

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

1. Landasan Teori

Penelitian Identitas Sosial Komunitas Fotografer Kota Lama di Kota Semarang, Jawa Tengah terdapat landasan teori yang menjadi dasar penelitian ini, sebagai berikut :

a. Definisi Identitas Sosial

Identitas sosial pertama kali dikemukakan oleh Henri Tajfel pada tahun 1957, dalam hal ini, Henri Tajfel menjelaskan prasangka, deskriminasi, perubahan sosial dan konflik antar kelompok. Identitas sosial pertama kali berasal dari teori perbandingan sosial oleh Festinger, bahwa individu akan berusaha melihat diri mereka terhadap orang lain yang memiliki perbedaan kecil atau serupa (Bramantyo, 2019 : 194).

Tajfel mengemukakan identitas sosial yang didefinisikan sebagai ‘pengetahuan individu bahwa ia milik kelompok sosial tertentu bersama-sama dengan beberapa makna emosional dan nilai dari keanggotaan kelompok, dimana kelompok sosial adalah dua atau lebih individu yang berbagi identifikasi sosial baik umum maupun pribadi atau hampir sama, artinya menganggap diri mereka sebagai anggota dari kategori sosial yang sama (Octawidyanata, 2016 : 17).

Sedangkan Taylor dan Moghaddam dalam buku Susetyo (2002 : 58), mengungkapkan bahwa individu yang tampil dalam setiap interaksi sosial disebut dengan identitas sosial, yaitu bagian dari konsep diri





individu sebagai anggota suatu kelompok sosial, dimana di dalamnya mencakup nilai dan emosi penting yang melekat dalam diri individu sebagai anggotanya. Menurut Billig dalam buku Sarwono (2001:22) mengungkapkan bahwa identitas sosial adalah sebuah proses yang mengikatkan individu pada kelompoknya dan yang menyebabkan individu menyadari diri sosialnya, hal ini sama yang disampaikan Baron dan Byrne (2004:163) mengartikan identitas sosial sebagai definisi seseorang tentang siapa dirinya termasuk di dalamnya atribut pribadi dan atribut yang dibaginya bersama dengan orang lain (Absari, 2013 : 14).

Dalam penelitian ini, peneliti lebih berkonsentrasi dalam penggunaan definisi teori identitas sosial yang dicetuskan oleh Henri Tajfel yang mengungkapkan bahwa identitas sosial merupakan kesadaran individu bahwa ia merupakan milik kelompok sosial tertentu dan ada makna emosional dan nilai dari keanggotaan kelompok.

b. Komponen Identitas Sosial

Dalam identitas sosial ada komponen yang mempengaruhi, dikutip Rabbani (sosial79, 2021), menurut Tajfel ada tiga komponen, sebagai berikut :

(a) *Cognitive Component* (Komponen Kognitif)

Kesadaran kognitif akan keanggotaannya dalam kelompok, seperti *self-categorization* (kategorisasi diri).

Individu mengkategorikan dirinya dengan kelompok tertentu yang akan menentukan kecenderungan diri mereka untuk

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

berperilaku sesuai dengan keanggotaan kelompoknya (Ellemers, 1999). Komponen ini berhubungan dengan *self-stereotyping* (pengelompokan diri) yang menghasilkan identitas pada diri individu dan anggota kelompok lain yang satu kelompok dengannya. *Self-stereotyping* (pengelompokan diri) dapat memunculkan perilaku kelompok (Hogg, 2001).

(b) *Evaluative Component* (Komponen Evaluatif)

Merupakan nilai positif atau negative yang dimiliki oleh individu terhadap keanggotaannya dalam kelompok tersebut atau bisa dikatakan sama seperti *group esteem* (harga diri kelompok). *Evaluative component* (komponen evaluatif) menekankan pada nilai yang dimiliki individu terhadap keanggotaan kelompoknya (Ellemers, 1999).

(c) *Emotional Component* (Komponen Emosional)

Merupakan perasaan keterlibatan emosional terhadap kelompok, seperti *affective commitment* (komitmen afektif). Komponen emosional lebih menekankan pada seberapa besar perasaan emosional yang dimiliki individu terhadap kelompoknya. Komitmen afektif akan lebih dekat dalam kelompok yang dievaluasi secara positif karena kelompok lebih berkontribusi terhadap identitas sosial yang positif. Hal ini menunjukkan bahwa identitas individu sebagai anggota kelompok sangat penting dalam menunjukkan keterlibatan emosionalnya yang kuat terhadap kelompoknya walaupun kelompoknya diberikan karakteristik negative (Ellemers, 1999) (Rabbani, 2021).



c. Dimensi Identitas Sosial

Dikutip dari Absari (2013 : 26) dimensi dalam identitas sosial menurut Jackson dan Smith (Barron and Donn, 1991) ada empat dimensi yang mengkonseptualisasikan identitas sosial, sebagai berikut :

(a) Persepsi dalam Konteks Antar Kelompok

Mengidentifikasi diri pada sebuah kelompok, maka status dan gengsi yang dimiliki kelompok tersebut akan mempengaruhi persepsi tiap individu didalamnya. Persepsi tersebut akan menuntut individu untuk memberikan penilaian, baik pada kelompoknya maupun kelompok lain.

