

# FENOMENA KONSTRUKSI IDENTITAS PADA FOTO *PRE-WEDDING*

Jimi N. Mahameruaji

Program Studi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran

## ABSTRAK

**Artikel** ini merupakan hasil penelitian yang dilatarbelakangi oleh permasalahan konstruksi identitas yang saat ini banyak ditampilkan pada foto pre-wedding. Pada mulanya foto pre-wedding hanyalah foto yang menampilkan sepasang laki-laki dan perempuan dengan tujuan untuk dipajang dalam resepsi pernikahan. Dalam perkembangannya foto pre-wedding menjadi ajang dalam menampilkan identitas dari pasangan tersebut. Dalam menampilkan identitas-identitas tersebut, setiap pasangan memiliki alasan-alasan (motif atau *account*), bentuk-bentuk dan batasan identitas apa saja yang ditampilkan, serta dampaknya terhadap foto pre-wedding yang ditampilkan. Peneliti mengintegrasikan teori fenomenologi, teori interaksionisme simbolik, dan teori konstruksi sosial, serta menggunakan pendekatan subjektif-konstruktivis dengan metode penelitian kualitatif dalam tradisi penelitian fenomenologi, atau paradigma interpretif (*interpretive paradigm*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa konstruksi identitas pada foto pre-wedding menjadi fenomena bukan semata karena kepentingan pasangan tetapi juga pihak-pihak lain yang berkepentingan dengannya seperti fotografer. Dampaknya, disadari atau tidak oleh pasangan, identitas yang ditampilkan dapat mempengaruhi psikologi pasangan tersebut. Dalam penelitian ini disarankan kepada pihak-pihak terkait untuk dapat memberikan perhatian khusus pada foto pre-wedding dengan menampilkan identitas tertentu yang dapat lebih menggambarkan diri dari pasangan.

**Kata-kata kunci:** Fenomenologi, konstruksi identitas, foto pre-wedding, fotografi

## *IDENTITY CONSTRUCTION PHENOMENON IN PRE-WEDDING PHOTOS*

### ABSTRACT

*This article is based on research with the subject of identity construction, which is often displayed in pre-wedding photography. Initially, pre-wedding photographs served the function of presenting the couple in their wedding reception. In its development, pre-wedding photography has been used as a platform to exhibit the identity of the couple. In displaying these identities, each couple has their particular reasons (motives or accounts), forms and identity boundaries that are intended to be shown, and their impact on the pre-wedding photographs. This research has integrated the theory of phenomenology, the theory of symbolic interaction, and the theory of social construction, as well as subjective-constructive approach and qualitative research method tradition of phenomenology, or interpretive paradigm. Research has shown that the identity construction in pre-wedding photography has become a growing phenomenon triggered not just by the couple's interest but also that of other relevant parties such as photographers. The research shows that, regardless of the couple's awareness, such display of identity can affect the psychology of the couple. In this research, it is suggested that relevant parties should give a special attention to the phenomenon of pre-wedding photography by looking at identities that reflect the personality of the couple in a better way.*

**Keywords:** Phenomenology, identity construction, pre-wedding photographs, photography

## PENDAHULUAN

Indonesia mempunyai kekayaan budaya yang sangat besar. Di dalam budaya ini terdapat berbagai aspek yang dapat dijadikan ciri khas dari budaya itu sendiri, seperti bahasa, adat istiadat/kebiasaan, baju daerah, dll. Maka dari itu, terdapat berbagai macam upacara adat di Indonesia yang dilangsungkan dengan karakteristiknya masing-masing, ini belum termasuk etnis minoritas seperti Cina, Arab, India, dan pendatang Eropa. Di dalamnya ada pula adat pernikahan yang memiliki ciri khas akibat pengaruh dari keberagaman budaya tersebut.

Pernikahan di Indonesia berpengaruh besar pada budaya yang melibatkan keluarga. Pesta perkawinan di Indonesia itu tidak hanya menyatukan dua orang, tetapi juga menyatukan keluarga di antara kedua belah pihak. Pernikahan yang dilakukan dengan percampuran dua budaya atau lebih seringkali tidak bisa dihindari. Begitu juga upacara adat perkawinan yang dilakukan harus bisa menyesuaikan diri, setidaknya dengan adat-istiadat sekitarnya. Penyesuaian dilakukan dengan cara menghapus beberapa langkah adat yang dianggap tidak terlalu penting, mengubah dan menyesuaikan hukum adat yang kedaluarsa sampai memaknai suatu aturan adat lewat simbol-simbol yang lebih sederhana.

Perubahan tatanan kehidupan urban ini merupakan faktor yang menentukan. Budaya urban ini merupakan budaya perkotaan yang penuh aksi perubahan dan penyesuaian dari pakem aslinya. Hal ini disebabkan oleh adanya perubahan di masyarakat akibat modernisasi yang diikuti dengan perkembangan media massa. Perkembangan masyarakat urban ini juga dibarengi dengan terjadinya perkawinan silang antar budaya, sehingga mengakibatkan semakin heterogennya masyarakat perkotaan (Polard, 1984: 37). Heterogenisasi masyarakat kota ini memicu terjadinya perkawinan di Indonesia dengan upacara yang bersifat universal/ umum.

