

**PERAN FOTOGRAFI SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI  
VISUAL DALAM BIDANG HUMAS DINAS  
PARIWISATA  
TAPANULI SELATAN**

**SKRIPSI**

**OLEH:  
DIDI STIAWAN  
NPM: 208530125**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
2025**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 13/8/25

Access From (repository.uma.ac.id)13/8/25

**PERAN FOTOGRAFI SEBAGAI MEDIA  
KOMUNIKASI VISUAL DALAM BIDANG HUMAS  
DINAS PARIWISATA  
TAPANULI SELATAN**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas  
Medan Area



**OLEH:  
DIDI STIAWAN  
NPM 208530125**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
2025**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 13/8/25

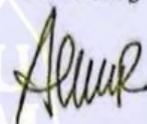
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)13/8/25

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul skripsi :Peran fotografi sebagai media komunikasi visual dalam bidang humas dinas pariwisata tapanuli selatan  
Nama :Didi Stiawan  
Npm :208530125  
Fakultas :Ilmu Sosial dan Politik.

Disetujui Oleh  
Pembimbing



Ara Auza S.I.Kom, M.I.Kom

Mengetahui

Dekan Fakultas ISIPOL

Ketua Program Studi ISIPOL

  
Dr. Wajid Musthafa, S.SOS., M.IP  
Dr. Taufiq Wal-Hidayat, S.Sos., MAP

Tanggal lulus :10 Maret 2025

i

### LEMBARAN PERNYATAAN KARYA ASLI

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 10 Maret 2025

  
METERAI TEMPEL  
D1-E9AMX279807943  
**DIDI STIAWAN**  
208530125

## LEMBARAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : DIDI STIAWAN  
NPM : 208530125  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
FAKULTAS : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : PERAN FOTOGRAFI SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI VISUAL DALAM BIDANG HUMAS DINAS PARIWISATA TAPANULI SELATAN.

Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 10 Maret 2025  
  
DIDI STIAWAN  
208530125

iii

CS Dipindai dengan CamScanner

## ABSTRAK

penulisan ini bertujuan untuk mengetahui peran fotografi sebagai media komunikasi visual dalam dinas pariwisata. Masalah difokuskan bagaimana dinas pariwisata Tapanuli Selatan memanfaatkan platform media sosial sebagai alat komunikasi visual untuk mempublikasikan foto-foto destinasi wisata atau foto-foto kegiatan yang dilakukan oleh dinas pariwisata Tapanuli Selatan. Untuk mendekati masalah ini digunakan acuan teori dari Roland Barthes untuk menjelaskan pemaknaan foto-foto yang dipublikasikan melalui komunikasi visual. Data-data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dokumentasi dan dianalisis secara kualitatif. Kajian ini menyimpulkan bahwa fotografi memiliki pengaruh signifikan dalam mendukung strategi humas dinas pariwisata Tapanuli Selatan melalui platform media sosial seperti Instagram, Facebook dan YouTube. Fotografi digunakan untuk menampilkan keindahan alam, aktivitas budaya Tapanuli Selatan, dan kuliner khas Tapanuli Selatan.

**Kata Kunci:** Peran fotografi, Komunikasi visual, Humas Dinas Pariwisata Tapanuli Selatan.

### ABSTRACT

*This research aims to find out the role of photography as a visual communication medium in the tourism service. The problem focuses on how the South Tapanuli tourism service uses social media platforms as a visual communication tool to publish photos of tourist destinations or photos of activities carried out by the Tapanuli tourism service. south. In order to approach this problem, a theoretical reference from Rolandbarthes is used to explain the meaning of photographs published through visual communication. Data was collected through observation, interviews, documentation and analyzed qualitatively. This study concludes that photography has a significant influence in supporting the public relations strategy of the South Tapanuli tourism office. Through social media platforms such as Instagram, Facebook and YouTube, photography is used to display the natural beauty, cultural activities of South Tapanuli, and typical culinary delights of South Tapanuli.*

**Keywords:** *The role of photography, visual communication, public relations of the South Tapanuli tourism*



## **RIWAYAT HIDUP PENULIS**

Penulis bernama Didi Stiawan merupakan anak pertama berusia 25 tahun dari pasangan Bapak Jumidi dan Ibu Jumiati, Memiliki 2 saudara kandung lelaki dan perempuan. Lahir pada tanggal 9 September 1999 di Padangsidempuan Provinsi Sumatra Utara.

Tahun 2017 penulis lulus dari SMKN 1 Angkola timur kabupaten tapanuli selatan dan pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di Universitas Medan area program studi Ilmu Komunikasi yang hanya berjalan selama tiga semester di karenakan ada beberapa kendala.

Pada tahun 2020 penulis kembali melanjutkan pendidikan di Universitas Medan Area program studi Ilmu Komunikasi dengan mutasi stambuk menjadi stambuk 2020. Selama mengikuti perkuliahan di Universitas Medan Area, penulis telah melaksanakan Kuliah kerja lapangan (KKL) di Polda sumut Pada bulan Oktober tahun 2023.

Akhir kata penulis mengucapkan rasa syukur yang sebesar-besarnya kepada Allah SWT atas terselesaikannya skripsi ini dengan baik. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan orang banyak.

## KATA PENGANTAR

Dengan nama Allah Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, saya bersyukur atas kehadiran-Nya yang melimpahkan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi mengenai **“Peran fotografi sebagai media komunikasi visual dalam bidang humas dinas pariwisata tapanuli selatan.”**

Saya sadar masih ada kekurangan baik dalam penyusunan bahasa maupun aspek lainnya. Oleh karena itu, saya dengan lapang dada menerima saran dan kritik dari para pembaca untuk memperbaiki skripsi ini.

Saya berharap skripsi sederhana ini dapat memberikan manfaat, dan semoga juga dapat menginspirasi para pembaca untuk mengangkat permasalahan lain yang relevan dalam penelitian selanjutnya.

Skripsi ini adalah tugas akhir untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom) di Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area Sumatera Utara. Segala upaya telah penulis lakukan demi menjadikan skripsi ini sebagai karya yang hampir sempurna, namun keterbatasan yang dimiliki penulis, maka akan di jumpai kekurangan baik dari segi penulisan dan ilmiah. Dalam penyelesaian skripsi ini penulis telah mendapatkan bantuan dari banyak pihak yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh sebab itu, penulis ucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc selaku  
Rektor Universitas Medan Area.

2. Bapak Dr. Walid Musthafa, S.Sos, M.IP selaku Dekan Fakultas Isipol Universitas Medan Area.
3. Bapak Taufik Walhidayat, S.Sos, M.AP selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area.
4. Bapak Ara Auza S.I.Kom, M.I.Kom selaku dosen pembimbing penulis.
5. Ibu Ria Wuri Andary, S.Sos, M.i.kom selaku sekretaris dosen pembimbing penulis.
6. Bapak Khairullah, S.Ikom., M.I.Kom selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktunya dalam memeriksa serta memberikan saran dan kritik dalam penyusunan skripsi ini .
7. Bapak Armansyah Matondang S.Sos, M.Si selaku dosen ketua yang telah banyak meluangkan waktu untuk mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Kedua orang tua penulis yang tercinta: Ayahanda Jumidi dan ibunda Jumiati yang selalu memberikan bantuan moral dan pencerahan yang bersifat membangun kepada penulis, yang disetiap ibadahnya selalu mendoakan kemudahan, keberhasilan dan kesuksesan penulis dan terimakasih buat kedua adik saya Bayu stiawan dan adelia Ramadhani yang telah memberikan semangat dan dukungan.
9. Kepada bapak Abdul Saftar, S.Sos, MM selaku kepala dinas pariwisata Tapanuli Selatan.
10. Kepada bapak Madalun harahap selaku kepala bidang pariwisata Tapanuli Selatan.
11. Kepada staf dinas pariwisata Tapanuli Selatan yang telah memberikan izin dan kemudahan penulis untuk melakukan penelitian.

12. Best Partner Amd.keb Ratna Dewi Harahap . yang telah banyak membantu selama proses penulisan skripsi ini dari awal hingga akhir.
13. Teman-teman kelas Ilmu Komunikasi stambuk 2020. Terkhususnya teman-teman seperjuangan saya, Hendra Kurniawan Lubis, Welly Cristoper Htb, Saroha Immanuel Sitohang, logia rasmana ginting, Frofery Nainggolan, Patricia Siahaan, Ulfa dayani lubis dan Nabila lubis yang telah memotivasi dan menyemangati penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

Semoga amal dan jasa baik yang diberikan kepada penulis dibalas oleh Allah SWT dengan pahala yang berlimpah. Dengan segala kekurangan dan kelemahan penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan dapat meningkatkan mutu pendidikan terutama dalam bidang Ilmu Komunikasi. Semoga Allah SWT senantiasa meridhoi setiap langkah kita.

Medan, 10 Maret 2025

Penulis



**Didi Stiawan**

**NPM. 208530125**

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBARAN PERNYATAAN KARYA ASLI.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBARAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI...iii</b>	
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>v</b>
<b>RIWAYAT HIDUP PENULIS.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	9
1.3 Rumusan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
2.1 Pengertian Komunikasi.....	<b>11</b>
2.1.1 Sejarah Komunikasi.....	11
2.1.2 Definisi Komunikasi.....	13
2.2 Pengertian Media Sosial.....	<b>15</b>
2.2.1 Fungsi Media Sosial.....	17
2.2.2 JenisMedia Sosial.....	17
2.3 Komunikasi Visual.....	<b>20</b>
2.3.1 Pengertian Komunikasi Visual.....	20
2.3.2 Sejarah Komunikasi Visual.....	21

2.3.3 Sudut Pandang Komunikasi Visual.....	24
2.3.4 Estetika Komunikasi Visual.....	24
2.3.5 Proses Komunikasi Visual Melalui Media Visual.....	25
2.3.6 Jenis Media Komunikasi Visual.....	25
2.4 Fotografi.....	<b>27</b>
2.4.1 Pengertian Fotografi.....	27
2.4.2 Jenis-Jenis Fotografi.....	29
2.4.3 Peran Fotografi.....	31
2.4.4 Kreatifitas dalam fotografi.....	33
2.4.5 Tekhnis fotografi.....	35
2.5 Humas.....	<b>40</b>
2.5.1 Pengertian Humas.....	40
2.6 Penelitian Terdahulu.....	<b>44</b>
2.7 Kerangka Teori.....	<b>47</b>
2.8 Kerangka berpikir.....	<b>50</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>51</b>
3.1 Metode Penelitian.....	<b>51</b>
3.2 Lokasi Penelitian.....	<b>51</b>
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	<b>52</b>
3.4 Teknik Analisis Data.....	<b>53</b>
3.5 Teknik Keabsahan Data.....	<b>54</b>
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>55</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	<b>55</b>
4.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian dan Informan Penelitian.....	55
4.1.2 Platform Media Sosial yang Digunakan.....	56
4.1.3 Jenis Fotografi yang Dipromosikan.....	57
4.1.4 Peran Fotografi pada Dinas Pariwisata Daerah Tapanuli Selatan.....	58
4.1.4 Faktor Hambatan dalam Pengembangan Pariwisata Tapanuli Selatan Berdasarkan Hasil Penelitian.....	60
4.2 Pembahasan.....	<b>61</b>

4.2.1 Analisis Pemanfaatan Platform Media Sosial Untuk Menyebarkan Foto-Foto Destinasi Wisata Sekitar.....	61
4.2.2 Hasil Wawancara dengan Informan Utama dan Informan Kunci tentang Pemanfaatan Platform Media Sosial.....	61
4.2.3 Fotografi Dalam Mempengaruhi Daya Tarik Pesan Yang Di Sampaikan Humas Dinas Pariwisata Daerah Tapanuli Selatan.....	67
4.2.4 Analisis Mengenai Hambatan Pengembangan Pariwisata Tapanuli Selatan.....	69
4.2.5 Hasil Observasi.....	70
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>73</b>
5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Saran.....	73
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>75</b>
<b>Lampiran.....</b>	<b>76</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Contoh Teknik long exposure.....	36
Gambar 2.2 Contoh Teknik bluring.....	37
Gambar 2.3 Contoh Teknik:panning.....	38
Gambar 2.4 Contoh Teknik siluet.....	38
Gambar 2.5 Contoh Teknik freezing.....	39
Gambar 2.6 Contoh Teknik panorama.....	40
Gambar 4.1 Dinas Pariwisata Daerah Tapanuli Selatan.....	55
Gambar 4.2 Wawancara Bersama Kepala Bidang Pariwisata....	62
Gambar 4.3 Wawancara Bersama Fotografer di Medan.....	62
Gambar 4.3. Akun Instagram Dinas Pariwisata Daerah Tapanuli Selatan.....	65
Gambar 4.4. Akun Facebook Dinas Pariwisata Daerah Tapanuli Selatan.....	66
Gambar 4.5. Akun Youtube Dinas Pariwisata Daerah Tapanuli Selatan.....	67

## DAFTAR LAMPIRAN

- 1.Lampiran Dokumentasi.....
- 2.Dinas Pariwisata Tapanuli Selatan.....
- 3.Surat Izin Melakukan Riset.....
- 4.Surat Keterangan Selesai Riset.....
- 5.Pedoman Wawancara.....



# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Masalah

Fotografi lahir di era revolusi industri Eropa dari kombinasi berbagai penemuan di bidang sains dan teknologi. Sebagai suatu teknologi, fotografi tidak ditemukan secara linear. Tidak diketahui persis siapa tokoh penemu fotografi secara eksklusif, sebab melibatkan banyak orang. Fotografi lahir dari kolaborasi dan kombinasi berbagai eksperimen yang saling melengkapi yang berlangsung di beberapa tempat sekaligus. Marien mencatat adanya beberapa penemuan proses fotografis yang mirip oleh orang yang berbeda di tempat yang berbeda dalam waktu yang relatif sama. Sejarah fotografi di bagian ini dibagi menjadi tiga periode.

Periode pertama adalah era pra-fotografi, yakni periode di mana teknologi optis dan kimiawi berkembang secara independen, dan belum dikolaborasikan secara utuh sebagai teknologi fotografi. Periode ini ditandai dengan adanya penemuan dan penggunaan alat-alat optik dan kimiawi sendirisendiri secara terpisah.

Periode kedua adalah era fotografi analog, yakni periode penemuan dan penggunaan fotografi sebagai medium analog yang merupakan hasil kombinasi teknologi optik mekanik dan kimiawi. Periode ini ditandai dengan adanya kolaborasi antara teknologi optik mekanis dan kimiawi, yang dapat diamati dari era fotografi Daguerre hingga fotografi film di abad ke-20.

Periode ketiga adalah era fotografi digital, yakni periode penemuan dan penggunaan fotografi sebagai medium digital

yang merupakan hasil kombinasi teknologi optik dan teknologi informasi digital. Periode ini ditandai dengan Marien, op.cit. adanya kolaborasi antara teknologi optik mekaMenurut sejarah, fotografi mulai berkembang di Indonesia tahun 1857 oleh *Wood Bury dan Page*.

Peran mendasar fotografi adalah media dokumentasi secara visual. Fotografi merupakan media yang dianggap memiliki fungsi dokumentatif. Dari sinilah istilah fotografi dokumentasi muncul, yaitu kegiatan dokumentasi yang menggunakan sarana fotografi. Fotografi adalah unik dalam bidang ilmu komunikasi visual karena masyarakat telah menilai fotografi sebagai media untuk memberikan laporan, pengetahuan tentang hal lain, untuk mengabadikan waktu, untuk mendokumentasikan dan mengenang (Kember, 2:1998). Berbicara fotografi sebagai dokumentasi, Menurut Markow (1999), fotografi dapat digolongkan sesuai fungsi dan tujuannya.

Media fotografi sudah mengalami disrupsi lebih dari sekali, dari perubahan teknologi perekam film ke media digital, hingga kamera berbadan besar bergeser ke kamera *smartphone*. Kemudahan teknologi fotografi ini terlihat melalui tren foto yang dihasilkan dapat disebarluaskan melalui *smartphone*. Pengguna *smartphone* yang terus meluas membuat produsen bersemangat mengembangkan fitur di dalamnya. Teknologi tersebut didukung pula dengan perkembangan media sosial yang semakin marak di kalangan masyarakat. Perubahan-perubahan tersebut memicu disrupsi fungsi fotografi sebagai gaya hidup masyarakat, yang sebelumnya sebagai media seni dan media informasi menjadi media bersosialisasi.

Perubahan kebutuhan masyarakat akan foto berubah seiring dengan waktu sehingga tidak bisa dihindari akan memengaruhi gaya hidup masyarakat. Temuan dari penelitian ini adalah bahwa disrupsi fotografi tidak selalu memberikan dampak negatif, namun justru memberikan banyak perubahan positif terhadap gaya hidup dari masa ke masa.

Masa depan yang spesifik dari fotografi susah diprediksi. Apa pun jenis kameranya sesungguhnya kehadirannya selalu menjadi gairah para pengguna kamera atau fotografer untuk menghasilkan karya foto yang semakin beragam.

Humas dinas pariwisata tapanuli selatan adalah bagian dari dinas yang bertugas menangani hubungan masyarakat dan komunikasi publik terkait kegiatan, program, dan informasi mengenai pariwisata di tapanuli selatan. mereka biasanya bertanggung jawab untuk menyebarkan informasi terkait destinasi wisata, acara budaya, serta promosi daerah kepada masyarakat, media, dan wisatawan baik secara lokal maupun nasional.

Dinas Pariwisata memilih kombinasi antara keindahan alam, budaya, dan aktivitas lokal untuk memberikan gambaran yang menyeluruh tentang Tapanuli Selatan sebagai destinasi wisata. Fotografi yang digunakan tidak hanya menggambarkan objek, tetapi juga menceritakan cerita atau pengalaman unik untuk menarik perhatian wisatawan domestik dan internasional, banyak pula fotografer lokal yang ikut mengembangkan fotografi alam, sehingga masyarakat tidak hanya berpacu pada hasil fotografi dari Dinas Pariwisata Daerah.

Adapun jenis atau gaya fotografi yang di promosikan oleh humas Dinas Pariwisata Daerah Tapanuli Selatan adalah sebagai berikut :

### 1. Fotografi Pemandangan Alam (*Landscape Photography*)

Keindahan alam Tapanuli Selatan, seperti danau, air terjun, gunung, persawahan, dan hutan tropis, Contohnya Danau Marsabut, Aek Sijornih, Pantai Pantai Muara Opu, dan Masjid Agung Syahrudin Nur . Tujuan: Menarik wisatawan yang mencari keindahan alam untuk berlibur atau berpetualang.

### 2. Fotografi Budaya (*Cultural Photography*)

Dokumentasi budaya lokal, termasuk upacara adat, tarian tradisional, pakaian khas, dan kerajinan tangan. Contohnya tarian mandailing, acara adat Sipirok, dan festival seni.

Tujuan: Menonjolkan kekayaan budaya yang unik untuk wisatawan yang tertarik pada pengalaman budaya.

### 3. Fotografi Aktivitas Lokal (*Lifestyle Photography*)

Masyarakat setempat dalam aktivitas sehari-hari, seperti bertani, memasak makanan tradisional, atau kegiatan di pasar lokal.

Tujuan: Menampilkan kehidupan autentik yang memberikan pengalaman wisata yang lebih mendalam.

### 4. Fotografi Kuliner (*Food Photography*)

Kuliner khas Tapanuli Selatan, seperti kopi Sipirok, itak poul-poul, dan makanan tradisional lainnya.

Tujuan: Menarik wisatawan kuliner dengan menonjolkan keunikan rasa dan tradisi kuliner lokal.

### 5. Fotografi acara atau festival (*event photography*)

Dokumentasi festival budaya, perlombaan, dan acara pariwisata yang diselenggarakan oleh dinas pariwisata.

### 6. Fotografi Udara (*Drone Photography*)

Pengambilan gambar dari udara untuk menampilkan pemandangan lanskap luas seperti pegunungan, lembah, dan desa-desa dari perspektif unik.

Tujuan: Menarik perhatian wisatawan dengan sudut pandang yang memperlihatkan skala keindahan alam Tapanuli Selatan.

Simpulan Fotografi kehumasan sebagai *"tools of public relations"* yang juga harus memperhatikan citra mempunyai tujuan sebagai media komunikasi secara visual kepada publiknya dan media dokumentasi yang tak hanya dokumentasi seadanya namun dokumentasi tersebut harus bisa bercerita, metode yang digunakan agar foto tersebut dapat bercerita

*Edward Weisbe* Cronkite School of Journalism and Telecommunication Arizona State University yaitu *Entire, Details, Frame, Angle dan Frame*.

Dinas Pariwisata Tapanuli Selatan (Tapsel) biasanya melakukan berbagai langkah promosi untuk meningkatkan daya tarik wisata daerah tersebut, baik di tingkat lokal, nasional, maupun internasional. Berikut adalah beberapa langkah promosi yang mungkin dilakukan oleh Dinas Pariwisata Tapanuli Selatan:

#### 1. Penyelenggaraan Event Wisata

- Festival Budaya dan Seni: Menggelar berbagai acara budaya dan seni yang melibatkan masyarakat setempat, seperti festival musik, tarian, atau pameran kerajinan tangan khas daerah. Event Olahraga dan Rekreasi: Menyenggarakan event olahraga, seperti lomba lari, sepeda, atau kegiatan outdoor lainnya yang mengundang wisatawan lokal dan luar daerah.

## 2. Promosi Melalui Media Sosial

Dinas Pariwisata Tapsel memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan YouTube untuk mempromosikan objek wisata, budaya, serta kekayaan alam yang dimiliki daerah tersebut.

Membuat konten menarik seperti video dokumenter, foto wisata, dan cerita perjalanan untuk menarik perhatian wisatawan.

Kolaborasi dengan influencer atau content creator untuk memperkenalkan potensi wisata Tapanuli Selatan kepada audiens yang lebih luas.

## 3. Pembuatan Materi Promosi

- Brosur dan Leaflet: Mencetak materi promosi berupa brosur, leaflet, atau pamflet yang berisi informasi tentang objek wisata, fasilitas, serta kegiatan yang dapat dilakukan di Tapanuli Selatan.
- Website dan Blog: Memiliki website atau blog resmi yang memberikan informasi lengkap mengenai tempat wisata, penginapan, restoran, dan atraksi lainnya.

## 4. Kerja Sama dengan Agen Perjalanan dan Operator Wisata

- Membangun kemitraan dengan agen perjalanan dan operator wisata untuk mengatur paket wisata yang mencakup kunjungan ke destinasi wisata di Tapanuli Selatan. Memberikan pelatihan dan informasi kepada tour guide lokal agar mereka dapat memberikan pengalaman wisata yang memuaskan bagi wisatawan.

## 5. Promosi di Pameran dan Bazar Pariwisata

- Berpartisipasi dalam pameran pariwisata, baik nasional maupun internasional, untuk memperkenalkan destinasi wisata Tapanuli Selatan kepada audiens yang lebih luas.
- Memanfaatkan bazar pariwisata untuk menawarkan paket wisata, informasi destinasi, dan budaya lokal kepada pengunjung.

#### 6. Pengembangan Infrastruktur dan Fasilitas Wisata

- Memperbaiki dan memperbaiki infrastruktur di sekitar objek wisata seperti jalan, fasilitas umum, dan penginapan. Penyediaan fasilitas wisata yang ramah
- bagi wisatawan, seperti pusat informasi wisata, fasilitas kebersihan, serta ruang istirahat yang nyaman.

#### 7. Program Kunjungan Media dan Fam Trip

- Mengundang wartawan atau media untuk mengunjungi dan meliput potensi wisata yang ada di Tapanuli Selatan. Dengan begitu, media akan membantu menyebarkan informasi tentang destinasi wisata di
- daerah tersebut. Menyelenggarakan fam trip (familiarization trip) bagi agen perjalanan atau tour operator untuk mengenalkan mereka pada keindahan alam dan kekayaan budaya daerah tersebut, sehingga mereka dapat menjual paket wisata ke Tapanuli Selatan.

