



Pengaruh sudut pandang pemotretan dalam fotografi olahraga lari terhadap minat beli di Kota Surabaya

Nugraha,^{1*} Siti Zahro,² Wyna Herdiana³

¹ Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Surabaya, Surabaya, Indonesia

² Program Desain Fashion dan Produk Lifestyle, Universitas Surabaya, Surabaya, Indonesia

³ Program Studi Desain dan Manajemen Produk, Universitas Surabaya, Surabaya, Indonesia

Abstract

This study analyzes the influence of shooting angles in running sports photography on the purchase intention of photo works in Surabaya. Visual aesthetics serve as the main focus, emphasizing elements such as shooting angles, composition, expression, moment, and point of interest. Running events today are not only seen as fitness activities but also as a form of self-expression often captured through photography—especially for sharing on social media. This creates a symbiotic relationship between runners and photographers: runners seek compelling documentation, while photographers offer photography services with commercial value. This study adopts a qualitative approach through visual analysis of photographic works. An experimental method was applied by capturing images from various shooting angles—including high angle, eye level, and low angle—to observe consumer responses to the photos. A total of 29 photo buyers at the Surabaya Medic Air Run 2024 were involved to find out their visual preferences. The findings show that the high angle shooting perspective is more favored than the others, as it effectively captures runners' movement patterns, track layout, and reduces distractions from foreground and background elements. Additionally, appropriate composition, subject expression, and timing significantly enhance the visual appeal of the photos.

Keywords: sports photography, running, shooting angles, visual aesthetics, purchase intention

Abstrak

Penelitian ini menganalisis pengaruh sudut pandang pemotretan dalam fotografi olahraga lari terhadap minat beli karya foto di Kota Surabaya. Estetika visual menjadi faktor utama yang dikaji, dengan fokus pada elemen sudut pandang pemotretan, komposisi, ekspresi, momen, dan *point of interest*. Fenomena olahraga lari tidak hanya berfungsi sebagai aktivitas kebugaran, tetapi sebagai sarana ekspresi diri yang sering diabadikan dalam bentuk fotografi, terutama untuk diunggah di media sosial. Hal ini menciptakan hubungan simbiosis antara pelari dan fotografer, di mana pelari membutuhkan dokumentasi yang menarik, sementara fotografer menyediakan jasa pemotretan yang memiliki nilai jual. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis visual terhadap karya fotografi. Metode eksperimen diterapkan dengan mengambil foto dari berbagai sudut pemotretan, termasuk *high angle*, *eye level*, dan *low angle*, untuk mengamati respon konsumen terhadap hasil foto. Sebanyak 29 orang pembeli foto pada ajang *Surabaya Medic Air Run 2024* dilibatkan guna mengetahui preferensi visual mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sudut pemotretan *high angle* lebih diminati dibandingkan sudut lainnya. Selain itu, komposisi yang tepat, ekspresi subjek, serta ketepatan momen pemotretan turut berkontribusi dalam meningkatkan daya tarik visual foto.

Kata kunci: fotografi olahraga, lari, sudut pandang pemotretan, estetika visual, minat beli

1. Pendahuluan

Partisipasi dalam maraton telah menjadi bagian penting bagi penggemar lari di Indonesia, tidak hanya sebagai aktivitas olahraga, tetapi juga sebagai bentuk eksistensi diri. Meskipun mayoritas peserta bukan

atlet profesional, mereka mampu menyelesaikan jarak tempuh hingga puluhan kilometer. Seiring dengan tren gaya hidup ini, lari berkembang menjadi olahraga dengan biaya tinggi. Hal ini terlihat dari kebutuhan akan perlengkapan khusus, seperti jersey, celana *compression*, sepatu lari, *smartwatch*, serta

* Corresponding author e-mail : nugraha@staff.ubaya.ac.id

dokumentasi foto dan video. Selain itu, biaya perjalanan untuk mengikuti maraton di luar kota atau luar negeri turut menambah pengeluaran. Fenomena ini menunjukkan bahwa maraton tidak hanya diposisikan sebagai kegiatan olahraga, tetapi juga bagian dari gaya hidup yang melibatkan aspek sosial dan ekonomi.

Di kota-kota besar seperti Surabaya, kegiatan olahraga lari menciptakan hubungan simbiosis antara pelari dan fotografer. Antusiasme penggemar lari di Indonesia memunculkan peluang bagi fotografer untuk menyediakan jasa dokumentasi olahraga dengan pendekatan fotografi potret (Damarjati & Tahalea, 2023). Peningkatan tren ini mendorong munculnya ekosistem bisnis baru yang menguntungkan kedua belah pihak, di mana pelari memperoleh dokumentasi visual atas aktivitas olahraga mereka, sementara fotografer dapat menjual hasil karyanya dengan harga yang disepakati. Fenomena ini juga meningkatkan permintaan terhadap fotografer yang memiliki keterampilan teknis tinggi dan respons cepat dalam menangkap momen aksi (Syah, 2019). Kemampuan refleks yang baik menjadi krusial dalam menghasilkan foto candid berkualitas, mengingat momen dalam olahraga bersifat dinamis dan tidak dapat diulang.

Salah satu aspek teknis penting dalam fotografi olahraga adalah sudut pengambilan gambar (*angle*), yang dapat memengaruhi persepsi visual dan nilai estetika sebuah karya fotografi. Meskipun fotografer kerap mengambil gambar dari berbagai posisi, belum banyak penelitian yang mengkaji bagaimana sudut

pandang pemotretan tertentu dapat memengaruhi minat beli konsumen terhadap foto olahraga lari.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini merumuskan masalah utama, yakni bagaimana pengaruh sudut pandang pemotretan terhadap minat beli konsumen terhadap hasil foto olahraga lari? Sebagai landasan awal, penelitian ini mengajukan hipotesis bahwa terdapat perbedaan minat beli konsumen terhadap foto olahraga lari berdasarkan sudut pandang pemotretan (*high angle*, *eye level*, dan *low angle*).

