

## **Lensa Canon L Series Putih dan Gaya Hidup Komunitas Fotografi**

**Ivan Kurniawan**

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Komputer Indonesia

***Abstrak.** Saat ini, fotografi tidak hanya berada dalam lingkup ruang seni saja. Sejak ditemukannya kamera dalam bentuk yang kompak dan praktis, fotografi telah menjadi bagian hidup masyarakat luas sehari-hari. Kamera tidak hanya menjadi alat para fotografer profesional, namun telah menyebar luas pada masyarakat. Fenomena tersebut ternyata telah membuat sebuah gaya hidup yang baru di masyarakat, kamera dan aksesorisnya kini telah menjadi pelengkap identitas diri. Salah satu diantara aksesoris tersebut adalah lensa L series berwarna putih yang diproduksi oleh Canon. Dengan warna yang berbeda dari lensa-lensa sejenis yang beredar di masyarakat, lensa L Series memiliki sebuah nilai yang unik. Lensa tersebut telah dianggap menjadi patokan mengenai kualitas sebuah lensa dan juga kualitas keterampilan seorang fotografer. Artikel ini secara khusus akan membahas mengenai fenomena lensa L Series versi warna putih, dilihat dari lifestyle trajectory dan teori psikologi Hurlock.*

***Kata kunci:** lensa, Canon, gaya hidup, komunitas, fotografi*

### **1. PENDAHULUAN**

Fotografi telah lama dikenal oleh manusia melalui sebuah fenomena penangkapan bayangan dalam sebuah ruang. Seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi, kamera sebagai alat fotografi juga mengalami pengembangan dan perubahan. Saat ini, aktifitas memotret tidak membutuhkan proses dan waktu yang lama. Teknologi telah berhasil menghadirkan kamera dalam bentuk baru, yaitu kamera digital. Kamera digital hadir dalam keberagaman bentuk dan warna, fasilitas, kelengkapan aksesoris, dan harga yang ditawarkan. Salah satu aksesoris kamera yang paling banyak tersedia adalah lensa, yang merupakan sebuah peralatan wajib bagi para pengguna kamera digital berjenis *Single Lens Reflex*. Ditengah keragaman bentuk dan warna lensa yang tersedia, terdapat sebuah lensa yang diyakini memiliki gengsi atau pun nilai tersendiri dikalangan penggemar fotografi. Lensa tersebut hadir dalam bentuk dan warna yang khas, berbeda dengan lensa yang lain dan memiliki reputasi yang baik. Lensa tersebut disebut

sebagai ‘*White Lense L Series*’. Sebuah lensa produksi perusahaan terkemuka dibidang peralatan fotografi, yaitu Canon.

Sebuah lensa foto yang pada awal tujuan dibuatnya adalah sebagai alat untuk menghasilkan gambar yang baik, nampaknya telah mendapat manfaat yang baru. Lensa berwarna putih tersebut seolah menjadi tolak ukur akan sebuah nilai dikalangan fotografi. Hal tersebut menjadikannya seolah primadona, barang berharga, impian, ataupun prestise bagi fotografer yang menggunakannya.

Makalah singkat ini akan membahas mengenai hubungan antara lensa L Series versi *white* dan gaya hidup para pecinta fotografi, khususnya pengguna kamera Canon. Pembahasan akan menitikberatkan pada hubungan antara lensa L Series dengan fotografer pengguna dalam sebuah komunitas, nilai-nilai yang ingin dicapai, dan habitus yang melatarbelakanginya.

