

LOMOGRAFI SEBAGAI KOMODITAS DAN MEDIA EKSPRESI MASYARAKAT URBAN

Oleh: Johan Ies Wahyudi., S.Sn*

ABSTRACT

Digital camera technology is growing rapidly at this very indulgent lovers of photography, the image recording media facilities are also equipped with sophisticated large data storage capacity and with a slim shape, making analog cameras are being abandoned. Analog camera is considered impractical because of the media are still using celluloid film recorder with a limited number of photos, and not to mention the cost and time wasted to process film and print. This condition contrasts with the results of digital camera images that can be directly transferred and enjoyed on a computer screen. So if the world of analogue photography has been forgotten? Through the media Lomografi, analog photography as finding a new passion.

LOMO is a phenomenon that is present in the digital age. LOMO cameras are still using celluloid film as a media recorder. The uniqueness of the camera and the images produced by LOMO camera makes quite a lot of people start experimenting to try it, so Lomografi in its development could create their own communities

In this article the author describes aspects of existence Lomografi, which begins by looking at commodities as a form of community Lomografi urban youth as this part of the tool to actualize themselves in their group who later gave birth to the consumption of lomo cameras that serves as a lifestyle and a medium of expression for urban society.

Key words: Lomografi, expression media, lifestyle

Lomografi Sebagai Komoditas Masyarakat Urban

Lomografi merupakan bagian dari fotografi, lomo bukan lagi sekedar sebuah merek kamera dari Rusia, tetapi lomografi telah menjadi asesoris dari sebuah gaya hidup, pencitraan diri sebagai bagian dari generasi gaul, lomografi membuat sebagian besar remaja memilih untuk selalu mencari sesuatu yang baru dan yang sudah menjadi tren, budaya instan dan teknologi sema-

kin berkembang sebagai bentuk komoditas baru dalam fotografi, kemunculan kamera lomo dengan harga terjangkau membuat banyak remaja yang mulai melirik hobi baru ini, ditengah maraknya budaya konsumsi media digital, lomografi seperti mendapat tempat tersendiri bagi penggunaannya, dengan dibentuknya komunitas lomo yang ada di Indonesia yang diberi nama Lomonesia, menunjukan legitimasi terhadap komunitas lomo, pengguna lomo didominasi oleh anak muda

yang mencoba membentuk strata sosial baru sebagai identitas diri dari kelompok masyarakat modern, keinginan untuk mencari gaya hidup yang baru akan mempengaruhi perilaku seseorang dan akhirnya mempengaruhi pilihan konsumsinya (Alfathri Adin, 2006. Hlm 56) .

Kajian terhadap konsumsi akan diawali dengan pengakuan atas fakta bahwa konsumsi komoditas yang diproduksi secara masal membentuk dimensi vital bagi ekonomi kapitalis modern, terlepas dari wujud dari fakta itu dalam masyarakat kontemporer saat ini. Konsumsi adalah matrantai terakhir dalam rangkaian aktivitas ekonomi tempat diubahnya modal, dalam bentuk uang menjadi bentuk komoditas melalui proses produksi material, hal ini merupakan manifestasi dari pertukaran dan konsumsi komoditas yang berorientasi pada keuntungan (Martyn J Lee, 2006. Hlm 3)

Proses ini merupakan karakteristik model kewirausahaan kapitalis, yang menggambarkan bahwa komoditas menjadi bagian penting dari sebuah sistem ekonomi kapitalis, yang pada akhirnya melahirkan masyarakat sebagai matrantai konsumsi komoditas.

Dalam masyarakat komoditas, aktualisasi diri dalam kehidupan merupakan upaya untuk memperoleh sebuah identitas, prosesnya menjadikan penampilan dengan ditunjang dengan komoditas tertentu menjadi sarana dalam memperoleh citra diri, dalam hal ini penulis akan mengkaitkan kamera lomo sebagai komoditas yang saat ini menjadi fenomena konsumsi dalam masyarakat kontemporer Indonesia.