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi fotografer olahraga lari, khususnya dalam menentukan sudut pandang pemotretan yang paling efektif untuk meningkatkan daya tarik visual dan nilai komersial dari karya foto mereka. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya kajian akademik di bidang fotografi olahraga dan perilaku konsumen dalam konteks dokumentasi visual kegiatan gaya hidup urban.

Olahraga lari sebagai gaya hidup sehat warga Surabaya

Tren olahraga lari di Kota Surabaya menunjukkan peningkatan signifikan, sebagaimana tercermin dalam ajang *Surabaya Medic Air Run 2024*. Berdasarkan laporan *suarasurabaya.net* (2024), sebanyak 3.100 pelari turut serta dalam acara yang digelar pada 26 Mei 2024, mengalami lonjakan dibandingkan dengan 1.800 peserta pada tahun sebelumnya. Para peserta berasal dari berbagai usia, profesi, dan gender, menunjukkan bahwa olahraga lari semakin diminati oleh masyarakat kota. Tidak hanya masyarakat umum, partisipasi tokoh publik seperti Adhy Karyono, Pejabat Gubernur Jawa Timur, juga memperkuat posisi olahraga lari sebagai bagian dari gaya hidup sehat dan sarana kebersamaan. Acara ini sekaligus menjadi bagian dari perayaan Hari Jadi Kota Surabaya Ke-731, yang semakin menegaskan peran olahraga dalam membangun semangat komunitas dan kesehatan masyarakat.

Olahraga lari telah menjadi bagian dari gaya hidup sehat bagi warga Surabaya, didukung oleh berbagai fasilitas yang memadai. Salah satu inovasi yang menarik adalah *running track indoor* di pusat perbelanjaan *Surabaya Town Square* (Sutos), yang berlokasi di lantai 2. Menurut laporan *detik.com* (2022), lintasan lari sepanjang 250 meter ini diklaim sebagai yang pertama di Indonesia. Sejak dibuka pada Agustus 2022, fasilitas ini dapat digunakan secara gratis oleh pengunjung. Keberadaan *running track indoor* di dalam pusat perbelanjaan mencerminkan upaya integrasi antara olahraga dan



Gambar 1. Para pelari mengikuti acara *Surabaya Medic Air Run 2024*
(Sumber: Dokumentasi Peneliti)

gaya hidup modern, memberikan kemudahan bagi masyarakat perkotaan untuk tetap aktif tanpa tergantung pada kondisi cuaca.

Budaya fotografi di kalangan pelari

Sebelum munculnya layanan dokumentasi olahraga lari melalui aplikasi, pelari memiliki kebiasaan mendokumentasikan aktivitas mereka secara mandiri, terutama melalui swafoto atau *selfie*. Foto-foto tersebut kemudian diunggah ke media sosial sebagai bentuk eksistensi diri dan memicu interaksi virtual dalam jejaring sosial. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), swafoto adalah potret diri yang diambil sendiri menggunakan kamera ponsel atau digital, biasanya untuk diunggah ke media sosial (kbbi.kemdikbud.go.id, 2024). Istilah ini sepadan dengan *selfie*, yang merupakan singkatan dari *self portrait* dan secara resmi masuk ke dalam *Oxford English Dictionary* pada tahun 2013. Fenomena swafoto semakin meluas seiring dengan kemudahan akses terhadap kamera pada telepon pintar (Ismanto, 2018). Damarjati dan Tahalea (2023) menambahkan bahwa dokumentasi pribadi, baik dalam bentuk *selfie* maupun foto kelompok, menjadi konten menarik yang sering dibagikan di media sosial. Dengan demikian, budaya fotografi di kalangan pelari bukan sekadar aktivitas dokumentasi, tetapi juga berperan dalam membangun identitas sosial dan meningkatkan keterlibatan dalam komunitas digital.

Kebiasaan swafoto (*selfie*) menjadi bagian dari budaya para penggemar lari maraton. Umumnya, foto-foto tersebut diunggah ke akun media sosial pribadi sebagai bentuk ekspresi diri. Tren ini tidak hanya diminati oleh selebgram atau *sport influencer*, tetapi juga oleh masyarakat umum di Indonesia. Foto-foto pelari dengan latar belakang jalanan perkotaan semakin marak di berbagai platform digital, mencerminkan meningkatnya minat terhadap dokumentasi aktivitas olahraga. Fenomena ini menunjukkan bahwa lari bukan sekadar aktivitas fisik untuk kesehatan, tetapi juga menjadi ajang dokumentasi diri. Dalam acara seperti *The Color Run 2014* di Jakarta, artis sekaligus *sport influencer* Olivia Zalianty menegaskan bahwa konsep lari sering kali lebih berorientasi pada kesenangan dan ekspresi diri dibandingkan aspek kompetitif (Tempo, 2014). Selain itu, banyak pelari menjadi lebih termotivasi ketika mengetahui bahwa mereka sedang dalam bidikan kamera fotografer, memperkuat hubungan antara olahraga lari dan budaya fotografi di era digital.

Seperti karya seni pada umumnya, karya fotografi juga berpedoman pada standar keindahan. Andrea (2015) menyebutkan bahwa sejatinya fotografer

memiliki keleluasaan dan hak sepenuhnya dalam menentukan ide, konsep, dan melakukan proses kreatif. Fotografi menjadi bagian dari seni rupa dua dimensi bersama gambar, lukisan, seni grafis, mozaik, dan kolase. Pada aspek objektif dari keindahan, mengacu pada tampilan sebuah karya yang dapat diamati melalui bentuk, warna, penempatan objek, komposisi, ekspresi, gerak, dan suara. Dalam perancangan konsep dan pemotretan ini, peneliti fokus pada beberapa kaidah dasar estetika, yakni komposisi dan ekspresi dari pelari maraton.

Komposisi dalam fotografi

Teori komposisi dalam fotografi digunakan untuk menempatkan elemen-elemen visual dalam sebuah frame dengan tujuan menciptakan gambar yang estetis dan bermakna. Komposisi yang baik dapat menuntun pandangan audiens ke arah *Point of Interest* (POI) atau titik fokus utama (Erlyana, Y., Setiawan, D., 2019). Berikut 9 prinsip dasar komposisi dalam fotografi, yaitu *rule of third*, *leading line*, *diagonals*, *framing*, *figure to ground*, *fill the frame*, *center dominant eye*, *patterns*, dan *symmetry*.