(b) Daya Tarik *In-Group*

In-group secara umum diartikan sebagai suatu kelompok di mana seseorang mempunyai perasaan memiliki dan identitas umum. Sedangkan *out-group* merupakan suatu kelompok yang dipersepsikan jelas berbeda dengan *in-group*. Adanya perasaan *in-group* sering menimbulkan *in-group bias* yaitu kecenderungan menganggap baik kelompoknya sendiri. Menurut Henry Tajfel (1974) dan Michael Billig (1982) *in-group bias* merupakan refleksi perasaan tidak suka pada *out-group* dan perasaan suka pada *in-group*. Hal tersebut terjadi dikarenakan kesetiaan/loyalitas terhadap kelompok yang dimilikinya dan disevaluasi kelompok lain.

(c) Keyakinan SalingTerkait

Identitas sosial merupakan keseluruhan aspek diri seseorang yang berasal dari kelompok sosial mereka atau kategori



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

keanggotaan bersama secara emosional dan mempunyai hasil evaluasi yang bermakna. Dalam hal ini, seorang individu memiliki kelekatan emosional dengan kelompok sosialnya. Kelekatan itu muncul setelah menyadari keberadaannya sebagai anggota dari kelompok sosial tersebut. Individu juga memakai identitas sosial yang dimilikinya sebagai kebanggaan diri dan harga diri. Jika penilaian kelompok semakin positif maka akan memperkuat harga diri, begitu juga sebaliknya.

(d) Depersonalisasi

Ketika individu merasa menjadi bagian dari kelompok sosial, individu tersebut akan mengurangi nilai yang ada dalam dirinya, sesuai dengan nilai yang ada dalam kelompok tersebut. Namun, terkadang depersonalisasi terjadi karena adanya perasaan takut tidak “dianggap” oleh kelompoknya karena mengabaikan atau tidak sesuai dengan nilai maupun ciri khas kelompok sosial tersebut.

d. **Motivasi Melakukan Identitas Sosial**

Dikutip dari Rabbani (sosial79, 2021) dalam melakukan identitas sosial pada kelompok sosial, tentu ada motivasi yang mendukung untuk melakukan identitas sosial tersebut. Motivasi untuk melakukan identitas sosial adalah sebagai berikut :

(a) *Self-Enhancement* dan *Positive Distinctiveness*

Positive distinctiveness mencakup keyakinan bahwa adanya kecenderungan “kelompok kita” lebih baik dibandingkan



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

“kelompok mereka”. Kelompok dan anggota yang berada di dalamnya akan bersaha untuk mempertahankan *positive distinctiveness*, karena hal tersebut menyangkut dengan martabat, status dan kelekatan dengan kelompoknya. *Positive distinctiveness* seringkali dimotivasi oleh harga diri anggota kelompok.

Dengan adanya identifikasi kelompok, maka harga diri individu akan mengalami peningkatan. *Self-enhancement* juga ikut terlibat dalam proses identitas sosial. Karena motif individu untuk melakukan identitas sosial adalah untuk memberikan aspek positif bagi dirinya, misalnya meningkatkan harga dirinya, yang berhubungan dengan *self-enhancement* (Burke, 2006).

(b) *Uncertainty Reduction*

Motif ini secara langsung berhubungan dengan kategorisasi sosial. Individu berusaha mengurangi ketidakpastian subjektif mengenai dunia sosial dan posisi mereka dalam dunia sosial, individu suka mengetahui siapa diri mereka dan bagaimana seharusnya mereka berperilaku. Selain itu, mereka juga tertarik untuk mengetahui siapa orang lain dan bagaimana seharusnya orang lain tersebut berperilaku. Dalam hal ini, kategorisasi sosial dapat menghasilkan *uncertainty reduction* karena memberikan *group prototype* yang menggambarkan bagaimana anggota akan/dan seharusnya berperilaku dan berinteraksi dengan orang lain.



Dalam *uncertainty reduction*, anggota kelompok terkadang langsung menyetujui status keanggotaan mereka karena menentang hal tersebut berarti meningkatkan ketidakpastian *self-conceptual*. Individu yang memiliki ketidakpastian *self-conceptual* akan termotivasi untuk mengurangi ketidakpastian dengan cara mengidentifikasi dirinya dengan kelompok yang statusnya lebih tinggi atau rendah. Kelompok yang telah memiliki kepastian *self-conceptual* akan dimotivasi oleh *self-enhancement* untuk mengidentifikasi dirinya lebih baik terhadap kelompoknya (Burke,2006).

(c) *Optimal Distinctiveness*

Menurut Brewer (1991), individu berusaha menyeimbangkan dua motif yang saling berkonflik (sebagai anggota kelompok atau sebagai individu) dalam meraih *optimal distinctiveness* (Burke,2006). Individu berusaha mempertahankan perasaan individualitas dengan kebutuhan menjadi bagian dalam kelompok yang menghasilkan definisi dirinya sebagai anggota kelompok (Ellemers,1999).

2. Komunitas

a. Definisi Komunitas

Dikutip dari Sora (2015) Komunitas secara umum adalah kelompok sosial yang terdiri dari beberapa individu yang saling berinteraksi di dalam daerah tertentu dan saling berbagi lingkungan. Individu yang berada dalam komunitas memiliki ketertarikan dan habitat yang sama, selain itu menunjukkan adanya kesamaan kriteria sosial sebagai ciri khas

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



keanggotaannya. Komunitas dibentuk bertujuan untuk dapat saling membantu satu sama lain dalam menghasilkan sesuatu yang sudah ditentukan sebelumnya.

