

BAB II

KAJIAN LITERATUR DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Literatur

2.1.1 Review Penelitian Sejenis

Sebelum melakukan penelitian mengenai tren *stage photography* di media sosial Instagram @angkringanmusik, peneliti terlebih dahulu melakukan telaah pustaka. Review penelitian sejenis merupakan salah satu acuan dan juga perbandingan penulis dalam melakukan proses penelitian maka dengan itu dapat membantu penulis untuk mengetahui berbagai pendapat dari beberapa peneliti yang sebelumnya dan yang mengungkapkan topik penelitian yang sama.

Review penelitian dilakukan untuk mengidentifikasi penelitian – penelitian yang serupa dan sudah dilakukan sebelumnya, sehingga peneliti dapat mengetahui adanya perbedaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian – penelitian tersebut.

1. Rangga Fadilla (2022) Universitas Pasundan, dengan judul penelitian Trend Drone Photography Di Media Sosial Instagram. Menggunakan teori fenomenologi dan metode penelitian kualitatif. Hasil penelitian peneliti hasil penelitian, melalui 10 informan yang merupakan pengguna drone di media social Instagram diperoleh bahwa motif pengguna drone menggunakan media sosial Instagram sebagai wadah untuk membuat karya, brand image yang kita branding akan menjadi pekerjaan,bergabung dengan komunitas sesama pengguna drone memberikan dampak positif, selain itu dengan adanya *drone photogprahy* di media social Instagram memberikan dampak yang informatif. Memiliki perbedaan dengan penulis yaitu, pada penelitian terdahulu mengenai tren drone photography sedangkan penelitian yang akan dilakukan mengani *stage photography* di media sosial Instagram @angkringanmusik.
2. Sulthani Dizcry (2018),Fenomena Pengguna Kamera Mirrorless Dikalangan Mahasiswa Fisip UNPAS Bandung. Menggunakan teori fenomologi dan metode penelitian kualitatif. Hasil penelitian diperoleh gambaran bahwa motif penggunaan kamera mirrorless dikalangan mahasiswa FISIP UNPAS Bandung ialah bermacam macam,seperti kamera mirrorless itu bodynya kecil dan bisa dibawa kemana-mana, karena rekomendasi dari teman, dan karena kamera mirrorless memiliki spesifikasi yang mumpuni.Sedangkan

perbedaan dengan penulis yaitu, perbedaan dengan yang akan ditulis oleh peneliti yaitu disini peneliti akan menulis secara detail bagaimana *stage* fotografi.

3. Dhena Varadina (2016), Fenomena Mobile Photography Dalam Media Sosial Instagram Sebagai Ajang Life Style, menggunakan teori fenomologi dan metode penelitian tersebut kualitatif dengan hasil penelitian adalah pengungkapan tentang mobile photography dalam media sosial instagram menjadi kebutuhan dalam keseharian mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2012 Universitas Pasundan, seperti dalam hal kreativitas, lahan bisnis, ide, minat, dan menjadikan sebuah aktifitas, kebutuhan informasi, serta mobile photography membentuk life tyle bagi para penggunanya melalui akun pengguna lain yang dianggap tolak ukur untuk diikuti yang memperlihatkan eksistensi diri, sehingga akhirnya menjadi ketergantungan. Secara umum mereka pengguna *mobile photography* memiliki perubahan perilaku yaitu mengikuti perkembangan jaman apa yang sedang tren saat ini mereka ikuti. Memiliki perbedaan dengan penulis yaitu, Pada penelitian terdahulu mengenai Fenomena Mobile Photography Dalam Media Sosial Instagram Sebagai Ajang Life Style, perbedaan dengan yang akan di tulis oleh sang penulis ini berada dalam pengambilan foto tersebut dikarenakan peneliti terdahulu menggunakan *handphone* sedangkan penulis menggunakan kamera *professional*.

