# BAB II
# MEDIA INFORMASI LOMOGRAFI

## 2.1 Lomografi

### 2.1.1 Definisi Lomografi

Lomografi jika dilihat dari artian kata berasal dari kata lomo dan grafi yang masing-masing mempunyai arti sebagai berikut: lomo berarti sebuah kamera dan grafi mempunyai arti menulis atau melukis. Jadi arti Lomografi seluruhnya adalah melukis dengan bantuan kamera lomo. Tapi makna atau arti dari lomografi sebenarnya bukanlah sebuah nama untuk suatu keilmuan atau disiplin ilmu yang baru. Lomografi hanyalah sebuah kata pemasaran yang digunakan oleh Lomographische Gesellschaft, sebuah perusahaan dagang untuk produk-produk yang berkaitan dengan fotografi dari Vienna, Austria. Baik kamera dari merk lomo itu sendiri maupun merk-merk lainnya yang ikut dipasarkan kembali oleh lomografi.



Gambar 2.1 kamera lomo fisheye

### 2.1.2 Awal Kemunculan Lomografi

Menurut Jane,S. (2008), Pada awalnya Michail Panfilowitsch Panfiloff, salah satu tokoh terpenting dalam LOMO Russian Arms and Optical, pabrik senjata dan alat-alat optik Uni Soviet, segera meneliti kamera CX Cosina-1 yang diberikan oleh Jenderal Igor Petrowitsch Kornitzky, orang kepercayaan Menteri Pertahanan dan Industri Uni Soviet yang diketahui kamera tersebut berasal dari Jepang. Setelah meneliti, keduanya sepakat kamera ini patut ditiru dan dikembangkan desainnya. Maka mereka memberi perintah ke pabrik LOMO PLC di St.Petersburg, Rusia untuk membuat sebuah versi perbaikan dari kamera CX Cosina-1. Maka pada tahun 1982 kamera pertama dari LOMO yaitu LC-A terlahir. Kamera tersebut diproduksi dengan cepat dan terjual habis. Diperkirakan penyebarannya pun sampai Vietnam, Kuba dan Jerman Timur, sampai ke pelesir Laut Hitam. Namun setelah Hampir satu dasawarsa popularitas LOMO LC-A berkurang.

Masih pada tulisan sama, menurut Jane,S. (2008). Pada tahun 1991, dua mahasiswa Vienna, Austria yaitu Matthias Fiegl dan Wolfgang Stranzinger menemukan kembali adanya Lomo LC-A di sebuah toko kamera tua di daratan Praha, Ceko. Kamera Lomo LC-A yang mereka beli itu betul-betul tak terurus. Kotor dan kusam dan baterainya harus diimpor dari Asia. Rentang waktu 1992 dan 1993, menjadi waktu penting atas kebangkitan Lomografi. Matthias Fiegl dan Wolfgang Stranzinger pergi berkeliling dunia. Dengan gigih keduanya mengajak teman, kerabat, bahkan orang yang tak mereka kenal untuk mau mencoba kamera Lomo. Setelah mereka memperkenalkan kamera Lomo dan orang-orang mengetahui hasilnya dan ingin sekali memiliki kamera Lomo sendiri. Akhirnya, mereka mendirikan klub pencinta Lomo yaitu The Lomographic Society (Lomographische Gesellschaft) di Vienna. Pada 1994,

Pameran Lomografi pertama kali di gelar di Moskow, Rusia dan New York, Amerika Serikat.