Menurut Hendro Puspito, kelompok sosial adalah suatu kumpulan nyata, teratur dan tetap dari individu yang melaksanakan perannya secara berkaitan guna mencapai tujuan bersama. Komunitas sendiri merupakan sebuah identifikasi dan interaksi sosial yang dibangun dengan berbagai dimensi kebutuhan fungsional (Soenarno, 2002). Dalam kelompok sosial adalah suatu kumpulan manusia yang punya kesadaran akan anggotanya dan saling berinteraksi (Paul B. Horton & Chaster L. Hunt).

The number in a group, is not as important as the implications of that number. The more people, the greater the opportunity for more personal relationships to develop. This may influence whether small groups stay focused on their goals and whether group members are satisfied with their experiences (Shaw, 1981, West & Turner, 2010 : 35).

Melalui gagasan Shaw, jumlah anggota yang ada dalam grup tidak terlalu penting, tetapi semakin banyak anggota maka kesempatan dalam membangun relasi individu semakin besar. Semakin banyak anggota maka akan mempengaruhi apakah kelompok tersebut akan tetap fokus pada tujuan atau anggota kelompok puas dengan dengan pengalaman mereka.

Sedangkan menurut Johnson and Johnson (1987:8) Kelompok adalah dua atau lebih individu dalam interaksi tatap muka, masing-masing menyadari keanggotaannya dalam kelompok, masing-masing menyadari orang lain merupakan anggota group tersebut dan masing-masing menyadari saling ketergantungan positif mereka karena mereka berusaha

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



untuk mencapai tujuan bersama. Melalui gagasan Johnson and Johnson (1987) dapat ditekkankan bahwa kelompok :

- (a) Merupakan kumpulan individu yang saling berinteraksi.
- (b) Unit sosial yang terdiri paling sedikit 2 individu dan merasa bagian dari kelompok.
- (c) Kumpulan individu yang bersama berusaha mencapai tujuan.
- (d) Kesadaran tiap keanggotaan kelompok tersebut.
- (e) Ada ketergantungan antar anggota kelompok.
- (f) Ada interaksi terstruktur oleh seperangkat peran dan norma.
- (g) Adanya pengaruh antar individu anggota kelompok.

b. Komponen Kelompok

Dalam artikel Sora (2015), dalam menjalankan kelompok, ada komponen yang harus ada dalam kelompok tersebut, komponen tersebut terdiri dari :

(a) Peran

Peran bertujuan memperjelas tanggung jawab dan kewajiban anggotanya, jadi dalam hal ini peran sangat berguna. Tetapi tidak dipungkiri bahwa peran juga memiliki sisi buruk, kadang ada konflik yang disebabkan oleh peran-stress yang disebabkan adanya saling bertentangan satu sama lain, misalnya orang tua dari anak kecil mengalami konflik antara peran mereka sebagai orang tua dan peran



mereka sebagai siswa atau pegawai dan ini dapat memberikan stress dalam tingkatan tinggi pada mereka (Willian, dkk, 1992).

Dalam kelompok ada peran yang diberikan, seperti ketua, sekretaris, bendahara. Masing-masing peran memiliki fungsi yang berbeda-beda secara sadar maupun tidak sadar individu anggota tersebut yang memiliki peran tersebut menerima peran dan menjalankannya sesuai dengan peran yang ada.

(b) Status

Dalam sebuah kelompok ada status yang diberikan, menurut psikolog evolusioner menganggap bahwa status sebagai hal yang penting, karena ada banyaknya spesies termasuk spesies kita, status tinggi menawarkan keuntungan penting pada mereka yang memilikinya. Secara tidak langsung melalui tanggapan tersebut, semakin tinggi status, maka akan semakin banyak akses dan keuntungan yang didapatkan.

(c) Norma

Norma memiliki peran dan dampak yang sangat penting terhadap anggotanya. Peraturan yang diciptakan oleh kelompok yang bertujuan memberitahu anggota apa yang harus dilakukan dan apa yang tidak boleh dilakukan. Dalam perjalanan norma, harus ada kepatuhan sehingga bisa mendapatkan status dan penghargaan yang dikontrol oleh kelompok tersebut.

(d) Kohesivitas

Menurut Festinger, dkk (1950) merupakan semua kekuatan yang menyebabkan anggota bertahan dalam kelompok, seperti kesukaan

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

pada anggota lain dalam kelompok dan keinginan untuk menjaga atau meningkatkan status dengan menjadi anggota dari kelompok yang “tepat”. Sedangkan menurut Hogg & Heiness (1996), kohesivitas meliputi *depersonalized attraction* -kesukaan pada anggota lain dalam kelompok yang muncul dari fakta bahwa mereka adalah anggota dari kelompok tersebut dan mereka menunjukkan karakteristik kunci kelompok yang cukup berbeda dari bagaimana *trait* (sifat) mereka sebagai individu.

Dalam kohesivitas kelompok, ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi, sebagai berikut :

- (1) Status dalam kelompok (Cotta dkk, 1995), kohesivitas seringkali lebih tinggi pada anggota yang status lebih tinggi dibanding yang lebih rendah.
- (2) Usaha yang dibutuhkan untuk masuk kelompok, makin besar usaha makin besar kohesivitas.
- (3) Keberadaan ancaman eksternal atau kompetisi yang kuat, ancaman dapat meningkatkan ketertarikan dan komitmen anggota dalam kelompok.
- (4) Ukuran, kelompok kecil cenderung lebih kohesif dibandingkan kelompok yang lebih besar.