Sarana dalam mengaktualisasi diri dalam bentuk media visual lomografi seolah sudah menjadi kebutuhan manusia modern, karena dengan kemudahan yang ditawarkan, tidak hanya dalam melakukan pemotretan saja, tetapi juga dalam proses cetaknya.

Hadirnya perangkat lunak (*Software*) yang khusus dikeluarkan untuk mengedit foto kemudian terjangkauanya harga mesin cetak seperti *printer*, seakan sudah tidak ada masalah lagi dalam melakukan pendokumentasian melalui media fotografi.

Di sisi lain, hadirnya lomo dalam perkembangan fotografi yang ada di Indonesia menggambarkan bentuk



Gambar 01:

Beberapa macam kamera lomo dengan desain menarik

Sumber: <http://www.e-photography.diengplateau.com/2011/11/kamera-lomo-tipe-baru.htm>

komoditas baru dalam bidang fotografi. Kehadiran lomografi yang dilegitimasi oleh produk lomo dengan segala macam bentuk dan karakternya melahirkan aliran baru dalam fotografi .

Kehadiran lomografi menjadikan pertimbangan khusus bagi perusahaan-perusahaan film untuk menghentikan produksi, yang pada kenyataannya sebagian produsen film sudah mulai bangkrut (ditandai dengan ditutupnya produsen film kodak yang ada di Jepang). Hal ini

disebabkan sejak revolusi digital mulai masuk ke Indonesia konsumsi film yang biasanya digunakan kamera analog sudah mulai ditinggalkan. Dengan kamera digital seakan menjadi pilihan praktis dalam melakukan aktifitas pemotretan

Namun sejak lomografi mulai diminati konsumsi film mulai ada gairah baru, perburuan film mulai dijadikan komoditas baru dalam sisi bisnis, semakin langkanya penjualan film maka justru akan menambah peluang profit yang lebih tinggi.

Lomografi Sebagai Bagian gaya hidup

Dalam kehidupan masyarakat modern ada hubungan timbal balik yang tidak dapat dipisahkan antara kebutuhan citra (*image*) dan gaya hidup (*life style*). Membaca gaya hidup adalah cara manusia memberikan makna pada dunia kehidupannya. Hal tersebut membutuhkan medium dan ruang untuk mengekspresikan makna, yaitu ruang bahasa dan benda-benda, yang di dalamnya citra sebagai sebuah kategori di dalam relasi simbolik di antara manusia dengan dunia objek mempunyai peran yang sangat sentral. Di pihak lain, manusia juga membutuhkan aktualisasi ke dalam dunia relasi termasuk gaya hidup (Rahma Sugihartati, 2010. Hlm 158).

Seorang remaja urban yang ingin membangun citra sebagai remaja yang selalu mengikuti perkembangan jaman, tidak bisa dihindari harus mampu mengembangkan gaya hidup yaitu perilaku yang khas yang memiliki cita rasa tertentu yang sesuai dengan perkembangan jaman.

Seperti yang terjadi pada masyarakat kontemporer saat ini, ketika masyarakat urban memilih, dan

membeli kamera lomo kemudian menggunakan di sela aktifitasnya, maka yang terjadi bukan sekedar cara seseorang sebagai pribadi atau individu dalam mengisi waktu luang, atau sebagai rileksasi dari rutinitas sekolah, belajar, tugas, kursus yang dinilai membebani kehidupan mereka, tetapi memotret menjadi bagian dari cara mereka menampilkan diri guna mengidentifikasi kelas sosial dari kelompok gaul mereka, sekaligus merupakan dari proses pencitraan.

Di kalangan remaja urban, memotret atau mendokumentasikan sisi-sisi aktifitasnya seakan sudah menjadi budaya. Hal ini terlihat terlihat ketika mereka di tempat tertentu atau sedang bertemu dengan teman baru bahkan idola mereka kemudian berpose di depan sebuah kamera atau di depan ponsel yang terdapat fasilitas media perekam. Mereka selalu menandai aktifitasnya dengan sebuah dokumentasi visual.

