

## **EKSPASURE FOTOGRAFER INDONESIA SEBAGAI PENINGKATAN SUBSEKTOR FOTOGRAFI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI KREATIF**

Ikbal Rachmat, Abdurahman, Sahira Humaira  
Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Esa Unggul, Jakarta  
Jalan Arjuna Utara, Kebun Jeruk, Jakarta - 11510  
ikbal.rachmat@esaunggul.ac.id

### **Abstract**

*This research was conducted to determine the protection of IPR, especially for the right to use photographic works in Indonesia, archiving Indonesian photographic works, and the perspective of photographers in relation to the creative economy sector in Indonesia and to his work at the international level. The research method used a qualitative research design with nonprobability sampling technique with purposive sample. The results of the study explain that the work that has been produced by Indonesian photographers in relation to IPR is relatively unnoticed by the photographers to be able to be patented, where even digital photography results can be redesigned by other parties, basically artists or creative people cannot be proud of their work. other people. Photography archiving institutions in Indonesia are more generally understood to be profit-oriented institutions, institutions that only archive photographic works for sale (after the approval of the photographer) has not yet gone to institutions that specialize in archiving works of Indonesian photographers. In the creative economy, photographers can contribute by providing free training for UMKM in the regions on basic photography techniques related to the making of product promotions from MSMEs. While related to kemenparekraf Indonesia, it can guide novice photographers to develop, although there are also many photographers who play their own roles competing in the international arena with networking links and works. teaches an understanding of intellectual rights or IPR as a principle other than creativity and valuable arts.*

**Keyword** : *photographer, HKI, creative economy*

### **Abstrak**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui perlindungan HKI terutama untuk hak penggunaan karya fotografi di Indonesia, pengarsipan karya-karya fotografi Indonesia, dan perspektif fotografer dalam kaitannya dengan sektor ekonomi kreatif di Indonesiadan hingga karyanya di tingkat internasional. Metode penelitian menggunakan desain penelitian kualitatif dengan teknik *nonprobability sampling* dengan sampel Purposif. Hasil penelitian menjelaskan bahwa karya yang telah dihasilkan oleh fotografer Indonesia dalam kaitannya HKI relatif hampir tidak disadari oleh para fotografer untuk dapat di patenkan, dimana hasil fotografi secara digitalpun dapat *redesign* oleh pihak lain, yang pada dasarnya seniman atau orang yang kreatif tidak mungkin bangga dengan karya orang lain. Lembaga pengarsipan karya fotografi di Indonesia lebih umum terfahami sebagai lembaga *profit oriented*, lembaga yang hanya mengarsipkan karya fotografi untuk di jual (setelah adanya persetujuan dari fotografer) belum kepada lembaga yang mengkhususkan pengarsipan karya fotografer Indonesia. Dalam ekonomi kreatif fotografer dapat berkontribusi dengan memberikan pelatihan gratis untuk para UMKM di daerah tentang teknik dasar fotografi terkait pembuatan promosi

produk dari UMKM. Sementara terkait dengan kemenparekraf, Indonesiadapat menuntun fotografer pemula untuk berkembang, meskipun banyak juga fotografer yang berperan sendiri bersaing di kancah internasional dengan link networking dan karya. mengajarkan pemahaman akan hak intelektual atau HKI sebagai prinsip selain kreatifitas dan seni yang bernilai.

**Kata kunci :** fotografer, HKI, ekonomi kreatif

## **Pendahuluan**

Saat ini seluruh bidang kehidupan telah memanfaatkan fotografi dalam menjalankan aktivitasnya, baik secara langsung ataupun tidak langsung, secara sadar dan tidak sadar telah menggunakan kamera, kamera foto, di foto, sebagai bahan dokumentasi, sebagai bukti dan keperluan lainnya guna melengkapi dari apa yang dikerjakan, mulai dari pekerjaan tidak formal hingga pekerjaan yang formal dalam sebuah perusahaan, dalam kesehariannya, hal ini sebagai tanda bahwa fotografi memiliki peran penting dalam segi kehidupan manusia dimanapun.

Fotografi berkembang tidak hanya sebagai teknologi penangkap citra atau gambar. Fotografi juga berkembang seiring dengan bertambahnya manfaat fotografi di dalam kehidupan manusia tersebut. Kedua proses tersebut sama pentingnya dalam melihat perkembangan fotografi, karena pada dasarnya keduanya saling berkaitan dan saling memengaruhi. Sehingga, pemahaman akan definisi dan ruang lingkup fotografi ini kemudian menjadi sangat diperlukan dalam upaya untuk menentukan fokus pengembangan fotografi dalam kontekstual pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia selama lima tahun ke depan (2015—2019).