Melalui hal tersebut, peran, status, norma dan kohesivitas, kelompok dapat mempengaruhi tingkah laku tiap anggotanya dalam menjalankan keanggotaan kelompok tersebut (Sora, 2015).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



3. Fotografi

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Dalam dunia Fotografi, orang yang berprofesi dalam hal tersebut adalah fotografer. Fotografer adalah orang yang berusaha mengabadikan momen serta menceritakan sebuah peristiwa atau kejadian melalui sebuah gambar yang diambil.

Menurut Bull (2010: 5) kata dari fotografi berasal dari dua istilah Yunani: photo dari phos (cahaya) dan graphy dari graphe (tulisan atau gambar). Maka makna harfiah fotografi adalah menulis atau menggambar dengan cahaya. Maka fotografer merupakan profesi yang mengabdikan momen dengan cara menulis dengan cahaya yang masuk kedalam sensor kamera dengan hasil digital.

Dikutip dari Aviani Rahmawati dalam buku *The History of Photography* karya Alam Daveport pada tahun 1991, fotografi ditemukan pada abad ke-5 Sebelum Masehi oleh Mo Ti yang mengamati pada sebuah ruang gelap dengan lubang kecil merefleksikan pemandangan yang berasal dari luar dengan keadaan terbalik, secara tidak sengaja Mo Ti menyadari fenomena kamera obscura (Karyadi, 2017 : 6).

a. Unsur Fotografi

Dalam dunia fotografi ada unsur utama yang dapat mempengaruhi fotografi dalam pengambilan dan hasil, unsur utama dalam fotografi sebagai berikut :

(1) Sumber cahaya

Fotografi menurut Bull (2010 : 5) adalah menulis atau menggambar dengan cahaya, oleh karena itu unsur terpenting dalam fotografi adalah cahaya. Cahaya dalam fotografi dibagi menjadi dua, yaitu cahaya alami

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

dan buatan. Cahaya alami berasal dari matahari yang merupakan sumber cahaya paling besar dan kuat, sedangkan cahaya buatan terdiri dari *blitz*, lampu, lilin, obor, dll.

Cahaya yang ada dalam fotografi ada pengaturan arah yang digunakan, yaitu *front light*, *back light*, *top light*, *bottom / base light*, *side light*. Dalam pengaturan arah cahaya akan ada perbedaan yang dihasilkan mulai dari bayangan hingga pembuatan karakter atau personalisasi dari model.

(2) Objek atau Subjek

Objek atau subjek merupakan benda yang menerima cahaya dari sumber cahaya. Objek atau subjek bisa berupa benda mati atau benda hidup, ataupun bisa berupa aktifitas. Banyak sedikitnya cahaya ke arah subjek/objek membuat gambar semakin jelas ataupun sebaliknya.

(3) Cahaya yang dipantulkan Objek atau Subjek

Objek atau subjek yang tersinari cahaya tertangkap oleh mata atau kamera merupakan cahaya yang dipantulkan subjek atau objek tersebut.

(4) Kamera

Kamera merupakan alat untuk menangkap cahaya yang dipantulkan subjek/objek, kemudian disimpan ke dalam penyimpanan. Kamera memiliki lensa yang mempunyai diafragma yang mengatur besar kecil cahaya yang masuk, shutter speed untuk mengatur kecepatan mengambil cahaya yang masuk, sensor untuk menangkap dan mengubah cahaya menjadi data digital dan prosesor untuk mengolah data digital, kartu penyimpanan/*memory card* digunakan untuk menyimpan data digital.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



b. Jenis-jenis Fotografi

Jenis fotografi disini sebagai pengelompokan secara garis besar yang mempermudah dalam memahami karya fotografi, bukan sebagai penggolongan yang paten untuk menghasilkan karya foto. Jenis fotografi diantaranya :

(1) Fotografi Manusia

Jenis fotografi yang menjadi obyek utamanya adalah manusia. Jenis foto ini menawarkan nilai dan daya tarik untuk divisualisasikan. Fotografi manusia dibagi menjadi :

(a) *Portrait*

Fotografi yang menampilkan ekspresi dan karakter manusia dalam kesehariannya. Bisa berupa mimic, tatapan, kerut wajah, ekspresi, bertujuan memberikan kesan emosional dan menciptakan karakter seseorang.

(b) *Human Interest*

Fotografi yang menampilkan kehidupan manusia atau interaksi manusia dalam kehidupan sehari-hari serta ekspresi emosional yang memperlihatkan manusia dengan masalah kehidupannya, bertujuan membawa rasa ketertarikan dan simpati bagi para orang yang menikmati foto tersebut.

(c) *Stage Photography*

Fotografi yang menampilkan aktivitas hidup manusia yang merupakan bagian dari budaya dan dunia *entertainment* untuk dieksploitasi dan menjadi bahan menarik untuk divisualisasikan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



(d) *Sport*

Fotografi yang menangkap aksi menarik dan spektakuler event dan pertandingan olah raga. Jenis foto ini memerlukan kecermatan dan kecepatan fotografer dalam menangkap momen.

(e) *Glamour Photography*

Fotografi yang berusaha menangkap obyek dalam pose yang menekankan kurva dan bayangan. Seperti namanya, foto ini bertujuan menggambarkan model dalam cahaya *glamour* (mempesona).

(f) *Wedding Photography*

Fotografi campuran dari berbagai jenis fotografi, fotografer harus memiliki keahlian dalam fotografi *portrait* dan menggunakan fotografi *glamour* untuk mengabadikan momen terbaik dan mengolah beberapa gambar dengan perangkat lunak.

(2) *Nature Photograph*

Jenis foto ini yang menjadi obyek utamanya adalah *nature* (alam) seperti benda alami (gunung, hutan,dll) dan makhluk hidup.