Di sini terlihat sebuah perilaku konsumsi yang tergambar pola perilaku remaja sebagai sosok aktif dan produktif yang kemudian dijadikan target market kamera lomo. Indikasi ini dilakukan oleh produsen lomo dalam melakukan *deferensiasi* produknya dengan

melakukan desain kamera berbentuk *casual* dan mendapatkan hasil gambar yang aneh, yang identik dengan selera kaum remaja.

Suatu pola yang cerdas telah diangkat oleh produsen lomo melalui pencitraan yang menjadi sentralnya. Citra tersebut kemudian menjelma menjadi bahasa komunikasi sosial di dalam masyarakat konsumen, yang di dalamnya telah diciptakan klasifikasi dan perbedaan sosial menurut kelas, status, dan selera.

Di sini konsumen pada akhirnya akan dikonstruksi untuk membeli citra dari pada produk, citra yang dimaksud ialah mampu membuat mereka tampak berbeda dan mengalami kebernilaian dalam keberadaannya, dalam istilah pemasaran hal ini dikonseptualisasikan dalam strategi *positioning* dan *deferensiasi* (Audi-fax, 2006. Hlm 109) .

Lomografi Sebagai Bagian Media Ekspresi

Sejak kemunculannya, lomo sempat mengundang perdebatan antara pro dan kontra, ada yang menyebut lomografi bukan bagian dari fotografi karena dianggap melanggar aturan teknis dalam fotografi, namun di sisi yang lain karena berangkat dari keanehan yang dihasilkan kamera lomo mengundang minat sebagian ka-

langan pecinta fotografi sebagai media dalam membuat karya fotografi.

Lomografi adalah sebuah fenomena dalam fotografi, lomografi menabrak segala aturan yang ada, meninggalkan aturan-aturan baku dalam fotografi. Lomografi memiliki banyak jenis kamera, tapi semuanya memiliki konsep yang sama, tidak mepedulikan aturan. Sementara dalam fotografi konvensional, banyak aturan-aturan baku yang harus dipatuhi, seperti *speed*, *shutter*, dll. Lomo itu bebas para pengguna dituntut untuk memotret dengan *fun*. Berbeda dengan kamera biasa seperti *SLR* yang membutuhkan teknik-teknik tertentu, Lomo tekniknya bebas.

Hasilnya sangat subyektif. Apa pun hasilnya, itulah Lomo. Orang tertarik ikut Lomo karena tidak ada keterbatasan. Hasil yang didapat juga tak pernah bisa diduga. Inilah bukti kamera bisa bekerja dengan cara yang berbeda, yang dianggap sebagai pemberontakan terhadap teknologi tinggi dan *high defination*. Kamera lomo terbuat dari plastik baik kamera maupun lensanya sehingga dapat menjadikan gambar yang dihasilkan lebih *soft* dan berkesan *dreamy*,

Meski efek yang dihasilkan kamera lomo kebanyakan bersifat otomatis, tidak mudah menghasilkan karya yang artistik. Meski teknologinya sederhana, tapi ide, gagasan, dan estetika menjadi sangat penting dalam proses penciptaannya, hal inilah yang akan menjadikan nilai jual kamera lomo kemudian dapat menjadi bekal bagi pencipta seni fotografi dalam membuat karya, yang tidak hanya sekedar jepret sana sini kemudian dijadikannya sebuah karya fotografi tanpa makna tetapi juga dapat melahirkan nilai nilai kebaruan dalam hal visual maupun konsep fotografi yang mempunyai tujuan estetis yang jelas.

Sebuah karya atau foto dikatakan sebagai benda seni, harus bukan sekadar hasil upaya proses reproduksi belaka. Foto seni semestinya berasal dari suatu kontemplasi yang intens. Pemunculan gagasan atau ide tidaklah serentak dan berkesan dadakan. Ada suatu proses pengamatan empirik, komparasi, perenungan dan bahkan serangkaian mimpi-mimpi yang panjang yang lalu berwujud sebagai titik akhir sebuah eksekusi: konsep, visi, dan misi yang transparan serta "baru".