Sehubungan dengan pemaparan di atas, pada awalnya kebutuhan foto pernikahan ada pada upacara legalitas agama dan pemerintah, serta resepsi pernikahan yang belum mengenal kosa kata *candid* (pengambilan foto yang dilakukan secara diam-diam). Intensitas rasa seni pada bentukan foto pun cenderung *flat* alias datar. Foto lebih difokuskan pada foto suasana acara legal-

itas agama dan pemerintah dan foto pelaminan yang terdiri dari mempelai dan keluarga serta para kolega-koleganya.

Seiring dengan perkembangan jaman, dewasa ini, pernikahan Indonesia mulai mengenal seni dalam tampilan foto pernikahannya. Selembar kertas yang berisi gambaran diri seseorang memperlihatkan secara jelas makna, kapan, dan di mana peristiwa itu terjadi. Banyak orang yang mengabaikan esensi sebuah foto. Padahal, tanpa disadari, sketsa tersebut menyimpan kenangan yang dalam sepuluh, duapuluh, bahkan limapuluh tahun mendatang tidak akan terlupakan. Salah satu seni dari foto pernikahan itu adalah ditampilkannya foto *pre-wedding* dalam resepsi pernikahan. Foto *pre-wedding* merupakan kegiatan foto yang dilakukan sebelum acara pernikahan berlangsung dan hasil fotonya akan dipajang dalam acara resepsi pernikahan. Foto *pre-wedding* sudah menjadi salah satu acara ritual dalam pernikahan.

Hingga saat ini kegiatan foto *pre-wedding* menjadi fenomena sosial yang menggejala sekaligus fenomenal. Seiring berjalannya waktu, kegiatan foto *pre-wedding* ini semakin sering dilakukan, khususnya oleh masyarakat modern yang berorientasi ke masa depan dan senantiasa berupaya untuk terus maju, tidak statis, dan berusaha menampilkan dan mencari yang terbaik. Karena manusia modern bersifat kreatif dan kritis, gaya atau pose yang dilakukan dalam kegiatan foto *pre-wedding* semakin bervariasi.

Maraknya kegiatan foto *pre-wedding* ini melibatkan tidak hanya calon pengantin saja, namun juga melibatkan fotografer sebagai fasilitator, baik dari peralatan, ide atau konsep, dan juga bagaimana *display* yang akan di tampilkan dalam resepsi pernikahan. Bagi sebagian masyarakat modern foto *pre-wedding* berfungsi menjadi ajang pembuktian identitas. Foto *pre-wedding* yang sudah menjadi realitas bagi masyarakat modern secara perlahan mulai menggeser peranan acara adat dalam acara pernikahan.

Keterlibatan kedua pihak ini, yaitu calon pengantin dan fotografer, sangat penting karena masing-masing pihak membawa kepentingan dan makna masing-masing yang berbeda tentang kegiatan foto *pre-wedding*. Interaksi keduanya akan memberikan pemaknaan dari fenomena kegiatan foto *pre-wedding* secara lebih baik. Di satu pihak, kepentingan calon

pengantin, untuk menampilkan dirinya sesuai dengan identitasnya atau impian-impian yang baik sebagai individu maupun sebagai pasangan. Sedangkan di pihak fotografer harus dapat menghasilkan sebuah foto sesuai dengan keinginan calon pengantin.

Interaksi dalam komunikasi antara kedua pihak dalam satu bingkai yang sama, yaitu fenomena pemaknaan kegiatan foto *pre-wedding* akan memberikan pengetahuan empiris masing-masing pihak tentang kegiatan foto *pre-wedding* kemudian akan membentuk makna yang diyakini, yang dikonstruksikan dalam sikap dan perbuatan. James Lull (1998: 229) mengartikan bahwa makna adalah apa yang penting atau berarti bagi seseorang, makna tidak melekat dalam bentuk-bentuk simbolis, melainkan dikonstruksikan oleh orang-orang yang menginterpretasikan lingkungan simbolis sesuai dengan orientasi, kepentingan, dan kompetensi mereka sendiri.

Dengan memasang foto *pre-wedding* dalam resepsi pernikahan secara tidak langsung telah terjadi interaksi sosial antara pasangan yang menikah dengan para tamu undangan. Proses Interaksi sosial merupakan proses dimana saat manusia/individu bertindak terhadap sesuatu berdasarkan makna yang dimiliki dari hal tersebut bagi manusia. Dari interaksi tersebut maka makna yang dimiliki itu berasal dari interaksi antara manusia/individu dengan sesamanya. Tahapan akhirnya adalah makna akan bersifat tentatif/berubah dan tidak tetap sehingga perubahan terhadap makna tersebut dapat terjadi melalui proses penafsiran yang dilakukan manusia/individu ketika memaknai sesuatu. Proses tersebut disebut juga dengan *interpretative process*.

Penelitian ini mencoba untuk mengetahui secara spesifik tentang konstruksi identitas pada foto *pre-wedding* yang mereka tampilkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap (1) Makna foto *pre-wedding* bagi pasangan; (2) Makna konstruksi identitas pada foto *pre-wedding* bagi pasangan; (3) Makna foto *pre-wedding* bagi fotografer; dan (4) Makna konstruksi identitas pada foto *pre-wedding* bagi fotografer.