(3) Fotografi Arsitektur

Fotografi jenis ini menampilkan keindahan suatu bangunan dari segi sejarah, budaya, desain dan konstruksinya.

(4) Fotografi *Still Life*

Fotografi jenis ini membuat gambar benda mati menjadi hal menarik dan tampak “hidup”, komunikatif, ekspresif dan mengandung pesan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



yang akan disampaikan merupakan bagian penting dari penciptaan karya foto ini.

(5) Fotografi Jurnalistik

Fotografi jenis ubu digunakan untuk kepentingan pers atau kepentingan informasi, dalam menyampaikan pesan harus ada keterangan dari foto tersebut sebagai bagian dari penyajian foto jenis ini.

(6) Fotografi *Aerial*

Fotografer aerial mempunyai spesialisasi dalam mengambil foto dari udara, foto bertujuan/digunakan sebagai survei atau konstruksi, untuk memotret burung ataupun cuaca pada suatu film atau untuk tujuan militer.

(7) Fotografi Bawah Air

Jenis foto ini biasa digunakan oleh penyelam *scuba* atau perenang *snorkel*.

(8) Fotografi Seni Rupa

Jenis foto ini didedikasikan untuk memproduksi foto dengan tujuan murni estetika, foto jenis ini biasa dipajang di museum dan galeri, umumnya berkaitan dengan penyajian benda indah atau benda biasa dengan cara yang unik dan indah dalam menyampaikan intensitas dan emosi.

(9) Fotografi Makro

Fotografi ini merupakan fotografi dengan pengambilan gambar dalam jarak dekat. Biasa digunakan untuk mengambil foto serangga,

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



bunga, bulir air atau benda lain yang menarik jika menggunakan teknik *close-up*.

(10) Fotografi Mikro

Fotografi ini memerlukan alat yang khusus dalam pengambilan gambarnya, dikarenakan objek yang sangat kecil. Biasa digunakan dalam dunia ilmiah seperti astronomi, kedokteran dan biologi (Karyadi, 2017).

Dalam Komunitas Fotografer Kota Lama, fotografi manusia dengan model portrait menjadi fokus komunitas ini dalam melakukan kegiatan komunitas dalam menghasilkan foto yang berada di Kota Lama Semarang.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Penelitian Terdahulu

1. Proses Pembentukan *Self-Esteem* dan *Self-Identity* Pada Teman Tuli Di Organisasi GERKATIN Depok

Penelitian ini meneliti tentang bagaimana pembentukan *self-esteem* (harga diri) dan *self-identity* (identitas diri) dari Teman Tuli di organisasi GERKATIN yang berada di Depok. Teman Tuli adalah salah satu dari bagian elemen masyarakat yang mengalami keterhambatan dalam mendengar serta memproduksi bahasa, dimana hal tersebut menyebabkan dampak yang cukup kompleks dalam kehidupan sosialnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana proses pembentukan *self-esteem* dan *self-identity* pada teman Tuli di organisasi GERKATIN Depok yang diawali dengan *self-disclosure* dari teman Tuli itu sendiri.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Dalam penelitian, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi. Selain itu penelitian ini juga menggunakan teori identitas sosial yang di temukan oleh Henri Tajfel. Hasil penelitian menunjukkan jika teman Tuli sebenarnya tidak tertutup kepada teman dengar, justru sebenarnya teman Tuli ingin lebih dekat dengan teman dengar. Karena dengan bertukar pikiran dengan teman dengar, secara tidak langsung dapat meningkatkan *self-esteem* dari teman Tuli. Selain itu identitas diri yang terbentuk pada teman Tuli adalah keinginan untuk dipanggil Tuli dibandingkan tunarungu, Karena Tuli merupakan identitas yang dilambangkan dengan kemampuan berbahasa isyarat. (Bramantyo, 2019)

Dalam penelitian ini berbeda dengan penelitian yang diteliti oleh penulis. Perbedaan berada pada tujuan penelitian, dimana tujuan penelitian “Proses Pembentukan *Self-Esteem* dan *Self-Identity* Pada Teman Tuli di Organisasi GERKATIN Depok” mempunyai tujuan proses pembentukan nilai diri dan identitas diri, yang menggunakan nilai diri sebagai kunci penelitian, sedangkan pada penelitian “Identitas Sosial Fotografer Kota Lama Semarang” memiliki tujuan pembentukan identitas sosial berdasarkan kesadaran individu anggota kelompok bahwa dirinya merupakan bagian dari komunitas tersebut dimana terdapat tiga komponen, yaitu kognitif, evaluatif dan emosional.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

2. Ekspresi Identitas Komunitas Motor Freedom Bikers Surabaya

Komunikasi bisa membentuk identitas seseorang maupun kelompok. Identitas bisa ditunjukkan melalui simbol-simbol komunikasi verbal dan non verbal. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui ekspresi identitas komunitas motor Freedom Bikers Indonesia (FBI) Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, berdasarkan pendekatan teori identitas.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Penelitian ini menggunakan dokumentasi, pengamatan observasi dan wawancara mendalam. Dalam penelitian ini, identitas komunitas FBI ditunjukkan melalui komunikasi verbal dan non verbal. Dalam komunikasi verbal, lebih sering menggunakan bahasa “Suroboyoan”. Namun, identitas komunitas motor FBI lebih banyak ditunjukkan melalui komunikasi non verbal, seperti motor yang digunakan bebas namun menggunakan paneng yang merupakan identitas khusus untuk member resmi FBI, modifikasi motor, spanduk, rompi, stiker bergambar logo komunitas FBI sendiri maupun komunitas atau club motor lain.. Komunikasi non verbal lebih banyak ditunjukkan karena lebih mudah dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat awam. Dari hasil penelitian, Komunitas motor FBI lebih banyak memperkenalkan identitasnya melalui logo FBI yang terdapat pada stiker, rompi, paneng, dan spanduk (Candraningtyas, 2017).