#### 8. Pengenalan Wisata Alam dan Budaya Lokal

- Eco-Tourism: Memperkenalkan destinasi wisata alam yang belum banyak dikenal, seperti wisata alam pegunungan,

danau, serta kawasan konservasi alam di Tapanuli Selatan.

Wisata Budaya: Mengembangkan dan mempromosikan

- kekayaan budaya lokal seperti upacara adat, seni tradisional, dan kuliner khas daerah yang dapat menarik wisatawan.

#### 9. Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) Pariwisata

- Mengadakan pelatihan dan workshop bagi masyarakat lokal agar mereka lebih terampil dalam melayani wisatawan, seperti pelatihan pemandu wisata, hospitality, atau bahasa asing. Meningkatkan kapasitas dan profesionalisme pelaku
- pariwisata setempat untuk memberikan pengalaman wisata yang lebih baik.

#### 10. Penggunaan Teknologi Digital

- Menggunakan aplikasi atau platform digital untuk mempermudah wisatawan dalam mencari informasi, memesan tiket, atau mendapatkan rekomendasi destinasi wisata di Tapanuli Selatan. Menerapkan sistem booking
- online untuk akomodasi dan aktivitas wisata.

#### 11. Kampanye Branding dan Citra Daerah

- Membangun brand image atau citra daerah yang kuat dengan mengangkat keunikan dan potensi wisata Tapanuli Selatan, seperti “Tapanuli Selatan, Negeri di Atas Awan” atau branding khas lainnya yang menggambarkan karakteristik alam dan budaya daerah

#### 12. Kerjasama dengan Pemerintah Daerah dan Pihak Swasta

- Kolaborasi dengan pemerintah pusat, provinsi, dan pihak swasta untuk mendukung pengembangan pariwisata, baik dalam hal dana, infrastruktur, maupun pemasaran.
- Menjalin kerja sama dengan perusahaan-perusahaan terkait, seperti hotel, restoran, dan transportasi untuk menawarkan paket wisata lengkap yang menarik bagi wisatawan.

Dinas Pariwisata Daerah Kabupaten Tapanuli Selatan menggunakan Instagram sebagai platform utama untuk membagikan foto dan video destinasi wisata. Pada akun Instagram @dispardatapsel unggahan dioptimalkan dengan kualitas visual yang menarik, deskripsi informatif, dan penggunaan tagar (#) populer seperti #WisataTapanuliSelatan, #exploretabagsel, dan #ketapselaja



Gambar.: Akun *Instagram* Dinas Pariwisata Daerah Tapanuli Selatan

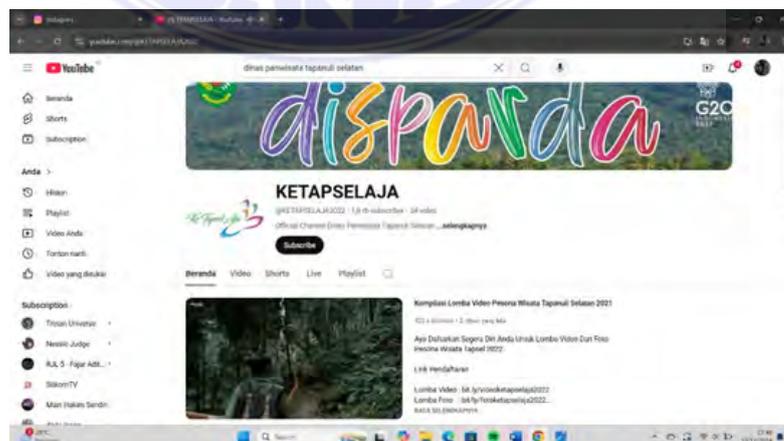
Dinas Pariwisata Daerah Kabupaten Tapanuli Selatan menggunakan Facebook untuk menjangkau wisatawan yang lebih luas, terutama kalangan dewasa. Konten yang diunggah meliputi foto destinasi, jadwal acara budaya, dan berita terkait pariwisata. Akun Facebook yang diberi nama TAPSEL TOURISM

ini telah di ikuti sebanyak 697 pengguna Facebook, hal tersebut tentu sangat mampu untuk membantu Dinas Pariwisata daerah dalam memperkenalkan wisata, dan budaya ke orang banyak terutama yang belum mengetahui bahwa Tapanuli Selatan ternyata memiliki beberapa keindahan alam dan budaya.



Gambar :. Facebook Dinas Pariwisata Daerah Tapanuli Selatan

Dinas Pariwisata Daerah Kabupaten Tapanuli Selatan juga menggunakan Konten video pendek promosi wisata mulai dikembangkan untuk menarik generasi muda melalui akun Youtube KETAPSELAJA.



Gambar : Youtube Dinas Pariwisata Daerah Tapanuli Selatan

Media sosial adalah ruang sosial baru yang tak lepas dari kebutuhan visual melalui media fotografi. Kebutuhan visual di media sosial yang utama adalah sebagai eksistensi identitas, selain itu juga sebagai salah satu cara berbagi pesan ataupun kejadian. Kebutuhan visual yang muncul di era media sosial juga menjadi orientasi praktis perkembangan fotografi. Kemunculan telepon genggam pintar atau smartphonedengan kamera disertai dengan lahirnya media sosial dewasa ini membawa efek yang tidak terduga bagi fotografi.

Kemudahan setiap orang untuk berbagi secara visual dan merayakan visual daripada kata telah membawa arah baru bagi fotografi di era media sosial. Kebutuhan dari eksistensi diri, berbagi secara visual dan narsisme menjadi pemicu ledakan visual dari media sosial. Tidak kurang lebih dari 1,8 milyar foto diunggah tiap harinya melalui media sosial saat ini baik itu Facebook, Instagram ataupun media sosial lainnya, siap tidak siap kita harus meraba makna baru dari fotografi di era media sosial saat ini. Salah satu media sosial yang paling banyak dinikmati dan memudahkan untuk berbagi foto adalah Instagram, dengan semangat berbagi gambar secara instan, Instagram memicu perubahan dan dinamika yang baru dari fotografi sendiri dan komunikasi sosial pada umumnya. Dengan demikian berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “PERAN FOTOGRAFI SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI VISUAL DALAM BIDANG HUMAS DINAS PARIWISATA TAPANULI SELATAN”.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Penelitian ini berfokus pada “Peran Fotografi Sebagai Media Komunikasi Visual Dalam Bidang Humas Dinas Pariwisata Tapanuli Selatan”

## **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah saya jelaskan diatas maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Dinas Pariwisata Tapanuli Selatan memanfaatkan platform media sosial untuk menyebarkan foto foto destinasi wisata yang ada di sekitaran wilayah kabupaten tapanuli selatan.?
2. Apakah gaya dan estetika fotografi mempengaruhi daya tarik pesan humas yang di sampaikan?

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan peneliti melakukan penelitian ini adalah :

- 1) Untuk mengetahui fotografi dapat efektif dalam menyampaikan pesan pesan dinas pariwisata tapanuli selatan secara visual kepada masyarakat dan wisatawan.
- 2) Untuk meningkatkan daya tarik destinasi pariwisata melalui pemilihan dan penggunaan foto yang memukau.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Dilakukannya penelitian ini, peneliti berharap bisa berkontribusi dan bermanfaat pada hal-hal berikut:

1. Memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana fotografi dapat dioptimalkan sebagai alat komunikasi

visual untuk meningkatkan efektivitas pesan pesan humas dinas pariwisata tapanuli selatan.

2.Membantu dinas pariwisata tapanuli selatan dalam memahami dampak visual foto foto terhadap citra destinasi, sehingga dapat merencanakan promosi yang lebih efektif untuk meningkatkan daya tarik wisatawan.



## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1 Pengertian Komunikasi**

Komunikasi merupakan suatu proses pengiriman pesan atau symbol simbol yang mengandung arti dari seseorang komunikator kepada komunikan dengan tujuan tertentu. Jadi dalam komunikasi itu terdapat suatu proses yang dalam tiap prosesnya mengandung arti yang tergantung pada pemahaman dan persepsi komunikan. Oleh karena itu, komunikasi akan efektif dan tujuan komunikasi akan tercapai apabila masing-masing pelaku yang terlibat di dalamnya mempunyai persepsi yang sama terhadap simbol.

#### **2.1.1 Sejarah Komunikasi**

Manusia sebagai makhluk hidup yang memiliki kemampuan berkomunikasi, dan menjadikan komunikasi sebagai keterampilan hidup yang digunakan untuk melakukan hubungan antara satu dengan yang lain. Beberapa peninggalan zaman prasejarah menunjukkan kemampuan manusia dalam menggunakan simbol sebagai penunjuk keberadaan dan komunikasi mereka. Menurut Profesor *Alo Liliweri*, perkembangan komunikasi manusia zaman prasejarah dimulai dengan penggunaan speech (sekitar 35.000 tahun SM), sebagai *human voice*, meskipun belum terdapat data yang akurat tentang speech seperti apa yang digunakan oleh manusia sebagai alat komunikasi saat itu.

Fase selanjutnya yang bisa disebut sebagai alat komunikasi dimana manusia telah menggunakan simbol. Penemuan penggunaan simbol tertua yang diciptakan oleh manusia yaitu

cave paintings berupa lukisan sederhana yang ditempatkan di dinding goa 12 Cave paintings menjadi petunjuk kemampuan manusia sebagai Homo sapiens seperti yang ditemukan di gua Leang-leang, Kabupaten Maros. Berdasarkan hasil penelitian arkeolog bekerjasama Australia menemukan bahwa keberadaan lukisan tersebut diperkirakan sebagai lukisan tertua di dunia dan memiliki usia 40.000 tahun. Tentu saja keberadaan simbol-simbol tersebut menjadi penanda akan kemampuan manusia menggunakan simbol sejak zaman prasejarah.

Perkembangan ilmu komunikasi dimulai tahun 1950-an. Di Amerika Serikat, ilmu komunikasi merupakan peleburan *Department of Speech Communication* dan *Department of Mass Communication* menjadi *Communication Science*. Di Amerika Serikat, tahun 1924, didirikan *Speech Association of America (SAA)*. Tujuannya untuk mengembangkan pengkajian, penelahan, kritik, pengajaran dan implementasi prinsip-prinsip komunikasi yang artistik, humanistik serta ilmiah. Pada tahun 1949, berdiri *the National Society for the Study of Communication (NSSC)*. Organisasi tersebut berafiliasi ke *Speech Association of America (SAA)*. Organisasi itu pada tahun 1968 memisahkan diri dari *Speech Association of America (SAA)*. Tahun 1969 berubah nama menjadi *International Communication Association (ICA)*. Organisasi itu menempatkan ilmu komunikasi sebagai disiplin ilmu maupun profesi. Divisi yang ada di *International Communication Association (ICA)* sudah mencerminkan spesialisasi ilmu komunikasi dewasa ini, antara lain sebagai berikut:

1. *Information system* (sistem informasi). Mempelajari pengolahan, pemrosesan, penyampaian informasi secara mekanistik dan matematis.

2. *Interpersonal communication* (komunikasi antarpribadi). Mempelajari hubungan antarpribadi, komunikasi non-verbal dan komunikasi kelompok.

3. *Mass communication* (komunikasi massa). Mengkaji mengenai media massa, pesan dan efek yang ditimbulkan.

4. *Political communication* (komunikasi politik). Menelaah proses penyampaian pesan yang mempunyai konsekuensi terhadap sistem politik.

5. *Organizational communication* (komunikasi organisasi). Mempelajari gejala komunikasi dalam organisasi dan manajemen.

6. *Intercultural communication* (komunikasi lintas budaya). Mendalami proses pertemuan antarbudaya dari segi komunikasi.

7. *Instructional communication* (komunikasi pembelajaran). Mendalami komunikasi dalam proses pendidikan dan penerapan teknologi komunikasi dan informasi.

8. *Health communication* (komunikasi kesehatan). Menelaah komunikasi dalam penyuluhan kesehatan masyarakat.

Dari kedelapan spesialisasi tersebut di atas, kita dapat melihat betapa luasnya kajian bidang komunikasi. Severin dan Tankard (1992) mengatakan bahwa komunikasi sebagai kombinasi skill, science and art.