Tabel 2.1

Review Penelitian Sejenis

Nama dan Judul Penelitian	Teori Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Dengan Penelitian Yang Sejenis
Rangga Fadilla (2022),	Fenomenologi	Kualitatif	hasil penelitian, melalui 10 informan yang merupakan pengguna drone di	Pada penelitian terdahulu mengenai tren drone photography sedangkan penelitian

			<p>media social Instagram diperoleh bahwa motif pengguna drone menggunakan media sosial Instagram sebagai wadah untuk membuat karya, brand image yang kita branding akan menjadi pekerjaan,bergabung dengan komunitas sesama pengguna drone memberikan dampak positif, selain itu dengan adanya drone photogprahy di media social Instagram memberikan dampak yang informatif</p>	<p>yang akan dilakukan mengani <i>stage photography</i> di media sosial Instagram @angkringanmusik</p>
<p>Sulthani Dizcry (2018), Fenomena Pengguna Kamera Mirrorless Dikalangan Mahasiswa Fisip UNPAS</p>	<p>Fenomenologi</p>	<p>kualitatif</p>	<p>diperoleh gambaran bahwa motif penggunaan kamera mirrorless dikalangan mahasiswa FISIP UNPAS Bandung ialah bermacam-macam, seperti</p>	<p>Pada penelitian terdahulu mengenai Fenomena Pengguna Kamera Mirrorless Dikalangan Mahasiswa Fisip UNPAS, perbedaan dengan yang akan ditulis oleh peneliti</p>

Bandung.			kamera mirrorless itu bodynya kecil dan bisa dibawa kemana-mana, karena rekomendasi dari teman, dan karena kamera mirrorless memiliki spesifikasi yang mumpuni.	yaitu disini peneliti akan menulis secara detail bagaimana stage fotografi.
Dhena Varadina (2016), Fenomena Mobile Photography Dalam Media Sosial Instagram Sebagai Ajang Life Style	Fenomenologi	Kualitatif	Hasil dari penelitian ini adalah pengungkapan tentang mobile photography dalam media sosial instagram menjadi kebutuhan dalam keseharian mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2012 Universitas Pasundan, seperti dalam hal kreativitas, lahan bisnis, ide, minat, dan menjadikan sebuah aktifitas, kebutuhan informasi, serta mobile photography	Pada penelitian terdahulu mengenai Fenomena Mobile Photography Dalam Media Sosial Instagram Sebagai Ajang Life Style, perbedaan dengan yang akan di tulis oleh sang penulis ini berada dalam pengambilan foto tersebut dikarenakan peneliti terdahulu menggunakan <i>handphone</i> sedangkan penulis menggunakan kamera <i>professional</i> .

			<p>membentuk life tyle bagi para penggunanya melalui akun pengguna lain yang dianggap tolak ukur untuk diikuti yang memperlihatkan eksistensi diri, sehingga akhirnya menjadi ketergantungan. Secara umum mereka pengguna mobile photography memiliki perubahan perilaku yaitu mengikuti perkembangan jaman apa yang sedang tren saat ini mereka ikuti.</p>	
--	--	--	---	--

2.1.2 Kerangka Konseptual

2.1.2.1 Definisi Komunikasi

Dalam etimologi atau asal katanya, istilah "komunikasi" berasal dari bahasa Latin "*communication*", yang memiliki akar kata pada "*communis*". Makna dari "*communis*" di sini adalah sama, merujuk pada kesamaan makna terkait suatu hal. Dengan demikian, komunikasi dapat diartikan sebagai suatu proses penyampaian pesan atau informasi dari komunikator kepada komunikan dengan tujuan mencapai kesepakatan.

Kehadiran komunikasi sangat umum dalam kehidupan manusia, karena manusia membutuhkan komunikasi sebagai suatu kebutuhan dasar dalam kehidupannya sebagai makhluk sosial yang saling memerlukan satu sama lain.

Menurut Carl I. Hovland sebagaimana dikutip oleh Onong dalam bukunya Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, ilmu komunikasi dapat diartikan sebagai usaha sistematis untuk

merumuskan dengan tegas prinsip-prinsip penyampaian informasi dan pembentukan pendapat serta sikap.

Dalam pengertian khusus mengenai komunikasi itu sendiri, Hovland menyatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses untuk mengubah perilaku orang lain (*communication is the process to modify the behavior of other individuals*). Menurut (Cherry dalam Stuart. 1983) istilah komunikasi berpangkal pada perkataan latin yaitu *communis* yang artinya adalah membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi berasal dari bahasa latin *Communico* yang artinya membagi.