Rule of third. Komposisi ini merupakan komposisi yang paling dasar dalam fotografi. Teknik ini membagi bidang foto menjadi sembilan bagian yang sama besar dengan membentuk grid 3 x 3, kemudian menempatkan *point of interest* pada perpotongan garis-garis maya dalam grid tersebut. Yang kedua adalah *leading line*, komposisi yang menggunakan garis berbentuk maya atau nyata yang menuntun kita ke objek yang menjadi *point of interest* atau garis itu sendiri yang menjadi *point of interest*. Ketiga, *diagonals*, yaitu komposisi yang memiliki kemiripan dengan komposisi *leading line*, namun garis diagonal yang digunakan bersifat lebih dinamis, sehingga mampu menciptakan kesan pergerakan yang lebih kuat dalam sebuah foto. Keempat, *framing*. Komposisi ini memanfaatkan elemen *frame* untuk mengarahkan pandangan menuju area di dalamnya yang menjadi titik fokus utama. *Frame* yang digunakan bukanlah bingkai foto dalam arti sebenarnya, melainkan objek dalam *scene* yang berfungsi sebagai pembingkai alami. Kelima, *figure to ground*. Komposisi ini diterapkan dengan membuat *point of interest* tampak lebih kontras atau menonjol dibandingkan latar belakang dalam foto. Berikutnya adalah *fill the frame*. Komposisi ini sangat cocok untuk fotografi potret, karena menempatkan *point of interest* agar memenuhi seluruh *frame*, sehingga subjek menjadi fokus utama dalam foto. Sedangkan prinsip ketujuh, *center dominant eye*, adalah komposisi yang menempatkan mata subjek sebagai

point of interest di bagian tengah foto, komposisi ini menciptakan kesan bahwa subjek sedang menatap langsung ke arah penonton, memberikan efek visual yang lebih kuat dan menarik. Prinsip kedelapan, *patterns*. Komposisi ini memanfaatkan elemen yang berulang untuk membentuk pola atau *pattern*, sehingga menciptakan ritme visual yang menarik dan menjadikannya sebagai *point of interest* dalam foto. Terakhir, prinsip kesembilan *symmetry*. Komposisi ini diterapkan dengan menciptakan keseimbangan simetris dalam foto, di mana setiap sisi memiliki pembagian yang sama, sehingga menghasilkan tampilan yang harmonis dan proporsional.

Ekspresi dalam fotografi

Ekspresi dalam fotografi memainkan peran krusial dalam menyampaikan emosi dan membangun keterhubungan antara subjek dan audiens, terutama dalam fotografi olahraga. Dalam konteks fotografi olahraga lari, ekspresi wajah pelari dapat mencerminkan berbagai emosi, seperti semangat, kelelahan, atau kegembiraan, yang semuanya dapat memperkuat narasi visual dalam sebuah foto. Ekspresi yang terekam dengan baik mampu meningkatkan daya tarik visual serta memberikan makna yang lebih mendalam pada sebuah gambar, sehingga tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi tetapi juga sebagai medium komunikasi yang efektif.

Fotoyu: platform marketplace untuk stok foto olahraga

Fotoyu adalah platform lokapasar (*marketplace*) yang mempertemukan fotografer dan pelaku olahraga, serta menyediakan fasilitas transaksi jual beli foto, video, dan konten pribadi. Dengan teknologi kecerdasan buatan pengenalan wajah, Fotoyu memungkinkan kreator, termasuk fotografer, videografer, dan drone pilot, untuk menjual karya mereka secara langsung dengan mengunggahnya ke aplikasi. Dalam model bisnisnya, Fotoyu menerapkan sistem bagi hasil, di mana 90% dari penjualan karya diberikan kepada kreator, sementara 10% menjadi bagian Fotoyu (Fotoyu, 2024). Hasil penjualan otomatis masuk ke dompet digital kreator,



Gambar 2. Tampilan website Fotoyu
(Sumber: fotoyu.com/fotoyu, 2024)

memberikan sistem pembayaran yang transparan dan layak. Sebagai salah satu aplikasi pionir dalam bidang ini, Fotoyu berperan dalam mendukung industri fotografi olahraga dengan menghadirkan peluang monetisasi bagi para kreator. Aplikasi ini dapat diakses melalui situs *website fotoyu.com*, yang memudahkan pengguna dalam mencari dan membeli dokumentasi olahraga berkualitas.

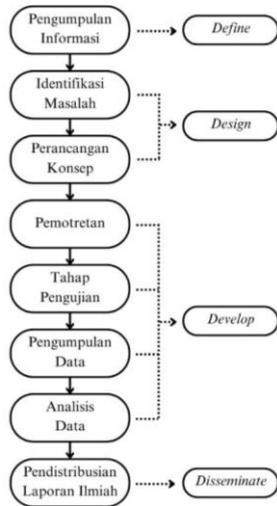
Aplikasi Fotoyu mengadopsikan berbagai teknologi kecerdasan buatan (*artificial intelligence*) untuk mengoptimalkan layanan jual beli konten digital. Teknologi yang diterapkan mencakup komputasi awan (*cloud computing*), otomatisasi, perangkat ponsel pintar, navigasi GPS (*Global Positioning System*), *fintech*, enkripsi, dan *crowdsourcing* (fotoyu.com, 2024). Dua teknologi utama dalam Fotoyu adalah pengenalan wajah (*face recognition*) dan data lokasi (*location data*). Menurut edenai.co (2024), API (*Application Programming Interface*) deteksi wajah memungkinkan sistem komputer mengenali dan menemukan wajah manusia dalam gambar atau video. Teknologi ini menggunakan kombinasi algoritma *computer vision* dan *machine learning*, yang meningkatkan akurasi pencarian foto, sehingga pengguna dapat dengan mudah menemukan dokumentasi olahraga mereka. Dengan integrasi teknologi ini, Fotoyu menghadirkan pengalaman yang lebih efisien bagi pelari dan fotografer, mempercepat proses identifikasi serta transaksi jual beli karya fotografi.