Di Indonesia, pada tahun 1950-an, tepatnya di Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, dibuka Jurusan Publisistik pada Fakultas Sosial dan Politik. Sedangkan di Fakultas Hukum dan Ilmu Pengetahuan Kemasyarakatan Universitas Indonesia, tahun 1959. Di Universitas Padjajaran Bandung, Fakultas Publisistik berdiri tahun 1960.

Kita patut mencatat nama tokoh-tokoh yang telah berjasa meletakkan dasar-dasar ilmu komunikasi tersebut. Mereka adalah Marbangun Hardjowirogo, Sundoro, Adinegoro, Prof. Sujono Hadinoto dan Prof. Moestopo.

### 2.1.2 Definisi Komunikasi

Komunikasi mengandung makna bersama-sama (common). Istilah komunikasi atau communication berasal dari bahasa Latin, yaitu *communicatio* yang berarti pemberitahuan atau pertukaran. Kata sifatnya *communis*, yang bermakna umum atau bersama-sama.

Para ahli mendefinisikan komunikasi menurut sudut pandang mereka masing-masing. Ingat bahwa sejarah ilmu komunikasi, ia dikembangkan dari ilmuwan yang berasal dari berbagai disiplin ilmu.

Sarah Trenholm dan Arthur Jensen (1996: 4) mendefinisikan komunikasi demikian: "*A process by which a source transmits a message to a receiver through some channel.*" (Komunikasi adalah suatu proses di mana sumber mentransmisikan pesan kepada penerima melalui beragam saluran.)

Hoveland (1948: 371) mendefinisikan komunikasi, demikian: "*The process by which an individual (the communicator) transmits stimuli (usually verbal symbols) to modify, the behaviour of other individu*". (Komunikasi adalah proses di mana individu men-transmisikan stimulus untuk mengubah perilaku individu yang lain.)

Gode (1969: 5) memberi pengertian mengenai komunikasi, sebagai berikut: "*It is a process that makes common to or several what was the monopoly of one or some.*" (Komunikasi

adalah suatu proses yang membuat kebersamaan bagi dua atau lebih yang semula monopoli oleh satu atau beberapa orang.)

Cherrey sebagaimana dikutip oleh Anwar Arifin (1995:24) mengatakan bahwa: "*Communication is essentially the relationship set up by the transmission of stimuli and the evocation of response*".

Raymond S. Ross (1983: 8) mendefinisikan komunikasi sebagai suatu proses menyortir, memilih, dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa, sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respons dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksudkan oleh sang komunikator.

*Everett M. Rogers dan Lawrence Kincaid* (1981: 18) menyatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi antara satu sama lain, yang pada gilirannya terjadi saling pengertian yang mendalam.

Menurut *Harold D. Lasswell*, sebagaimana dikutip oleh Sendjaja (1999: 7) cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan berikut: *Who Says what In which Channel To Whom With What Effect?* (Siapa mengata- kan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan efek bagaimana?) Sedangkan *Bernard Berelson dan Gary A. Steiner* (1964: 527) mendefinisikan komunikasi, sebagai berikut:

"*Communi- cation: the transmission of information, ideas, emotions, skills, etc. by the uses of symbol...*" (Komunikasi adalah transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan dan sebagainya, dengan meng- gunakan simbol-simbol, dan sebagainya. Tindakan atau proses transmisi itulah yang biasanya disebut komunikasi.)

Definisi-definisi sebagaimana dikemukakan di atas, tentu belum mewakili semua definisi yang telah dibuat oleh para ahli. Namun, paling tidak kita telah memperoleh gambaran tentang apa yang dimaksud komunikasi, sebagaimana yang diungkapkan oleh Shannon dan Weaver (1949), bahwa komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain, sengaja atau tidak disengaja dan tidak terbatas pada bentuk komunikasi verbal, tetapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni dan teknologi.

## **2.2 Pengertian Media Sosial**

Perkembangan penggunaan media sosial di Indonesia sangat berkembang pesat. Menurut penelitian Nielsen menunjukkan tingkat pertumbuhan penggunaan internet di Indonesia mencapai 26%. Orang Indonesia menghabiskan waktu 1,5 jam sehari untuk berinternet. Menurut ICT Watch, saat ini pengguna ponsel di Indonesia mencapai 180 juta orang darisekitar 220 juta penduduk Indonesia. Pengguna Instagram di Indonesia mencapai 22 juta pengguna aktif menurut siaran pers yang diterima CNN Indonesia (Lesmana, 2012). Keberadaan internet sedikit banyak telah mengubah pola interaksi masyarakat. Pola Interaksi dilakukan tanpa harus dalam satu ruang dan waktu yang bersamaan. Meleburkan internet batas-batas yang menghambat seseorang untuk berinteraksi.

Menurut Anthony Giddens dengan adanya modernitas, hubungan ruang dan waktu terputus dan kemudian ruang perlahan-lahan terpisah dari tempatnya. Dari pernyataan tersebut dapat dilihat bahwa manusia menciptakan interaksi baru tanpa harus bertemu fisik yang salah satunya melalui internet (jejaring sosial). Semakin berkembangnya penggunaan internet dan tingginya kebutuhan untuk berinteraksi menjadikan

jejaring sosial atau media sosial menjadi sesuatu yang tidak tertolak terutama bagi semua kalangan khususnya generasi muda. Mempromosikan barang tidak hanya dengan satu media saja. Untuk menarik konsumen, perusahaan harus mempunyai beberapa cara untuk menarik perhatian konsumen. Pada zaman ini, konsumen lebih banyak yang menikmati berbagai produk dari media sosial. Perusahaan pada umumnya harus lebih mengetahui keinginan konsumen pada saat ini. Perusahaan harus lebih mengembangkan media untuk promosi sesuai dengan perkembangan zaman. Dari latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk meneliti tentang seberapa efektifitas media sosial sebagai sarana promosi.

a) Pengertian Media Sosial Menurut Antony Mayfield (2008)

Menurut Antony Mayfield (2008) yang memberikan gagasannya berupa definisi media sosial dimana menurutnya pengertian media sosial adalah media yang penggunaanya mudah berpartisipasi, berbagai dan menciptakan peran, khususnya blog, jejaring sosial, wiki/ensiklopedia online, forum-forum maya, termasuk dunia maya (dengan avatar/karakter 3D).

b) Pengertian Media Sosial Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlien

Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlien mendefinisikan bahwa pengertian media sosial adalah sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran pengguna konten yang dihasilkan.

c) Pengertian Media Sosial Menurut Lisa Buyer

Menurut Lisa Buyer, bahwa definisi media sosial adalah bentuk hubungan masyarakat yang paling transparan, menarik dan interaktif saat ini.

d) Pengertian Media Sosial Menurut Sam Decker

Menurut Sam Decker yang juga memberikan masukan dalam bentuk gagasan berupa definisi media sosial menurutnya bahwa pengertian media sosial adalah konten digital dan interaksi yang dibuat oleh dan antar satu sama lain.

e) Pengertian Media Sosial Menurut Marjorie Clayman

Menurut Marjorie Clayman bahwa definisi atau pengertian media sosial adalah alat pemasaran baru yang memungkinkan untuk mengetahui pelanggan dan calon pelanggan dengan cara yang sebelumnya tidak mungkin.

f) Pengertian Media Sosial Menurut Philip Kotler dan Kevin Keller (2012:568)

Menurut Philip dan Kevin Keller pengertian media sosial adalah sarana bagi konsumen untuk berbagai informasi teks, gambar, video, dan audio dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya.

### 2.2.1 Fungsi Media Sosial

Media sosial dalam persetujuannya saat ini, telah membangun sebuah kekuatan besar di dalamnya membentuk pola perilaku dan berbagai bidang dalam kehidupan manusia. Hal ini yang membuat fungsi media sosial sangat besar. Adapun fungsi media sosial diantaranya sebagai berikut:

- Media sosial adalah media yang dirancang untuk memperluas interaksi sosial manusia dengan menggunakan internet dan teknologi web. Media sosial berhasil
- mentransformasi praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke banyak audiens (one to many) ke dalam praktik komunikasi dialogis antara banyak penonton (many to many). Media sosial mendukung demokratisasi
- pengetahuan dan juga informasi. Mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri.

### 2.2.2 Jenis Media Sosial

#### a) Instagram

Pengertian Instagram Menurut Prakoso (2014:67).

Instagram adalah media sosial berbasis sharing foto maupun video unggahan foto ataupun video yang dilengkapi dengan caption dan hastag. Menurut HuYuheng,(2014:25) beberapa:

Kategori foto yang sering diunggah ke Instagram yaitu foto bersama teman, foto makanan, foto gadget, foto yang berisi kutipan atau meme, foto hewan peliharaan, foto aktivitas sehari-hari (outdoor maupun indoor), foto selfie, dan foto fashion. Hasil survey yang dilakukan oleh WeAreSocial.net and Hootsuits,

menyatakan bahwa instagram salah satu media sosial dengan jumlah pengguna terbesar ke empat didunia. Pendiri Instagram adalah Kevin Systrom dan Mike Krieger, Didirikan pada bulan Oktober tahun 20210. Asal nama Instagram berasal dari pengertian kata "insta" berasal dari kata "instan.

Fitur-fitur Instagram yaitu sebagai berikut:

- 1)Hashtag: Anda dapat memberi dan melihat hashtag atau menandai suatu postingan dengan kata kunci tertentu.
- 2)Follower dan Following: adalah istilah bagi pengikut dan yang diikuti suatu akun di Instagram, Anda dapat mengikuti akun orang lain dan akun anda juga dapat di ikuti oleh orang lain di Instagram.
- 3)Reels: fitur Instagram yang memungkinkan pengguna dapat merekam serta menyunting video berdurasi 15 detik.
- 4)Story Archive: postingan yang sudah pernah di upload di profil dapat kita simpan atau arsip pribadi, sehingga postingan tersebut tersembunyi dari publik, dan sewaktu waktu bisa dikembalikan lagi seperti sedia kala.
- 5)Like: anda atau orang lain dapat menyukai postingan dengan fitur like.
- 6)Caption: Anda dapat memberi deskripsi, pernyataan atau stiker untuk postingan yang ingin Anda upload.
- 7)Highlights: anda bisa mengelompokkan story yang sudah pernah diupload ke dalam satu space baru.
- 8)Komentar: anda bisa memilih siapa saja yang dapat memuat foto/video anda.

Adapun peran Instagram dapat dilihat sebagai berikut :

- 1)Memberikan informasi di media sosial agar dapat di ketahui oleh pengguna instgram.
- 2)Menceritakan situasi atau aktivitas kehidupan sehari-hari pengguna instgram.
- 3)Alat media sosial yang berisi gambar yang menarik, video, share story dan informasi lainnya yang menarik di instgram.

- 4) Sebagai pengirim pesan di instagram antar pengguna media sosial.
- 5) Mempromosikan suatu produk atau jasa dapat melalui live instagram.

Peran Instagram sangat membantu para pengelola objek, terutama objek foto dimana dapat dijadikan salah satu sarana memperkenalkan secara perlahan-lahan suatu objek foto di instagram.

#### b) **facebok**

Facebook adalah website jaringan sosial dimana para pengguna dapat bergabung dalam komunitas seperti kota, kerja, sekolah, dan daerah untuk melakukan koneksi dan berkomunikasi dengan orang lain. Orang juga dapat menambahkan teman-teman mereka, mengirim pesan, dan memperbarui profil pribadi agar orang lain dapat melihat tentang dirinya.

Menurut Van Belleghem facebook mempunyai pengguna aktif terbanyak dari media sosial yang lain, dimana 51% dari pengguna media sosial dunia memiliki akun facebook. Jumlah penggunaan facebook menurut data resmi mereka adalah lebih dari 800 juta diseluruh dunia.<sup>14</sup> Situs jejaring sosial facebook telah membuat komunikasi yang terjadi antara seseorang atau sekelompok orang menjadi sangat yang sangat luas.

Komunikasi tersebut terjadi antara orang dari satu group yang sama atau dengan group atau kelompok yang berbeda.