Definisi singkat yang diberikan oleh Harold D. Lasswell menyatakan bahwa untuk menjelaskan suatu tindakan komunikasi dengan tepat, kita perlu menjawab pertanyaan-pertanyaan kunci, yaitu siapa yang menyampaikan pesan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa, dan apa pengaruhnya.

Paradigma Lasswell tersebut mencakup lima elemen utama dalam komunikasi, yang terdiri dari:

1. Komunikator (*communicator, source, sender*)

Komunikator atau pengirim adalah pihak yang mentransmisikan pesan kepada khalayak. Oleh karena itu, dapat disebut sebagai pengirim, sumber, *source*, atau *encoder*.

2. Pesan (*message*)

Pesan dalam konteks komunikasi melibatkan penggunaan simbol dan kode. Pesan yang dikirim oleh komunikator kepada penerima terdiri dari serangkaian simbol dan kode, baik dalam bentuk verbal maupun nonverbal.

3. Media (*channel*)

Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan. Ini mencakup berbagai bentuk media yang digunakan dalam proses komunikasi.

4. Komunikan (*communicant, communicatee, receiver, recipient*)

Komunikan, atau penerima, dapat diidentifikasi sebagai sasaran, pembaca, pendengar, penonton, pemirsa, decoder, atau khalayak. Dalam konteks komunikasi, komunikan dapat berupa individu, kelompok, atau masyarakat.

5. Efek (*effect, impact, influence*)

Efek atau pengaruh mengacu pada perbedaan antara pemikiran, perasaan, dan tindakan sebelum dan setelah menerima pesan. Ini mencakup dampak yang ditimbulkan oleh pesan dalam memengaruhi pikiran atau perilaku komunikan.

2.1.2.2 Proses Komunikasi

Menurut **Onong Uchjana**, esensi dari proses komunikasi adalah pengiriman pemikiran atau perasaan oleh seseorang yang berperan sebagai komunikator kepada individu lain yang berperan sebagai komunikan. Pemikiran ini dapat berupa ide, informasi, pendapat, dan hal lain yang ada dalam pikiran komunikator. Selain itu, perasaan yang disampaikan dapat mencakup berbagai aspek seperti keyakinan, kekhawatiran, kemarahan, keberanian, dan sejenisnya.

1. Proses Komunikasi Primer

Proses komunikasi primer melibatkan penyampaian pesan menggunakan lambang sebagai medianya. Media utama dalam proses komunikasi ini adalah pesan verbal (bahasa) dan pesan nonverbal (*gesture*, isyarat, warna, gambar, dll.), yang secara langsung dapat mengartikan pesan yang disampaikan oleh komunikator atau komunikan.

Prosesnya dimulai dengan komunikator menyandi (*encode*) pesan ke dalam lambang, seperti bahasa yang dapat dipahami oleh komunikan. Selanjutnya, komunikan menterjemahkan (*decode*) pesan dari komunikator, yaitu menafsirkan lambang yang mengandung pikiran atau perasaan komunikator dalam konteks pengertian. Poin penting dalam proses penyandian ini adalah bahwa komunikator dapat menyandi pesan dengan baik dan komunikan mampu menterjemahkan sandi tersebut sehingga terjadi kesamaan makna.

2. Proses Komunikasi Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder melibatkan penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah menggunakan lambang sebagai media pertama. Komunikator menggunakan media kedua ini karena komunikan, yang merupakan target komunikasinya, berada di tempat yang cukup jauh atau dalam jumlah yang banyak.

Media kedua ini dapat mencakup berbagai bentuk seperti surat, telepon, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan berbagai media lainnya yang umumnya digunakan dalam proses komunikasi (Effendy, 2005: 11-17).

2.1.2.3 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi yang didefinisikan oleh Onong Uchjana dalam buku Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi, tujuan komunikasi yaitu :

1. Mengubah sikap (*to change the attitude*)

Memberikan informasi kepada masyarakat dengan tujuan akhirnya agar masyarakat dapat mendukung terhadap tujuan informasi tersebut.

2. Mengubah Opini (*to change the opinion*)

Memberikan informasi dengan tujuan untuk mengubah persepsi terhadap informasi yang disampaikan.