2. Metode

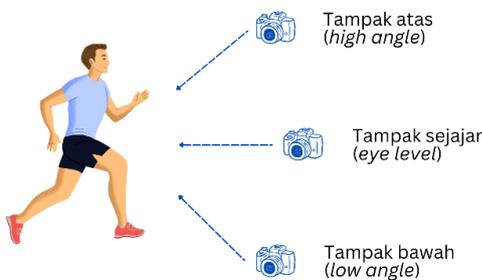
Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis visual terhadap karya fotografi. Metode eksperimen diterapkan dengan mengambil foto dari berbagai sudut pemotretan, termasuk *high angle*, *eye level*, dan *low angle*, untuk mengamati respons konsumen terhadap hasil foto tersebut. Langkah berikutnya, peneliti melakukan analisis terkait estetika visual, dengan fokus pada elemen sudut pandang pemotretan, komposisi, ekspresi, momen, dan *point of interest*. Berikut merupakan alur dan tahapan penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

Alur Penelitian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, terdapat beberapa tahapan yang disusun secara sistematis. Gambar 3 merupakan alur penelitian yang dikerjakan oleh penulis. Pada tahap pertama, penulis melakukan



Gambar 3. Alur penelitian
(Sumber: Dokumentasi Peneliti)



Gambar 4. Perancangan konsep pemotretan
(Sumber: Dokumentasi Peneliti)



Gambar 5. Kamera Sony A7S dan Lensa Sony 70-200 mm f/4.
(Sumber: <https://www.sony.co.id/en>)

pengumpulan informasi dengan mengacu pada penelitian terdahulu yang memiliki topik terkait penelitian yang sedang dikerjakan. Kedua, penulis melakukan identifikasi masalah yang akan diteliti. Tahap ketiga dan keempat, dilakukan perancangan konsep dan pemotretan dengan menggunakan metode 4D (*Define, Design, Develop, Disseminate*). Tahap kelima dilanjutkan dengan tahap pengujian, yakni dengan mengunggah hasil foto yang telah disortir melalui aplikasi *Fotoyu*. Tahap keenam merupakan tahapan pengumpulan data, dimana penulis mengacu

pada jumlah minat konsumen yang membeli karya foto melalui aplikasi *Fotoyu*. Tahap ketujuh, dilakukan analisis data. Pada tahap akhir, penulis menuangkan seluruh hasil dan pembahasan ke dalam tulisan laporan ilmiah.

Metode 4D

Dalam perancangan penelitian dan perancangan media fotografi produk sepatu, penulis menerapkan metode 4D (*Define, Design, Develop, Disseminate*), yakni model yang digunakan dalam penelitian pengembangan untuk menciptakan produk atau solusi yang dapat diterapkan dalam konteks pendidikan atau bidang lain. Model ini berfokus pada tahapan yang sistematis untuk menghasilkan produk yang efektif dan bermanfaat. Berikut adalah penjelasan dari setiap tahapan dalam metode 4D. **Define.** Pada tahap *define*, aktivitas berfokus pada proses mengidentifikasi dan memahami masalah yang ada. Peneliti melakukan analisis untuk menemukan masalah yang perlu diselesaikan dan menentukan tujuan dari pengembangan produk. Pada tahap ini, peneliti melakukan pengumpulan informasi terkait studi literatur untuk dijadikan acuan dalam penelitian. Penulis melakukan penentuan jumlah sampel responden sebanyak 200 responden yang merupakan peserta lari maraton yang mengikuti acara *Surabaya Medic Air Run 2024*. Dari jumlah tersebut, sebanyak 29 orang tercatat membeli foto melalui aplikasi *Fotoyu*. Jumlah ini dianggap memadai karena dalam studi kualitatif, fokus utama adalah kedalaman pemahaman terhadap fenomena yang terjadi, bukan generalisasi populasi. Sedangkan untuk tujuan eksperimen visual, 29 pembeli aktual sudah cukup untuk menunjukkan preferensi yang dapat dianalisis.

Design. Dalam perancangan konsep dan pemotretan ini, penulis menggunakan tiga sudut pandang (*angle*) yang berbeda, yakni tampak atas (*high angle*), tampak sejajar (*eye level*), dan tampak bawah (*low angle*), sebagaimana yang terlihat pada Gambar 4. Subjek pemotretan dalam penelitian ini adalah peserta lari maraton yang mengikuti acara *Surabaya Medic Air Run 2024*. Acara tersebut dipilih karena merupakan bagian dari rangkaian Hari Jadi Kota Surabaya (HJKS) ke-731 pada 2024, sehingga memberikan konteks yang relevan dalam mengkaji fenomena olahraga lari di kota tersebut. Dalam proses pemotretan, peneliti menggunakan peralatan merk Sony, yakni kamera *Digital Single Lens Reflex* (DSLR) Sony A7S dan lensa tele 70-200 mm f/4 seri G OSS, sebagaimana terlihat pada Gambar 5.

Dari ratusan karya fotografi hasil pemotretan selama kegiatan lomba, proses kurasi dan penyortiran foto menjadi tahap krusial sebelum ditayangkan di

aplikasi *Fotoyu*. Adapun kriteria sortir foto tidak hanya berdasarkan ketajaman fokus pada wajah pelari sebagai objek utama, tetapi juga mempertimbangkan 5 aspek visual berikut: (1) Pencahayaan: Hanya foto dengan pencahayaan (*exposure*) normal/seimbang dan tidak kelebihan pencahayaan (*over exposure*) atau kekurangan pencahayaan (*under exposure*) yang dipilih. (2) Komposisi visual: Mengacu pada prinsip *rule of thirds*, *center dominant eye*, dan *diagonal*. (3) Ekspresi pelari: Dipilih momen dengan ekspresi otentik yang menunjukkan emosi kuat (semangat, antusias, atau kepuasan). (4) Gestur dan gerakan: Foto yang menampilkan gerakan dinamis lebih diutamakan. (5) Minim distraksi latar belakang: Foto yang memiliki latar bersih atau mendukung narasi visual.