Untuk memberikan pemahaman secara menyeluruh dan mendalam mengenai industri kreatif, khususnya subsektor fotografi (yang termasuk ke dalam subsektor film, video, dan fotografi), perlu dilakukan pemetaan terhadap kondisi ideal, yaitu suatu kondisi yang diharapkan terjadi dan merupakan best practices dari negara-negara yang sudah maju industri fotografinya. Selain itu juga perlu dipahami

kondisi aktual dari fotografi di Indonesia untuk memahami dinamika yang terjadi. Salah satu cara yang digunakan dalam melakukan pemetaan ini adalah dengan menggunakan model ekosistem industri yang dalam hal ini adalah ekosistem industri kreatif.

Ekosistem adalah sebuah sistem yang menggambarkan hubungan saling ketergantungan (*interdependent relationship*) antara setiap peran di dalam proses penciptaan nilai kreatif dan antara peran-peran tersebut dengan lingkungan sekitar yang mendukung terciptanya nilai kreatif.

Indonesia menjadi salah satu negara di dunia yang memiliki kinerja ekonomi paling hebat. Tahun 2015 tercatat pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) 4,79%, lebih tinggi daripada pertumbuhan ekonomi global yang diperkirakan hanya mencapai 2,4%. Iklim yang positif ini tentunya menjadi momen yang tepat bagi pemerintah untuk mengokohkan fondasi perekonomian, terutama pada sektor riil.

Salah satu sektor riil yang sangat layak menjadi prioritas adalah ekonomi kreatif. yang kelak dapat menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia. Berbeda dengan sektor lain yang sangat tergantung pada eksploitasi sumber daya alam, kekuatan ekonomi kreatif lebih bertumpu kepada keunggulan sumber daya manusia. Karya seni, arsitektur, buku, inovasi teknologi, dan animasi, berasal dari ide-ide kreatif pemikiran manusia.

Pada 20 Januari 2015, diterbitkan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2015 Tentang Badan Ekonomi Kreatif, dimana dari Perpres tersebut dibentuk lembaga baru non

kementerian bernama Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf). Bekraf memiliki tugas membantu presiden dalam merumuskan, menetapkan, mengoordinasikan, dan sinkronisasi kebijakan di bidang ekonomi kreatif, di bidang aplikasi dan game developer, arsitektur, desain interior, desain komunikasi visual, desain produk, fashion, film animasi dan video, fotografi, kriya, kuliner, musik, penerbitan, periklanan, seni pertunjukan, seni rupa, dan televisi dan radio.

Sebelumnya Bekraf juga telah menetapkan ada 16 subsektor dari industri kreatif yang menjadi fokus untuk dikelola dan dikembangkan.

Setiap deputi kemudian menerjemahkan visi dan misi di atas melalui berbagai program unggulan yang bisa diimplementasikan dalam konteks 16 subsektor tersebut. Terbentuknya Bekraf menjadi optimisme pemerintah bahwa ekonomi kreatif pasti akan menjadi tulang punggung perekonomian nasional Indonesia dimana ini menjadi awal tonggak baru ekonomi kreatif Indonesia.

Saat ini dengan adanya Perpres nomor 69 tahun 2019 per tanggal 24 Oktober 2019 sebagai dasar pembentukan Kementerian/Lembaga/Badan/Organisasi, Bekraf kini menjadi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dalam Kabinet Indonesia Maju 2019-2020.

Kemenparekraf RI berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Presiden dan membantu Presiden dalam menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang pariwisata, dan tugas pemerintahan di bidang ekonomi kreatif, sebagai bagian dari tujuan pembangunan nasional.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dipimpin oleh seorang Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Menparekraf) yang sejak 23 Oktober 2019 dijabat oleh Wishnutama Kusubandio.



Gambar 1  
Perubahan Nomenklatur

Peranan ekonomi kreatif bagi Indonesia sudah semestinya mampu diukur secara kuantitatif sebagai indikator yang bersifat nyata. Hal ini dilakukan untuk memberikan gambaran riil mengenai keberadaan ekonomi kreatif yang mampu memberikan manfaat dan mempunyai potensi untuk ikut serta dalam memajukan Indonesia. Bentuk nyata dari kontribusi ini dapat diukur dari nilai ekonomi yang dihasilkan oleh seluruh subsektor pada ekonomi kreatif termasuk fotografi yang merupakan bagian dari subsektor film, video, dan fotografi.