## **2. METODE DAN PEMBAHASAN**

Fotografi pada dasarnya merupakan media ungkap. Sebuah wahana untuk menceritakan hal-hal yang berkaitan dengan rasa, tentang diri manusia, dan lingkungannya. Menurut Jay (dalam Finkelstein, 2007, hal. 220)“*The celebration of vision as a reliable source of knowledge has defined much of popular culture and sustained the opinion that vision is the most discriminating and trustworthy of the senses.*”. Dan menurut Goffman (1990) dalam era post modern seperti saat ini, fotografi merupakan sebuah representasi diri manusia dalam kehidupan sehari-hari. Sebuah foto dapat bercerita mengenai beragam kisah didalamnya. Dan dengan sifatnya yang deskriptif, foto dapat menekankan akan sebuah kenyataan yang sulit dibantah. Dengan perkembangan alat-alat fotografi dan pergeseran budaya kearah budaya visual, membuat kamera sebagai alat fotografi telah mendapat tempat tersendiri dalam masyarakat. Pengembangan kamera kearah digitalisasi telah berhasil menghadirkan perangkat fotografi yang mudah digunakan. Proses foto yang dahulu memerlukan serangkaian urutan cuci dan cetak foto yang menyulitkan, kini sudah hadir dalam proses yang singkat dan mudah. Proses menghasilkan sebuah gambar hanya membutuhkan sebuah gerakan

jari dan waktu yang sangat singkat. Hal ini berimbas pada minat dan antusiasme masyarakat akan fotografi, hingga saat ini dapat kita jumpai beragam komunitas foto yang mewadahnya. Fenomena tersebut nampaknya ditangkap dengan baik oleh para produsen sebagai hal yang dapat menghasilkan profit. Produsen menyediakan alat fotografi yang diproduksi dengan berbagai fitur, kelengkapan, desain, dan harga yang menarik. Diantara alat fotografi tersebut, yang paling banyak dicari oleh para penggemar fotografi, khususnya kamera digital adalah lensa. Lensa merupakan perangkat yang vital dalam sebuah proses foto. Lensa dapat mempengaruhi hasil foto melalui ketajaman, gambar, saturasi warna, sudut jangkauan lensa, dan distorsi gambar.

a. Lensa *L Series versi White*

Lensa *L Series* merupakan salah satu varian dari jajaran lensa foto yang diproduksi oleh Canon. Arti ‘L’ pada varian ini mengacu pada kata ‘*Luxury*’, yang diartikan sebagai kemewahan dan juga kualitas. Hal ini merupakan bentuk image atau citra yang ingin disampaikan oleh produsen kepada para konsumennya. Sesuai dengan kata ‘*Luxury*’ tersebut, *L Series* merupakan varian lensa dengan performa dan kualitas terbaik yang mampu diproduksi oleh Canon. Dengan spesifikasi kaca lensa yang terbuat dari berbagai lapisan *anti glare* yang minim pembiasan dan pantulan, membuat gambar yang dihasilkannya selalu tajam. Bahan rangka dan tabung juga terbuat dari material logam berkualitas tinggi. Dengan kelebihan tersebut, maka wajar saja bila *L Series* menempati kasta tertinggi diantara lensa-lensa foto produksi Canon.

Varian *L Series* terdiri dari berbagai macam *focal length*, mulai dari *wide lens* hingga ke *medium telephoto*. Rata-rata lensa *L Series* juga memiliki bukaan diafragma yang besar mulai dari 4 - 2.8, sehingga dikenal juga dengan istilah “lensa cepat” oleh para fotografer. *L Series* tersedia dalam 2 macam warna, yaitu hitam dan putih. Lensa ini mudah dikenali melalui aksesoris garis merah yang melingkar pada ujung lensa. Yang menarik dari lensa tersebut adalah adanya pilihan warna putih, karena selama ini warna lensa yang tersedia

dipasaran adalah warna hitam. Menurut pihak produsen, warna tersebut digunakan semata-mata untuk mengurangi efek panas yang lazim dialami oleh lensa yang berwarna hitam. Karena tidak seperti warna hitam, warna putih tidak menyerap cahaya matahari, sehingga tidak mudah panas. Hal tersebut bertujuan untuk membantu kerja fotografer yang menggunakannya pada sesi pemotretan yang dilakukan di luar ruang pada saat siang hari.



