

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **A. Latar belakang**

Fotografi potret adalah salah satu bentuk fotografi yang menempatkan manusia sebagai subjek utama, dengan fokus pada wajah, ekspresi, serta gestur tubuh. Menurut Langford (2008:344), fotografi potret tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi visual seseorang, tetapi juga mampu menyampaikan karakter, suasana hati, dan bahkan kedalaman psikologis subjek. Berdasarkan hal tersebut, fotografi potret dapat dipahami sebagai medium komunikasi non-verbal yang kuat, karena potret mampu menyampaikan perasaan yang tak terucapkan hanya melalui visual.

Seiring berkembangnya era digital, kebutuhan individu untuk menampilkan citra diri secara profesional maupun personal semakin meningkat, khususnya melalui media sosial dan platform promosi digital lainnya. Dalam konteks ini, fotografi potret menjadi alat strategis dalam membentuk *personal branding*, mengingat kesan visual pertama sering kali menjadi dasar bagi audiens dalam menilai karakter, kompetensi, atau kredibilitas seseorang. Montoya dan Vandehey (2005:7), menyatakan bahwa, *personal branding* adalah proses membentuk persepsi publik secara sadar dan strategis terhadap identitas individu melalui berbagai media, termasuk visual. Oleh karena itu, visual potret yang dirancang secara estetik dan komunikatif memainkan peran krusial dalam proses tersebut.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh ketertarikan terhadap bagaimana fotografi potret dapat digunakan sebagai media promosi diri, khususnya dalam

membangun *personal branding* yang autentik dan komunikatif. Berfokus pada nilai-nilai estetika dalam karya fotografi potret, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana elemen-elemen visual dalam potret mampu merepresentasikan kepribadian sekaligus membentuk citra positif dari subjek yang dipotret.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi nilai estetika yang diterapkan dalam karya fotografi potret di studio phototentic, serta bagaimana elemen-elemen visual yang digunakan dapat menunjang tujuan *personal branding*. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis terhadap studi estetika fotografi, serta memberikan gambaran praktis bagi studio atau fotografer lain yang ingin mengembangkan pendekatan serupa. Studi ini secara khusus difokuskan pada karya fotografi potret di studio phototentic, yang dikenal dengan pendekatannya dalam memadukan estetika visual dan nilai ekspresif klien dalam rangka memperkuat citra *personal*. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis terhadap kajian estetika fotografi, serta memberikan gambaran praktis bagi studio fotografi atau fotografer lain dalam mengembangkan pendekatan serupa yang berbasis pada prinsip visual branding.

## **B. Rumusan masalah**

Berdasarkan hal-hal yang telah dijabarkan di latar belakang, maka dapat dirumuskan masalah pada penelitian ini adalah.

1. Bagaimana karya fotografi potret di studio phototentic merepresentasikan identitas dan kepribadian klien?

2. Apa fungsi elemen estetika visual dalam fotografi potret dan pengaruhnya terhadap pembentukan *personal branding* individu?

### **C. Tujuan dan manfaat**

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi elemen-elemen estetika dalam fotografi potret yang diterapkan oleh studio phototentic, serta menganalisis bagaimana estetika tersebut berkontribusi dalam membangun citra diri dan meningkatkan rasa percaya diri model. Selain itu, penelitian ini juga akan mengeksplorasi elemen estetika pada fotografi potret yang dijadikan sebagai media promosi diri. Manfaat dari penelitian ini mencakup penambahan wawasan teoritis tentang estetika dalam konteks *personal branding*, penyediaan panduan praktis bagi fotografer dalam menerapkan elemen estetika untuk memperkuat citra diri model, serta pendorong kesadaran akan pentingnya fotografi potret sebagai alat untuk meningkatkan identitas diri dan kepercayaan diri. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan baik secara teoritis maupun praktis dalam bidang fotografi potret.