

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada saat ini bentuk fotografi semakin beragam menyesuaikan keadaan dan lingkungan sekitar. Fotografi bertransformasi sebagai budaya hidup urban dimana mengabadikan momen-momen perkotaan memberikan kesan menarik bagi penikmat seni fotografi. Seperti halnya kegiatan yang *Rooftopping* yang merupakan salah satu bentuk fotografi yang sering diaplikasikan pada lingkungan perkotaan yang sekarang ini sedang menjadi trendan fenomenal. Hadirnya fenomena *Rooftopping* itu sendiri mulai menggeser fenomena-fenomena fotografi lainnya seperti fenomena *Street Photography* (fotografi jalanan), fenomena fotografi *Urbex People* dan fenomena lainnya yang hadir di Instagram.

Rooftopping digunakan sebagai representasi gambar dari sebuah kota yang menggambarkan perkembangan arsitektur dengan penggunaan kamera sebagai perangkat. Sehingga gambaran sebuah wilayah perkotaan dapat terlihat perubahannya dari waktu ke waktu (Deriu, 2016). *Rooftopping* dengan kata lain adalah sebuah kegiatan yang dilakukan seseorang untuk menaiki puncak atau atap gedung yang tujuannya adalah untuk mengabadikan gambar berupa foto berlatar pemandangan perkotaan. Seseorang yang menaiki puncak gedung atau atap gedung yang tujuannya adalah mengambil gambar perkotaan disebut dengan *Rooftoppers*, jadi bisa disimpulkan bahwa fotografi dalam kegiatan *Rooftopping* adalah satu kegiatan yang saling berkaitan.

Rooftopping merupakan suatu bentuk kreatifitas lain dalam bentuk fotografi. kegiatan *Rooftopping* ini berbentuk foto di atap bangunan tinggi, seperti gedung pencakar langit. Peneliti menemukan bahwasanya orang-orang yang melakukan kegiatan *Rooftopping* menunjukkan mereka sedang di atas gedung lalu mereka bergaya berdiri atau duduk pada pinggir atas gedung lalu mereka melakukan foto tersebut tanpa pengamanan apapun, biasanya mereka melakukan foto tersebut dengan

dibantu alat yang disebut tongkat atau difotokan oleh orang lain dan hasilnya mereka unggah ke media sosial Instagram.

Fenomena *Rooftopping* ini mulai masuk ke Indonesia pada akhir tahun 2013 bersamaan dengan fenomena Swafoto Ekstrem (*Selfie Ekstrem*) dimana swafoto ekstrem termasuk ke dalam macam-macam bentuk foto dari kegiatan *Rooftopping*. Selain swafoto ekstrem, Pemandangan perkotaan (*CityScape*), dan di fotokan (*In Frame*) merupakan macam-macam bentuk foto yang diambil ketika seorang *Rooftopper* melakukan kegiatan *Rooftopping*.

Gambar 1.1

Swafoto Ekstrem (*Selfie Ekstrem*)



(sumber : instagram informan Muhammad Dede Kurniawan)

Gambar 1.2 adalah contoh gambar kegiatan *Rooftopping* dengan mengambil gambar dengan objek diri sendiri sebagai fokus utama dan menunjukkan latar perkotaan dari ketinggian sehingga menimbulkan kesan berbahaya dan dramatis. Bentuk foto ini disebut dengan Swafoto Ekstrem (*Selfie Ekstrem*). Rooftopper melakukan Swafoto Ekstrem (*Selfie Ekstrem*) sebagai bentuk penanda bahwa dirinya pernah melakukan *Rooftopping*.

Selain mendapatkan pemandangan yang indah dan mendapatkan hasil foto yang bagus dalam melakukan Swafoto Ekstrem, cara pengambilan gambar dengan bentuk Swafoto ekstrem juga memiliki resiko yang besar seperti dapat terjatuh dari gedung atau atap bangunan tersebut. Dilansir dari Kaltim.Tribunnews.com pada Oktober 2015 *“Kenekatan dan keberanian Andrey Retrovsky berakhir tragis. Remaja Rusia itu tewas secara “konyol” setelah terjatuh dari gedung sembilan lantai ketika sedang melakukan foto selfie. AsianTown pada akhir pekan ini melaporkan bahwa Andrey menjemput ajalnya setelah tali yang dipakai untuk mengikat tubuhnya rupanya tidak terikat baik dan lepas sehingga membuat dia terjatuh dari gedung tersebut. Sejumlah foto menunjukkan dia pernah mengambil foto selfie sambil duduk di atas sebuah gedung tinggi, ada juga sambil berpegangan begitu saja di balok penyangga gedung, dan ada yang sambil berdiri di atas tiang konstruksi bangunan.”*. Para Rooftoppers yang melakukan pengambilan gambar berupa Swafoto Ekstrem seringkali tidak memperhatikan sebab dan akibat dalam melakukan Swafoto Ekstrem tersebut.