### Metodologi Penelitian

Bahan penelitian yang digunakan oleh penulis mencakup hasil literasi dan observasi non partisipan yang telah dilakukan. Bahan – bahan penelitian ini antara lain :

1. Wawancara mendalam dengan beberapa fotografer, yang juga memiliki profesi lainnya diantaranya fotografer profesional (berprofesi sebagai fotografer komersil), fotografer yang berkecimpung dalam dunia pendidikan (pendidik/dosen) dan fotografer yang aktif dalam komunitas fotografi.
2. Catatan hasil forum melalui obrolan santai (obras) melalui media sosial Instagram yang dilakukan oleh Arbain Rambey yang di pandu oleh Dodi Sandradi, dimana dua sosok fotografer ini kita kenal sebagai fotografer kenamaan di tanah air, melalui beberapa kali kegiatan tatap maya.
3. Hasil literatur dari Ekonomi Kreatif : Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025, Rencana Pengembangan fotografi Nasional 2015 – 2019.
4. Beberapa postingan dalam media sosial melalui Instagram karya key informan Arryadianta, informan 1 Ahmad Fuad dan informan 2 Ade Wahyu.

Tempat penelitian terkait Eksposeure Fotografer Indonesia Sebagai Peningkatan Subsektor Fotografi Dalam Perspektif Ekonomi Kreatif, dilakukan di Jakarta Depok dan Bekasi, dimana lokasi ini sebagai domisili tempat tinggal para peneliti dan tempat pertemuan dalam penyusunan penelitian ini.

Adapun waktu penelitian ini dilaksanakan selama hampir 4 bulan, terhitung mulai Mei hingga September 2020, dengan pembagian tugas masing – masing anggota peneliti dosen maupun anggota peneliti mahasiswa.

Penelitian menggunakan desain penelitian kualitatif dengan fokus kajian mengenai eksposeure fotografer Indonesia sebagai peningkatan subsektor fotografi dalam perspektif ekonomi kreatif, dengan tujuan deskriptif.

## **Sumber Data**

Jenis sumber data yang akan dimanfaatkan dalam penelitian ini meliputi:

- a. Key Informan atau narasumber adalah ahli fotografi Ahmad Fuad, M.Ds (Fotografer komersil)
- b. Informan yang dapat berasal dari kalangan akademisi maupun praktisi, diantaranya Arryadianta, M.Sn (fotografer yang juga berprofesi sebagai pendidik), dan Ade Wahyu (fotografer yang aktif pada Komunitas Fotografi Indonesia/KFI, chapter Kota Serang).
- c. Arsip atau dokumen resmi.

## **Teknik Sampling**

Pengambilan sampel dengan teknik *Nonprobability Sampling*, dengan *Purposive Sampling* (Sampel Purposif), (Rosady Ruslan, 2004).

## **Hasil dan Pembahasan**

Dalam menjawab permasalahan pada penelitian ini, peneliti melakukan pendekatan dengan beberapa elemen yang menjadi dasar bahwa ketika fotografi dikaitkan dengan industri kreatif di Indonesia, definisi fotografi pun perlu penyesuaian menjadi industri yang mendorong penggunaan kreativitas, keterampilan, dan bakat individu dalam memproduksi citra dari satu objek foto dengan menggunakan perangkat fotografi, termasuk di dalamnya media perekam cahaya, media penyimpanan berkas, serta media yang menampilkan informasi untuk meningkatkan kesejahteraan dan menciptakan kesempatan kerja.