Penelitian “Ekspresi Identitas Komunitas Motor Freedom Bikers Surabaya” dengan penelitian “Identitas Sosial Komunitas Fotografer Kota Lama di Kota Lama Semarang” mempunyai kesamaan yang mendalam, dimana peneliti juga meneliti atribut hingga identitas sebagai anggota, tetapi berbeda dengan penelitian “Ekspresi Identitas Komunitas Motor Freedom Bikers Surabaya” yang dimana bagaimana komunitas ini menyampaikan komunitasnya kepada masyarakat awan, sedangkan penelitian yang diteliti oleh peneliti lebih pada bagaimana individu anggota kelompok merasa sebagaimana bagian dari Komunitas Fotografer Kota Lama, bukan bagaimana dilihat oleh masyarakat tetapi lebih pada keberadaan individu dan kesadaran individu dalam kelompok tersebut.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



3. Hubungan Antara Identitas Sosial Dengan Perilaku Mengemudi Agresif Pada Komunitas Motor RX-KING di Semarang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Penelitian “Hubungan Identitas Sosial Dengan Perilaku Mengemudi Agresif Pada Komunitas Motor RX-KING di Semarang” menggunakan penelitian kuantitatif. Dalam pembahasan penelitian tersebut, identitas sosial menjadi penelitian yang diteliti, identitas sosial merupakan penilaian positif atau negatif seseorang tentang siapa dirinya (termasuk di dalamnya adalah atribut pribadi dan atribut yang dibaginya bersama orang lain), berdasarkan keanggotaannya dalam suatu kelompok sosial seperti kelompok gender, ras, agama, dan kelompok sosial lainnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara identitas sosial dengan perilaku mengemudi agresif pada komunitas Rx-King di Semarang. Subjek penelitian adalah 100 orang anggota Club of Rx-King Semarang (CORS). Teknik pengambilan sampling dengan menggunakan convenience sampling. Pengumpulan data menggunakan Skala Identitas Sosial (29 aitem valid, $\alpha = 0,929$) dan Skala Perilaku Mengemudi Agresif (31 aitem valid, $\alpha = 0,904$). Berdasarkan hasil analisis regresi sederhana menunjukkan nilai koefisien korelasi $r_{xy} = 0,511$ dengan $p = 0,000$ ($p < 0,001$). Hasil tersebut menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara identitas sosial dengan aggressive driving pada komunitas motor RX-King Semarang. Artinya, semakin tinggi identitas sosial, maka semakin tinggi pula perilaku mengemudi agresif yang terlihat, begitupun sebaliknya. Identitas sosial memberikan sumbangan efektif sebesar 26,1% pada perilaku mengemudi agresif yang artinya perilaku mengemudi agresif tidak selalu terjadi karena

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



identitas sosial masih ada faktor lain sebesar 73,9% yang tidak diukur dalam penelitian ini.

Penelitian “Hubungan Antara Identitas Sosial Dengan Perilaku Mengemudi Agresif Pada Komunitas Motor RX-KING di Semarang” berbeda dengan penelitian yang diteliti penulis, penelitian “Hubungan Antara Identitas Sosial Dengan Perilaku Mengemudi Agresif Pada Komunitas Motor RX-KING di Semarang” menggunakan pendekatan kuantitatif, dimana berbeda dengan penelitian peneliti yang menggunakan pendekatan kualitatif. Selain itu, penelitian “Hubungan Antara Identitas Sosial Dengan Perilaku Mengemudi Agresif Pada Komunitas Motor RX-KING di Semarang” memfokuskan penelitian apa pengaruh identitas sosial terhadap perilaku anggota, sedangkan penelitian “Identitas Sosial Komunitas Fotografer Kota Lama di Kota Lama Semarang” lebih memfokuskan bagaimana individu anggota kelompok menyadari bahwa dirinya sebagai bagian dari anggota komunitas tersebut, yang ditunjukkan melalui komponen kognitif, evaluatif dan emosional.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

4. CADAR Antara Identitas dan Kapital Simbolik Ranah Publik

Fenomena bercadar bagi wanita muslim saat ini cukup menyita perhatian publik, termasuk para akademisi dan sosiolog. Artikel ini akan membahas tentang cadar dari segi orang yang mengenakan cadar dan pandangan orang lain serta pengaruhnya dalam ruang publik. Kesimpulannya adalah orang yang mengenakan cadar menyandang stigma negatif dari orang lain disebabkan mereka lebih bersifat eksklusif dan wanita Islam garis keras, bahkan teroris. Stigma tersebut disebabkan karena istri teroris rata-rata memakai cadar, apalagi pasca runtuhnya gedung WTC tahun 2001. Meskipun terpojokkan oleh stigma

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



masyarakat, pengguna cadar justru memiliki ikatan yang kuat, baik dari segi emosional, sosial, agama, ekonomi bahkan politik. Implikasinya adalah cadar bukan hanya berfungsi sebagai penutup aurat tetapi sebagai salah satu *life style* dan trend fashion. Stigma negatif itu kemudian berupaya dirubah oleh mereka dengan cara menunjukkan sikap inklusifitas yaitu dengan banyak melakukan kegiatan di luar rumah seperti di mall, bioskop, café bahkan ajang pameran busana. Bagi mereka, bercadar merupakan cermin wanita Islami dan jati diri baik di dalam maupun di luar rumah (Habibbah, 2020)

