbicara langsung dengan *audiance* tersebut.

Dengan kontak mata, pesan juga akan bisa terlihat secara langsung misalnya dilihat ketika sedang berbohong atau memikirkan sesuatu, matanya akan terlihat seperti tatapan kosong. Atau ketika sedang berbicara, matanya itu seperti menatap lawan bicaranya dengan tajam yang menandakan keseriusan dalam menyimak apa yang sedang dibicarakan. Yang pada intinya tatapan mata sebenarnya bisa memberi tahu banyak hal tentang seseorang tersebut.

Dalam fotografi pun, saling bertatapan adalah pose yang sering digunakan. Ketika dalam pemasangan cincin, pasangan akan diarahkan untuk saling bertatapan sambil tersenyum yang menandakan kebahagiaan karena telah menjadi pasangan sah sebagai

suami istri. Juga ketika pose dengan jarak yang lebih intim sambil saling bertatapan dengan pesan yang tersampaikan adalah timbulnya perasaan cinta yang lebih kuat lagi dari sebelumnya.

Pose saling bertatapan juga adalah yang paling sering digunakan, baik ketika pose formal atau ketika dokumentasi acara. Karena ketika saling bertatapan, biasanya pasangan pengantin akan tersenyum dengan sendirinya, ekspresi dan suasana itulah yang diharapkan oleh sang fotografer dalam mengambil sebuah momen pernikahan. Pose saling bertatapan ini pula sering dikolaborasikan dengan pose lain, misalnya saling merangkul atau saling berpegangan tangan, tujuannya untuk menambah kesan keindahan dalam *framing* kamera.



Gambar 10 Kontak Mata Saling Bertatapan

Pengambilan foto ini bisa dilakukan setelah dokumentasi foto untuk buku nikah, baru setelah itu dokumentasi untuk mas kawinnya. Terlihat juga ekspresi wajah mereka yang senang dan bahagia ketika saling bertatapan dengan senyum

yang mulut terbuka. Sebelum dilakukan pose seperti ini pasti akan diberi sugesti terlebih dahulu agar emosinya lebih dapat, dan setelah diberi sugesti dihasilkan gambar seperti yang diatas. Mereka juga dengan sendirinya bisa saling tersenyum dan dengan tatapan yang tajam juga mendalam pasti ada pesan atau maksud tersendiri dari mereka masing-masing.

Simpulan

Pernikahan adalah momen yang paling diinginkan oleh setiap pasangan yang ada, dan pernikahan adalah acara yang sakral dan menjadi acara yang bisa saja terjadi sekali dalam seumur hidup. Karena hal itu, momen pernikahan sangat perlu untuk didokumentasikan agar bisa dikenang dan dinikmati kembali momen-momen yang telah terjadi pada saat itu.

Purpose ini adalah salah satu *vendor* atau perusahaan yang bergerak dibidang *wedding industry* khususnya dokumentasi di Cianjur. Purpose menjadi salah satu perusahaan fotografi pernikahan yang paling populer, dengan banyak ciri khas dan beberapa keunggulannya menjadikan

Purpose ini perusahaan fotografi pernikahan yang paling menonjol, yang paling diunggulkannya adalah pemilihan warna dan kecepatan produksi foto.

Dalam perusahaannya, Purpose ini menggunakan konsep POAC dalam mengatur segala bentuk kegiatan di perusahaan ini. Dalam *planning*, Purpose telah menyiapkan *link* yang terhubung langsung dengan *What'sApp admin*, dengan tujuan agar calon *client* bisa langsung berkomunikasi, menanyakan harga dan lain sebagainya. Ketika ada hal yang memang harus dibicarakan secara langsung, maka dilakukan pertemuan secara langsung agar bisa lebih jelas bila ada yang ingin ditanyakan.

Untuk *organizing* sendiri, Iqbal selaku pemilik perusahaan tidak memaksakan jam kerja karyawannya. Setiap selesai bekerja selalu dipastikan jam istirahatnya. Selain dari pada itu, dengan total empat orang termasuk Iqbal sendiri dan pembagian *jobdesk* yang tepat membuat *organizing* ini

berjalan dengan semestinya. Baik itu dari fotografer utama maupun *secondary photographer* dan juga editor yang juga bisa merangkap sebagai fotografer. Lalu, tidak lupa untuk diberi arahan dan juga bekal ilmu kepada karyawan lain agar hasilnya selalu sesuai dengan standar dari Purepose itu sendiri.

Dalam *actuating*, Purepose mempunyai SOP (*Standard Operational Procedure*) sendiri, baik untuk fotografer maupun editor. Seperti tata cara pengambilan *angle* foto, cara *set lighting*, sampai waktu untuk pembuatan album sendiri. Semua itu dilakukan untuk menjaga kualitas yang sudah diunggulkan dari Purepose. Selain itu juga Purepose membagikan atau memperlihatkan hasil-hasil fotonya ke sosial media khususnya *Instagram*, karena selain untuk portofolio juga bisa sebagai media sarana pemasaran Purepose untuk para calon *client*-nya dimasa yang akan datang.