3. Mengubah Perilaku (*to change the behavior*)

Memberikan informasi dengan tujuan untuk mengubah perilaku seseorang bisa berubah perilakunya.

2.1.2.4 Unsur – Unsur Komunikasi

Komunikasi pada dasarnya tidak akan bisa dipisahkan dari manusia. Karena pada hakikatnya manusia merupakan makhluk sosial yang tidak bisa hidup sendiri pasti saling berkomunikasi dan berinteraksi satu sama lain.

Menurut Cangara yang ada di dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi yaitu sebagai berikut:

1. Sumber

Sumber komunikasi sebagai pengirim pesan. Sumber bisa dari individu, kelompok, partai, maupun organisasi yang lainnya.

2. Pesan

Pesan merupakan sesuatu yang disampaikan dari komunikator dan komunikan. Pesan dapat disampaikan dengan cara bertatap muka atau melalui media komunikasi yang terdapat berupa film, hiburan, nasihat, informasi, dan lainnya.

3. Media

Media merupakan alat yang digunakan untuk mengirim pesan dari sumber ke penerima. Media komunikasi contohnya ialah telepon, telegram dan yang lainnya.

4. Penerima

Penerima merupakan pihak sasaran yang dikirim pesan oleh pengirim. Penerima bisa individu, kelompok, partai atau negara.

5. Pengaruh

Pengaruh merupakan perbedaan yang dirasakan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan.

6. Tanggapan balik

Umpan balik merupakan pengaruh dari penerima, tetapi sebenarnya umpan balik bisa berasal dari unsur lain seperti pesan dan media, meskipun pesan belum sampai pada penerima.

7. Lingkungan

Lingkungan merupakan factor yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi. Lingkungan ini dapat dibedakan jadi empat macam yakni, lingkungan fisik, lingkungan sosial budaya, lingkungan psikologis, dan lingkungan dimensi waktu. (Cangara, 2007:27)

2.1.2.5 Fungsi Komunikasi

Komunikasi memiliki berbagai fungsi, dan menurut Effendy dalam bukunya "Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar," terdapat empat fungsi utama dari kegiatan komunikasi.

1. Menginformasikan (*to inform*)

Adalah memberikan informasi kepada masyarakat sekitar, memberitahu kepada masyarakat mengenai peristiwa yang terjadi, ide atau pikiran dan tingkah laku kepada orang lain, serta segala sesuatu yang disampaikan ke orang lain.

2. Mendidik (*to educate*)

Adalah komunikasi berperan sebagai alat pendidikan, memungkinkan manusia untuk menyampaikan ide dan pemikirannya kepada orang lain. Dengan demikian, orang lain dapat memperoleh informasi dan pengetahuan melalui proses komunikasi.

3. Menghibur (*to entertain*)

Komunikasi selain berguna, untuk menyampaikan komunikasi, pendidikan, mempengaruhi juga berfungsi untuk menyampaikan hiburan atau menghibur orang lain.

4. Mempengaruhi (*to influence*)

Fungsi mempengaruhi setup individu yang berkomunikasi, tentunya berusaha Baling mempengaruhi jalan pikiran komunikan dan lebih jauh lagi berusaha merubah sikap dan tingkah laku komunikan sesuai dengan apa yang diharapkan. (Effendy, 2005: 8) Sedangkan, menurut Willian I Gorden yang dikutip oleh Deddy Mulyana dalam buku Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar menyatakan empat fungsi komunikasi yaitu :

2.1.2.6 Sifat Komunikasi

Komunikasi memiliki sifat – sifat dalam proses komunikasi (Uchjana Effendy) di dalam buku Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, berikut sifat – sifat komunikasi:

1. Tatap muka (*face to face*)
2. Bermedia (*mediated*)
3. Verbal:
 - a. Lisan
 - b. Tulisan atau cetak
4. Non verbal
 - a. Gerakan / isyarat
 - b. Melalui gambar

2.1.2.7 Tinjauan Media Sosial

Media sosial, saat ini, memiliki beragam fungsi dan seringkali banyak orang memiliki akun di platform tersebut. Selain berperan sebagai alat komunikasi, media sosial juga telah menjadi wadah yang digunakan oleh penggunanya untuk mencari informasi berita. Dalam kehidupan masyarakat, peran dan pengaruh media sosial sangat signifikan.