### 2.1.3 Timeline Perkembangan Lomografi

1982. Kamera lomo LCA tercipta.
1984. Produksi masal dari kamera lomo LCA hingga 1100 unit/bulan.
1991. Penemuan kembali kamera lomo LCA di Praha, Ceko. Menghidupkan kembali kejayaan LCA yang sempat meredup.
1992. Terbentuknya The Lomogrphic Society dan 10 Golden Rules di Vienna, Austria.
1994. Peluncuran website Lomography (www.lomo.com) dan pameran Lomography di Austria serta Berlin yang di tunjuk untuk memiliki sekaligus menjadi kedutaan yang pertama dari Lomography.
1996. Produksi kamera Lomo LCA dihentikan sementara dari Rusia.
1997. Peluncuran kembali website lomography yang berubah menjadi www.lomography.com serta kongres dunia pertama dari Lomoraphy yang diadakan di Madrid dengan Lomowall mencapai 120 meter dan 35 ribu lomograph.
1998. Peluncuran kamera Lomo Action Sampler di Photokina (konvensi photography terbesar di dunia).
2000. Peluncuran kamera Lomo Super Sampler yang dikenal juga sebagai "queen of all multi lens camera".
2001. Lomography workshop pertama di Vienna.
2002. Kongres Lomography kedua di Vienna sekaligus peluncuran kamera Lomo Pop9.
2003. Fashion dari Lomography diluncurkan di website

Lomography.com (t.shirt, dan tas kamera serta asessoris lain).

2004. Kongres Lomography ketiga di China.

2005. Peluncuran kamera Lomo Fisheye yang dianggap sebagai breakthrough in photography.

2006. Peluncuran ulang kamera Lomo LCA menjadi Lomo LCA+ dengan penambahan fitur-fitur baru dan pemindahan produksi Lomo di China.

2007. Kamera Lomo Diana+ diluncurkan kembali di Lomography

2008. Kamera Clasic Lubitel dan Lubitel+ diluncurkan di Lomography pada saat pameran di Photokina yang diadakan di Cologne, German.

2009. Lomo merilis kamera LCA+ 25th anniversaty edition dan Lomo Xpro 35mm film.

## 2.2 Lomografi sebagai pendobrak peraturan *(breaking the rules)* dalam fotografi

### 2.2.1 Peraturan Dalam Lomografi

Jika menurut Freeman Patterson dalam bukunya *Photography and Art of Seeing*, dalam fotografi ada “Rules in Photography”, maka Lomografi coba menabrak segala peraturan tersebut dan menciptakan sendiri peraturan sebagai strategi dagang untuk Lomografi. Disebutkan sebagai berikut:

- Take your LOMO everywhere you go.
  Bawalah kamera Lomo kemanapun, karena dimana pun kamu dapat menemukan obyek foto yang tak terduga.

- Use it anytime - day or night.
  Pakailah kamera Lomo tanpa batas. Pakai kamera Lomo baik siang maupun malam, kapan saja di berbagai situasi dan kondisi.

- Lomography is not an interference in your life, but a part of it.
  Jadikanlah Lomografi sebagai bagian dari diri dan nikmatilah waktu memotret suatu obyek dengan kamera Lomo.

- Try to Shoot from the hip.
  Jangan malu atau ragu untuk memotret dari sudut manapun.

- Approach the objects of your lomographic desire as close as possible.
  Dekati obyek foto sedekat mungkin.

- Don't think.
  Jangan terlalu lama berpikir, segeralah memotret.

- Be fast.
  Cepat dalam memotret suatu obyek foto, sebelum sebuah moment terlewati.

- You don't have to know beforehand what you've captured on film.
  Tidak perlu memikirkan gambar seperti apa yang akan diambil.

- You don't have to know afterwards, either.
  Dan juga tidak perlu memikirkan bagaimana hasil dari gambar yang telah diambil.

- Don't worry about the rules.
  Jangan khawatir tentang aturan-aturan fotografi dan jangan terlalu memikirkannya saat menggunakan kamera Lomo.