Kriteria ini diterapkan secara konsisten untuk memastikan setiap foto yang diunggah ke aplikasi memiliki potensi komersial dan nilai estetika tinggi. Proses selanjutnya adalah penyuntingan foto menggunakan aplikasi *Photoshop 6*, dengan 3 fitur utama, yaitu: (1) *Brightness Contrast* untuk mengatur kecerahan dan kontras foto. (2) *Saturation* untuk meningkatkan saturasi warna agar foto lebih hidup. (3) *Sharpness* untuk meningkatkan ketajaman gambar, memastikan detail pada foto lebih jelas dan tajam. Dengan langkah-langkah tersebut, peneliti memastikan bahwa foto yang dihasilkan memenuhi kualitas yang sesuai untuk dijual melalui *platform Fotoyu*.

Develop. Tahap *develop* merupakan bagian dari proses pengembangan produk yang mencakup uji coba awal untuk mengetahui keunggulan maupun kelemahan produk. Dalam konteks penelitian ini, peneliti mengunggah foto-foto hasil pemotretan yang telah diedit ke dalam aplikasi *Fotoyu* menggunakan perangkat Android. Foto-foto tersebut merupakan dokumentasi kegiatan olahraga lari yang diambil dari tiga sudut pandang berbeda, yakni *high angle*, *eye level*, dan *low angle*.

Peneliti kemudian memantau penjualan foto melalui platform *Fotoyu* sebagai indikator minat beli konsumen, untuk mengetahui apakah sudut pandang pengambilan gambar memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Tahap ini juga melibatkan pengamatan terhadap unsur komposisi visual dan ekspresi subjek, yang dianalisis berdasarkan kaidah

estetika fotografi. Analisis ini bertujuan memahami preferensi visual konsumen terhadap foto yang dianggap menarik dan ideal sebagai dokumentasi maraton.

Pengamatan variabel

Dalam penelitian ini, variabel independen dalam penelitian ini adalah sudut pandang (*angle*) pengambilan gambar (*high angle*, *eye level*, dan *low angle*). Variabel ini diimplementasikan secara sistematis dalam perancangan dan eksekusi tahapan pemotretan, dengan peneliti secara bergantian mengambil gambar dari ketiga sudut pandang tersebut untuk objek yang serupa, yakni pelari maraton.

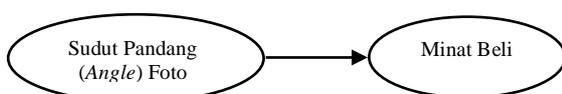
Sementara itu, variabel dependen adalah minat beli, yang diukur secara konkret melalui jumlah transaksi pembelian foto pada masing-masing kategori sudut pandang di aplikasi *Fotoyu*. Dengan pendekatan ini, hubungan antara sudut pandang dan minat beli dapat diamati secara langsung melalui data preferensi visual konsumen. Adapun model penelitian dapat dilihat pada Gambar 6.

Disseminate. Setelah rangkaian perancangan konsep dan pemotretan dikembangkan dan diuji, tahap terakhir adalah menyebarkan hasil penelitian kepada khalayak yang lebih luas. Hal ini termasuk mempublikasikan hasil penelitian dalam jurnal ilmiah untuk digunakan, dievaluasi, atau disempurnakan oleh pengguna lainnya.

3. Hasil dan pembahasan

Karakteristik konsumen

Karakteristik konsumen dalam penelitian ini adalah para peserta lari maraton yang mengikuti acara *Surabaya Medic Air Run 2024*. Selain itu, konsumen diasumsikan oleh peneliti sebagai orang yang membutuhkan dokumentasi foto olahraga lari. Adapun total konsumen yang menyelesaikan transaksi pembelian foto melalui aplikasi *Fotoyu* sebanyak 29 orang. Meskipun angka ini terlihat kecil secara kuantitatif, namun dalam konteks penelitian kualitatif berbasis studi visual dan eksperimen sudut pandang, jumlah ini dinilai cukup representatif karena memberikan data yang konkret terkait perilaku konsumen berdasarkan preferensi visual. Justifikasi jumlah konsumen ini mengacu pada pendekatan *purposive sampling* yang lazim digunakan dalam studi kualitatif visual, di mana data yang dikumpulkan bersifat kontekstual dan mendalam, bukan untuk digeneralisasi ke populasi besar. Oleh karena itu, 29 pembeli aktual dianggap memadai untuk menganalisis pengaruh sudut pandang terhadap minat beli.



Gambar 6. Model penelitian
(Sumber: Dokumentasi Peneliti)

Dari hasil pemotretan dengan tiga sudut pandang berbeda (*high angle*, *eye level*, dan *low angle*), diperoleh data preferensi konsumen sebagai berikut: 21 orang membeli hasil foto dengan sudut pandang atas (*high angle*), 3 orang membeli foto dengan sudut sejajar (*eye level*), dan 5 orang membeli foto dengan sudut pandang bawah (*low angle*). Preferensi mayoritas konsumen terhadap foto *high angle* menunjukkan kecenderungan visual tertentu yang dapat dijelaskan melalui analisis estetika berikut.

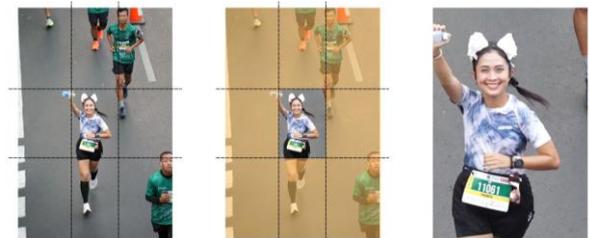
Analisis estetika

Karya fotografi pada Gambar 7 mengaplikasikan sudut pengambilan gambar dari atas (*high angle*). Apabila dianalisis menggunakan kaidah estetika, sudut ini terbukti dapat mengurangi distraksi dari objek yang berada di depan (*foreground*) dan di belakang (*background*) yang berada di antara objek utama. Selain itu, *high angle* memungkinkan fotografer untuk menangkap pola pergerakan pelari, jalur lari, serta kerumunan peserta dengan lebih jelas, sehingga menghasilkan perspektif yang unik dan sulit diperoleh dari sudut sejajar atau rendah. Jika dibandingkan, penggunaan *low angle* dapat menyebabkan distorsi proporsi tubuh pelari, misalnya kaki terlihat lebih besar dibandingkan dengan bagian tubuh lainnya. Sebaliknya, *high angle* memberikan tampilan yang lebih proporsional dan estetis. Namun demikian, tidak semua lintasan lari maraton memungkinkan pengambilan gambar dengan sudut *high angle*. Oleh karena itu, fotografer perlu memiliki kepekaan terhadap kondisi lapangan serta kemampuan untuk melakukan improvisasi guna menemukan posisi pemotretan yang lebih tinggi dibandingkan dengan posisi pelari maraton.