Gambar 1.2
In Frame Rooftopping



(Sumber : Instagram Informan Cahya Egitha Ayu)

Gambar 1.1 Adalah contoh gambar kegiatan *Rooftopping* dengan mengambil gambar berupa pemandangan perkotaan dengan objek orang sedang duduk pada tepian atap gedung, selain objek orang biasanya para *Rooftoppers* juga mengambil gambar pemandangan kota dengan objek benda. Bentuk foto ini di sebut dengan *In Frame*.

Gambar 1.3
Pemandangan Perkotaan (*CityScape*)



(sumber : informan Arif Akmal)

Gambar 1.3 adalah contoh gambar hasil kegiatan *Rooftopping* dengan mengambil gambar berupa pemandangan perkotaan tidak hanya pada siang hari para *Rooftoppers* juga mengambil gambar pemandangan perkotaan pada malam hari. *Rooftoppers* mengategorikan foto ini sebagai *Cityscape*, bentuk foto *cityscape* digunakan untuk memberikan sebuah panorama perkotaan. *Cityscape* umumnya memberikan kesan sejauh mana seorang *Rooftoppers* dapat menyajikan sebuah hasil foto dengan baik, dengan demikian secara tidak langsung hasil foto *cityscape* yang baik memberikan

adanya persaingan antara para *Rooftoppers* dalam menggambarkan panorama perkotaan.

Menurut *The Oxford English Dictionary*, fenomenologi adalah ilmu mengenai fenomena yang dibedakan dari sesuatu yang sudah menjadi, atau disiplin ilmu yang menjelaskan dan mengklasifikasikan fenomena, atau studi tentang fenomena. Dengan kata lain, fenomenologi mempelajari fenomena yang tampak di depan kita, dan bagaimana penampakkannya.

Fenomena *Rooftopping* merupakan hal baru di Indonesia, Kegiatan *Rooftopping* merupakan tindakan kriminal kecil dimana mereka memasuki wilayah seseorang tanpa izin,. Melalui *Rooftopping* para *Rooftoppers* menyajikan pemandangan perkotaan melalui sisi lain seperti ketinggian, cahaya perkotaan malam, dan hasil foto dalam kegiatan *Rooftopping* ini mereka unggah ke akun Instagram pribadinya. Instagram merupakan wadah penting dalam tersebar luasnya *Rooftopping* di Indonesia, pengguna instagram memiliki tagar tertentu sehingga memudahkan kecocokan pencarian terhadap minat pengguna instagram dalam melihat hasil foto foto *Rooftopping*.

“This phenomenon is situated within its wider social and cultural context, and is discussed with reference to the online media discourse that contributed to its public visibility. A set of ideas from the philosophy of photography and visual culture inform the critical analysis of rooftopping photographs: this broad and diverse body of images is examined with a focus on two predominant modes of representation—panoramic and plunging views”(Deriu,2016)

Melalui pernyataan tersebut fenomenena *Rooftopping* sangat kuat kaitannya tentang bagaimana seseorang dapat merepresentasikan dan memberikan sajian tentang keindahan dari sebuah fotografi perkotaan, *Rooftopping* merupakan sebuah fasilitas publik untuk mendapatkan keindahan akan pemandangan perkotaan. Dengan kata lain *Rooftopping* merupakan salah satu bentuk sebuah konteks budaya dimana masyarakat yang melakukan *Rooftopping* mendapatkan keterbasan seperti larangan memasuki dan menjelajahi sebuah gedung untuk mendapatkan sebuah pemandangan melalui kegiatan *Rooftopping*. Namun *Rooftopping* yang merupakan sebuah hak

umum bagi masyarakat dibatasi oleh hak kepemilikan dari sebuah gedung, area, atau kawasan tertentu dimana *Rooftoppers* tidak bisa masuk begitu saja.

Peneliti memilih tema *Rooftopping* karena kegiatan *Rooftopping* merupakan fenomena yang relevan dengan penelitian fenomenologi. Fenomenologi Alfred Schutz dipilih oleh peneliti sebagai indikasi dalam motif yang timbul dalam fenomena *Rooftopping* yaitu *Because Motive* dan *In Order Motive* sehingga terbentuk sebuah motif dan makna dari pelaku *Rooftopping*, Peneliti juga ingin mengetahui motif *Rooftoppers* mengunggah foto ke dalam Instagram. Peneliti memilih Jakarta sebagai tempat penelitian karena Jakarta merupakan ibu kota yang memiliki gedung-gedung pencakar langit sebagai daya tarik *Rooftoppers*.

Oleh karena itu, peneliti ingin meneliti tentang fenomena *Rooftopping* di Jakarta Alfred Schutz.