*Gambar 1. Lensa L Series*  
*Sumber: [http:// http://www.reelseo.com](http://www.reelseo.com)*

Namun selain kelebihan tersebut diatas, L series ternyata juga memiliki sejumlah kekurangan. Diantaranya adalah harga yang tinggi dan juga bukan merupakan lensa yang bersifat *all purpose*. Dikatakan demikian karena warna putih yang mungkin dapat menjadi daya tarik tersendiri karena keunikannya, malah akan tidak menjadi menarik lagi. Misalnya pada proses pemotretan satwa liar, warna putih yang cenderung memantulkan cahaya dan garis merah pada ujungnya, akan mudah dilihat oleh satwa yang menjadi objek foto tersebut. Sehingga akan menyulitkan fotografer untuk mendapatkan sebuah gambar satwa yang natural.

#### b. Profil Komunitas Fotografi Canon

Dalam kegiatan sehari-hari, manusia tidak akan lepas dari hubungan dengan manusia lain. Manusia memerlukan tempat untuk bersosialisasi dalam melakukan kegiatan memotret, belajar, tukar-menukar ilmu, atau pun hanya sekedar berdiskusi tentang objek foto. Atas dasar itu, maka komunitas fotografi

pun bermunculan. Komunitas fotografi terbentuk oleh berbagai latar belakang diantaranya kesamaan merk dan jenis kamera, kesamaan minat, kesamaan ide, ataupun kesamaan tujuan.



*Gambar 2. Peralatan 'Canonian'*  
*Sumber: <http://www.kft.web.id>*

Komunitas fotografi Canon bukanlah sebuah nama dari komunitas itu sendiri, melainkan sebuah istilah untuk mendeskripsikan merk kamera yang digunakan. Komunitas ini dikenal dengan nama 'Canonian', yang memiliki arti kata sebagai pengguna kamera Canon. Komunitas ini juga bukan merupakan sebuah organisasi yang bersifat resmi dan tidak disponsori oleh perusahaan Canon. Komunitas ini berdiri semata-mata atas dasar kesamaan merk kamera dan lensa yang digunakan. 'Canonian' umumnya akan menunjuk seseorang sebagai ketua yang bertugas untuk melakukan koordinasi dengan anggotanya terkait syarat, peraturan, dan acara yang akan diadakan. Kegiatan dalam komunitas bersifat santai, umumnya terdiri dari belajar bersama, diskusi mengenai alat, lokasi foto, model, dan kegiatan pemotretan bersama yang dikenal dengan istilah '*hunting* foto'. Dari sekian banyak kegiatan yang dilakukan, hal paling menarik bagi para anggotanya adalah '*hunting* foto'. Karena pada saat *hunting*, para anggota

dapat mengaplikasikan kemampuan dalam mengambil gambar secara langsung dan juga sebagai ajang untuk memperlihatkan alat-alat fotografinya.



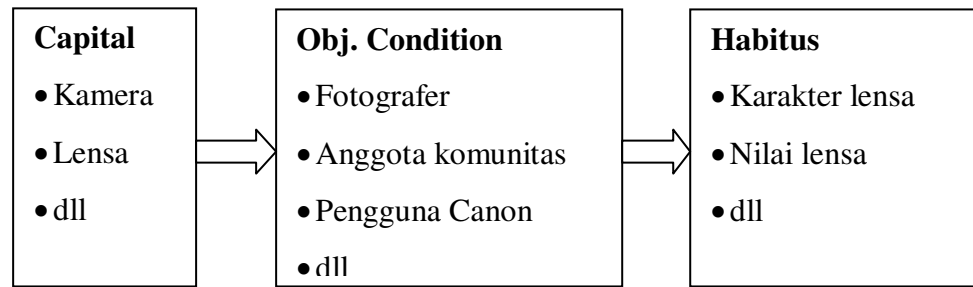
*Gambar 3. Proses Hunting Foto*  
*Sumber: <http://www.kamera-digital.com>*