(Kotler, Philip, 2012:56) mendefinisikan bahwa media sosial merupakan sarana bagi konsumen saling berbagi informasi teks, gambar, video, dan audio antara satu sama lain dengan perusahaan maupun sebaliknya.

2.1.2.8 Fungsi Media Sosial

Media sosial memiliki kekuatan besar dalam membentuk pola perilaku di berbagai aspek kehidupan sosial. Karena itu, fungsi media sosial sangat penting. Beberapa fungsi dari media sosial mencakup:

- 1) Membantu demokratisasi pengetahuan dan informasi dengan mengubah peran manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan sendiri.
- 2) Merupakan media yang dirancang untuk memperluas interaksi sosial manusia melalui pemanfaatan internet dan teknologi web.
- 3) Berhasil mentransformasi praktik komunikasi dari model searah, seperti media siaran dari satu institusi media ke banyak penonton, menjadi praktik komunikasi dialogis antara banyak audiens.

2.1.2.9 Tinjauan Instagram

Instagram merupakan aplikasi yang dimana seorang pengguna dapat memposting foto dan video dengan disertai *caption*. Pengguna akun lain dapat berinteraksi satu sama lain dengan menyukai, berkomentar dalam postingan. Instagram merupakan salah satu *platform* media sosial yang berkembang dengan cepat.

Namun Instagram masih tergolong dalam baru, karena penelitian terkait media masih sedikit. Menurut de Vries, Moller, Wieringa, Eigenraam dan Hamelik (2017), Instagram sangat berbeda dari situs jejaring sosial yang lainnya, terutama facebook. Karena “sentralitas gambar” yang membedakan antara Instagram dari *platform* media sosial lainnya yaitu di bagian teks lainnya, seperti facebook dan twitter.

Menurut Johnson dan Knobloch-Westerwick (2016), postingan media sosial itu berbasis gambar memiliki efek yang berbeda pada suasana hati pengguna daripada postingan media sosial berbasis teks.

Menurut data dari We are Social: Digital Global Overview Report, Indonesia menduduki peringkat keempat di dunia untuk jumlah pengguna Instagram, dengan total 63 juta pengguna aktif, yang merupakan jumlah tertinggi di Asia.

Keistimewaan dari platform Instagram adalah penggunaannya yang aktif dalam berbagi informasi, berinteraksi, dan berkomunikasi dengan pengguna lain. Selain itu, platform ini memfasilitasi kolaborasi dan pertukaran ide serta pendapat melalui postingan. Oleh karena itu,

Instagram memiliki potensi besar sebagai alat pendidikan karena berbagai fitur yang dapat dimanfaatkan.

Sebagai contoh, beberapa akun Instagram diarahkan secara khusus untuk mengatasi isu kesehatan, melibatkan profesional kesehatan masyarakat, dan hal-hal sejenis yang disampaikan kepada pengguna.

2.1.2.10 Fitur-Fitur Instagram

Instagram merupakan sebuah aplikasi yang digunakan untuk berbagi foto dan pengambilan gambar, dilengkapi dengan filter digital untuk mengubah efek visual foto, dan memungkinkan pengguna untuk membagikannya melalui berbagai layanan media sosial, termasuk platform milik Instagram itu sendiri. Terdapat lima menu utama dalam Instagram yang semuanya terletak di bagian bawah (Atmoko, 2012:28), yaitu:

1) Beranda (Home Page)

Beranda merupakan halaman utama yang menampilkan foto-foto terbaru dari pengguna yang diikuti. Cara melihat foto adalah dengan menggeser layar dari bawah ke atas, mirip dengan menggeser mouse di komputer. Saat mengakses aplikasi, sekitar 30 foto terbaru ditampilkan, sesuai dengan batasan yang diterapkan oleh Instagram.

2) Komentar (Comments)

Sebagai jejaring sosial, Instagram menyediakan fitur komentar di mana pengguna dapat memberikan tanggapan pada foto-foto. Prosesnya dilakukan dengan menekan ikon balon komentar di bawah foto, menulis komentar pada kotak yang disediakan, dan mengirimkannya dengan menekan tombol "send".

