

BAB II

GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN

A. PT Fujifilm Indonesia

Pada tahun 1934 Fujifilm didirikan dan bertujuan guna memproduksi roll film fotografi. Selama beberapa dekade sudah melaksanakan diversifikasi ke dalam pasar-pasar baru dan membuat pondasi yang kuat di seluruh dunia. Untuk di Indonesia PT Fujifilm Indonesia adalah anak perusahaan langsung dari Fujifilm Holdings Corporation. Pada bulan September 2011, perseroan ini resmi didirikan dan kantor pusatnya beralamat di Jakarta. Selain mempunyai kantor pusat, PT. Fujifilm Indonesia juga mempunyai kantor cabang di Yogyakarta, Surabaya, Makassar, serta di Bandung. Dewasa ini, PT Fujifilm Indonesia mempunyai 8 (delapan) unit bisnis yang terdiri atas divisi Electronic Imaging (kamera dan lensa), divisi Photo Imaging (mesin pencetak foto, kertas foto dan instax), divisi Graphic Art (mesin digital printing dan offset), divisi Medical (alat-alat kesehatan), divisi Industrial Products (Prescale dan NDT), divisi Life Science (perawatan kulit ASTALIFT), divisi Recording Media dan divisi Optical Device. (Christiani, 2020).

Dalam mengembangkan bisnis baru di masa mendatang, perusahaan Fujifilm memilih presiden direktur baru untuk anak usahanya di Indonesia, PT Fujifilm Indonesia. Noriyuki Kawakubo, yang bergabung di Fujifilm sejak 2010, dipilih sebagai orang nomor satu di Fujifilm Indonesia, menggantikan Masatsugu Naito, efektif sejak Agustus lalu. Selain menjadi Presiden Direktur Fujifilm Indonesia, Kawakubo-san juga menjabat sebagai General Manager Fujifilm Asia Pasifik.

(Christiani, 2020).

1. Filosofi Fujifilm Indonesia

Filosofi yang melekat pada Fujifilm adalah “kami akan menggunakan teknologi terdepan dan eksklusif untuk menyediakan produk dan layanan berkualitas tinggi yang berkontribusi pada kemajuan budaya, sains, teknologi, dan industri, serta peningkatan kesehatan dan perlindungan lingkungan di masyarakat. Tujuan utama kami adalah membantu meningkatkan kualitas hidup orang-orang di seluruh dunia”.

2. Tujuan Fujifilm Indonesia

Dengan tujuan guna mengoptimalkan kualitas hidup manusia di seluruh dunia. Pengintegrasian teknologi yang khas dan terkemuka serta menghasilkan produk dan layanan bermutu terbaik yang menimbulkan kepercayaan dan kepuasan pengguna.

3. Misi Fujifilm Indonesia

Misi Fujifilm adalah melalui aktivitas berkelanjutan perusahaan untuk memberikan kontribusi secara signifikan bagi masyarakat di seluruh dunia dalam hal spiritual serta kekayaan materi dengan rasa terpenuhi dan kepuasan.

4. Visi Fujifilm Indonesia

Visi Fujifilm Indonesia mengembangkan inovasi produk dari mulai divisi *electronic imaging* (kamera dan lensa), *photo imaging* (mesin pencetak foto, kertas foto, dan instax), hingga bidang lain yakni lini usaha *medical*, *life science*, dan *industrial product*.

B. Fujiguys sebagai *Brand Community* PT Fujifilm

Fotografi adalah milik semua orang dan mereka bisa mengambil potret dirinya sendiri tanpa dibantu oleh fotografer lagi, yang kemudian bisa langsung mengupload-nya di media sosial. Fujifilm berupaya guna menyesuaikan dengan zaman yang terus berubah, yakni ketika tiap individu sekarang memegang *gadget* dan dapat melihat dan posting foto kapan pun dan di mana pun. (The Daily Oktagon, 2017).

Fotografi merupakan sebuah hobi yang sudah tidak asing lagi. Produk-produk yang memiliki kecanggihan banyak diminati. Fonomena tersebut menimbulkan kesadaran berkomunitas fotografi, komunitas fotografi salah satunya adalah Fujiguys, saat ini komunitas Fujiguys tercatat memiliki anggota yang teregistrasi mencapai 785 orang (The Daily Oktagon, 2017). Ada berbagai macam anggota, dari orang dewasa yang bekerja hingga mahasiswa. Fujiguys Indonesia sudah terbentuk di 9 daerah, yakni cabang Surabaya, Semarang, Solo, Yogyakarta, Malang, Bandung, Palembang, Pekanbaru, Medan, dan Jabodetabek.

Didukung sponsor dari Fujifilm tetapi Fujiguys merupakan komunitas yang independen. Fujifilm membantu dari segi pendanaan sehingga Fujiguys Indonesia terkenal sebagai komunitas fotografi yang berbiaya murah dalam kegiatannya. Salah satu cabang Fujiguys Indonesia yang menjadi lokasi penelitian ini adalah Fujiguys Yogyakarta. Ada beberapa kegiatan rutin diadakan komunitas Fujiguys Yogyakarta ini, diantaranya meliputi :

1. Sharing Room

Tema yang diambil diantaranya yaitu *Sharing room travel photography*.

Acara Fujiguys Yogyakarta ini biasanya dihadiri sekitar 40 peserta dan berlangsung penuh kekeluargaan. Acara dibuka oleh ketua komunitas, menjelaskan tentang agenda *sharing room*. Acara dilanjutkan oleh narasumber yang menjelaskan bagaimana menjadi seorang fotografi dan travel fotografi, cara bepergian untuk perjalanan keluarga, serta yang harus dilakukan jika bepergian sendiri. Memberikan tips untuk peserta cara menghadapi orang yang meminta pembayaran dilokasi pemotretan.

2. Teknik fotografi

Pada sesi ini adalah penjelasan teknik fotografi dan perengkapan yang perlu dibawa oleh para fotografer perjalanan, seperti kamera, baterai, dan tripod. Akan dipandu dan diberikan beberapa foto yang diambil oleh anggota komunitas.

3. Praktek fotografi

Setelah mendapat materi dan *sharing* dari narasumber, dilanjutkan dengan praktek fotografi yang dilakukan seluruh anggota komunitas. Untuk lokasi kota Yogyakarta, banyak sekali obyek fotografi untuk *hunting* foto. Diantaranya kawasan Benteng Vredeburg, peninggalan Kota Gedhe, Malioboro, kawasan Istana Negara, pemandian Taman Sari, dan lain sebagainya.

Aktivitas ini bertujuan guna saling belajar satu sama lain. Bahkan para pemula dapat mengajukan lebih banyak pertanyaan yang tidak mereka pahami. Disisi lain, seseorang yang sudah berpengalaman dapat berbagi ilmu dan menjadi pembicara seperti dalam kegiatan *sharing room*.

Acara yang disponsori Fujifilm Indonesia dan merupakan *brand community* Fujifilm ini sudah menjadi agenda rutin komunitas, yang dilakukan di cabang

Yogyakarta maupun regional lainnya. Peserta belajar fotografi bersama, kemudian melakukan praktek setelah mendapat materi, dengan membawa tema artistik dari daerah setempat.