Pada kenyataannya, tujuan awal pembuatan sebuah lensa adalah sebagai alat bantu maupun penyempurna dari proses fotografi. Namun hal tersebut berlaku khusus ketika sebuah lensa hadir dalam warna yang unik. Diantara sekian banyak lensa yang tersedia dipasaran, lensa *L Series Seri White* atau yang sering disebut lensa putih, hadir dalam sebuah konsep unik dan original melalui warna yang sangat kontradiktif. Lensa putih hadir dalam bentuk *binary opposition*, yaitu putih diantara yang hitam. Sehingga ketika seseorang memakainya, ia akan nampak mencolok, berbeda dengan yang lain. Lensa putih juga hadir dalam suatu bentuk produk yang bersifat maha karya, desain dan materialnya terbuat dari bahan-bahan yang berkualitas dan berbeda dengan para pesaingnya. Dengan kondisi tersebut, lensa putih dipersepsikan tidak sama dengan lensa yang lain, bahkan dengan lensa produksi Canon sendiri. *Value* lensa putih bukan hanya sebatas *value* nominal saja, melainkan memiliki *value* secara mental. *Value* secara mental merupakan hasil interpretasi yang disetujui oleh orang banyak, baik dalam komunitas maupun masyarakat luas. *Value* ini dapat dilihat melalui penempatan posisi atau prestise dalam masyarakat (Hurlock: 1973, hal.164). Dengan keunikan dan harga yang tinggi, lensa putih dianggap sebagai lensa terbaik. Dan merupakan *benchmark* bagi sebuah kemapanan sosial dan ekonomi penggunanya.

Hal tersebut sejalan dengan kondisi mental manusia yang memiliki kecenderungan untuk menampilkan identitasnya. Berdasarkan Hurlock (1973), dalam memilih sebuah komoditi, manusia akan mempertimbangkan beberapa aspek, diantaranya adalah:

1. Simbol Kualitas
2. Status Sosial dan Ekonomi
3. Identitas kelompok
4. Identitas Individu

Berdasarkan aspek di atas, manusia berusaha memproduksi sebuah sistem tanda untuk memperlihatkan perbedaan identitas diantara manusia yang lain. Dalam hal ini fotografer dalam komunitas ‘Canonian’ berusaha memberikan simbol pembeda antara pemakai lensa putih dan bukan pemakai lensa putih. Berdasarkan kenyataan yang terjadi, pada saat kegiatan *hunting* foto misalnya, pengaruh seorang ketua komunitas akan tergeser oleh anggotanya yang menggunakan lensa putih. Pengguna lensa putih tiba-tiba bisa saja menjadi pusat perhatian dan memperoleh kekuatan untuk mempengaruhi anggota lain. Ia dipandang sebagai seseorang yang memiliki status ekonomi yang tinggi dan memiliki pengetahuan fotografi yang lebih jika dibandingkan dengan yang lain. Kenyataan bahwa harga yang mahal dari lensa tersebut telah membuat status ekonomi berhasil diwujudkan melalui kemampuan untuk memilikinya. Hal yang mendasari pengakuan atas status kultural berupa pengetahuan yang lebih adalah karena sering dijumpainya lensa-lensa tersebut digunakan oleh para fotografer terkenal. Banyak acara-acara televisi maupun media cetak yang menampilkan gambar fotografer dalam acara olah raga yang menggunakan lensa tersebut. Sehingga terjadilah proses konstruksi citra dari produk lensa ini. Bahwa penggunaannya sudah pasti faham dan ahli dalam bidang fotografi. Kejadian tersebut selalu terjadi berulang, dan akhirnya menyebabkan sebuah struktur nilai baru diantara anggota komunitas ‘Canonian’. Untuk lebih jelasnya mari kita lihat diagram *lifestyle trajectory* berikut:



Gambar 4. Lifestyle Trajectory

Struktur nilai tersebut telah menjadi sebuah habitus dalam komunitas ‘Canonian’.. Dengan habitus yang dimiliki sedemikian rupa, lensa telah menjadi simbol gaya hidup para penggunanya. Nilai-nilai tentang sebuah lensa putih telah bergeser dari sekedar alat bantu fotografi menjadi sebuah simbol keamanan ekonomi dan kultural. Hal ini tentu saja akan berlanjut pada proses disposisi dan selera dari fotografer bersangkutan. Hingga pada akhirnya, para fotografer dalam komunitas ‘Canonian’ akan berusaha untuk memilikinya, terlepas dari kebutuhan lensa tersebut digunakan. Karena pada prinsipnya, sebuah lensa memiliki keterbatasan dalam aspek *focal length* atau jangkauan penglihatan. Sebuah lensa dengan *focal length wide* antara 12-24mm tentu saja tidak cocok diaplikasikan pada foto *close up*. Sebaliknya lensa dengan *focal length telephoto* antara 200-400mm tidak akan cocok jika digunakan untuk memotret *landscape*. Kenyataan lain bahwa pemilihan lensa putih sebagai simbol gaya hidup dan bukan sebagai alat bantu dapat dijumpai pada kegiatan hunting foto. Demi menonjolkan identitasnya akan kepemilikan status ekonomi dan kultural, banyak fotografer yang salah dalam penggunaan lensa tersebut. Untuk lebih jelasnya, mari kita lihat gambar berikut.