## METODE PENELITIAN

Untuk mengungkap fenomena konstruksi identitas pada foto *pre-wedding*, peneliti meng-

gunakan metode penelitian kualitatif dengan tradisi penelitian fenomenologi, atau yang disebut Thomas R. Lindlof (1995: 27) sebagai paradigma interpretif (*interpretive paradigm*). Pendekatan yang dipilih adalah pendekatan atau perspektif subjektif-konstruktivis dengan menjelaskan makna perilaku dengan menafsirkan apa yang orang lakukan (Mulyana, 2002: 32). Landasan teoritis dari penelitian kualitatif ini adalah fenomenologi, konstruksi sosial dan interaksionisme simbolik. Fenomenologi dapat digunakan sebagai istilah generik untuk merujuk kepada semua pandangan ilmu sosial yang menempatkan kesadaran manusia dan makna subjektifnya sebagai fokus untuk memahami tindakan sosial (Mulyana, 2002: 20). Perspektif fenomenologis ini, ditambah dengan konstruksi sosial dan interaksionisme simbolik. Teori konstruksi sosial dengan diawali internalisasi, yaitu pemahaman atau penafsiran yang langsung dari suatu peristiwa obyektif sebagai pengungkapan suatu makna, artinya bahwa konstruksi sosial berlaku sebagai suatu manifestasi dari proses-proses subjektif orang lain yang dengan demikian menjadi bermakna secara subjektif. Sedangkan interaksionisme simbolik berasumsi bahwa pengalaman manusia ditengahi oleh penafsiran.

Dalam penelitian ini yang akan dijadikan sebagai subjek penelitian adalah calon pengantin dan fotografer karena maraknya kegiatan foto *pre-wedding* sebagai aktor utama dengan kepentingan yang berbeda. Masalah timbul karena kegiatan foto *pre-wedding* ini mulai menggantikan peran acara adat dalam rangkaian kegiatan pernikahan. Kepentingan calon pengantin dalam menampilkan identitasnya dalam foto *pre-wedding* yang ditampilkan juga merupakan permasalahan bagi fotografer untuk dapat menampilkan pesan dalam foto *pre-wedding* menjadi tidak sederhana.

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data triangulasi, yang bersifat menggabungkan berbagai teknik pengumpulan data untuk mendapatkan data dari sumber yang sama yakni studi dokumentasi, pengamatan, dan wawancara (Patton, 1980 dalam Sugiyono, 2008: 241). Data yang diperoleh diolah melalui tahap editing dan tabulasi. Teknik analisa data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah tiga tahap analisa data dari Miles dan Huberman (1992: 20) yaitu: reduksi data, penya-

jian (*display*) data, dan terakhir pengambilan kesimpulan dan verifikasi. Teknik pemeriksaan keabsahan data menggunakan teknik triangulasi yakni pemeriksaan melalui sumber lainnya yakni dengan membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif (Patton, 1987 dalam Moleong, 2004: 330-331). Penelitian dilakukan di Kota Bandung selama 11 bulan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menjelaskan bagaimana kondisi kegiatan foto *pre-wedding* dalam kaitannya dengan menampilkan identitas calon pengantin pada foto *pre-wedding*. Selain itu dibahas juga bagaimana komunikasi yang terjadi antara fotografer dengan calon pengantin untuk dapat menampilkan identitas calon pengantin sesuai dengan yang diinginkan.

Dari penelitian yang dilakukan, sebagian besar dari pasangan yang melakukan kegiatan foto *pre-wedding* berusaha untuk menampilkan identitasnya. Hal ini didasari oleh pemahaman bagaimana pentingnya sebuah identitas ditampilkan dalam foto *pre-wedding*. Kegiatan foto *pre-wedding* merupakan kegiatan yang banyak dilakukan oleh setiap pasangan yang akan menikah. Berbagai alasan menjadi latar belakang bagi pasangan untuk melakukan kegiatan foto *pre-wedding* dengan menampilkan identitas tertentu.

Dalam penelitian ini, alasan-alasan yang melatarbelakangi pasangan untuk melakukan kegiatan foto *pre-wedding* dapat dikelompokkan dalam tiga kategori motif, yaitu motif sebab yang merujuk pada masa lampau, motif agar yang merujuk pada masa kini dan motif untuk yang merujuk pada masa depan.

Pada informan yang memiliki motif masa lalu (*because motive*), ditemukan bahwa dorongan untuk melakukan kegiatan foto *pre-wedding* dikarenakan pengalaman-pengalaman masa lalu yang dimiliki sebelumnya. Sebagian informan pernah melakukan kegiatan foto *pre-wedding* karena mereka sebelumnya pernah melakukan kegiatan foto *pre-wedding* yang pada saat itu bertindak sebagai fotografernya.

Motif masa lalu ini memberikan sedikit banyak gambaran ketika akan melakukan kegiatan foto *pre-wedding*. Dengan pernahnya

ikut terlibat dalam kegiatan foto *pre-wedding*, mereka akan lebih merasa tahu foto *pre-wedding* seperti apa yang ideal untuk dipajang. Mereka juga tau bagaimana posisi fotografer ketika kegiatan foto *pre-wedding* berlangsung.

Selain motif pernah melakukan kegiatan foto *pre-wedding* sebagai fotografer, elemen masa lalu lainnya yang mempengaruhi foto *pre-wedding* para pasangan adalah karena pengalamannya ketika melihat referensi-referensi foto *pre-wedding*, baik ketika melihat di acara pernikahan orang lain atau juga melihat di media massa seperti internet, majalah, dan lain-lain. Pengalaman dalam melihat referensi pada media massa ini berupa referensi dari Internet dan pameran-pameran mengenai foto *pre-wedding*.