Berdasarkan definisi di atas, dapat diuraikan lima elemen yang selalu melekat dalam fotografi, yakni :

## **Kreativitas**

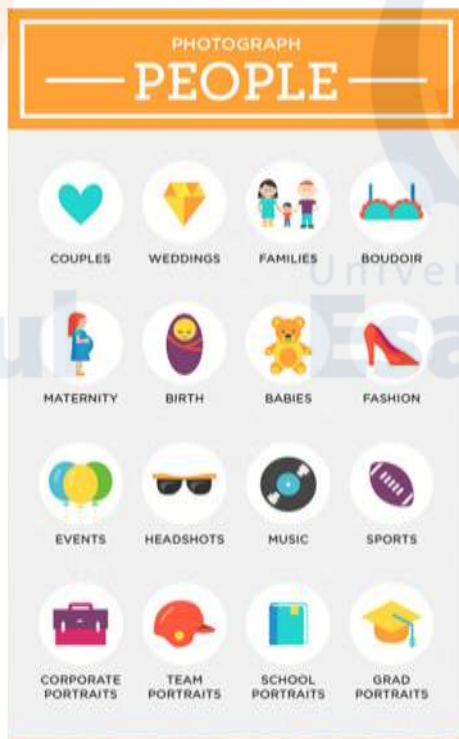
Dalam sebuah industri kreatif saat ini, khususnya fotografi media yang berjalan adalah media visual, media yang

lebih mudah difahami oleh target dari ekonomi kreatif. Semua selalu menggunakan visual agar dapat menarik perhatian. Penggunaan visual ini sangat erat hubungannya dengan *basic Photography* yang mengusung kreativitas dalam penciptaannya.

Hal yang senada juga dapat kita lihat dalam konteks fotografi di pendidikan, misalnya pada tingkat Universitas dimana banyak sekolah seni, perguruan seni yang mengajarkan kreatifitas dan pengembangan terhadap industri kreatif. Bahkan dalam perkembangan sekarang seni bersentuhan dengan industri, dan itu mungkin sekali adanya pendidikan di industri kreatif.

Banyak contoh – contoh, semisal pada industri film banyak yang berasal dari sekolah seni, yang juga menelurkan para pengrajin dan perupa, fotografer dan pemusik dan sebagainya yang berorientasi pada penciptaan melalui kreativitas.

Di Indonesia banyak peluang yang dapat dihasilkan dari profesi fotografer, berikut infografiknya.



Gambar 2  
Infografik bidang kreatif Fotografi

Untuk dapat mengkhususkan pada salah satu bidang kreatif fotografi harus mempunyai skill yang mumpuni agar pihak lain puas dengan hasilnya, jangan hanya terpaku pada satu genre fotografi yang sedang ramai dan sudah ada, melainkan cari genre fotografi yang cukup unik dan cocok dengan kemampuan sendiri.

### Objek foto

Salah satu unsur karya penciptaan dalam fotografi berupa objek foto itu sendiri. Jika dilihat dari segi hukum, maka tidak semua orang dapat menggunakan foto karya orang lain, tanpa sepengetahuan dan

seizin fotografer atau pemilik foto atau dengan kata lain sebetulnya setiap penggunaan foto harus seizin fotografer atau pemilik sah karya fotografi.

Hal lain yang dapat dilakukan yakni dengan membuat watermark maka foto, sehingga dapat terlindungi namun sejalan canggihnya teknologi digital membuat foto menjadi keluar dari konteks aslinya dan itu susah untuk dibuktikan. Maka banyak dari pengguna foto merubah elemen warna, cahaya dll maka susah untuk dilacak.

Objek foto di *google* pada umumnya banyak dimanfaatkan oleh banyak orang, dan didiamkan oleh fotografer pemilik foto, karena mungkin sudah disiapkan penggunaan untuk umum.



Gambar 3  
Objek Fotografi - Arryadianta



Gambar 2  
Objek fotografi Ade Wahyu

### Media perekam cahaya

Sebuah perangkat yang umum dipergunakan sebagai penghasil gambar yakni kamera, dengan beragam bentuk, tipe, ukuran maupun merk hingga fungsi bagian-bagian yang ada pada kamera tersebut. Tentunya kamera yang digunakan dalam bidang fotografi saat ini sudah sangat berkembang.

Dengan kamera para fotografer dapat memiliki karya dan keahlian yang beragam, sehingga diperlukan *skill* yang harus terus diasah agar tidak tergilas oleh fotografer fotografer baru, dimana hasil pekerjaan pemotretannya harus terus ditingkatkan atau menonjol dari hasil fotografi yang lain, dengan cara fotografer tersebut harus dapat selalu mengembangkan, ide, teknik, dan hasil fotografi yang selalu berkembang dan kreatif. Apalagi kita lihat di media masa begitu berkembangnya teknik dan ide dari para fotografer baru dari seluruh dunia.