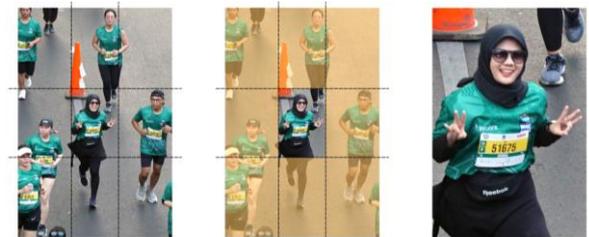
Komposisi yang digunakan dalam foto ini adalah *Center Dominant Eye*, yaitu komposisi terpusat yang menempatkan pelari maraton sebagai point of interest tepat di tengah bingkai gambar. Komposisi ini menciptakan kesan dominasi dan kekuatan, serta menjadikan pelari sebagai fokus utama dalam bingkai foto. Dengan menempatkan pelari tepat di tengah bingkai, perhatian penonton langsung tertuju pada subjek tanpa gangguan elemen lain di sekitarnya. Hal ini memperkuat narasi visual mengenai ketangguhan dan determinasi pelari. Komposisi terpusat juga dapat digunakan untuk menciptakan keseimbangan visual yang menarik. Dalam fotografi olahraga, pendekatan ini dapat mempertegas postur atlet dan memberikan kesan simetri yang kuat, sehingga memperjelas dinamika gerakan serta ekspresi subjek dalam gambar. Dari segi estetika, pelari tampak mengenakan kaus berwarna putih dengan corak ungu serta hiasan

kepala berbentuk telinga kucing berwarna putih, dengan nomor peserta 11.061. Sebagai subjek utama dalam foto, pelari terlihat lebih menonjol dibandingkan dengan latar belakang berupa aspal jalan yang berwarna abu-abu.

Selain aspek teknis, ekspresi pelari merupakan elemen krusial dalam fotografi olahraga maraton, karena mampu menyampaikan emosi serta perjuangan yang dialami oleh pelari di setiap langkahnya. Ekspresi wajah dapat mencerminkan berbagai emosi, seperti semangat yang membara, fokus yang mendalam, ketegangan menjelang garis finis, hingga kelelahan yang menunjukkan besarnya usaha yang telah dikeluarkan. Setiap ekspresi memiliki daya tarik visual tersendiri yang dapat memperkuat narasi dalam foto. Pada Gambar 7, ekspresi pelari mencerminkan keceriaan peserta dalam mengikuti perlombaan lari. Momen yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah ketika pelari terlihat berlari dengan melangkahkan kaki dan menatap langsung ke arah kamera. Dalam kondisi tersebut, ekspresi spontan seperti senyuman atau raut wajah penuh kepuasan saat



Gambar 7. Hasil foto 1.
(Sumber: Dokumentasi Peneliti)



Gambar 8. Hasil foto 2.
(Sumber: Dokumentasi Peneliti)



Gambar 9. Hasil foto 3.
(Sumber: Dokumentasi Peneliti)

mendekati garis finis menjadi momen emosional yang kuat dalam sebuah foto.

Foto ini diambil dari sudut pandang atas (*high angle*) dengan komposisi *Center Dominant Eye* untuk memastikan bahwa subjek utama tidak bertumpuk dengan subjek lainnya. Sudut pandang ini tidak hanya membantu mengarahkan fokus penglihatan audiens langsung pada subjek utama, tetapi juga memberikan perspektif yang lebih luas terhadap suasana perlombaan. Dalam konteks fotografi olahraga yang bertujuan untuk menarik perhatian audiens, *high angle* memungkinkan pemirsa melihat pola pergerakan pelari, keterlibatan peserta lainnya, serta dinamika perlombaan secara lebih jelas. Hal ini berpotensi meningkatkan daya tarik visual serta memperkuat *storytelling* dalam fotografi olahraga.

Gambar 8 menampilkan seorang pelari yang diapit oleh peserta lainnya. Dalam foto ini, seluruh pelari mengenakan seragam berwarna hijau, menciptakan kesan keseragaman yang secara visual menarik perhatian audiens. Objek utama dalam foto adalah seorang pelari yang mengenakan hijab dan kacamata hitam dengan nomor peserta 51.675, yang tampil sebagai *vocal point* dikarenakan penempatannya terpusat dalam bingkai foto. Ekspresi yang terekam dalam foto ini merupakan momen puncak ketika pelari menatap kamera sambil berpose dengan mengacungkan jari-jarinya ke arah peneliti. Momen ini menciptakan kesan interaksi langsung antara subjek dan kamera, yang secara psikologis dapat membangun kedekatan emosional antara audiens dan pelari. Dalam konteks minat beli konsumen, ekspresi antusias dan gestur yang ekspresif dari seorang pelari dapat meningkatkan daya tarik suatu foto, sehingga memperbesar kemungkinan audiens untuk merasa terhubung dengan atmosfer perlombaan dan tertarik membeli karya foto yang dipromosikan melalui aplikasi *Fotoyu*.