### 2.2.2 Pengaruh Lomografi dan pandangan masyarakat

Lomografi merupakan sebuah kata pemasaran yang digunakan oleh Lomographische Gesellschaft, sebuah perusahaan dagang untuk produk-produk yang berkaitan dengan fotografi dan juga sebuah komunitas fotografi dari Vienna, Austria, ternyata menimbulkan kontroversi. Dimana masyarakat yang mungkin belum mengetahui makna sebenarnya dari kata lomografi, mereka menganggapnya sebagai sebuah disiplin ilmu baru. Dilain sisi, mereka yang sudah mengenal atau bahkan menggunakan produk-produk dari lomografi menganggap sebagai sebuah merk dagang dan juga komunitas pengguna kamera lomo. Menganggapi hal ini, pihak lomografi Indonesia mencoba meminimalisir persepsi yang telah tercipta sebelumnya dengan mulai masuk pada kehidupan masyarakat khususnya remaja melalui berbagai macam media.

## 2.3 Gaya Visual Lomografi

Setiap tipe kamera lomo mempunyai ciri khas yang berbeda, masing - masing mempunyai gaya visual tersendiri. Gaya visual yang dihasilkan pun bergantung pada media pembantu lainnya seperti film dan proses pencucian. Dari media itu lah, nantinya berpengaruh kepada hasil foto dari kamera lomo. Ciri khas dari kamera lomo sekarang ini bukan hanya menjadi sebuah ciri khas yang ada pada lomografi saja, tapi juga sudah menjadi sebuah style yang sering digunakan dalam fotografi pada umumnya.

Gaya visual atau karakteristik pada kamera lomo yang ada pada umumnya adalah sebagai berikut :

- ***Vignetting***

  *Vignetting* merupakan hal yang terjadi dalam fotografi, dimana terjadi pengurangan keterangan cahaya atau saturasi di bagian pojok dibandingkan dengan bagian tengah frame.

  Hal ini dapat disebabkan oleh konstruksi dari bilah-bilah kaca yang menyusun suatu lensa, sehingga pada saat cahaya masuk ke dalam lensa, bilah bagian belakang akan tertutup sebagian oleh bilah bagian depannya, menciptakan efek ini.



Gambar 2.2 contoh foto yang mengalami vignetting

(sumber : pribadi)

- ***Light leak***

  *Light leak* atau kebocoran cahaya pada kamera biasa terjadi pada kamera yang masih menggunakan film sebagai media penyimpanannya. Peristiwa ini terjadi karena adanya cahaya yang masuk kedalam kamera pada saat memasukkan atau pun mengeluarkan film.



Gambar 2.3 contoh light leak pada film positif
(sumber : jmacdonaldphotography.blogspot.com)

- ***Multiple exposure***

  Fasilitas pada kamera yang memungkinkan untuk pemotretan secara berulang tetapi terjadi pada frame yang sama. Fasilitas ini biasanya ada pada kamera SLR yang masih menggunakan media film, tapi ada juga beberapa kelas pada kamera digital SLR yang sudah menyediakan fasilitas ini. Biasanya kelas menengah dan professional.



Gambar 2.4 contoh foto dengan multiple exposure
(Sumber : pribadi)

- ***Long exposure***

  Pengaturan pada kamera untuk mendapatkan pencahayaan yang membutuhkan waktu lebih lama, pengaturan ini biasa disebut dengan BULB.



Gambar 2.5 contoh foto dengan long exposure

(Sumber : Pribadi)

- ***Blurred***

  Hasil Gambar yang tidak tajam disebabkan oleh kamera atau subjek yang bergerak, penajaman gambar yang tidak tepat atau disebabkan oleh bukan diafragma yang paling besar (untuk latar depan atau belakang).



Gambar 2.6 contoh gambar dengan hasil blurred

(Sumber : Pribadi)

Kamera lomo pada dasarnya hanyalah kamera saku yang kebanyakan terbuat dari bahan dasar plastik, kualitas dari kamera Lomo bisa dibilang kurang bagus karena terdapat banyak “cacat” pada bodi kamera maupun lensanya, seperti yang dituliskan diatas. Oleh karena itu, pihak Lomographische Gesellschaft mencoba menutupi kekurangan dengan strategi pemasaran yang baik. Yaitu dengan menyebutkan kekurangan sebagai kelebihan atau karakteristik dari kamera lomo.