Dengan begitu, sebuah foto seni tidak hanya sebetuk seni instan belaka. Foto seni merupakan bagian dari cabang seni rupa yang paling muda (Periksa Appignanesi, Richard, dan Garrat, Chris, 1998. Hlm 45). Pilihan terhadap alat yang digunakan akan menjadi langkah awal seorang fotografer dalam mencipta karya, karena seorang fotografer tidak adanya dituntut memiliki kemampuan teknis tetapi juga memahami terkait dengan konsep estetika karyanya,

Estetika fotografi menjadi dua wilayah yang berbeda, yaitu estetika pada tataran ideasional dan estetika pada tataran teknis. (Periksa Soeprapto Soedjono 2006. Hlm 21).

Sebagai media yang memiliki karakteristik dan keunikan tertentu, lomografi tekni lepas dari berbagai nilai dan perbendaharaan estetika yang khusus, walaupun demikian, ini bukan berarti bahwa lomografi yang merupakan bagian dari fotografi sama sekali lepas dari nilai dari konsep seni rupa yang berusia jauh lebih tua kemunculannya.

Munculnya fotografi banyak nilai-nilai estetika seni rupa yang dapat diadopsi pada bidang fotografi mengingat keduanya sama-sama bergerak dalam ranah seni visual, pada dasarnya setiap kehadiran

karya fotografi memerlukan perangkat konsep perancangan yang akhirnya berkembang dan diimplementasikan kedalam ranah praktis.

Sejak fotografi ditemukan sekitar tahun 1839 orang menganggap fotografi menjadi dua bagian sebagai sains teknologi dan sebagai seni. Menurut literatur terbaru pembagian tipe fotografi diletakkan pada bagaimana suatu karya foto dibuat dan apa fungsi dari karya foto tersebut. Jadi foto seni dibuat untuk tujuan seni dan media ekspresi senimannya kemudian fotografi disisi yang lain juga sebagai penanda sejarah atau berita .

Pada dasarnya klasifikasi foto seni mengacu pada klasifikasi seni rupa pada umumnya, fotografi menitik beratkan pada kesempurnaan bentuk dan teknis, simbolis, dan juga representasi pesan yang ingin disampaikan seniman lewat tanda atau obyek yang ditampilkan lewat karya fotografi sebagai media ekspresi penciptanya. Jika ditinjau dari fungsinya, fotografi ada yang dapat dimasukkan ke dalam seni murni dan ada pula sebagai seni terapan. Seni fotografi sebagai seni murni karena karya tersebut diciptakan sebagai sarana curahan isi hati semata tanpa dibebani hal hal lain di luarnya.



Gambar 02.
Hasil jepretan kamera lomo (fish eye/ atas dan super sampler/ bawah)

Fotografi sebagai seni murni dikemukakan oleh Soedjono bahwa sebuah fotografi yang dirancang dengan konsep tertentu dengan memilih objek foto yang terpilih dan yang diproses dan dihadirkan bagi kepentingan si pemotretnya sebagai luapan ekspresi artistik dirinya maka karya tersebut bisa menjadi sebuah karya fotografi ekspresi.

Dalam hal ini, karya foto tersebut dimaknakan sebagai suatu medium ekspresi yang menampilkan jati diri si pemotretnya dalam proses berkesenian penciptaan karya

fotografi seni. Hal ini menguatkan pemahaman tentang perkembangan fotografi, yang semula hanya sebagai alat pendokumentasian akhirnya berkembang sebagai media untuk berkarya seni. Munculnya aliran lomografi ternyata tidak hanya sebagai upaya bagi para penggunaanya sebagai pilihan alat untuk mencatat peristiwa melalui bahasa gambar tetapi sebagai upaya dalam mencapai tujuan artistik

Memahami fotografi harus disesuaikan dengan jenis karyanya, pada saat ini fotografi tidak dibatasi hanya pada estetika keindahan saja. Dalam karya seni, keindahan dapat muncul dari tema maupun tekniknya, namun secara keseluruhan bisa jadi tidak indah (*the aesthetic of ugliness*, estetika ketidakindahan). Teori ini menguatkan bahwa lomografi merupakan medium fotografi yang tidak berorientasi pada keindahan yang sebenarnya tetapi justru menyimpang dalam hal teknis fotografi yang banyak berorientasi pada kesempurnaan visual.