Gambar 9 menampilkan tiga orang pelari maraton yang berlari berjajar ke belakang. Objek utama dalam foto ini adalah pria yang berada paling depan, adapun kedua pelari lainnya pada latar belakang (*background*) menciptakan lintasan garis maya yang berbentuk diagonal yang menarik secara estetika. Proporsi objek utama dengan nomor peserta 11.114 tampak lebih besar dibandingkan dua pelari di belakangnya, hal tersebut disebabkan oleh efek perspektif visual. Foto ini diambil dari sudut pandang atas (*high angle*), yang memberikan keunggulan dalam menangkap dinamika perlombaan secara lebih komprehensif, seolah ketiga pelari tersebut berlomba menuju garis *finish*. Dengan sudut ini, penonton dapat lebih mudah memahami intensitas perlombaan serta keterlibatan pelari dalam suasana kompetitif.

Selain menggunakan sudut *high angle*, foto ini menerapkan komposisi diagonal yang semakin memperkuat kesan gerakan dalam bingkai gambar. Komposisi diagonal membantu menciptakan arah pandangan yang dinamis, di mana mata audiens secara alami mengikuti garis visual yang terbentuk dari ketiga posisi pelari. Penerapan komposisi ini tidak hanya membuat foto tampak lebih estetis, tetapi dapat memberikan ilusi kedalaman dan pergerakan yang kuat. Dalam foto ini, ekspresi puncak dari pelari utama menjadi elemen krusial yang memperkuat daya tarik visual. Tatapan langsung ke arah kamera, dipadukan dengan pose merentangkan tangan ke samping, menciptakan interaksi yang lebih dekat antara subjek dan audiens. Ekspresi penuh semangat ini secara psikologis mampu membangun koneksi emosional dengan penonton, yang pada akhirnya dapat meningkatkan daya tarik visual dan potensi minat beli terhadap hasil foto yang dipromosikan. Dengan kombinasi teknik sudut pengambilan gambar, komposisi yang dinamis, dan ekspresi yang kuat, foto ini menjadi salah satu contoh efektif dalam fotografi olahraga yang tidak hanya merekam momen, tetapi juga mampu mengomunikasikan energi dan emosi perlombaan kepada audiens.

Kaitan preferensi terhadap *high angle* dan analisis di atas menjadi nyata ketika melihat bahwa 21 dari 29 konsumen memilih foto dari sudut ini. Hal ini dapat disebabkan oleh kemampuan *high angle* untuk memberikan narasi visual yang kuat dan estetika proporsional, seperti dijelaskan dalam Gambar 7, 8, dan 9. Perspektif ini cenderung memperlihatkan anatomi pelari dengan postur yang utuh, tidak bertumpuk dengan objek foto lain di sekitar pelari, serta memunculkan *sense of moment* yang kuat, misalnya saat pelari menatap kamera dengan ekspresi penuh semangat atau keceriaan. Efek psikologis dari foto dengan narasi kuat tersebut yang diduga memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli foto-foto *high angle*. Keunikan dalam pengambilan sudut pandang menjadi nilai tambah secara estetika dan emosional, sehingga menciptakan *visual engagement* yang tinggi.

Analisis terhadap sudut *eye level* dan *low angle*

Foto dengan sudut *eye level* hanya dipilih oleh 3 orang konsumen. Meskipun sudut ini merepresentasikan pandangan natural manusia dan kerap digunakan dalam fotografi potret untuk membangun koneksi empatik, dalam konteks fotografi maraton, *eye level* sering kali terbatas dalam menunjukkan dinamika pergerakan atau konteks keramaian. Sudut ini juga lebih rawan tumpang tindih

antar pelari, sehingga mengurangi kejelasan visual dan fokus gambar.

Sementara itu, 5 pembeli memilih foto dengan sudut *low angle*. Sudut ini memang dapat memberikan efek dramatis dan memperbesar postur subjek, namun dalam konteks lomba lari, *low angle* cenderung menghasilkan distorsi pada proporsi tubuh, misalnya kaki pelari terlihat lebih besar dibandingkan bagian tubuh lainnya. Selain itu, latar belakang berupa langit atau gedung di belakang sering kali mengganggu fokus utama, tidak efektif seperti *high angle* dalam memperlihatkan postur tubuh pelari.

Dengan demikian, data preferensi kuantitatif sejalan dengan analisis visual: *high angle* lebih unggul dalam aspek teknis, estetika, dan naratif, sehingga lebih menarik secara emosional maupun visual bagi konsumen.

Foto sebagai sarana aktualisasi diri

Setelah melakukan pembelian karya foto melalui aplikasi *Fotoyu*, umumnya para pelari mengunggah hasil foto tersebut di akun pribadi seperti media sosial *Instagram*. Salah satu contoh dapat dilihat pada akun *Instagram* @bagasembada, seperti pada Gambar 10. Foto yang diunggah pada tanggal 26 Mei 2024 tersebut memperoleh 48 *likes* serta 16 *comments*. Unggahan ini menunjukkan bagaimana fotografi olahraga tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi pribadi, tetapi juga sebagai media ekspresi diri yang dapat menarik perhatian publik. Dalam deskripsi unggahan, Bagas menuliskan bahwa foto tersebut berhasil menangkap momen terbaiknya selama perlombaan, terutama dari segi sudut pengambilan gambar yang memperlihatkan gerakan lari dengan jelas dan ekspresi semangat yang kuat. Ia juga mengapresiasi hasil pemotretan yang dinilainya memiliki kualitas profesional dan mampu merepresentasikan atmosfer kompetisi dengan baik.