Motif masa kini (*present motive*) dalam penelitian ini juga ditemukan pada informan yang berorientasi pada saat ini. Pada pasangan yang memiliki motif masa kini ditemukan bahwa pasangan melakukan kegiatan foto *pre-wedding* atas dasar kepentingan kekinian atau untuk kepentingan jangka pendek. Sebagian besar informan mengaku melakukan kegiatan foto *pre-wedding* karena adanya trend yang terjadi di masyarakat, sehingga menimbulkan dorongan bagi setiap pasangan untuk melakukan kegiatan foto *pre-wedding* demi menjaga eksistensinya di masyarakat.

Hal ini diakui oleh hampir semua informan di mana sebagian besar dari mereka sebenarnya sadar kalau melakukan kegiatan foto *pre-wedding* bukanlah syarat wajib atau bagian dari acara pernikahan yang tidak bisa dihilangkan. Mereka banyak yang menganggap kalau foto *pre-wedding* itu sudah menjadi bagian dari rangkaian acara pernikahan. Pasangan yang melakukan kegiatan foto *pre-wedding* ini merupakan bagian dari masyarakat yang peduli akan perkembangan jaman dan peduli akan trend yang terjadi di dalam masyarakat. Sikap yang peduli akan perkembangan jaman dan peduli akan trend ini menjelaskan mengapa pasangan-pasangan ini memberikan perhatian khusus untuk urusan foto *pre-wedding*.

Motif masa depan (*in order to motive*) ditemukan pada pengakuan informan yang melakukan tindakan ini karena ingin mencapai suatu tujuan dimasa yang akan datang. Pada penelitian ini ditemukan alasan dari informan yang melakukan kegiatan foto *pre-wedding* ini dengan tujuan menjadi pajangan di rumah atau kamar di masa

yang akan datang. Meskipun pada dasarnya foto *pre-wedding* semua pasangan dijadikan pajangan setelah acara pernikahannya selesai, bahkan untuk untuk dijadikan pajangan ini merupakan salah satu alasan utama mereka melakukan foto *pre-wedding*.

Kegiatan foto *pre-wedding* yang mereka lakukan, pada dasarnya memang bertujuan untuk kepentingan di masa yang akan datang. Sebagian besar dari pasangan melakukan foto *pre-wedding* bertujuan untuk memperkenalkan secara tidak langsung dirinya dengan para tamu undangan yang tidak semua mengenal dengan mereka. Dari alasan itulah mengapa sebagian besar pasangan berusaha menampilkan identitas dalam foto *pre-wedding*nya. Bagaimana terkesannya orang-orang yang melihatnya terhadap foto *pre-wedding* yang mereka pajang tergantung dari keunikan dan kekhasan identitas yang ditampilkan.

Pertama, makna foto *pre-wedding* bagi Pasangan. Foto *pre-wedding* adalah foto yang pada dasarnya adalah foto *couple portraiture* dengan para aktor foto tersebut merupakan pasangan orang yang akan menikah dan memiliki tujuan untuk dipajang pada acara resepsi pernikahan. Dengan tujuan untuk dipajang tersebut, maka foto tersebut akan mengalami interaksi dengan pihak-pihak lain di sekitarnya. Salah satu tanda dan sekaligus merupakan syarat untuk mampu berinteraksi dengan pihak lain adalah dengan adanya kebutuhan dan kemampuan saling tergantung (interdependensi). Interaksi saling ketergantungan antara pasangan yang menikah, fotografer, tamu undangan, dan termasuk juga bagian dari dekorasi acara resepsi pernikahan.

Pendekatan interaksionisme simbolik dalam penelitian ini akan mengupas penafsiran terhadap pemahaman tentang konstruksi identitas dalam foto *pre-wedding* dari para informan, baik primer maupun sekunder yang muncul dari hasil interaksi dengan orang lain atau lingkungannya.

Kedua, makna konstruksi identitas foto *pre-wedding* bagi pasangan. Para informan memiliki keterikatan yang cukup erat dengan menampilkan identitasnya dalam foto *pre-wedding*. Pengertian foto *pre-wedding* bagi para pasangandiantaranya adalah foto yang tujuannya untuk dipajang dalam resepsi pernikahan dan untuk diperlihatkan pada tamu undangan, foto yang harus memiliki konsep sehingga dapat menggambarkan pasangan, foto

yang memperlihatkan kedekatan atau rasa cinta sebagai pasangan, dan foto yang tujuannya untuk dipajang di rumah.

Dari lima pasangan yang dijadikan informan dalam penelitian ini seluruhnya mendefinisikan foto *pre-wedding* adalah foto yang memiliki tujuan untuk dipajang di acara resepsi pernikahan. Faktor inilah yang dinilai sebagai yang membedakan foto-foto lain dengan objek yang sama, tapi tidak ada kepentingan untuk di pajang, maka foto itu bukanlah foto *pre-wedding*.

Selain untuk dipajang, foto *pre-wedding* memiliki peran sebagai foto yang juga untuk diperlihatkan pada tamu undangan. Foto *pre-wedding* tidak sekedar sebagai hiasan atau elemen-elemen pendukung dekorasi tempat resepsi pernikahan.