Komunikasi itu bisa terjadi antara seorang istri dengan suaminya, seorang ibu atau bapak dengan anaknya, seorang

saudara dengan saudaranya, orang Jawa dengan orang Makassar, orang Papua dengan orang Batak, orang Aceh dengan orang Bima, dll bahkan antara seseorang dengan orang lain yang tidak dikenal sama sekali yang berasal dari negara lain seperti Amerika, Belanda, Jerman dan sebagainya.

Melalui situs jejaring sosial pertemanan facebook kita bisa saling berbagi, saling member dan saling mengisi, bahkan dengan situs tersebut kita bisa menjalin hubungan serius bahkan menuju jenjang pernikahan sekalipun. Facebook sangat luas jangkauannya tidak terbatas kepada temanteman saja, tetapi kepada semua orang di seluruh penjuru dunia.

### c) **Youtube**

Pada dasarnya, youtube merupakan sebuah website yang memfasilitasi penggunaanya untuk berbagi video yang mereka miliki, atau sebatas menikmati berbagai video klip yang diunggah oleh berbagai pihak. Terdapat berbagai macam video yang dapat diunggah ke situs ini, seperti misalnya video klip musik dari musisi tertentu, film pendek, film televisi, trailer film video edukasi, video blog milik para vlogger, video tutorial berbagai macam aktivitas, dan masih banyak lagi. (www.nesabamedia.com) Tentunya di zaman dengan kemajuan teknologi ini, hampir semua orang sudah mengenal YouTube, kemudahan dalam mengakses internet jugalah yang membuat perkembangannya semakin pesat.

Bisa dikatakan, dalam melakukan sebuah promosi, diperlukan wadah atau tempat yang strategis atau memiliki banyak pengunjung, dengan begitu sangat sesuai menggunakan media Youtube sebagai sarana mempromosikan sebuah

animasi yang dimiliki. Dengan banyaknya pengunjung, peluang keberhasilan sebuah promosi akan menjadi lebih besar

YouTube merupakan sarana promosi yang potensial, selain pengunjungnya yang banyak, untuk penggunaannya juga bisa dikatakan cukup mudah, dan juga dalam media YouTube animasi yang diterapkan tidak memiliki batasan durasi atau waktu. Tanpa ada batasan waktu, hal ini akan membuat konten yang disajikan dalam Animasi Promosi akan dapat lebih detail, sehingga calon Konsumen tidak akan bingung mengenai objek yang dipromosikan.

## **2.3 Komunikasi Visual**

### **2.3.1 Pengertian Komunikasi Visual**

Komunikasi visual terdiri dari dua kata, komunikasi dan visual. Komunikasi merupakan pertukaran pesan dari satu orang (komunikator) kepada orang lain (komunikan) melalui saluran media dengan menghasilkan umpan balik tertentu. Sedangkan visual adalah sesuatu yang dapat dilihat melalui indra penglihatan (mata). Dari dua pengertian tersebut maka komunikasi visual dapat diartikan sebagai proses pertukaran pesan visual antara komunikator dan komunikan dengan menghasilkan umpan balik tertentu. Adapun menurut Martin Lester, komunikasi visual adalah segala bentuk pesan yang menstimulasi indra penglihatan yang dipahami oleh orang yang menyaksikannya (Sukirno, 2020). Komunikasi visual meliputi mekanisme kerja indra visual yang menangkap kesan dari objek visual.

Lebih lanjut, kesan tersebut akan diteruskan ke otak untuk kemudian menghasilkan interpretasi makna tertentu. Dalam komunikasi visual proses pertukaran pesan melibatkan lambang,

huruf, warna, foto, gambar, grafis dan unsur visual lain melalui varian media tertentu yang memiliki interpretasi makna tertentu. Keith Kenney, profesor komunikasi dari SJMC (*School of Journalism & Mass Communications*) dari Universitas

Amerika Serikat menjelaskan bahwa komunikasi visual merupakan proses interaksi antar manusia yang mengekspresikan ide melalui media visual. Umpan baliknya berupa pemahaman makna dari penerima pesan sesuai yang dimaksudkan oleh pengirim pesan (Kenney, 2009). Jadi, ada dua hal yang perlu diperhatikan dalam komunikasi visual, pertama, dari sudut komunikator berkaitan dengan bagaimana lambang, huruf, warna, foto, gambar, grafis dan lainnya dikemas sedemikian rupa agar memiliki muatan pesan tertentu. Kedua, dari sudut komunikan, bagaimana menginterpretasikan makna dari lambang, huruf, warna, foto, gambar, grafis dan lainnya sesuai dengan yang dimaksud oleh komunikator.

### **2.3.2 Sejarah Komunikasi Visual**

Untuk memahami sejarah komunikasi visual dapat dilakukan dengan dua pendekatan, yakni pendekatan historis dan mekanis. Dilihat dari pendekatan historis, proses pemaknaan objek visual sudah dilakukan sejak adanya interaksi manusia dengan manusia lain dan lingkungannya. Adapun pendekatan mekanis lebih pada upaya melihat sejarah komunikasi visual dari kemunculan instrumen, alat atau perangkat yang berkaitan dengan komunikasi visual. Ada 4 periode kemunculannya yakni kemunculan teknologi percetakan, fotografi (gambar tidak bergerak), sinematografi (gambar bergerak) dan desain grafis berbasis teknologi komputer.

Kemunculan percetakan ditandai dengan ditemukannya mesin cetak sekitar tahun 1450-an oleh Johannes Gutenberg, seorang pandai logam berkebangsaan Jerman. Konon, mesin cetak pertama didirikan di Mainz, Jerman antara tahun 1446 hingga 1450-an. 50 tahun setelahnya teknologi tersebut telah menyebar ke seluruh Eropa (Dittmar, 2011). Keberadaan teknologi tersebut telah mengubah mekanisme produksi buku. Mesin cetak memegang peran kunci bagaimana ide, gagasan dan pikiran yang dituangkan dalam buku dapat lebih mudah diproduksi dan disebarluaskan dengan masif. Teknologi berikutnya yang muncul dalam kehidupan manusia setelah mesin cetak adalah teknologi gambar tidak bergerak (fotografi).

Konsep dasar fotografi mulai ditemukan sekitar era 1000 M ketika seorang ilmuwan Arab, Alhazen berhasil menangkap citra dari cahaya yang melewati lubang kecil. Dari sinilah cikal bakal konsep kamera obscura (lubang jarum) mulai dikenal. Teknik itu digunakan untuk melihat peristiwa gerhana matahari tanpa melalui mata terbuka. Selanjutnya, sekitar era 1400, Battista Della Porta, mengembangkan dan menemukan prinsip kerja kamera. Kemudian pada abad 17, Angelo Sala menemukan fungsi dari serbuk perak nitrat yang menjadi cikal bakal penggunaan komponen kimia untuk merekam gambar. Pada tahun 1727, Johan Heinrich Schuize, juga menemukan hal sama seperti percobaan yang dilakukan Angelo Sala.

Memasuki tahun 1800-an ada Thomas Wedgwood yang berhasil melakukan eksperimen perekaman gambar melalui lensa. Kemudian pada tahun 1839, seorang kimiawan asal Perancis, Louis-Jacques-Mandé menemukan fotografi daguerreotype, sebuah teknik fotografi melalui proses kimiawi plat tembaga dengan bantuan cahaya. Kemudian pada tahun

1840, William Henry Fox Talbot seorang ilmuwan Inggris menemukan proses calotype, cikal bakal klise foto. Kedua proses yang dilakukan Jacques-Mandé dan Talbot memegang peran penting dalam sejarah fotografi, keduanya berhasil merevolusi persepsi kita tentang realitas, menangkap gambar secara permanen (Rosenblum, 1997). Setelah itu, Pada tahun 1888, George Eastman, seorang kebangsaan Amerika menciptakan revolusi fotografi dengan mengeluarkan merek Kodak.

Setelahnya, fotografi semakin berkembang dari tahun ke tahun. Teknologi perekaman gambar kemudian semakin berkembang, dari gambar tidak bergerak (fotografi) menjadi gambar bergerak (sinematografi). Kemunculan gambar visual bergerak diawali pada tahun 1877 ketika Edward Muybridge ingin menangkap gambar kuda dalam keadaan dinamis (bergerak, ada perubahan pada derap langkah kuda), bukan diam. Ia mengambil satu demi satu gambar kuda yang sedang berlari, lalu dikumpulkan menjadi satu. Gambar tersebut selanjutnya dimasukkan dalam sebuah mesin yang bisa memutar gambar secara bergantian, Dari sinilah cikal bakal gambar bergerak mulai dipraktekkan. Setelah itu, pada tahun 1915, sutradara DW Griffith memperkenalkan konsep film bisu yang menghadirkan realitas warga kulit hitam di Amerika melalui film *The Birth of a Nation*. Kehadiran film ini semakin mendorong semangat insan sinematografi untuk membuat kisah-kisah lain yang difilmkan.

Selanjutnya, pada tahun 1916 dua bersaudara Noble dan George Johnson meluncurkan Lincoln Films, perusahaan produksi film pertama yang membuat film bernarasi serius bagi penonton Afrika Amerika. Kemudian pada kisaran tahun 1919 hingga 1966 perkembangan Industri film Amerika semakin

variatif. Lalu pada tahun 1994, David Geffen, Steven Spielberg dan Karzenburg meluncurkan Dreamworks SKG, studio film independen pertama sejak United Artis. Setelahnya sinematografi makin berkembang hingga sekarang.

Periode berikutnya ditandai dengan kemunculan olah desain visual melalui perangkat teknologi komputer. Sejak tahun 1980-an hingga sekarang perkembangan teknologi olah grafis berbasis komputer makin berkembang pesat, mulai dari kehadiran desktop publishing, aplikasi perangkat lunak untuk desain grafis, manipulasi gambar, hingga penciptaan objek visual 2 dimensi dan 3 dimensi. Desain visual berbasis perangkat diprediksikan akan senantiasa berkembang seiring dengan inovasi teknologi komputer.

### **2.3.3 Sudut Pandang Komunikasi Visual**

Komunikasi visual dapat dilihat dari dua sudut pandang yakni teknologi informasi dan linguistik. Komunikasi visual sebagai teknologi informasi melihat proses pengiriman ide melalui gambar, tulisan, lambang dan sebagainya merupakan proses linear, diteruskan dari A ke B. Sudut pandang ini menilai proses pengiriman pesan hanya bersifat satu arah, tanpa memperhitungkan timbal balik. Tidak ada penekanan pada pengarahannya umpan balik sesuai yang dikehendaki pembuat pesan.

Komunikasi visual juga bisa dilihat sebagai aktivitas linguistik. Dalam hal ini komunikasi visual ditempatkan sebagai proses produksi dan interpretasi makna melalui bahasa. Dalam bahasa, unsur utama yang diperhatikan adalah tanda. Dalam hal ini adalah unsur grafis dasar seperti tulisan, gambar warna, garis dan lainnya. Komunikasi visual sebagai proses linguistik menekankan pada penyusunan produk visual yang memuat

makna tertentu. Interpretasi makna dalam aktivitas linguistik sangat beragam, kaya dan memiliki muatan nilai tertentu. Mengingat betapa beragamnya hal tersebut maka interpretasi makna tidak dapat diserahkan begitu saja pada penerima pesan melainkan ada upaya dari pengirim pesan untuk menyusun produk visual yang relevan. Mengarahkan interpretasi makna penerima pesan sesuai kehendak pengirim pesan melalui lambang, simbol, warna, teks dan unsur grafis lainnya yang sesuai.