Dalam *controlling*, Iqbal selalu mengingatkan kepada fotografer lain untuk bisa mengamankan momen terlebih dahulu sebelum melakukan pengambilan gambar secara bebas sesuai inisiatif mereka, karena bagaimanapun sudah ada SOP yang berlaku dan harus diikuti. Jika sudah aman, maka fotografer tersebut diperbolehkan mengambil *angle* gambar sesuai dengan inisiatif mereka. Untuk editor sendiri diberikan keleluasaan dalam membuat album, namun sebelum dikirim ke percetakan, pemilik perusahaan akan melakukan *cross check* terlebih dahulu untuk memastikan tidak ada yang perlu diperbaiki sebelum dicetak dan diberikan kepada *client*.

Warna adalah hal yang paling menjadi ciri khas dari Purepose. Pemilihan warna yang natural dan alami, dengan nama *Purepose Natural Beauty* adalah warna *signature* atau warna unggulan dari Purepose. Warna ini disukai banyak kalangan menurut Iqbal sendiri, karena dengan warna ini bisa

membuat lebih cantik dan terlihat alami, tidak banyak warna yang muncul berlebihan. Dibandingkan dengan warna-warna *dark* dan *cinematic*, *Purepose* lebih memilih warna ini. Warna *Purepose Naturak Beauty* ini juga berpengaruh untuk hasil cetakan album juga, karena sifat album yang tahan lama tidak akan membuat warna natural ini usang alias masih enak untuk dilihat dimasa yang akan datang.

Saran

Adapun beberapa saran dari penulis untuk pembaca, *Purepose Photography*, kampus dan peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti tentang dunia fotografi khususnya fotografi industri pernikahan. Berikut sarannya adalah:

1. Untuk pembaca, diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah wawasan dan ilmu yang akan berguna di masa yang akan datang, baik itu strategi menejemen, teknik pengambilan foto, maupun pembuatan logo sebagai identitas diri atau perusahaan yang akan dibuat.
2. Diharapkan *Purepose* bisa mempertahankan kualitas yang sudah

diunggulkan, namun seiring berjalannya waktu semoga bisa membuat perubahan yang bisa meningkatkan kualitas tersebut, seperti perubahan warna atau mencoba pose lain sehingga terlihat lebih *variative*.

3. Untuk pihak kampus, semoga bisa melonggarkan kebijakan untuk bisa melakukan bimbingan tatap muka secara langsung di kampus, karena dengan pemberlakuannya bimbingan *online* merasa sangat kurang efektif dan kurang dipahami. Merasa kurang enak bila harus terus *chatting* pembimbing terus menerus untuk menanyakan perihal bimbingan.

4. Peneliti selanjutnya diharapkan bisa mengkaji lebih dalam lagi dan lebih lebih rapih dalam mengolah data yang ada, lebih bagus lagi jika bisa menambahkan pendapat sendiri dengan lebih lengkap dan *detail* lagi guna menambahkan keterangan apabila ada yang kurang dipahami.

Daftar Pustaka

Ajidarma, 2003. Kisah mata: fotografi antara dua subyek: perbincangan tentang ada. Yogyakarta: Galangpress Group

Bull, 2010. "*Photography: Routledge Introductions to Media and Communication.*" London: Routledge

- Enterprise, Jubilee, 2014. *Instagram untuk fotografi digital dan bisnis kreatif*. Elex Media Komputindo.
- Fadhool, 2017. *Sharing-Mu Personal Branding-Mu*. Jakarta: Visimedia.
- Faisol, 1999. *Format-Format Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Gani & Kusumalestari, 2014. *Jurnalistik Foto*. Bandung: PT Simbiosis Rekatama Media
- Gunawan, 2014. Genre fotografi yang diminati oleh fotografer di Indonesia.
- Indika, 2017. "Media sosial instagram sebagai sarana promosi untuk meningkatkan minat beli konsumen." *Jurnal Bisnis Terapan 1*
- Limanto, 2009. *Perancangan fotografi dengan konsep esai pada fotografi pre-wedding* (Doctoral dissertation, Petra Christian University).
- Majid, Abdul. 2013. *Perencanaan Pembelajaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- McNally dan Speak, 2004. *Be Your Own Brand: Resep Jitu Meraih Personal Brand yang Unggul*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Moleong, 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Nazir. Moh. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Salamoon, 2013. *Instagram, Ketika Foto Menjadi Mediator Komunikasi Lintas Budaya Di Dunia Maya* (Doctoral dissertation, Petra Christian University).
- Supranto, 2000. *Statistik Teori dan Aplikasi*. Jilid 1. Penerbit Erlangga. Edisi Keenam. Jakarta.
- Susanto dan Wijarnako, 2004. *Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*, Jakarta, penerbit: PT Mizan Publika Jakarta.
- Tanjung, 2016. *Fotografi Ponsel (Smartphone) Sebagai Sarana Media Dalam Perkembangan Masyarakat Modern*. *PROPORSI: Jurnal Desain, Multimedia dan Industri Kreatif*.
- Untari dan Fajariana, 2018. *Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun@ Subur_Batik)*. Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen.
- Wasman dan Nuroniyah, 2011. *hukum perkawinan islam di Indonesia*, Cirebon: Teras

Yin, 2013. *Studi Kasus Desain & Metode*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2013.