Konsep atau tema yang ditampilkan pada foto *pre-wedding* menjadi diperlukan karena foto *pre-wedding* memiliki peran untuk diperlihatkan pada tamu undangan. Dengan adanya konsep untuk foto *pre-wedding*, maka setiap pasangan akan menampilkan identitas tertentu. Dari identitas itulah tamu undangan, khususnya tamu undangan yang tidak mengenal pasangan, akan mendapat gambaran akan karakter, kesukaan, latar belakang budaya, dan lain sebagainya, dari pasangan tersebut.

Foto *pre-wedding* juga harus dapat memperlihatkan kedekatan atau rasa cinta sebagai pasangan. Dalam memperlihatkan hal-hal tersebut, peran fotografer menjadi sangat penting. Penggambaran itu harus dapat tervisualisasikan sesuai dengan nilai-nilai yang etis untuk dipajang tapi kesan kedekatan dan rasa cinta itu tersampaikan. Maka penggunaan simbol-simbol dalam foto *pre-wedding* juga menjadi penting.

Foto *pre-wedding* apabila setelah dipajang dalam acara resepsi pernikahan maka foto ini akan menjadi pajangan di rumah. Atas dasar tujuan inilah mereka pada akhirnya benar-benar memikirkan akan konsep dan identitas yang akan ditampilkan sehingga ketika dipasang di rumah layak untuk menjadi pajangan dalam kurun waktu yang lama.

Dari pemaparan definisi-definisi mengenai foto *pre-wedding* oleh informan disebutkan bahwa pentingnya konsep dan identitas yang harus ditampilkan pada foto *pre-wedding*. Dengan menampilkan identitas ini akan memberikan pesan kepada orang lain yang melihatnya karakter atau ciri khas dari pasangan tersebut.

Berikut definisi tentang identitas pada foto *pre-wedding* yang dikemukakan oleh informan. Secara garis besar, batasan-batasan identitas tersebut adalah jati diri seseorang yang khas (ciri khas) dan kebiasaan-kebiasaan, cita-cita atau bayangan kehidupan rumah tangga di masa depan dan Identitas baru

Dari lima pasangan ini mendefinisikan identitas yang ditampilkan pada foto *pre-wedding* adalah identitas yang dapat menggambarkan ciri khas dari pasangan tersebut. Identitas-identitas ini dapat berupa profesi, kebiasaan-kebiasaan, hobi, karakter, atau latar belakang budaya dari pasangan. Pemilihan identitas ini tergantung dari setiap pasangan tersebut. Tidak semua identitas tersebut memiliki kesan yang sama.

b. Harus bisa divisualisasikan ke dalam sebuah foto

Tidak ada aturan baku mengenai identitas-identitas apa yang harus ditampilkan dalam foto *pre-wedding*. Tapi secara tidak langsung akan ada batasan-batasan dikarenakan berbagai faktor, contohnya tidak semua identitas yang akan ditampilkan dapat divisualisasikan dengan baik. Foto *pre-wedding* sendiri merupakan foto yang dipajang dan untuk dapat dinikmati oleh tamu undangan. Ketika pesan dari foto *pre-wedding* itu tidak sampai pada tamu undangan, maka nilai foto *pre-wedding* itu akan berkurang juga.

Identitas tentang cita-cita atau bayangan kehidupan rumah tangga di masa yang akan datang ini memang tidak diangkat oleh para informan dari penelitian ini. Definisi ini diutarakan berdasarkan pengalamannya ketika melihat-lihat referensi pada saat sebelum melakukan kegiatan foto *pre-wedding*.

Identitas dalam foto *pre-wedding* bisa saja merupakan bukan identitas mereka yang sebenarnya. Ketika pasangan merasa tidak ada identitas yang bisa ditampilkan, yang bisa saja karena tidak percaya diri, maka mereka akan membuat identitas baru dalam foto *pre-wedding*nya. Dengan menampilkan identitas baru ini diharapkan foto *pre-wedding*nya akan lebih menarik ketika dilihat oleh orang lain.

Ketiga, makna konstruksi identitas foto *pre-wedding* bagi fotografer. LaRossa dan Reitzes (dalam West, 2008: 98) menyatakan bahwa aktor bertindak terhadap faktor lainnya berdasarkan makna yang diberikan orang lain pada mereka, makna dapat diciptakan dalam interaksi

antara pasangan dengan fotografer dan makna dimodifikasi dalam proses interpretatif dalam menentukan benda dan melihat konteks. Definisi tentang foto *pre-wedding* yang dikemukakan oleh informan diantaranya adalah foto *narsis*, foto pajangan, dan bentuk eksistensi.

Dari dua fotografer yang dijadikan informan dalam penelitian ini seluruhnya mendefinisikan foto *pre-wedding* adalah foto *narsis*. Yang dimaksud dengan *narsis* di sini adalah kondisi pengalaman seseorang atau pasangan yang mereka rasakan sebagai sesuatu yang benar-benar nyata, yang berhubungan dengan tubuhnya, kebutuhannya, perasaannya, pikirannya, serta benda atau orang-orang disekitarnya. Orang yang *narsis* adalah orang yang memandang dirinya dengan cara yang berlebihan. Mereka senang sekali menyombongkan dirinya dan berharap orang lain memberikan pujian (Rathus and Nevid, 2000).