3) Jelajah (Explore)

Jelajah menampilkan foto-foto populer yang mendapat banyak like dari pengguna Instagram. Instagram menggunakan algoritma tertentu untuk menentukan foto mana yang akan muncul di halaman jelajah (explore feed).

4) Profil (Profil)

Profil memungkinkan pengguna untuk melihat informasi detail mengenai diri mereka sendiri atau pengguna lainnya. Halaman profil dapat diakses melalui ikon kartu nama di menu utama, yang terletak di bagian paling kanan. Fitur ini menampilkan jumlah foto yang diunggah, jumlah pengikut, dan jumlah yang diikuti oleh pengguna.

5) Lini Masa (News Feed)

Lini masa menampilkan notifikasi terkait berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna Instagram. Terdapat dua tab, yaitu "Following" yang menampilkan aktivitas terbaru dari pengguna yang diikuti, dan "News" yang menampilkan notifikasi terbaru terkait aktivitas pengguna Instagram terhadap foto pengguna lain, seperti memberikan komentar atau mengikuti. Pemberitahuan ini akan muncul di tab "News".

2.1.2.11 Fotografi

Proses atau kegiatan yang mencatat cahaya untuk menghasilkan karya berupa gambar dari suatu objek yang dituju dengan menggunakan kamera memiliki tujuan tertentu. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), fotografi didefinisikan sebagai seni atau proses dalam menciptakan gambar dan cahaya pada film. Sudjojo menyatakan bahwa pada dasarnya, fotografi adalah kegiatan merekam dan memanipulasi cahaya untuk mencapai hasil yang diinginkan.

Fotografi dapat dibagi menjadi teknik dan seni. Dalam buku mereka, Gani dan Kusuma Lestari mengungkapkan bahwa sebagai teknik, fotografi melibatkan pengetahuan tentang cara memotret dengan benar, mengatur pencahayaan, dan memproses objek dengan tepat. Di sisi lain, sebagai seni, fotografi mengharuskan fotografer untuk dapat menyampaikan pesan yang mencerminkan pikiran dan perasaan dalam gambar atau foto. Fotografi tidak hanya bergantung pada teori, tetapi juga harus melibatkan perasaan agar dapat menyampaikan makna dalam sebuah foto.

Fotografi juga dapat dianggap sebagai media informasi yang mampu menangkap momen dan membuatnya abadi dalam gambar. Dalam konteks jurnalistik, Gani dan Kusuma Lestari menyatakan bahwa hampir semua media massa cetak di negeri ini menggunakan foto dalam setiap terbitannya.

Foto seringkali menjadi daya tarik bagi pembaca sebelum membaca berita, dan dalam jurnalistik, karya foto berperan sebagai pelengkap atau penunjang dari sebuah berita. Secara umum, foto jurnalistik dihasilkan melalui proses fotografi untuk menyampaikan pesan, informasi, dan cerita peristiwa yang menarik bagi publik, serta disebarluaskan melalui media massa. Menurut Wijaya, fotojurnalistik adalah foto yang memiliki nilai berita atau menarik bagi pembaca tertentu, dan informasi tersebut disampaikan kepada masyarakat dengan singkat.

2.1.2.12 Stage Photography

Stage Photography adalah salah satu jenis fotografi yang fokus pada pemotretan di atas panggung, biasanya pada pertunjukan teater, konser, acara olahraga, dan acara-acara live lainnya. Stage fotografi memiliki peran yang penting dalam dokumentasi pertunjukan seni dan hiburan. Fotografer stage berusaha untuk menangkap momen-momen berharga di atas panggung yang kemudian bisa diabadikan dalam bentuk gambar. Dengan perkembangan teknologi dan pemahaman yang baik tentang seni pertunjukan, fotografi panggung terus berkembang dan menjadi semakin penting dalam industri seni dan hiburan.

Fotografi panggung memiliki tantangan tersendiri. Salah satu tantangan utama adalah pencahayaan yang sering kali berubah dengan cepat di atas panggung. Fotografer harus memiliki pemahaman yang kuat tentang pengaturan kamera, ISO, aperture, dan kecepatan shutter agar dapat menangkap gambar yang tajam dan tidak terlalu gelap atau terlalu terang. Selain itu, fotografer juga harus dapat bergerak dengan cepat untuk mendapatkan sudut pengambilan gambar yang tepat.