Hal ini tidak terlepas dari semakin *user friendly*nya kamera yang diciptakan oleh masing – masing produsen, yang hampir seluruhnya dalam ranah profesional menghasilkan warna – warni, ketajaman hingga bentuk objek yang hampir serupa dengan objek aslinya.

### Media penyimpanan berkas (informasi)

Dalam hal ini ada dua pemahaman terkait dengan elemen fotografi sebagai karya seni. Yang pertama yakni bahwa kamera digunakan sebagai wadah atau media penyimpanan berkas informasi berupa citra atau *image* yang tetap, tidak bergerak dari beragam objek yang dihasilkan.

Pemahaman yang kedua bahwa karya fotografi yang menjual, memiliki nilai oleh beberapa pihak dilakukan pengarsipan, dimana badan itu sebagai sebuah lembaga yang bersedia menjual karya foto dan lalu akan dilakukan bagi hasil keuntungan nantinya.

Badan arsip nasional juga berperan menjadi salah satu lembaga Negara yang bertugas mengarsipkan karya fotografi monumental, bernilai sejarah bagi bangsa Indonesia.

### Media yang menampilkan gambar atau citra

Fotografi sebagai karya dokumentasi yang memerlukan objek yang nyata, atau dengan kata lain bersifat fakta sesungguhnya. Fotografi juga berperan untuk menterjemahkan bahasa non verbal atau bahasa visual. Setiap *frame* yang dihasilkan memiliki banyak persepsi oleh orang yang melihatnya hal inilah yang dinamakan dengan gambar atau visual.

Terdapat 2 jenis fotografi, yakni fotografi still dan fotografi *movie*. Perbedaan mendasar pada jenis fotografi ini adalah tampilan citra yang dihasilkan, dimana fotografi still menghasilkan gambar diam tanpa suara sedangkan fotografi *movie* menghasilkan image bergerak dengan suara. Secara teknis fotografi still masih dapat dihasilkan dengan penggunaan *shutter speed* 1/30 detik atau lebih rendah dengan menggunakan fungsi *bulb* pada kamera, sedangkan fotografi *movie* dilakukan dengan penggunaan *shutter speed* lebih dari 1/30 detik.

Menciptakan seni dan kreatifitas dalam fotografi harus dibangun dari lingkungan dan wawasan visual, semakin banyak melihat dan mendapat perbandingan disitulah mereka belajar. Karena fotografi adalah cara dimana manusia beradaptasi pada visual sekitar dan memisahkan menjadi keindahan.



Gambar 3

Still image – Ade Wahyu

### Perlindungan HKI untuk hak penggunaan karya fotografi di Indonesia

Sebuah gambar atau karya foto dapat memberikan kesan lebih pada sebuah sajian, utamanya sajian 2D, materi cetak seperti poster, brosur, menu makanan dan sebagainya. Ilustrasi dapat diperoleh dari berbagai bersumber, dari kreasi sendiri hingga media online di tengah mudahnya akses internet, namun perlu difahami bahwa semua ilustrasi gambar dan atau foto memiliki sumber kepemilikan aslinya dan tentu hak cipta atas karya tersebut.

Beberapa hal terkait dengan HKI fotografi dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Terkait HKI untuk fotografi hanya Hak Cipta, dan untuk hak cipta fotografi relatif sangat mudah untuk *redesign* pengakuan atas karya fotografinya, dimana ketika terjadi perubahan sedikit saja dari objeknya

- atau komposisinya hak ciptanya dapat dibatalkan.
2. Dalam Undang - Undang HKI dalam fotografi belum sepenuhnya disadari oleh kalangan amatir, baik pekerja foto atau penggunanya.
  3. Berdasarkan hak cipta karya fotografi kurang menjadi perhatian, untuk mendapatkan hak intelektual dalam foto, fotografer harus berjuang untuk pembuktian yang kadang susah juga di buktikan dalam proses digitalisasi apabila sudah di publis dimana hal ini disebabkan pada aspek sosialisasi yang kurang terkait undang - undang nya.
  4. Di sisi lainnya jika terbukti menggunakan foto untuk kepentingan tertentu, misalnya komersil, bisnis, mencari keuntungan, tanpa mencantumkan pembuat karya tersebut atau mendapatkan izin, dapat saja dilakukan penggugatan.
  5. HKI karya fotografi bisa sangat diandalkan sebagai dasar hukum, ketika ada pihak yang menggunakan foto karya seseorang, yang benar telah terdaftar, sebagai hak ciptanya, meskipun sekedarmirip.
  6. Setiap penggunaan foto harus seizin fotografer atau pemilik sah karya fotografi. Dengan watermark maka foto dapat terlindungi namun sejalan canggihnya teknologi digital membuat foto menjadi keluar dari konteks aslinya dan itu susah untuk dibuktikan. Maka banyak dari pengguna foto merubah elemen warna, cahaya dan sebaiknya maka susah untuk dilacak”.
  7. Yang dapat institusi pendidikan lakukan guna memberikan edukasi maupun pemahaman sedini mungkin yakni dengan mengajarkan pemahaman akan hak intelektual atau HKI sebenarnya, yang menjadi tanggung jawab bersama, keterkaitan pengguna dan fotografer, serta pihak ke 3 yang juga mengaksesnya.