1.2 Rumusan Masalah

Penelitian ini berfokus pada fenomena *Rooftopping* yang ada di Jakarta. Berdasarkan fokus penelitian tersebut, maka pertanyaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apa motif yang melatarbelakangi dan mendorong *Rooftoppers* melakukan kegiatan *Rooftopping*?
2. Apa motif yang melatarbelakangi dan mendorong *Rooftoppers* mengunggah hasil kegiatan *Rooftopping*nya ke media sosial Instagram?
3. Bagaimana *Rooftoppers* memaknai kegiatan *Rooftopping* tersebut?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini, yaitu :

1. Mendeskripsikan motif apa yang melatarbelakangi *Rooftoppers* melakukan kegiatan *Rooftopping*.
2. Mendeskripsikan motif apa yang melatarbelakangi *Rooftoppers* mengunggah hasil kegiatan *Rooftopping* ke media sosial Instagram.
3. Mendeskripsikan bagaimana *Rooftoppers* memaknai kegiatan *Rooftopping*nya tersebut.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian sebagai berikut :

1.4.1 Aspek Teoritis

Penelitian mengenai fenomena *Rooftopping* di kota Jakarta diharapkan dapat memperkaya literature mengenai Fenomenologi dan memperdalam Ilmu Komunikasi, karena fenomenologi sangat dekat dengan kehidupan nyata. Peneliti mengahapkan bahwa penelitian ini dapat dijadikan studi perbandingan, dan dapat mengaplikasikan teori-teori yang berkaitan dengan penelitian Fenomenologi.

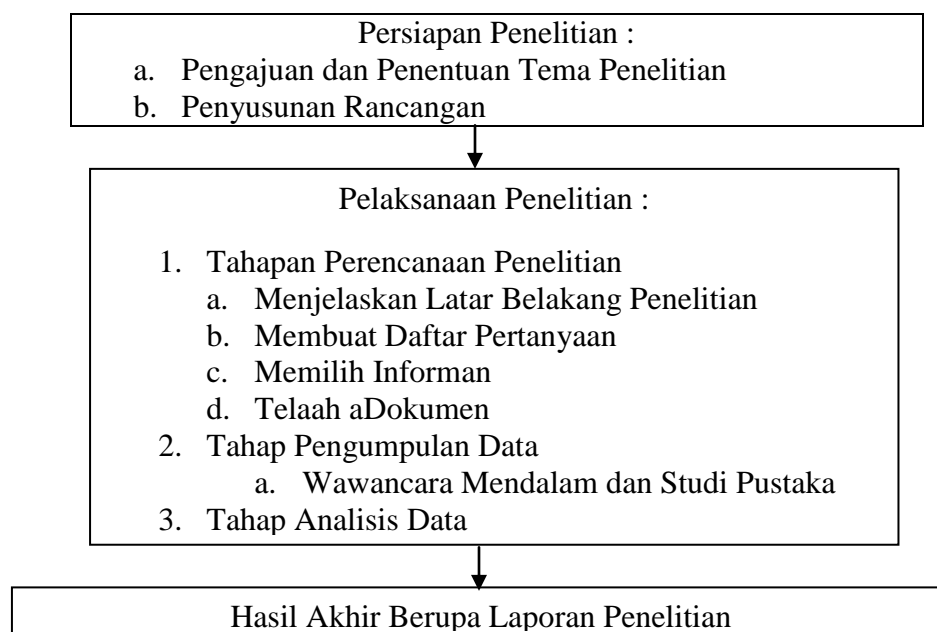
1.4.2 Aspek Praktis

Bagi peneliti selanjutnya penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian sejenis khususnya dalam Ilmu Komunikasi khususnya mengenai pendekatan Fenomenologi, serta dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai motif yang melatarbelakangi *Rooftoppers* melakukan kegiatan *Rooftopping*. Bagi para *Rooftoppers* diharapkan bahwa penelitian ini dapat dijadikan wawasan dan pengetahuan mengenai kegiatan *Rooftopping* yang dilakukannya.

1.5 Tahapan Penelitian

Dalam melaksanakan oenelitian ini, peneliti membagi proses menjadi beberapa tahap-tahap yang dilakukan dalam jangka waktu enam bulan terhitung sejak awal bulan Maret 2017 hingga bulan Agustus 2017. Adapun tahapan-tahapan dalam melakukan penelitian tersebut adalah :

Tabel 1.1 Daftar Gambar



1.6 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dari bulan Maret 2017 hingga Bulan Agustus 2017

Tabel 1.2 *Timeline* waktu penelitian

NO	Tahapan	Bulan					
		Maret 2017	April 2017	Mei 2017	Juni 2017	Juli 2017	Agustus 2017
1.	Tahap Persiapan, Perencanaan, dan Penyusunan Bab I, II, III						
2.	Pengumpulan Data Sekunder Melalui Observasi Awal						
3.	Pengumpulan Data Primer dan Metode Penelitian						
4.	Analisis Berdasarkan Unit Analisis						
5.	Penyelesaian Data, Membuat Kesimpulan, dan Maanfaat						

Sumber : Olahan Peneliti

1.7 Lokasi Penelitian

Peneliti melakukan penelitian melalui observasi pada akun instagram informan dan melakukan wawancara mendalam di Jakarta, Yaitu di Restaurant atau Café di daerah tempat tinggal informan.