Stage Photography merupakan fotografi dengan ciri khas tersendiri. Kegiatan memotretnya banyak dilakukan malam hari. Faktor gelapnya malam sedikit banyak pasti akan berpengaruh. Jadi, fotografer dituntut untuk mampu mengenal sekaligus menguasai teknik *lowlight photography*.

Memang, di setiap pertunjukan panggung, ada tata cahaya yang telah diatur. Namun, itu tidak otomatis membuat fotografer akan mudah mendapatkan hasil yang maksimal. Yah, gampang-gampang susahlah. Oleh karena itu, dibutuhkan bekal yang cukup agar bisa mendapatkan hasil yang maksimal.

2.1.2.13 Fotografi Sebagai Medium Berkespresi fotografi

Sebagai sarana ekspresi, fotografi terkait dengan perannya sebagai medium dalam menciptakan karya seni. Calne (2004: 285) mengutip Joseph Machlis yang menyatakan bahwa seni, seperti cinta, lebih mudah dipahami daripada didefinisikan.

Seni melibatkan komunikasi gagasan dan perasaan melalui elemen-elemen seperti warna, suara, perunggu, marmer, dan kata-kata. Sumardjo (2000:166) menjelaskan bahwa penciptaan karya seni merupakan ekspresi dari perasaan dan diri dalam bentuk objek seni.

Dari definisi tersebut, terlihat bahwa seni berfungsi sebagai media untuk menyampaikan perasaan dan berekspresi. Hauskeller dalam "Seni Apa Itu?" (2015: 69) menyebutkan bahwa Benjamin menganggap fotografi dan film sebagai bentuk seni inovatif yang menggantikan seni-seni tradisional seperti lukisan dan drama. Bull (2009:141) berpendapat bahwa setelah diterima oleh konseptualis pada tahun 1980, fotografi menjadi pilihan utama bagi seniman dalam skala yang luas dari akhir abad ke-20 hingga awal abad ke-21. Penting untuk diingat dan dipahami bahwa perubahan ini dalam penciptaan gambar visual mencerminkan perubahan sosial yang signifikan.

Dengan kata lain, pergeseran dari seni tradisional ke fotografi adalah bagian integral dari perubahan besar dalam sejarah, mencakup perubahan dalam teknik penggunaannya, fungsi, dan persepsi masyarakat. Oleh karena itu, tidak mungkin untuk memisahkan seni dari teori asalnya.

2.1.3 Kerangka Teoritis

Fenomenologi merupakan suatu pendekatan dalam ilmu sosial yang menitikberatkan pada pemahaman kesadaran manusia dan makna subjektif sebagai fokus utama untuk memahami tindakan sosial. Makna suatu tindakan yang bersifat subjektif berasal dari dunia kehidupan bersama atau kehidupan dalam konteks sosial, dan Husserl memiliki perspektif tertentu terkait fenomenologi.

Menurut Husserl, seperti yang dikutip oleh Kuswarno dalam bukunya berjudul "Fenomenologi: Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitian," fenomenologi memungkinkan studi mengenai berbagai bentuk pengalaman dari perspektif orang yang mengalaminya secara langsung, seakan-akan mengalami peristiwa tersebut sendiri. Dengan fenomenologi, seseorang yang tidak mengalami suatu fenomena dapat memahami pengalaman tersebut dari sudut pandang orang yang mengalami langsung.

Menurut Husserl, konsep pengalaman dalam konteks fenomenologi melibatkan suatu tindakan sadar yang mengarah pada objek dalam dua dimensi utama, yaitu noema dan noematic. Noema merujuk pada struktur objek yang dikenal melalui pengalaman, sementara noematic mencakup elemen-elemen yang terlibat dalam pengalaman tersebut. Menariknya, dua pengalaman yang mungkin terhadap objek yang sama dapat memiliki perbedaan makna yang signifikan.

Dengan demikian, fenomenologi, menurut Husserl, membuka jalan untuk pemahaman mendalam mengenai proses mental dan kesadaran, dengan mempertimbangkan kompleksitas representasi objek dalam pengalaman manusia.

2.1.4 Kerangka Pemikiran