8. Prinsip yang harus ditanamkan adalah kreatifitas dan seni itu punya nilai. Pada umumnya seorang seniman atau orang yang kreatif tidak mungkin bangga dengan karya orang lain. Jadi tanamkan kebanggaan penciptaan dan menghargai cipta seni orang.

 arryadianta



Gambar 4

Food Photography- Arryadianta

### Pengarsipan karya-karya fotografi Indonesia

Bentuk akhir dari pekerjaan pemotretan yakni karya foto dengan beragam tema, teknik, *shot size*, *angle*, komposisi, perspektif dan sebagainya yang dihasilkan oleh seorang fotografer.

Bagi fotografer yang berkecimpung dengan bidang komersil jelas telah mempersiapkan tempat paska pemotretan, bagi fotografer jurnalistik media tempat bekerja menjadi ruang hasil kerjanya, namun bagi fotografer yang tidak komersil atau bukan foto jurnalis, semisal penghobi fotografi dapat saja meletakkan karyanya



dalam sebuah media sosial yang dimiliki, sebagai ruang pameran karya.

Tidak sedikit karya yang dipamerkan tidak diberikan tanda kepemilikan, atau cukup dengan di share pada sebuah komunitas di nilai sebagai bukti keabsahan kepemilikan.

Dari hal ini diperoleh beberapa penjelasan bahwa :

1. Kegiatan pengumpulan ataupun koleksi terhadap karya seni fotografi ini, pada umumnya tidak terdapat wadah sebagai lembaga khusus dimana dalam hal ini terkait dengan karya fotografi bebas, karya fotografi non sejarah. Karya fotografi komersil dapat di kumpulkan atau di arsipkan oleh lembaga profit yang tentunya sebelumnya telah disepakati terkait karya foto komersil yang bernilai bagi kepentingan komersil. Setiap hari, ribuan desainer dari seluruh dunia, membutuhkan stok foto (terutama jika klien tidak memiliki foto berkualitas tinggi milik sendiri). Sumber stok desain seperti vector, ikon, tekstur, dan image fotografi, sangat dibutuhkan bagi para desainer. Oleh sebab itu, menjual stok grafis dan foto dapat menjadi sumber penghasilan pasif yang amat bagus bagi fotografer dan desainer grafis. Stok fotografi adalah istilah yang mengacu pada suplai foto atau gambar yang dapat digunakan dengan lisensi tertentu. Stok ini untuk memenuhi bermacam kebutuhan, dimana setiap hari tidak terhitung banyaknya orang yang membutuhkan foto untuk website, majalah, brosur, desain web, desain grafis dan keperluan-keperluan lainnya, baik kebutuhan personal maupun bisnis. Dari kacamata bisnis, menggunakan stok fotografi yang telah jadi dapat memangkas banyak biaya, seperti tidak harus membayar fotografer, belum lagi kerepotan mencari lokasi pemotretan dan sebagainya. Berikut

daftar situs jual foto online, yakni : Fotolia, Getty Images, iStockPhoto, Shutterstock, Bigstock, eBay, Veer, Alamy, Crestock, 123RF, Imagekind, Shutter Point, Picturstock, Dreamstime, PhotoShelter, PhotoStockPlus, POND5, Foto Libra, PhotoDune, CutCaster, CanStock Photo, RedBubble, Photo Spin, Etsy, Shutter Fly, FotoTime, feature Pics, Stock Photo Media, Art Break, Artis Rising, Photobox, DepositPhotos, StockFresh, PIXAMOLA, dan Lapakfoto.