Interaksi akun @bagasembada dengan pengikut (*follower*) akunnya yang muncul dalam unggahan tersebut menunjukkan bagaimana fotografi olahraga dapat menciptakan keterlibatan sosial di media digital. Hal ini sejalan dengan konsep *share and shape*, di mana pengguna media sosial secara tidak langsung mempromosikan karya fotografer melalui unggahan dan interaksi di dunia digital (Damarjati, F., X., Tahela, S. A. A., 2023, hlm. 33). Dengan mencantumkan akun fotografer dalam *caption*, unggahan seperti ini dapat menjadi sarana promosi gratis yang efektif. Kolaborasi antara fotografer dan pelari dalam ekosistem digital ini membuktikan bahwa fotografi olahraga tidak hanya memiliki nilai



Gambar 10. Tangkapan layar pada akun *Instagram* @bagasembada. (Sumber: Dokumentasi Peneliti)

estetika, tetapi juga dapat berdampak pada peningkatan eksposur dan minat beli terhadap jasa fotografi di masa depan.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa sudut pandang pemotretan dalam fotografi olahraga lari memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli di Kota Surabaya. Pemilihan sudut pengambilan gambar yang tepat, seperti *high angle*, *eye level*, dan *low angle*, tidak hanya memengaruhi estetika visual tetapi juga membentuk persepsi audiens terhadap dinamika serta emosi yang tertangkap dalam foto. Dibandingkan dengan sudut *eye level* dan *low angle*, penggunaan *high angle* terbukti lebih disukai karena mampu menampilkan

pola pergerakan pelari, jalur lintasan, serta menciptakan komposisi yang lebih menarik. Sudut ini juga memberikan keuntungan bagi pelari sebagai subjek utama, karena dapat mengurangi distraksi dari elemen latar depan (foreground) maupun latar belakang (background), sehingga fokus utama langsung tertuju pada pelari.

Selain sudut pengambilan gambar, komposisi fotografi seperti Center Dominant Eye dan diagonal berperan penting dalam mengarahkan fokus audiens serta meningkatkan daya tarik visual suatu foto. Fotografi olahraga lari yang berkualitas tinggi juga memiliki potensi besar dalam meningkatkan apresiasi terhadap foto dokumentasi pelari di media sosial. Hal ini berdampak pada meningkatnya minat beli konsumen terhadap jasa fotografi, terutama melalui mekanisme share and shape, di mana pelari yang membeli dan mengunggah hasil foto di platform digital seperti Instagram secara tidak langsung mempromosikan karya fotografer. Interaksi sosial yang muncul dari unggahan tersebut memperkuat kesan positif terhadap fotografi olahraga dan meningkatkan eksposur layanan fotografi di Kota Surabaya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sudut pandang pemotretan yang tepat, dikombinasikan dengan komposisi yang menarik serta ekspresi subjek yang kuat, tidak hanya meningkatkan kualitas visual foto tetapi juga berkontribusi terhadap peningkatan minat beli layanan fotografi olahraga di era digital.

Namun, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Lokus penelitian terbatas pada satu acara, yaitu *Surabaya Medic Air Run 2024*, dengan sampel pembeli yang relatif kecil dan fokus hanya pada tiga sudut pengambilan gambar utama (*high angle*, *eye level*, dan *low angle*). Temuan ini mungkin belum sepenuhnya mewakili preferensi visual pada konteks lomba lari yang berbeda atau di wilayah lain. Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan wawasan bagi fotografer olahraga untuk lebih mempertimbangkan sudut pandang dan komposisi dalam memotret event lari, guna meningkatkan minat beli. Penelitian lanjutan disarankan untuk mengeksplorasi elemen visual lain seperti pencahayaan, warna, atau *framing*, serta membandingkan preferensi visual konsumen pada event lari di kota-kota lain. Pendekatan kuantitatif

berskala lebih besar juga dapat digunakan untuk memperkuat generalisasi hasil temuan ini.

Daftar pustaka

- Andrea, N. J. (2015) Estetika Fotografi Jurnalistik dalam Kaitan Nilai Kebaikan dan Kebenaran, Olah Rasa, dan Sinestesia, *Jurnal Rekam*, Vol. 11 No. 2, Oktober 2025.
- Azmi, F. (2022) "Surabaya Punya Running Track dalam Mal, Jogging Jadi Gak Panas dan Kehujanan", <https://www.detik.com/jatim/wisata/d-6439350/surabaya-punya-running-track-dalam-mal-jogging-jadi-gak-panas-dan-kehujanan>, diakses pada 10 Juni 2024.
- Damarjati, F. X., Silviana Amanda Aurelia Tahalea (2023) Pencatatan Praktik Fotografi Olahraga Jalanan di Jakarta pada Masa Pandemi Covid-19, *Jurnal Rekam*, Vol. 19 No. 1 - April 2023.
- Edenai.co (2024) "10 API Deteksi Wajah Teratas", <https://www.edenai.co/post/top-10-face-detection-apis>, diakses pada 10 Juni 2024.
- Erlyana, Y., Setiawan, D. (2019) Analisis Komposisi Fotografi pada Foto Editorial "Elephants" Karya Steve Mccurry, *Jurnal Titik Imaji*, Vol. 2 No. 2, Oktober 2019.
- Fotoyu.com (2024) "Apa itu Fotoyu?", <https://www.fotoyu.com/how-it-works>, diakses pada 10 Juni 2024.
- Ismanto, Idealita. (2018) Budaya Selfie Masyarakat Urban Kajian Estetika Fotografi, *Cyber Culture*, dan Semiotika Visual, *Jurnal Rekam*, Vol. 14 No. 1, April 2018.
- KBBI daring (2024) "Kamus Besar Bahasa Indonesia", <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/swafoto>, diakses pada 10 Juni 2024.
- Pratama, R. (2024) "3.100 Pelari Ikuti Surabaya Medic Air Run 2024, Semarakan HJKS Ke-731", <https://www.suarasurabaya.net/olahraga/2024/3-100-pelari-ikuti-surabaya-medic-air-run-2024-semarakkan-hjks-ke-731/>, diakses pada 10 Juni 2024.
- Pratama, R. (2024) "PJ Gubernur Jatim Dukung Penyemarakkan Olahraga Masyarakat Lewat Event Lari", <https://www.suarasurabaya.net/olahraga/2024/pj-gubernur-jatim-dukung-penyemarakkan-olahraga-masyarakat-lewat-event-lari/>, diakses pada 10 Juni 2024.
- Pudjiarti, H. (2014) "The Color Run 2014, jadi Ajang Narsis dan Selfie", <https://gaya.tempo.co/read/623868/the-color-run-2014-jadi-ajang-narsis-dan-selfie>, diakses pada 20 Jui 2024.
- Syah, N. N. (2019) "Kajian Estetika Fotografi Karya Fernando Randy Dalam Tabloid Olahraga Bola Edisi 2017-2018", Skripsi thesis, ISI Yogyakarta, 2019.