### **2.3.4 Estetika Komunikasi Visual**

Estetika merupakan cabang filsafat yang mempelajari keindahan. Estetika merupakan sifat keindahan yang memengaruhi manusia ketika melihat objek visual. Menurut Neufeldt & Guralnik (1998) estetika adalah studi tentang kecantikan dan bagaimana tanggapan psikologis terhadap kecantikan (Smith, et al, 2004). Ada 3 fokus utama dari estetika yakni seni, properti estetika dan pengalaman estetika (Levinson, 2003). Seni berkaitan dengan keahlian dalam membuat karya yang dapat menarik perhatian khusus dari orang lain untuk mengeksplorasi dan berkontemplasi ketika melihat karya tersebut. Adapun properti estetika berkaitan dengan perangkat atau elemen yang dapat menajamkan dan relevan dengan nilai estetika dari sebuah karya. Sedangkan pengalaman estetika merupakan pengalaman atau keadaan khas tertentu seperti pikiran, sikap, persepsi, emosi atau tindakan tertentu yang diwujudkan setelah melihat karya estetika. Dalam komunikasi visual peran estetika sangat penting guna membangun kesamaan makna dari pengirim pesan dan penerima pesan. Kunci estetika dalam komunikasi visual terletak pada keberimbangan antara objek visual (garis,

bentuk, nilai, warna, teks dan sebagainya), pembuat objek visual (ideologi, latar belakang dan kompetensi), dan penerima yang menjadi sasaran objek (ada kesesuaian makna).

### **2.3.5 Proses Komunikasi Visual Melalui Media Visual**

Proses komunikasi visual melalui media visual tidak bersifat linear. Hanya saja umpan baliknya bisa bersifat langsung atau tidak langsung. Dalam proses ini, ketepatan umpan balik menjadi ukuran keberhasilan bagi perancangan objek visual. Kondisi tersebut dapat tercapai jika perancang objek visual (komunikator) mampu membawakan pesan yang relevan kepada komunikan. Relevansi itu berkaitan dengan penyusunan pesan dan pemilihan saluran media yang tepat. Untuk penyusunan pesan, komunikasi visual memerlukan elemen desain visual yang relevan, berdiri sendiri atau bergabung dengan elemen lainnya. Semua elemen tersebut harus mampu memberikan integrasi visual yang kuat sehingga memunculkan diskursus mengenai interpretasi maknanya. Komunikan menjadi lebih tergerak untuk mengeksplorasi lebih mendalam. Terkait pemilihan media visual juga perlu disesuaikan dengan karakteristik komunikannya. Pemilihan ini juga tidak terlepas dari sasaran dan tujuan yang diharapkan tercapai melalui objek visual.

### **2.3.6 Jenis Media Komunikasi Visual**

Media komunikasi visual terdiri dari media cetak, media, audio visual, media luar ruang, media display, barang kenangan dan new media. Semua jenis media tersebut memerlukan unsur visual yang memadai guna memperkuat maksud dan tujuan yang dikehendaki oleh pembuatnya. Media cetak dalam komunikasi visual diartikan sebagai media komunikasi yang

dicetak, seperti surat, brosur, kalender, spanduk, majalah, tabloid, komik, kaos dan sejenisnya. Adapun media audio visual merupakan saluran komunikasi yang memuat unsur audio (suara) dan visual (gambar), contohnya, video, film, animasi, media interaktif, game dan lainnya. Sedangkan media luar ruang adalah media komunikasi yang penggunaannya ada di luar ruang.

Media jenis ini biasanya digunakan untuk keperluan promosi produk tertentu. Contoh media luar ruang, spanduk, billboard, neon box dan sebagainya. Media display adalah media yang digunakan untuk memajang objek visual tertentu seperti poster, floor stand, etalase (window display), desain gantung dan lainnya. Jenis media komunikasi visual lainnya adalah barang kenangan, yaitu suatu benda yang digunakan untuk mengingat pemberi atau penerimanya. Barang kenangan biasanya diberikan setelah ada capaian tertentu yang dilakukan seseorang. Contoh barang kenangan yang bisa menjadi media komunikasi visual adalah kaos, topi, payung, dan berbagai jenis souvenir lain. Sedangkan new media adalah sebuah saluran komunikasi yang bersifat integratif, menggabungkan berbagai jenis media. Contohnya adalah sosial media, situs web, aplikasi perpesanan, permainan komputer, animasi komputer dan sejenisnya.

### Fungsi Media Komunikasi Visual

Fungsi utama media komunikasi visual adalah mengantarkan pesan dari seseorang, kelompok, instansi, organisasi atau perusahaan kepada orang lain dengan capaian umpan balik tertentu. Fungsi tersebut dapat tercapai

jika ada beberapa hal yang dilakukan oleh perancangnya yaitu (1) memahami penyusunan pesan yang efektif dengan memerhatikan unsur kejelasan, kelengkapan dan kesesuaian pesan, (2) menganalisa kondisi fisik dan psikis dari komunikan yang menjadi sasaran, (3) memilih jenis media komunikasi visual yang relevan, (4) mampu mengejewantahkan pesan melalui simbol-simbol yang relevan seperti gambar, warna, lambang, simbol, tanda, garis, tulisan dan lainnya.

## **2.4 Fotografi**

### **2.4.1 Pengertian Fotografi**

Fotografi (photography) berasal dari bahasa Yunani, dari kata photos (cahaya) dan graphien (menggambar). Fotografi secara umum dapat diartikan dengan proses atau metode untuk menghasilkan gambar atau foto dari suatu objek dengan merekam pantulan cahaya yang mengenai objek tersebut pada media yang peka cahaya. Alat paling populer untuk menangkap cahaya ini adalah kamera. Tanpa cahaya, tidak ada foto yang bisa dibuat. Tanpa cahaya, seorang fotografer tidak akan dapat mengambil gambar dari proses pemotretan.

Prinsip fotografi adalah memfokuskan cahaya dengan bantuan pembiasan sehingga mampu membakar medium penangkap cahaya. Medium yang telah dibakar dengan ukuran luminitas cahaya yang tepat akan menghasilkan bayangan identik dengan cahaya yang memasuki medium pembiasan yang disebut lensa. Untuk menghasilkan intensitas cahaya yang tepat

untuk menghasilkan gambar, digunakan bantuan alat ukur berupa lightmeter.

Setelah mendapat ukuran pencahayaan yang tepat, seorang fotografer bisa mengatur intensitas cahaya tersebut dengan merubah kombinasi ISO (ISO Speed), diafragma (Aperture), dan kecepatan rana (Shutter speed). Kombinasi antara ISO, Diafragma & Speed disebut sebagai pencahayaan (exposure). Semakin tinggi ISO yang digunakan, akan semakin tinggi tingkat noise ataupun grain yang dihasilkan. Untuk mengetahui apakah exposure sudah tepat atau belum, pada kamera digital atau konvensional tersedia fasilitas metering. Sehingga terjadinya over exposure (kelebihan pencahayaan) atau underexposure (kekurangan pencahayaan) dapat diminimalkan.

Sejarah Fotografi dimulai pada abad ke-19. Tahun 1839 merupakan tahun awal kelahiran fotografi. Pada saat itu, di Perancis dinyatakan secara resmi bahwa fotografi adalah sebuah terobosan teknologi. Saat itu, rekaman dua dimensi seperti yang dilihat mata sudah bisa dibuat permanen. Sejarah fotografi bermula jauh sebelum Masehi. Pada abad ke-5 Sebelum Masehi (SM), seorang pria bernama Mo Ti mengamati suatu gejala. Jika pada dinding ruangan yang gelap terdapat

lubang kecil (*pinhole*), maka di bagian dalam ruang itu akan terefleksikan pemandangan di luar ruang secara terbalik lewat lubang tadi. Mo Ti adalah orang pertama yang menyadari fenomena kamera obscura.

Berabad-abad kemudian, banyak yang menyadari dan mengagumi fenomena ini, sebut saja Aristoteles pada abad ke-3 SM dan seorang ilmuwan Arab Ibnu Al Haitam (Al Hazen) pada abad ke-10 SM, yang berusaha untuk menciptakan serta

mengembangkan alat yang sekarang dikenal sebagai kamera. Pada tahun 1558, seorang ilmuwan Italia, Giambattista della Porta menyebut "*camera obscura*" pada sebuah kotak yang membantu pelukis menangkap bayangan gambar.

Nama kamera obscura diciptakan oleh Johannes Kepler pada tahun 1611. Johannes Kepler membuat desain kamera portable yang dibuat seperti sebuah tenda, dan memberi nama alat tersebut kamera obscura. Didalam tenda sangat gelap kecuali sedikit cahaya yang ditangkap oleh lensa, yang membentuk gambar keadaan di luar tenda di atas selembar kertas. Berbagai penelitian dilakukan mulai pada awal abad ke-17, seorang ilmuwan berkebangsaan Italia - Angelo Sala menggunakan cahaya matahari untuk merekam serangkaian kata pada pelat chloride perak. Tapi ia gagal mempertahankan gambar secara permanen.

Sekitar tahun 1800, Thomas Wedgwood, seorang berkebangsaan Inggris bereksperimen untuk merekam gambar positif dari citra pada kamera obscura berlensa, hasilnya sangat mengecewakan. Humphrey Davy melakukan percobaan lebih lanjut dengan chlorida perak, tapi bernasib sama juga walaupun sudah berhasil menangkap imaji melalui kamera obscura tanpa lensa.

Akhirnya, pada tahun 1824, seorang seniman lithography Perancis, Joseph-Nicephore Niepce (1765-1833), setelah delapan jam meng-exposed pemandangan dari jendela kamarnya, melalui proses yang disebutnya Heliogravure (proses kerjanya mirip lithograph) di atas pelat logam yang dilapisi aspal, berhasil melahirkan sebuah gambar yang agak kabur, berhasil pula mempertahankan gambar secara permanen. Ia melanjutkan percobaannya hingga tahun 1826, inilah yang akhirnya menjadi sejarah awal fotografi yang sebenarnya. Foto

yang dihasilkan itu kini disimpan di University of Texas di Austin, AS. Fotografi kemudian berkembang dengan sangat cepat.

Melalui perusahaan Kodak Eastman, George Eastman mengembangkan fotografi dengan menciptakan serta menjual roll film dan kamera boks yang praktis, sejalan dengan perkembangan dalam dunia fotografi melalui perbaikan lensa, shutter, film dan kertas foto. Tahun 1950, untuk memudahkan pembidikan pada kamera Single Lens Reflex maka mulailah digunakan prisma (SLR), dan Jepang pun mulai memasuki dunia fotografi dengan produksi kamera Nikon yang kemudian disusul dengan Canon. Tahun 1972 kamera Polaroid temuan Edwin Land mulai dipasarkan. Kamera Polaroid mampu menghasilkan gambar tanpa melalui proses pengembangan dan pencetakan film. Kemajuan teknologi turut memacu fotografi secara sangat cepat. Kalau dulu kamera sebesar tenda hanya bisa menghasilkan gambar yang tidak terlalu tajam, kini kamera digital yang cuma sebesar dompet mampu membuat foto yang sangat tajam dalam ukuran sebesar koran.

#### **2.4.2 Jenis-Jenis Fotografi**

Jenis-jenis fotografi sebagai pengelompokan secara garis besar, yang membantu mempermudah kita dalam memahami sebuah karya fotografi, dan bukan sebagai penggolongan yang paten untuk menghasilkan karya foto. Jenis-jenis fotografi diantaranya Fotografi Manusia, Fotografi Nature, Fotografi Arsitektur, Fotografi Still Life, Fotografi Jurnalistik, dan lain lain.