Semua situs stok fotografi menjalankan bisnis berdasarkan permintaan pelanggan mereka, terutama mengenai foto apa saja yang diminta lebih banyak oleh para pelanggan mereka. Karena itu, jelas tidak bisa menerima semua foto yang ditawarkan, karena mesti menyasar target pasar mereka, bukan memamerkan portfolio sang fotografer. Di sisi lain, orang-orang mengunjungi situs fotografi untuk mendapatkan gambar atau foto yang bisa mereka gunakan untuk kebutuhan profesional mereka, seperti desain web, ikon, logo atau untuk penjualan merchandise.

2. Pilihan media penyimpanan hasil fotografi saat ini sebagai besar telah dilakukan dalam media digital, baik dari *personal computer* hingga ruang dalam dunia maya, internet yakni semisal *google drive* hingga *icloud*.
3. Berbeda halnya untuk karya – karya fotografi yang memiliki nilai sejarah, terlebih sejarah perjuangan bangsa. Satu lembaga arsip nasional merupakan institusi yang di miliki oleh pemerintah yang bertugas salah satunya untuk menyimpan dan merawat karya fotografi yang bernilai sejarah.



Gambar 5

Street Photography- Arraydianta

### Peran pemerintah dalam mendukung karya fotografer Indonesia

Dalam upaya memperkenalkan karya fotografer Indonesia di kancah internasional, sinergitas antara pemerintah dan fotografer perlu dilakukan, salah satunya dengan melalui bekraf, Bdan Ekonomi Kreatif yang merupakan lembaga pemerintahan non kementerian yang bertanggung jawab pada ranah ekonomi.

Namun perjalanan sinergitas ini tentu tidak dapat merangkul seluruh fotografer Indonesia yang aktif, sehingga beberapa hal dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Saat ini fotografer Indonesia sudah banyak yang mengerjakan untuk industri luar negeri, karya fotografi kita tidak kalah dengan bangsa lain. Dalam hal ini yang harus terus di bangun yakni kepercayaan dan orientasi bisnis foto dan *networking* fotografer di industri.
2. Pemerintah bersama kemenparekraf harus sangat mendukung bidang fotografi, karena semua yang menggunakan visual akan menggunakan ilmu dasar fotografi, antara lain untuk menuntun fotografer pemula berkembang, meskipun saat ini beberapa fotografer bersaing sendiri di kancah internasional dan *link networking*

menjadi salah satu medianya, selain terus berkarya untuk membangun kepercayaan dalam portofolio.



Gambar 6

Warisan Budaya Dunia – Arraydianta

### Kesimpulan

Dari peelitian yang dilakukan terkait dengan eksposeure fotografer Indonesia sebagai peningkatan subsektor fotografi dalam perspektif ekonomi kreatif dapat diberikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Sedini mungkin mengajarkan pemahaman akan hak intelektual atau HKI sebenarnya, yang menjadi tanggung jawab bersama, keterkaitan pengguna dan fotografer, serta pihak ke 3 yang juga mengaksesnya prinsip ini harus ditanamkan selain kreatifitas dan seni yang bernilai. Pada umumnya seorang seniman atau orang yang kreatif tidak mungkin bangga dengan karya orang lain. Jadi tanamkan kebanggaan penciptaan dan menghargai cipta seni orang.
2. Pilihan media penyimpanan hasil fotografi saat ini sebgai besar telah dilakukan dalam media digital, baik dari *personal computer* hingga ruang dalam dunia maya, internet yakni semisal *google drive* hingga *icloud* bagi karya fotografi komersil

sedangkan untuk karya fotografi yang memiliki nilai sejarah lembaga arsip nasional merupakan institusi yang di miliki oleh pemerintah yang bertugas salah satunya untuk menyimpan dan merawat karya fotografi yang bernilai sejarah.

3. Pemerintah bersama kementerian harus sangat mendukung bidang fotografi, karena semua yang menggunakan visual akan menggunakan ilmu dasar fotografi. Dibutuhkan kementerian untuk mengajarkan atau menuntun fotografer pemula untuk berkembang, meskipun saat ini sudah banyak juga fotografer yang berperan sendiri bersaing di kancah internasional dan bahwa *link networking* menjadi salah satu cara selain terus berkarya untuk membangun kepercayaan dalam portofolio.