Pada penelitian tersebut, mempunyai kesamaan dengan penelitian yang diteliti, yaitu bagaimana individu anggota menyadari akan apa yang ada pada dirinya merupakan bagian kelompok. Tetapi ada perbedaan, dimana dalam penelitian “CADAR Antara Identitas dan Kapital Simbolik Ranah Publik” tidak ada pengenalan antara satu anggota dengan anggota lain, dimana lebih cenderung pada masyarakat umum yang mempunyai kesamaan dalam penggunaan cadar sebagai identitas wanita Islami.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

5. Proses Pemaknaan Kelompok Terhadap Brand Sebagai Identitas Kelompok (Studi Deskriptif Kalitatif pada Kelompok Skinhead di Yogyakarta terhadap Brand Dr. Martens, Fred Perry, Ben Sherman, Levi’s)

Sebagai makhluk sosial kita tidak terlepas pada kelompok-kelompok masyarakat. Pada hal ini individu-individu membentuk satu kelompok dengan memiliki tujuan yang sama. Skinhead merupakan kelompok anak muda kelas pekerja “Working Class” yang telah ada pada tahun 1960an di Inggris. Skinhead juga merupakan “Way of Life”, sehingga semua orang bisa menjadi skinhead. Berkepala gundul merupakan ciri fisik skinhead. Kemeja kotak-kota,

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

kaus berkerah, jaket harrington, jaket jeans, celana jeans, sepatu boots, merupakan pakaian yang digunakan skinhead pada awalnya. Selain ciri fisik dan cara berpakaian, skinhead menggunakan beberapa brand pada awalnya, yakni Ben Sherman, Fred Perry, Levi's, Dr. Martens. Penelitian ini berangkat dari konsep pemaknaan pada teori interaksionisme simbolik dan teori sikap. Konsep identitas kelompok pada teori identitas etnis yang dicetuskan oleh Turner, teori fashion sebagai komunikasi dan juga teori brand dan kategori attribute brand, aspirational brand, dan experience brand yang dicetuskan oleh Whitwell. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui bagaimana proses pemaknaan kelompok skinhead di Yogyakarta terhadap brand sebagai identitas kelompoknya. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan cara melakukan wawancara mendalam kepada ketiga narasumber yang merupakan skinhead di Yogyakarta. Skinhead di Yogyakarta menjelaskan proses pemaknaan pertama kali melalui tahap "melihat". Melihat orang-orang yang telah menjadi skinhead terlebih dahulu. Setelah itu narasumber memaknai simbol-simbol yang digunakan orang tersebut dan terjadi pertukaran simbol, sehingga narasumber merepresentasikan bahwa orang tersebut adalah skinhead. Setelah memaknai skinhead, narasumber terinfluen dengan bergabung bersama teman-teman skinhead yang lain. Kemudian narasumber mencari refrensi untuk menambah pengetahuannya mengenai skinhead melalui media cetak, elektronik, dan relasi. Pada refrensi tersebut juga disebutkan brand-brand yang digunakan skinhead pada awalnya di Inggris, narasumber juga memilikinya untuk memperkuat identitas mereka melalu brand yang digunakannya (Bernadus, 2014).

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





Penelitian “Proses Pemaknaan Kelompok Terhadap Brand Sebagai Identitas Kelompok (Studi Deskriptif Kalitatif pada Kelompok Skinhead di Yogyakarta terhadap Brand Dr. Martens, Fred Perry, Ben Sherman, Levi’s)” mempunyai kesamaan dalam penelitian ini. Namun ada perbedaan yang ada diantara dua penelitian ini, yaitu dimana dalam penelitian “Proses Pemaknaan Kelompok Terhadap Brand Sebagai Identitas Kelompok (Studi Deskriptif Kalitatif pada Kelompok Skinhead di Yogyakarta terhadap Brand Dr. Martens, Fred Perry, Ben Sherman, Levi’s)” lebih pada bagaimana pengguna merasa bagian dari komunitas dengan menggunakan beberapa atribut tertentu yang menjadi ciri khas komunitas, tetapi dalam penelitian “Identitas Sosial Komunitas Fotografer Kota Lama di Kota Lama Semarang” lebih pada bagaimana kesadaran individu anggota kelompok merasa bahwa dirinya adalah bagian dari komunitas, menganggap bahwa kelompok tersebut adalah tempat dimana ia berada, membuat mereka menggunakan atribut komunitas sebagai jati diri mereka dimana mereka berada, dan berdasarkan kesadaran tersebut, anggota komunitas menggunakan atribut dengan kebanggaan. Tetapi, atribut yang digunakan tidak semua orang mendapatkannya, hanya individu yang terdaftar sebagai anggota komunitas yang dapat menggunakan atribut komunitas, sehingga atribut yang digunakan bersifat eksklusif atau khusus.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