##### **1. Fotografi Manusia**

Semua foto yang menjadi obyek unsur utamanya adalah manusia, yang dapat menawarkan nilai dan daya tarik untuk divisualisasikan. Yang termasuk kategori fotografi manusia diantaranya Potrait, Human Interest, Stage Photography, Sport, Glamour Photography, dan Wedding Photography.

a)Portrait adalah foto yang menampilkan ekspresi dan karakter manusia dalam kesehariannya. Tantangan dalam membuat foto portrait adalah dapat menangkap ekspresi obyek (mimic, tatapan, kerut wajah) yang mampu memberikan kesan emosional dan menciptakan karakter seseorang.

b)Human Interest yaitu menggambarkan kehidupan manusia atau interaksi manusia dalam kehidupan sehari-hari serta ekspresi emosional yang memperlihatkan manusia dengan masalah kehidupannya, yang mana kesemuanya itu membawa rasa ketertarikan dan rasa simpati bagi para orang yang menikmati foto tersebut.

c)Stage Photography yaitu semua foto yang menampilkan aktivitas/gaya hidup manusia yang merupakan bagian dari budaya dan dunia entertainment untuk dieksploitasi dan menjadi bahan yang menarik untuk divisualisasikan.

d)Sport yaitu jenis foto yang menangkap aksi menarik dan spektakuler dalam event dan pertandingan olah raga. Jenis foto ini membutuhkan kecermatan dan kecepatan seorang fotografer dalam menangkap momen terbaik.

e) Glamour Photography yaitu Fotografi yang berusaha untuk menangkap objek dalam pose yang menekankan kurva dan bayangan. Seperti namanya, tujuan fotografi glamor adalah untuk menggambarkan model dalam cahaya glamor.

f) Wedding Photography yaitu fotografi campuran dari berbagai jenis fotografi. Seorang fotografer pernikahan harus memiliki keahlian dalam fotografi potret, mereka juga harus menggunakan teknik foto yang glamor untuk mengabadikan momen terbaik dan mengolah beberapa gambar dengan perangkat lunak.

g) Fotografi Nature

Dalam jenis foto nature obyek utamanya adalah benda dan makhluk hidup alami (natural) seperti hewan, tumbuhan, gunung, hutan dan lain-lain. Kategori fotografi nature ini diantaranya Foto Flora, Foto Fauna, dan Foto Lanscape.

1) Foto Flora yaitu jenis foto dengan obyek utama tanaman dan tumbuhan dikenal dengan jenis foto flora.

2) Foto Fauna yaitu jenis foto dengan berbagai jenis binatang sebagai obyek utama. Menampilkan daya tarik dunia binatang dalam aktifitas dan interaksinya.

3) Fotografi Arsitektur Jenis foto ini menampilkan keindahan suatu bangunan baik dari segi sejarah, budaya, desain dan konstruksinya. Foto arsitektur ini tak lepas dari dunia arsitektur dan teknik sipil sehingga jenis foto ini menjadi cukup penting peranannya.

4)Fotografi Still Life Membuat gambar dari benda mati menjadi hal yang menarik dan tampak "hidup", komunikatif, ekspresif dan mengandung pesan yang akan disampaikan merupakan bagian yang paling penting dalam penciptaan karya foto ini.

5)Fotografi Jurnalistik adalah foto yang digunakan untuk kepentingan pers atau kepentingan informasi. Dalam penyampaian pesannya, harus terdapat caption (tulisan yang menerangkan isi foto) sebagai bagian dari penyajian jenis foto ini.

### **2.4.3 Peran Fotografi**

Fotografi sudah menjadi sebuah budaya yang melekat pada masyarakat. Penggunaan sosial media yang marak beserta perkembangan teknologi yang canggih membuat segala akses menjadi serba mudah. Masyarakat bisa dengan mudahnya membagikan memori mereka melalui media sosial sehingga dapat terlihat dalam seluruh jejaring sosialnya. Dalam perkembangan cyberspace dan cyberculture dapat dikatakan bahwa fotografi telah menjadi aktivitas moral panic. Artinya, masyarakat secara latah membagikan segala aktivitasnya untuk mendapatkan pengakuan diri (ekstitensi) sebagai makhluk sosial. Selain itu, fotografi dapat membuat mereka mengekspresikan apa yang telah mereka rasakan (semiotik) atau kecenderungan yang melebihi adanya tanda, makna dan realitas. Maksudnya, mereka memberikan sebuah bahasa tentang foto yang telah mereka ambil berupa semiotika yang konvensional.

Fotografi berperan penting dalam mengembangkan sebuah perkembangan media yang digemari masyarakat. Salah satunya, swafoto (selfie) yang menjadi sebuah ajang untuk menunjukkan keterbukaan dirinya di media sosial. Keterbukaan tersebut dapat berpengaruh pada interaksi antar pengguna agar terjalin komunikasi. Selain terjalinnya komunikasi, hal tersebut membukakan peluang untuk menambah koneksi agar semakin luas. Kebanyakan fotografi pada masa kini berasal dari smartphone. Namun bukan berarti teknologi kamera tergantikan. Hal ini menunjukkan bahwa teknologi dapat menunjang kepraktisan sebuah hal dan membuatnya menjadi mungkin. Selain itu, smartphone sendiri membuat budaya fotografi menjadi meluas. Alasannya adalah kepraktisan dan biaya yang dikeluarkanpun tidak banyak.

Fotografi memiliki kemampuan untuk menjembatani perbedaan budaya dengan memberikan wawasan visual tentang kehidupan di berbagai tempat dan komunitas. Foto perjalanan, misalnya, memperkenalkan budaya, tradisi, dan cara hidup dari berbagai belahan dunia kepada orang-orang yang mungkin tidak pernah mengalaminya secara langsung. Ini juga dapat membantu memperkaya pemahaman kita terhadap keragaman dunia. Di dunia yang semakin terhubung secara digital, fotografi memainkan peran penting dalam komunikasi visual. Dalam media sosial, iklan, atau presentasi, gambar memiliki kekuatan untuk menarik perhatian dan menyampaikan pesan secara lebih langsung daripada kata-kata. Foto dapat digunakan untuk memperkuat pesan, menginformasikan, atau bahkan membujuk audiens untuk bertindak. Dunia fotografi adalah dunia kreativitas tanpa batas. Beragam karya foto dapat dihasilkan dengan berkreasi, tidak ada yang dapat membatasinya. Sejauh

keinginan untuk berkreasi, seluas itu pula lautan karya yang bisa dihasilkan. Kreativitas yang dimaksud menyangkut segala aspek dan proses pembuatan foto, mulai dari pemilihan peralatan yang dipakai, kejelian menentukan obyek pemotretan sampai proses pencetakan foto. Kejelian menentukan obyek sangat berpengaruh pada foto yang akan dihasilkan.

#### **2.4.4 Kreatifitas dalam fotografi**

Dalam proses berkarya seni fotografi atau proses visualisasi karya adalah menghidupkan dan memberi jiwa pada karya foto. Seperti halnya dengan seniman seni rupa lainnya, fotografer bekerja menggunakan otak dan hatinya yaitu segala tindakan yang dilakukan, terutama dalam proses pengambilan obyek, ia akan mengetahui hasil yang akan diperoleh sehingga melakukan tindakan-tindakan yang berguna untuk mendukung ide dan gagasannya. Pada dasarnya masalah fotografi adalah masalah yang cukup kompleks karena menyangkut berbagai macam aspek, diantaranya :

- a. Kamera, perangkat atau alat pemotretan dari yang paling sederhana sampai pada yang berteknologi canggih. Kamera adalah alat untuk merekam gambar pada permukaan film. Sebagai alat perekam optis, kamera mampu merekam apa yang terlihat oleh lensa. Seorang fotografer dituntut mampu menguasai memahami peralatan yang dipergunakan, sampai pada karakteristik dan tingkat kemampuannya. Kamera mempunyai komponen bermacam-macam yang akan menentukan hasil bidikan seorang fotografer. Alat kontrol penting pada kamera : fokus, kecepatan rana (shutter), dan diafragma karena dari alat kontrol inilah, hasil sebuah foto ditentukan.

b. Pencahayaan merupakan unsur dari dasar fotografi. Tanpa pencahayaan yang optimal, suatu foto tidak dapat menjadi sebuah karya yang baik. Pengetahuan tentang pencahayaan mutlak harus diketahui oleh seorang fotografer. Cara mempelajari penguasaan pencahayaan adalah dengan melatih mata untuk lebih peka terhadap cahaya yang muncul.

c. Penempatan subyek utama dalam gambar sangat penting untuk mendapatkan komposisi yang baik. Komposisi dapat digolongkan kedalam beberapa bentuk, yaitu komposisi grafik, dimana unsur-unsur garis dapat membentuk kotak-kotak, bulatan, segi tiga dan lain-lain. Ada komposisi tradisional mempunyai watak yang klasik, komposisi Bali seperti pada lukisan-lukisan Bali. Komposisi modern adalah penampilan yang serba ingin tahu, mencoba sesuatu yang belum pernah ditampilkan, keluar dari aturan yang konvensional dan lain sebagainya.<sup>16</sup> Patung dan monumen dapat ditempatkan di pusat gambar, tetapi pada umumnya komposisi yang lebih menarik dihasilkan jika subyek utama ditempatkan tidak di pusat gambar.

d. Kamar Gelap, adalah tempat akhir untuk proses fotografi.

Kamar gelap dapat dilakukan trick atau manipulasi dari hasil pemotretan seorang fotografer, sehingga hasil fotonya akan berbeda dengan obyek yang sebenarnya. Didalam kamar gelap inilah proses pencetakan/ montase, distorsi dengan jalan pengaturan posisi kertas dilakukan.

e. Aspek pesan menjadi sebuah pengalaman baru yang unik menarik dan estetik bagi orang lain yang menikmatinya. Seorang fotografer harus dapat mengkomunikasikan pesan

atau pengalaman batinnya yang estetis melalui hasil bidikan kame-ranya kepada orang lain.

f.Aspek presentasi memegang peranan dalam penataan komponen subyek artinya penguasaan komposisi dan unsur disain harus difahami benar oleh fotografer, sehingga dapat ditampilkan dengan baik.

g.Pemakaian filter. Filter adalah suatu sistem optis pembantu yang biasanya dipasang di depan lensa dan dapat memodifikasi gambar asli di saat pemotretan. Beberapa jenis filter dapat me ngubah warna-warni atau bayanagn, sedangkan yang lainnya dapat menciptakan efek fisik baru pada bidang pada bidang gambarnya. Namun, sebuah filter dapat juga berupa suatu media tembus pandang atau memantul, seperti sebuah cermin tua atau suatu pecahan kaca dari wadah abu rorok. Pemakaian filter atau saringan sinar mempunyai maksud yang berbeda-beda

h.Pemotretan Gerak dapat diabadikan dengan menggunakan lampu kilat atau rana dengan kecepatan tinggi. Namun efek bergerak bukan hanya muncul karena sebuah gambar tampil dengan tajam. Ada, kalanya, gambar yang ringan yang akan anda tampilkan harus tampil blur untuk memberikan kesan gerak. Ada teknik blurring, teknik panning shot, teknik freezing dan teknik zooming. Panning dalam More Joy of Photography adalah “Moving a camera to photograph a moving object while keeping the image of the object in the same relative position in the viewfinder”. Kreativitas fotografi sebagai pengarah gaya. Salah satu kiat mendapatkan hasil pemotretan yang baik seperti yang dikehendaki orang yang dipotret adalah adanya kerja sama

antara fotografer dengan orang yang dipotret. Kerja sama yang dimaksud adalah dalam hal pemberian informasi

#### **2.4.5 Tekhnis fotografi**

Fotografi kini jadi kegiatan yang kian diminati. Terlebih sejak kehadiran media sosial, banyak orang makin terdorong untuk menampilkan hasil jepretannya kepada khalayak. Motifnya pun beragam, bisa murni sebagai wadah berekspresi melalui visual, merawat memori, dan juga untuk berbisnis, seperti menjadikannya portofolio atau tempat berjualan produk. Fotografi adalah kombinasi dari teknik teknis dan kreativitas, dan dengan terus berlatih, hasil foto bisa semakin memukau. Berikut adalah beberapa teknik fotografi yg dapat memanjakan mata khalayak ramai.

##### **□ *Long Exposure***

Jika diterjemahkan, long exposure berarti pencahayaan yang panjang. Teknik ini menjadikan kamera membuka waktu shutter lebih lama sehingga membuat cahaya yang masuk ke sensor lebih banyak. Di samping itu, teknik ini juga bisa diaplikasikan dengan memaksimalkan nilai ISO.

Teknik long exposure akan menjadikan foto memiliki efek yang dramatis. Seperti contoh yang cukup populer adalah foto yang menampilkan light trail pada kondisi minim cahaya.



*Gambar :Contoh Teknik long exposure*

*Sumber:karena.id*

### □ **Blurring**

Teknik blurring digunakan untuk menghasilkan gambar yang terkesan kabur atau samar. Untuk menghasilkan foto yang blur ini, pada kamera digital kamu perlu menetapkan shutter speed lambat dan aperture (bukaan lensa) yang sempit. Dengan demikian hasil foto akan sesuai yang diharapkan.