Foto *pre-wedding* dilakukan dengan tujuan untuk dipajang dalam acara pernikahan pasangan yang menikah. Para informan memaparkan bahwa foto *pre-wedding* dibuat sebagai mungkin baik dari ekspresi, pakaian, *make up*, sampai pada kemasannya yang terlihat mewah karena memiliki tujuan untuk dipamerkan kepada tamu undangan. Dengan begitu definisi foto *pre-wedding* yang merupakan foto *narsis* dari pasangan itu akan terealisasi. Secara tidak langsung mereka menampilkan foto *pre-wedding* seagung mungkin untuk mendapatkan pujian dari orang-orang yang melihatnya.

Bentuk eksistensi di sini dipaparkan oleh informan yang bernama Adhi ini karena pada dasarnya tidak semua pasangan yang mengerti benar akan kepentingan dipajangnya foto *pre-wedding*. Tidak sedikit dari mereka yang menampilkan foto *pre-wedding* karena adanya trend di masyarakat akan foto *pre-wedding*. Di sinilah peran fotografer untuk memberikan arahan kepada pasangan foto *pre-wedding* yang seperti apa yang layak untuk dipajang dalam acara pernikahan.

Dari pemaparan definisi-definisi mengenai foto *pre-wedding* oleh informan disebutkan bahwa pentingnya konsep dan identitas yang harus ditampilkan pada foto *pre-wedding*. Dengan menampilkan identitas ini akan memberikan pesan kepada orang lain yang melihatnya karakter atau ciri khas dari pasangan tersebut. Definisi tentang identitas pada foto *pre-wedding*

yang dikemukakan oleh informan antara lain adalah ciri atau karakter yang khas, dan representatif bagi tamu undangan.

Dua informan ini mendefinisikan identitas yang ditampilkan pada foto *pre-wedding* adalah identitas yang dapat menggambarkan ciri khas dari pasangan tersebut. Meskipun Adnan menyebutkan bahwa identitas yang dapat ditampilkan dalam foto *pre-wedding* dapat berupa hobi, kebiasaan, pengalaman, dll. sebenarnya tidak dari semua identitas itu ideal untuk ditampilkan pada setiap pasangan. Identitas yang ditampilkan harus benar-benar memiliki ciri khas atau karakter tertentu.

Penyampaian identitas foto *pre-wedding* tidak hanya yang harus dimengerti oleh pasangan dan fotografer saja. Identitas yang disampaikan juga harus dapat dimengerti oleh tamu undangan karena pada dasarnya foto *pre-wedding* bertujuan untuk konsumsi tamu undangan. Keterlibatan tamu undangan menjadi penting ketika tujuan dari foto *pre-wedding* ini adalah untuk dikonsumsi oleh tamu undangan. Peran fotografer lah yang menjadi kunci akan tujuan ini. Kadang pasangan kurang memperhatikan masalah ini karena mereka berpikiran foto *pre-wedding* yang dilakukan adalah untuk kepentingan dirinya saja.

Tema kedua pada Interaksi Simbolik berfokus pada konsep diri (*self-concept*), atau seperangkat persepsi yang relatif stabil yang dipercaya orang mengenai dirinya sendiri. Interaksi Simbolik menggambarkan individu dengan diri yang aktif, didasarkan pada interaksi sosial dengan orang lainnya.

Berkaitan dengan fenomena kontruksi identitas pada *pre-wedding*, setiap pasangan memiliki nilai-nilai yang berpengaruh dalam melakukan kegiatan foto *pre-wedding*. Individu-individu mengembangkan konsep diri melalui interaksi dengan orang lain, yaitu interaksi antar pasangan dan interaksi diantara pasangan dengan fotografer

Dalam penelitian ini, pasangan sebagai aktor sosial berinteraksi dengan sesama pasangan dan juga dengan fotografer yang terlibat dengan kegiatan foto *pre-wedding*. Kegiatan foto *pre-wedding* dianggap sebagian informan sebagai suatu keharusan karena memiliki nilai yang dapat dirasakan di waktu yang akan datang. Sebagian lagi menganggap bahwa kegiatan foto *pre-wedding* adalah trend di masyarakat modern dan

dianggap menjadi satu paket dalam acara pernikahan.

Interaksi dengan pihak luar juga membuat konsep diri baru bagi sebagian informan. Pengetahuan baru tentang trend foto *pre-wedding* membuat pasangan dan fotografer semakin kreatif dalam melakukan kegiatan foto *pre-wedding*.

Interaksi antar pasangan terlihat dalam banyak hal. Interaksi awal dapat dilihat dari interaksi antara pasangan dalam merencanakan kegiatan foto *pre-wedding*. Ketika salah satu pasangan menganggap penting akan foto *pre-wedding*, maka pasangan yang satunya juga akan merasa penting akan foto *pre-wedding*. Keadaan ini akan mengakibatkan perencanaan akan foto *pre-wedding* menjadi faktor penting dalam melangsungkan acara pernikahannya. Interaksi antar pasangan dalam pemilihan identitas yang dipilih oleh pasangan merupakan kesepakatan mereka dengan berbagai pertimbangan. Setiap pasangan harus memiliki komunikasi yang baik karena pada tahap pemilihan foto karena tahap ini merupakan kepentingan dari masing-masing individu.