## 2.4 Hubungan Lomografi dengan Fotografi

### 2.4.1 Media Kamera

Menurut Dini Yozardi dan Itta Wijono *(2006,13)*, disebutkan bahwa pengertian kamera adalah alat untuk merekam gambar suatu objek pada permukaan yang peka cahaya. Kamera merekam melalui cara kerja optik, yaitu memasukan cahaya dengan bantuan lensa sehingga terbentuklah gambar seperti yang tampak pada viewfinder dan juga pada permukaan film atau sensor. Lalu banyaknya cahaya yang masuk ke dalam kamera dikendalikan melalui kecepatan rana dan bukaan diafragma. Dengan demikian hanya cahaya yang diperlukan saja yang bisa masuk agar pemotretan bisa mendapatkan hasil yang diharapkan. Mekanisme pemfokusan akan menyesuaikan posisi lensa, sehingga tetap dapat memperoleh gambar yang tajam dari jarak berapa pun.

Dalam Lomografi, merk-merk kamera yang ada bukan hanya dari kamera Lomo saja, tapi juga dari beberapa merk kamera yang dulunya sempat merasakan kejayaan namun tenggelam dan hilang seiring dengan perkembangan jaman. Karena persamaan diatas, lomografi coba untuk membangkitkan kembali kejayaan mereka.

### 2.4.2 Media Film

Gaya visual pada kamera Lomo juga sangat dipengaruhi oleh pemilihan film sebagai media utama penyimpanannya. Film menurut Iskandar (2007,57) adalah material fotografi yang terdiri dari plastik transparan tipis yang dilapisi dengan lapisan peka cahaya. Terdapat 2 lapisan pada film. Lapisan pertama berfungsi sebagai perekam gambar, lapisan kedua berfungsi sebagai tempat melekatnya emulsi tadi. Tingkat kepekaan atau sensitifitas cahaya pada film dibedakan oleh kecepatan ISO *(International Standards Organization)* atau ASA *(American Standards Association)*. Semakin tinggi kecepatan film, maka semakin tinggi kepekaan cahayanya.

## 2.5 Pengertian Media Informasi

Menurut Heinich (1993), media merupakan alat saluran komunikasi. Media berasal dari bahasa Latin dan merupakan bentuk jamak dari kata "medium" yang secara harfiah berarti perantara yaitu perantara sumber pesan dengan penerima pesan. Heinich mencontohkan media ini seperti film, televisi, diagram, bahan tercetak, komputer, dan instruktur. Contoh media tersebut bisa dipertimbangkan sebagai media pembelajaran jika membawa pesan-pesan dalam rangka mencapai tujuan pembelajaran. Heinich juga mengaitkan hubungan antara media dengan pesan dan metode. Sedangkan informasi adalah data yang telah diolah menjadi suatu bentuk yang penting bagi si penerima dan mempunyai nilai yang nyata yang dapat dirasakan dalam keputusan-keputusan yang sekarang atau keputusan-keputusan yang akan datang. (Gordon, 1974)

Media informasi yang ditujukan untuk orang banyak disebut Media massa, adalah suatu istilah yang mulai dipergunakan dari tahun 1920-an untuk mengistilahkan jenis media yang secara khusus didesain untuk mencapai masyarakat yang sangat luas.