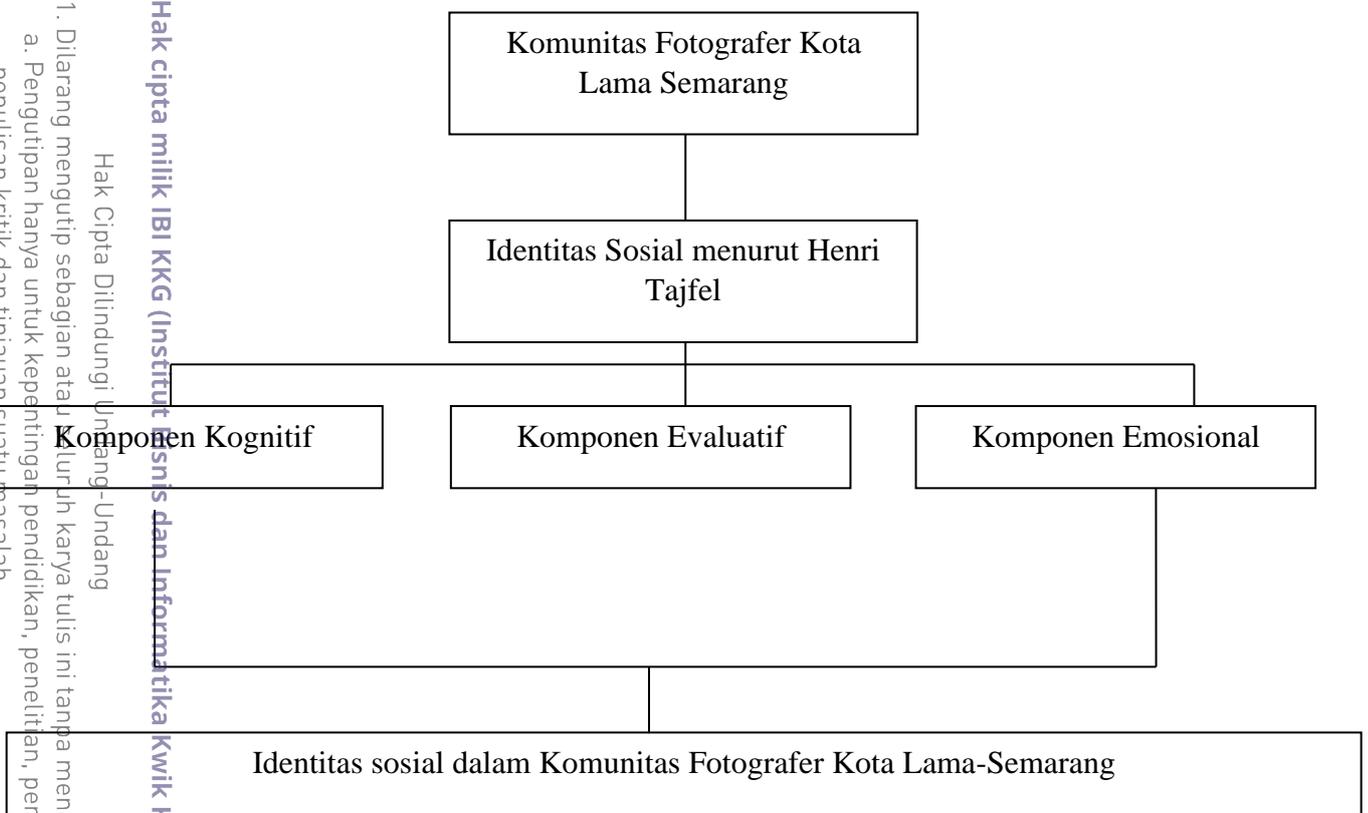
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



B. Kerangka Pemikiran

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran tersebut merupakan kerangka pemikiran yang menjadi proses penelitian yang dilakukan peneliti. Dalam melakukan penelitian, komponen yang membentuk identitas sosial menjadi kunci dalam penelitian. Melalui gagasan Billig, Barron dan Bryne, peneliti ingin meneliti bahwa Komunitas Fotografer Kota Lama melakukan proses yang dapat mengikatkan individu pada kelompoknya dan menyadari diri sosialnya, dan menyadari diri sendiri dalam atribut pribadi maupun atribut bersama orang lain. Penelitian ini dilakukan, dikarenakan adanya keunikan yang ada dalam Komunitas Fotografer Kota Lama Semarang. Komunitas ini



terlihat sangat mencolok di Kota Lama Semarang. Komunitas ini terlihat sangat mencolok dikarenakan atribut yang digunakan berupa seragam dan juga kamera yang dibawa. Selain itu, Komunitas Fotografer Kota Lama Semarang bisa dikatakan belum lama didirikan. Komunitas ini berdiri kurang lebih pada tahun 2019. Komunitas ini menjadi alat dimana fotografer Kota Lama Semarang berkumpul dan diatur dalam satu komunitas, sehingga bisa tertata rapi, aman dan nyaman bagi fotografer dan juga pengunjung Kota Lama Semarang.

Dalam penelitian “Identitas Sosial Komunitas Fotografer Kota Lama Semarang” memiliki fokus dalam penelitian, dimana peneliti ingin melihat dan mengetahui bagaimana identitas sosial yang ada dalam individu anggota Komunitas Fotografer Kota Lama Semarang melalui wawancara yang dilakukan dengan perwakilan dari anggota komunitas tersebut. Identitas sosial yang digagaskan oleh Henri Tajfel memiliki tiga komponen yang dapat membentuk individu anggota komunitas menjadi merasa bahwa dirinya merupakan salah satu bagian dari kelompok komunitas tersebut. Penelitian ini bertujuan dalam melihat bagaimana komponen pembentuk identitas sosial Komunitas Fotografer Kota Lama mempengaruhi individu anggota Komunitas Fotografer Kota Lama Semarang.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.