### Daftar Pustaka

- Adia Damar Syamsuri, Ida Susanti. (2013). *Foto Iklan Layanan Masyarakat Tentang Kesehatan Dalam Karya Fotografi Kreatif*, [https://scholar.google.com/scholar?cluster=1101507697366351809&hl=en&as\\_sdt=0,5](https://scholar.google.com/scholar?cluster=1101507697366351809&hl=en&as_sdt=0,5)
- Agnes Paulina Gunawan. (2014). *Genre Fotografi Yang Diminati Oleh Fotografer Di Indonesia*, [https://scholar.google.com/scholar?cluster=671994296885595987&hl=en&as\\_sdt=0,5](https://scholar.google.com/scholar?cluster=671994296885595987&hl=en&as_sdt=0,5)
- Ardiansyah, Yulian. (2005). *Tips & Trik Fotografi*, Grasindo : Jakarta.
- Ardianto, et al., (2012), *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Basrowi, & Suwandi. (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Rineka Cipta.
- DC Ganar, A Zafrullah. (2019). *Perkembangan Ekonomi Digital Di Indonesia*, [https://scholar.google.com/scholar?q=related:pVT6d-AvtHEJ:scholar.google.com/&scioq=Perkembangan+Ekonomi+Digital+Di+Indonesia&hl=en&as\\_sdt=0,5](https://scholar.google.com/scholar?q=related:pVT6d-AvtHEJ:scholar.google.com/&scioq=Perkembangan+Ekonomi+Digital+Di+Indonesia&hl=en&as_sdt=0,5)
- Ekonomi Kreatif: Pengertian, Ciri-Ciri, Jenis, dan Perkembangannya*, (2020). <https://www.maxmanroe.com/vid/bisnis/ekonomi-kreatif.html>
- Giwanda, Griand. (2001). *Panduan Praktis Belajar Fotografi*, Jakarta: Puspa Swara.
- Hamidi. (2010). *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi*, Malang : UMM Press.
- Idntimes.com, (2017). *Kamu Hobi Fotografi? Jual Foto Jepretanmu di 10 Situs Ini*, <https://www.idntimes.com/tech/trend/fajarnurmanto/hobi-fotografi-saatnya-jual-foto-jepretanmu-di-10-situs-ini>.
- Ikbal Rachmat. (2018). *Fotografi Kehumasan Sebagai Media Pembentukan Citra Yang Baik (Studi Eksploratori Fotografer Kehumasan)*, <https://digilib.esaunggul.ac.id/>
- \_\_\_\_\_. (2007). *Aplikasi Fotografi Hitam Putih Pada Teknologi Digital*, <https://scholar.google.com/>
- \_\_\_\_\_. (2019). *Modul Perkuliahan Fotografi*, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Esa Unggul.

- Instagram. (2019). *Sosialisasi Perpres No. 142 Tahun 2018 tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional Tahun 2018-2025 (RINDEKRAF)*, [www.instagram.com/p/B3cPo5OJwI8/](http://www.instagram.com/p/B3cPo5OJwI8/)
- John Freeman and Steve Luck. (2009). *Digital and Classic Photography*, Anness Publishing, Blackfriars Road, London.
- Kemendikbud. (2019). *Fotografi*, <https://www.kemendikbud.go.id/layanan/Subsektor-Ekonomi-Kreatif/Fotografi>
- Michael Freema. (2010). *The Photographer's DSLR Pocketbook*, Ilex Press, United Kingdom.
- Plazakamera.com. (2016). *Hanya Dengan Hobi Fotografi, Kamu Bisa Hasilkan Banyak Rupiah Lho!*, <https://www.plazakamera.com/hanya-dengan-hobi-fotografi-kamu-bisa-hasilkan-rupiah-lho/>
- Portal-uang.com. (2020). *Jual Foto Online*, <https://portal-uang.com/foto/jual/>
- Raco, J, R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif : Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya*, Jakarta : PT Grasindo.
- Ruslan, R. (2004). *Metode Penelitian : Public Relations dan Komunikasi*, Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.
- Samara, Timothy. (2002). *Making and Breaking the Grid*. Gloucester: Rockport Publishers. Sudjojo, Marcus. (2010). *Tak-Tik Fotografi*. Jakarta: Bukuné.
- Thomas McGovern. (2003). *Fotografi Hitam Putih*, Andi, Yogyakarta.
- Twitter.com, Banper Bekraf 2020, 2019, <https://twitter.com/bekrafid?lang=en>
- Way, Wilson. (2014). *Human Interest Photography*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.