### 2.5.1 Jenis Media Informasi

Menurut Setyowati (2006), media massa saat ini dibagi menjadi beberapa jenis, antara lain:

a. Media cetak : surat kabar, majalah, dan lain-lain.
   Media massa jenis ini mempunyai jangkauan wilayah tertentu sesuai dengan tema informasi yang disajikan. Media massa cetak biasanya mempunyai tingkat aktualitas yang cukup cepat, yaitu sekitar persatu hari untuk surat kabar, dan per bulan untuk majalah.

b. Media non Cetak : radio, TV, internet, film.
   Jenis media massa ini isinya disebarluaskan melalui suara atau gambar dengan menggunakan teknologi elektro. Media massa non cetak khususnya televisi saat ini merupakan media massa yang cukup diminati. Karena mempunyai unsur audio dan visual, serta murah maka media ini menjadi pilihan sebagai hiburan dan informasi bagi masyarakat. Sedangkan media online yaitu internet dimasyarakat sudah menjadi lebih dari sekedar media informasi, namun bagi beberapa orang media ini temasuk menjadi bagian dari gaya hidup. Karena dari segi jangkauan media ini memiliki area yang paling luas dari semuanya.

### 2.5.2 Peran dan Fungsi Media Informasi

**Peran Media Massa**

Denis McQuail, Mass Communication Theory (Teori Komunikasi Massa), Erlangga, 1987

Peran yang dimainkan media massa selama ini, yakni:

1. Industri pencipta lapangan kerja, barang, dan jasa serta menghidupkan industri lain utamanya dalam periklanan/promosi.

2. Sumber kekuatan –alat kontrol, manajemen, dan inovasi masyarakat.

3. Lokasi (forum) untuk menampilkan peristiwa masyarakat.

4. Wahana pengembangan kebudayaan –tatacara, mode, gaya hidup dan norma.

5. Sumber dominan pencipta citra individu, kelompok, dan masyarakat.

**Fungsi Media Massa**

Fungsi media massa sejalan dengan fungsi komunikasi massa sebagaimana dikemukakan para ahli sebagai berikut.

Harold D. Laswell:

1. Informasi (to inform)

2. Mendidik (to educate)

3. Menghibur (to entertain)

De Vito:

1. Menghibur

2. Meyakinkan – untuk iklan, mengubah sikap, call for action.

3. Menginformasikan

4. Menganugerahkan status - menunjukkan kepentingan orang-orang tertentu; name makes news. Perhatian massa = penting.

5. Membius - massa terima apa saja yang disajikan media.

6. Menciptakan rasa kebersatuan - proses identifikasi.

## 2.6 Buku

H.G. Andriese menyebutkan buku sebagai “informasi tercetak di atas kertas yang dijilid menjadi satu kesatuan bukan berkala, yang sedikitnya sebanyak 48 halaman”.

Buku dalam arti luas mencakup semua tulisan dan gambar yang ditulis dan dilukiskan atas segala macam lembaran papyrus, lontar, perkamen dan kertas dengan segala bentuknya: berupa gulungan, di lubangi dan diikat dengan atau dijilid muka belakangnya dengan kulit, kain, karton dan kayu. (Ensiklopedi Indonesia (1980, h.538)

Dari pengertian diatas, maka buku diartikan sebagai kumpulan kertas tercetak dan terjilid berisi informasi dengan jumlah halaman paling sedikit 48 halaman yang dapat dijadikan salah satu sumber dalam proses belajar dan membelajarkan.

## 2.7 Khalayak Sasaran

Masyarakat terutama remaja yang sedang mempelajari dan memperdalam ilmu fotografi dan sejenisnya. Dengan meliputi khalayak sasaran seperti:

### 2.7.1 Demografis

Yang dituju adalah masyarakat remaja yang berada di Bandung.

Primary : Remaja umur 15 sampai 25 tahun. Di usia ini termasuk kedalam usia yang memiliki suatu usaha dalam mewujudkan keinginan dan memiliki rasa penasaran yang tinggi akan pengetahuan.

Sekunder : Masyarakat umum yang ingin tahu dengan lomografi.

### 2.7.2 Geografis

Masyarakat remaja yang berada di Bandung dan yang ingin belajar tentang bagian dari ilmu fotografi khususnya yang ingin mengetahui Lomografi secara jelas.

### 2.7.3 Psikografis

Remaja yang menyukai dan ingin mengetahui tentang perkembangan lomografi.