*Gambar 5. Proses Hunting Foto*  
*Sumber: <http://www.kamera-digital.com>*

Dilihat sepintas, para pengguna lensa putih pada gambar diatas Nampak seperti fotografer yang faham mengenai kebutuhan lensa dan teknik memotret. Namun jika diperhatikan terdapat kesalahan pada penggunaan lensa. Dilihat dari ukurannya, lensa tersebut memiliki *focal length* antara 70-200mm, dalam hal ini lensa tersebut hanya cocok untuk kebutuhan pemotretan jarak jauh. Dan jika dilihat dari bentuk ruangan penggunaan lensa tersebut tidak akan optimal, karena ruangan tersebut tergolong sempit. Lebih lanjut jika kita perhatikan penggunaan aksesoris lampu *flash* yang digunakan secara *direct shoot*, maka fasilitas bukaan diafragma lensa yang mampu mencapai f. 4 – 2.8 akan sia-sia. Fungsionalitas lensa L Series yang dibuat sebagai lensa cepat tidak dimanfaatkan secara maksimal untuk menghasilkan gambar. Melainkan sekedar untuk menunjukkan gaya hidup penggunanya.

### **3. KESIMPULAN**

Gaya hidup merupakan sebuah cara untuk memperlihatkan identitas, baik itu identitas diri maupun kelompok. Identitas dapat hadir dalam bentuk simbol-simbol perwakilan sebuah status yang berupa benda atau objek lain yang dapat ditangkap panca indra. Pada makalah ini, telah dibahas mengenai komunitas ‘Canonian’ yang berusaha untuk melakukan diferensiasi dengan komunitas

fotografi lainnya melalui identitas merk yang dimiliki oleh kameranya. Namun proses tersebut nampaknya tidak berhenti sampai disitu, diferensiasi juga berlanjut pada taraf individu dalam komunitas ‘Canonian’ itu sendiri. Pemilihan lensa putih sebagai alat fotografi merupakan sebuah manifestasi dari keinginan manusia untuk meraih sebuah pengakuan dalam sebuah ranah gaya hidup.

Dengan demikian, maka dapat ditarik kesimpulan lebih lanjut, bahwa nilai dan fungsi sebuah produk desain telah dimanfaatkan oleh manusia untuk meraih pengaruh dalam ranah gaya hidup. Manusia berusaha untuk menempatkan diri melalui simbol-simbol yang mewakili sebuah nilai. Namun dalam pelaksanaannya, dijumpai keadaan dimana manusia malah ditempatkan oleh simbol tersebut. Manusia bukan lagi sebagai subjek dan pengatur simbol, melainkan menjadi objek yang dikotak-kotakkan oleh simbol tersebut.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- \_\_\_\_\_. 2010a. *Desain dan Gaya Hidup II: Habitus & Capital*. Materi Kuliah Program Magister Desain ITB. Bandung: FSRD ITB.
- Finkelstein, Joanne. 2007. *The Art of Self Invention: Image and Identity in Popular Visual Culture*. London: I. B. Tauris.
- Goffman, Erving. 1990. *The Presentation of Self in Everyday Life, 2nd edition*. USA: Penguin.
- Hurlock, Elizabeth. B. 1973. *Adolescent Development, 5th Edition*. Tokyo: McGraw-Hill.
- Forrester, Michael. 2002. *Psychology of The Image*. USA: Routledge.
- Canon Lens Work III. 2011. <http://www.canon-europe.com>.