Pada dasarnya interaksi yang terjadi antara pasangan dengan fotografer juga diawali dari tahap pembicaraan mengenai konsep, tema dan identitas yang akan ditampilkan dilakukan dengan waktu yang cukup. Semakin tersedianya waktu pada tahap ini maka pengaruh pada hasil foto *pre-wedding*nya juga akan semakin baik. Banyak faktor dari persiapan ini yang tidak dapat dilakukan dengan waktu yang sedikit. Pembicaraan mengenai tempat, kostum, ekspresi yang sesuai dengan konsep, tema atau identitas yang dipilih merupakan faktor penting pada tahap persiapan. Komunikasi ini harus terjalin dengan baik sampai pada tahap pemilihan foto yang akan dipajang dalam resepsi pernikahan.

Konsep diri memberikan motif untuk perilaku. Pemikiran bahwa keyakinan, nilai, perasaan, penilaian-penilaian mengenai diri memengaruhi perilaku adalah sebuah prinsip penting dalam Interaksionisme Simbolik. Mead (dalam West, 2008: 112) mengatakan karena manusia memiliki diri, maka mereka memiliki mekanisme dalam berinteraksi dengan dirinya sendiri dan yang pada akhirnya mekanisme ini dapat menuntun perilaku dan sikap dari individu tersebut. Dengan memiliki diri sendiri maka akan memaksa bagi individu tersebut

untuk mengonstruksi tindakan dan responsnya, daripada sekedar mengekspresikannya. Proses tersebut sering dikatakan juga sebagai prediksi pemenuhan diri (*self-fulfilling prophecy*) yang maksudnya adalah pengharapan akan diri yang menyebabkan masing-masing individu untuk berperilaku semaksimal mungkin sehingga harapannya terwujud.

Tema hubungan antara pasangan dengan masyarakat berkaitan dengan hubungan antara kebebasan individu dengan batasan sosial. Mead dan Blumer mengambil posisi di tengah dan mencoba untuk menjelaskan baik mengenai keteraturan dan perubahan dalam proses sosial.

Pengetahuan dan informasi yang pasangan dapatkan dari berbagai sumber mengenai konstruksi identitas pada foto *pre-wedding* mempengaruhi pasangan untuk terus kreatif sehingga memberikan sesuatu yang berbeda pada foto *pre-wedding*-nya. Berbagai alasan dikemukakan oleh para informan mengapa mereka terus mencari sesuatu yang berbeda untuk kepentingan foto *pre-wedding*-nya. Pada dasarnya sifat masyarakat modern yang ingin tampil berbeda memicu untuk memberikan sesuatu yang berbeda.

Pada konstruksi makna foto *pre-wedding* bagi pasangan ini, realitas sosial dijelaskan dengan memisahkan pemahaman akan “kenyataan” dan “pengetahuan”. Realitas diartikan sebagai kualitas yang terdapat dalam realitas-realitas yang diakui memiliki keberadaan “being” yang tidak tergantung kepada kehendak kita sendiri. Sedangkan “pengetahuan” didefinisikan sebagai kepastian bahwa realitas-realitas itu nyata dan memiliki karakteristik yang spesifik. (Berger & Luckmann, 1990: 1)

Realitas sosial yang dimaksud oleh Berger dan Luckmann terdiri dari realitas objektif, realitas simbolik dan realitas subjektif. Realitas objektif adalah realitas yang terbentuk dari pengalaman di dunia objektif yang berada di luar diri individu, dan realitas ini dianggap sebagai kenyataan.

Realitas dalam penelitian ini dapat dilihat dari kegiatan foto *pre-wedding* yang semakin marak dilakukan oleh pasangan dalam rangkaian acara pernikahan. Berbagai alasan melatarbelakangi tindakan ini. Seperti yang telah dibahas pada bagian sebelumnya, pasangan melakukan kegiatan foto *pre-wedding* dengan beberapa alasan, yaitu: (1). Trend yang terjadi

pada masyarakat; (2). Karena permintaan orang tua; (3). Untuk kenang-kenangan dan pajangan; (4). Untuk dokumentasi sebelum menikah; dan (5). Memberikan informasi tentang pasangan kepada tamu undangan.

Pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian bahwa realitas-realitas itu nyata dan memiliki karakteristik yang spesifik. (Berger & Luckmann, 1990: 1). Dalam pembahasan sebelumnya dapat dilihat bagaimana pasangan memperoleh pengetahuan yang berdasarkan pengalamannya, dan bagaimana pasangan mempersepsi pengetahuan yang mereka miliki tentang kegiatan foto *pre-wedding*.

Dalam pemahaman konstruksi Berger, dalam memahami realitas/peristiwa terjadi dalam tiga tahapan, Berger menyebutnya sebagai *moment* yaitu, tahap eksternalisasi, objektifikasi dan internalisasi. Ketiga proses tersebut saling berdialektika secara terus menerus pada diri individu dalam rangka pemahaman tentang realitas. Eksternalisasi

Proses eksternalisasi dalam penelitian ini terlihat dari bagaimana nilai-nilai tentang kegiatan foto *pre-wedding* ini dikarenakan trend yang terjadi dalam masyarakat modern sehingga mempengaruhi para pasangan untuk melakukan kegiatan foto *pre-wedding*. Seperti pada bahasan pada bagian sebelumnya, kegiatan foto *pre-wedding* sebagai tindakan yang berlangsung dikarenakan trend, dengan berbagai bentuk identitas yang ada didalamnya. Pasangan dituntut untuk kreatif akibat maraknya foto *pre-wedding* yang dilakukan masyarakat dan lingkungan mereka yang secara tidak langsung menuntut adanya perbedaan pada foto *pre-wedding* dengan cara menampilkan identitas-identitas yang khas dan identik dengan pasangan tersebut.