Lomografi merupakan sebuah pilihan bagaimana sang seniman menentukan alat, tetapi kemudian lomografi dijadikan oleh para mayoritas komunitasnya hanya sebagai medium untuk bersenang-senang saja, kamera lomo

digunakan sebagai ajang kebebasan yang akhirnya tidak menghasilkan karya yang mempunyai nilai keindahan dan hanya berlindung dari kemudahan dan kebebasan berekspresi kemudian menyebut karya yang mempunyai unsur seni.

Visual sebuah fotografi seharusnya mampu bermakna dalam situasi tertentu dan nampak nyata bahkan berbeda jika teknik, konsep dan media yang digunakan juga berbeda, maka akan terlihat dalam foto komunitas lomografi yang menampilkan karya fotografi yang tidak hanya sekedar foto dibuat sekedar dadakan tanpa makna walaupun hanya dengan menggunakan teknis foto yang sangat sederhana, namun mempunyai tujuan sebagai alat propaganda untuk menemukan sebuah nilai-nilai.

Lomografi merupakan sebuah pilihan dalam fotografi dapat sebagai alat perekam gambar yang berorientasi berbeda jika dibandingkan dengan fotografi konvensional, inilah kelebihan lomografi. Namun lomografi hanya sebuah medium yang dapat berfungsi sebagai pilihan alat bantu untuk menerjemahkan sebuah ide, konsep juga sebagai media ekspresi bagi penggunaannya dan inilah apa yang dimaksud dengan seni fotografi, tetapi akan

sangat ironis apa yang nampak dari sebagian komunitas lomografi yang menggunakan kamera lomo hanya sekedar alat untuk pendokumentasi pribadi atau hanya untuk bersenang-senang dan kemudian sebagai upaya melegitimasi diri dalam kelompok tertentu dalam mencari sebuah identitas. Inilah yang dimaksud dengan lomografi hanya menjadi sebuah gaya hidup semata.

Fotografi memang dapat menghasilkan foto yang bagus, sementara lomografi menghasilkan foto yang unik, tawaran lomografi inilah yang mengindikasikan penyebab sebagian besar pengguna lomografi tidak melahirkan karya-karya yang mempunyai kriteria fotografi seni namun lebih bersifat dokumentif diri atau sebagai sebuah penanda identitas kelompok, dan kemudian menjadi sebuah gaya hidup anak muda yang gaul, tawaran kebebasan lomo menjadi alat untuk memprovokasi dan menentukan segmentasi pasarnya, pemahaman tentang kebebasan seolah diterima dengan apa adanya sehingga hanya sekedar memotret tanpa memikirkan konsep dan teknis yang benar kemudian menjadikan sebuah kegagalan *exposure* yang dibenarkan dengan menyebutnya sebagai karya seni.

* Penulis adalah dosen Seni Rupa Murni

ISI Surakarta

DAFTAR PUSTAKA

Appignannesi, Richard, dan Garrat, Chris, *"Mengenal Posmodernisme (for Beginners)"*, Penerbit Mizan, Bandung, 1998.

Chaney, David, *Lifestyles sebuah Pengantar Komprehensif*. Jalasutra, Yogyakarta, 1996.

Lee, Martyn J, *Budaya Konsumsi Terahir Kembali*, Yogyakarta, 2006.

Ray Bachtiar D, *Ritual Fotografi*, Jakarta: Gramedia, 2009

Soedjono, Soeprapto. *Pot-Pourri Fotografi*. Jakarta: Universitas Trisakti. 2006.

Sugihartati, Rahma, *Membaca Gaya Hidup dan Kapitalisme*. Graha Ilmu, Yogyakarta, 2010.