Objektivasi

Dalam penelitian ini, objektivasi terlihat dari identitas-identitas yang terus berkembang dalam kreativitas pasangan mengenai kegiatan foto *pre-wedding*. Kegiatan foto *pre-wedding* yang dilakukan akibat trend yang terjadi pada masyarakat, pada akhirnya terus menerus dilakukan dan tanpa sadar menjadi ajang pertunjukkan identitas masing-masing pasangan.

Internalisasi

Proses internalisasi ini dapat dilihat dari perubahan sikap pasangan terhadap kegiatan foto *pre-wedding* akibat dari interaksi dengan pihak-pihak lain, dimana pasangan memiliki



penafsiran atau pemahaman yang berbeda tentang foto pre-wedding ini dibandingkan dengan sekitar tiga sampai lima tahun ke belakang. Jika dahulu foto pre-wedding dilakukan pasangan dengan tujuan sekedar memamerkan foto mereka dengan suasana alam dan gaya yang mesra, maka saat ini terjadi mulai perubahan makna bagi pasangan. Kepentingan akan penampilan identitas dalam foto pre-wedding menjadi sangat tinggi. Pengetahuan yang didapat dari berbagai sumber, membuat sebagian pasangan menganggap bahwa foto pre-wedding adalah ajang konstruksi identitas bagi setiap pasangan. Sebagian besar informan dalam penelitian juga mengaku foto pre-wedding akan lebih bermakna dengan menampilkan identitas-identitas tertentu.

## SIMPULAN

Konstruksi identitas *pre-wedding* menjadi fenomena bukan semata kepentingan dari pasangan saja, melainkan juga karena kepentingan dari fotografer. Kepentingan setiap pasangan dalam menampilkan identitasnya berbeda-beda tergantung dari alasan dia melakukan foto *pre-wedding*. Alasan-alasan yang merujuk pada motif masa lalu seperti pengalaman pasangan di masa lalu yang pernah melakukan foto *pre-wedding*, sebagai fotografer dan pengetahuan pasangan dari referensi-referensi yang mereka dapatkan, menjadi patokan bagi mereka ketika akan melakukan kegiatan foto *pre-wedding*. Alasan yang merujuk pada motif masa kini adalah alasan melakukan kegiatan foto *pre-wedding* karena adanya trend yang terjadi di masyarakat, sehingga menimbulkan dorongan bagi setiap pasangan untuk melakukan kegiatan foto *pre-wedding* demi menjaga eksistensinya di masyarakat. Sedangkan alasan yang merujuk pada motif masa depan dikarenakan untuk memperkenalkan secara tidak langsung dirinya dengan para tamu undangan, yang tidak semua mengenal baik dengan mereka. Dari alasan itulah mengapa sebagian besar pasangan berusaha menampilkan identitas dalam foto *pre-wedding*nya. Makna konstruksi identitas bagi setiap informan pada foto *pre-wedding* mempengaruhi foto *pre-wedding* yang dipajang. Fenomena konstruksi identitas pada foto *pre-wedding* terbentuk atas adanya pertukaran ide, simbol, makna dan hubungan antara pasangan dengan

fotografer. Berdasarkan penyebab maraknya fenomena konstruksi identitas pada foto *pre-wedding*, diharapkan bahwa fotografer harus lebih mengerti tentang foto *pre-wedding*, harus lebih kreatif dalam menampilkan identitas pasangan, dan harus meningkatkan konsep diri yang positif pada dirinya sehingga memiliki karakter yang kuat dalam foto-fotonya. Calon pengantin harus mengerti tujuan melakukan foto *pre-wedding*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Berger, P. L. & Luckmann, T. (1966). *The social of reality: a treatise in the sociology of knowledge*. Garden City, NY: doubleday.
- Diterjemahkan oleh Basari, Hasan. (1990). *Tafsir sosial atas kenyataan: sebuah risalah tentang sosiologi pengetahuan*. Jakarta: LP3ES.
- Creswell, J. W. (1998). *Qualitative inquiry and research design: choosing among five traditions*. California: SAGE Publications.
- Lindolf, T. R. (1995). *Qualitative communication research methods*. California USA: SAGE Publication.
- Lull, J. (1998). *Media komunikasi kebudayaan (suatu pendekatan global)*. Yayasan Obor Indonesia
- Moleong, L. J. (2004). *Metode penelitian kualitatif edisi revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2002). *Metodologi penelitian kualitatif, paradigma baru ilmu komunikasi dan ilmu sosial lainnya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nevid, J. S., Rathus, S. A., & Greene, B. (2000). *Abnormal psychology in a changing world*. (4th ed.) Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall, Inc.
- Nurudin. (2007). *Pengantar komunikasi massa*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Pollard, AH, Yusuf, F., GN. Pollard. (1984). *Teknik demografi*. Binaaksara: Jakarta
- Sugiyono. (2008). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Vivian, J. (2008). *Teori komunikasi massa, edisi kedelapan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- West, R. & Turner, L. H. (2008). *Pengantar teori komunikasi (analisis dan aplikasi) buku 1*. Jakarta: Salemba Humanika.