*Gambar: Contoh Teknik bluring*

*Sumber :kkarena.id*

### □ **Panning**

Panning merupakan teknik memotret momen pada sebuah objek yang bergerak cepat dengan kamera bergerak mengikuti tujuan objek. Hasilnya, objek yang bergerak akan terlihat tajam sedangkan background yang diam tampak blur atau kabur. Untuk mendapatkan hasil yang maksimal gunakan speed yang rendah dan juga tripod supaya hasil gambar maksimal.

Teknik ini memang terbilang cukup sulit untuk dilakukan oleh pemula. Namun dengan terus berlatih, bukan hal yang mustahil kamu bisa menggunakan teknik ini untuk hasil gambar yang memuaskan.



*gambar Contoh Teknik:panning  
sumber:karena.id*

### □ **Siluet**

Sama seperti artinya, teknik siluet berarti membuat foto tampak seperti bayangan. Saat matahari terbenam dipercaya menjadi waktu terbaik dalam mengambil foto siluet. Sebab teknik ini mengandalkan cara pengambilan foto dengan memanfaatkan zona gelap terang yang sangat kontras.

Supaya bisa menguasai teknik ini, kamu perlu memperhatikan arah datangnya cahaya, penggunaan shutter speed, dan pemilihan exposure yang pas.



*Gambar: Contoh Teknik siluet*

### □ **Freezing**

Freezing merupakan teknik yang digunakan untuk memotret objek yang bergerak dengan kecepatan tinggi. Hasil dari teknik ini membuat objek yang sebenarnya bergerak menjadi seperti berhenti pada suatu momen. Teknik freezing umum digunakan oleh fotografer olahraga dan media untuk mengabadikan momen yang berlangsung sangat cepat.

Untuk mengaplikasikannya, dibutuhkan pengaturan shutter speed dalam posisi cepat dan ISO yang sesuai. Dengan demikian, akan diperoleh gambar objek yang maksimal.



*Gambar : Contoh Teknik freezing*

*Sumber:karena.id*

### □ **Panorama**

Teknik panorama merupakan metode yang digunakan untuk mengambil foto secara melebar. Umumnya, teknik ini dipakai untuk memotret foto pemandangan ataupun area secara keseluruhan. Kamu bisa menerapkan teknik ini dengan kamera digital maupun ponsel yang telah memiliki fitur panorama.



*Gambar: Contoh Teknik panorama*

*Sumber:karena.id*

Fotografi tidak hanya bergantung pada peralatan yang canggih, tetapi juga pada keterampilan dan kreativitas fotografer untuk mengoptimalkan elemen-elemen teknis dan artistik untuk menghasilkan gambar yang menarik dan bermakna.

## **2.5 Humas**

### **2.5.1 Pengertian Humas**

Pengertian Humas/Public Relations menyangkut kepentingan setiap organisasi, baik itu organisasi yang bersifat komersial maupun yang non komersial. Kehadirannya tidak bisa dicegah, terlepas dari kita menyukainya atau tidak. Anda tidak bisa memutuskan untuk menghadirkan atau sebaliknya meniadakan public relations tersebut. Public relation terdiri dari semua bentuk komunikasi yang terselenggara antara organisasi yang bersangkutan dengan siapa saja yang menjalin kontak dengannya. Setiap orang pada dasarnya juga selalu mengalami public relations tersebut, kecuali jika ia terisolasi dan tidak menjalin kontak dengan manusia lainnya. Untuk menghindari salah pengertian, kita mengenal makna atau definisi IPR itu sendiri, kita lihat beberapa definisi tentang IPR tersebut antara lain adalah: Definisi menurut (British) Institute of Public Relation (IPR) mengatakan itu sebagai “keseluruhan upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik (goodwill) dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya”. (Jefkins & Yadien, 2003 : 9). Selanjutnya menurut Lamb (2001 : 234) bahwa hubungan masyarakat (public relations) adalah suatu elemen dalam bauran promosi yang mengevaluasi sikap masyarakat, mengidentifikasi hal-hal yang menimbulkan kepedulian masyarakat dan melaksanakan program-program yang nantinya bisa menambah pemahaman dan tingkat penerimaan masyarakat. Kemudian dalam menjalankan aktivitas promosi, salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan program promosi yang dijalankan adalah mengenai fungsi dan peran public relations. Hal ini sesuai dengan teori dari Wasesa (2006 : 117) bahwa posisi public relations dalam standar mengenai struktur manajemen

sangat berpengaruh terhadap informasi yang bisa disampaikan kepada media massa. Semakin rendah posisinya, semakin besar kemungkinan penyimpangan informasi yang diberikan kepada media massa.

Peran public relations menurut Rosady Ruslan dalam bukunya Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations mengemukakan public relations mempunyai peran ganda, disatu pihak berupa ia menjaga citra baik terhadap lembaga ataupun organisasi yang diwakilinya dan dipihak lain ia harus berhadapan dengan berbagai situasi yang kurang menguntungkan seperti opini publik yang negatif kontrofersional, bertentangan hingga menghadapi saat yang paling penting dan kritis kepercayaan dan citra (Rosali Ruslan, 2000 : 59).

### 1. Fungsi Humas Pemerintahan

Dalam sebuah organisasi yang memiliki beberapa bidang yang mendukung sistem operasional kerja organisasi tersebut, tentunya memiliki tugas dan fungsinya masing-masing. Hal tersebut juga terlihat pada lembaga atau organisasi pemerintah, yang didalamnya memiliki beberapa bagian atau departemen. Salah satunya adalah bagian humas pemerintahan. Pada penjelasan bab ini, akan dijelaskan mengenai fungsi dari humas pemerintahan tersebut sesuai dari konsep-konsep

beberapa pakar humas dan public relations yang ada di Indonesia dan dunia. Tugas pokok humas pada internal dan eksternal publik khususnya pada humas pemerintahan sangat berbeda dengan tugas pokok humas perusahaan sebagaimana biasanya. Humas perusahaan lebih menitikberatkan tugas dan fungsinya pada keuntungan (profit), sedangkan humas pemerintahan adalah untuk menciptakan harmonisasi, kerjasama, serta penciptaan citra yang baik pada masyarakat umum.

Fungsi humas pemerintahan menurut Hamdan dan Hafiedcanra (1986 : 32 ) adalah sebagai berikut :

1. Humas pemerintahan adalah fungsi manajemen pemerintahan yang dibentuk untuk mencapai tujuan organisasi perusahaan.
2. Membantu pelaksanaan program organisasi pemerintahan.
3. Memberi nasehat, petunjuk dan konsultasi dalam pelaksanaan kegiatan organisasi pemerintahan.
4. Melaksanakan hal-hal yang berhubungan dengan keuangan dan kepegawaian.
5. Menumbuhkan kesadaran akan perlunya komunikasi dalam manajemen pemerintahan.
6. Memberi informasi secara terbuka dan akurat untuk menghilangkan keraguan terhadap sesuatu hal.
7. Menyampaikan informasi secara jujur, tanpa menambah atau mengurangi hakekat yang sesungguhnya.
8. Berusaha menarik perhatian publi terhadap organisasi maupun terhadap luar.

9. Keberhasilan petugas humas pada suatu instansi dapat terlihat pada kegiatan yang dilakukannya sehubungan dengan fungsi hubungan masyarakat adalah:

- a) Mengamankan kebijakan pemerintah.
- b) Memberikan pelayanan, menyebarkan informasi, misalnya menterjemahkan.
- c) Menerima dan menampung informasi dari masyarakat.
- d) Menjadi jembatan/komunikator aktif dalam rangka komunikasi dua arah.
- e) Ikut menciptakan iklim untuk mengamankan pembangunan.

Peran Humas Pemerintah dalam (RI, 2011) adalah sebagai komunikator yakni membuka akses dan saluran komunikasi dua arah, antara instansi pemerintah dan publiknya, baik secara langsung maupun tidak langsung, melalui sarana kehumasan, berperan sebagai fasilitator, diseminator, katalisator, konselor, dan prescriber. humas memberikan informasi kepada masyarakat berkaitan dengan kebijakan, program dan kegiatan pemerintah seperti termaktub dalam poin a. pasal 3 Permendagri, merupakan ruh dari metode public relations pada level organisasi manapun. Keberadaan PR merupakan komunikator lembaga terhadap masyarakat umum sebagai publiknya. Adapun kebijakan, program dan kegiatan pemerintah merupakan pesan aktivitas PR.

## 2. Dinas Pariwisata

Dinas Pariwisata merupakan unsur pelaksana Pemerintah Daerah di Bidang Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang dipimpin oleh seorang kepala Dinas yang berada di bawah dan

bertanggungjawab kepada Bupati melalui sekretaris Daerah.

#### Jenis Objek Wisata

1)Wisata Budaya Wisata Budaya merupakan perjalanan yang dilakukan oleh wisatawan untuk kunjungan atau peninjauan ke daerah tertentu guna mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan dan adat istiadat rakyat tersebut

2)Wisata Alam Wisata Alam merupakan kunjungan wisatawan ke tempat sehari-hari di mana ia tinggal demi kepentingan beristirahat untuk kesegaran jasmani dan rohani, atau kesuatu tempat yang mengandung mineral yang dapat menyembuhkan, tempat yang mempunyai iklim udara menyehatkan atau tempat-tempat yang menyediakan fasilitasfasilitas kesehatan lainnya.

3)Wisata Makanan Wisata Makanan merupakan wisatawan mengunjungi berbagai macam makanan khas daerah yang merupakan makanan spesifik pada daerah tersebut.

## 2.6 Penelitian Terdahulu

**Tabel 1. Daftar Penelitian Terdahulu**

1.	Nama peneliti:	Yogi Muhamad Yusuf, S.I.Kom, M.Pd
	Judul penelitian:	PERAN FOTOGRAFI SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI VISUAL DALAM BIDANG PR (Studi Deskriptif Peran Fotografi Sebagai Media Komunikasi Visual Bidang Humas FISIP UNPAS (Universitas Pasundan) Bandung)
	Tahun:	2017

	Persamaan:	Memiliki persamaan meneliti peran fotografi sebagai media komunikasi visual
	Perbedaan:	Berbeda pembahasan serta tempat penelitian
	Hasil penelitian:	Humas menggunakan fotografi sebagai publisitas dapat bermanfaat, karena fotografi memvisualkan rekaman gambar ke publik. Agung
2.	Nama peneliti:	Yudha Pramiswara PERAN FOTOGRAFI SEBAGAI KOMUNIKASI VISUAL DALAM PROMOSI WISATA PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DINAS PARIWISATA KABUPATEN BULELENG 2023
	Judul penelitian:	Memiliki persamaan meneliti peran fotografi sebagai media komunikasi visual Berbeda pembahasan serta tempat penelitian Dalam mempublikasikan Objek
	Tahun:	Dalam mempublikasikan Objek
	Persamaan:	Wisata Humas Dinas Pariwisata juga dapat mempromosikan Wisata dengan cara mempublikasikan melalui media sosia salah satunya instagram Achmad sujayandi Mengabadikan estetika; Fotografi dalam promosi pariwisata kolonial di Hindia-Belanda 2018 Sama sama meneliti bagaimana mempublikasikan foto pariwisata ke khalayak ramai atau masyarakat Berbeda pembahasan serta tempat penelitian Membuat wisatawan lokal dan internasional terpukau dengan pariwisata indonesia melalui foto foto yg di publis melalui platform media sosial Tendi Antopani
	Perbedaan:	Wisata Humas Dinas Pariwisata juga dapat mempromosikan Wisata dengan cara mempublikasikan melalui media sosia salah satunya instagram Achmad sujayandi Mengabadikan estetika; Fotografi dalam promosi pariwisata kolonial di Hindia-Belanda 2018 Sama sama meneliti bagaimana mempublikasikan foto pariwisata ke khalayak ramai atau masyarakat Berbeda pembahasan serta tempat penelitian Membuat wisatawan lokal dan internasional terpukau dengan pariwisata indonesia melalui foto foto yg di publis melalui platform media sosial Tendi Antopani
	Hasil penelitian:	2016
3.	Nama peneliti:	Memiliki persamaan meneliti peran fotografi sebagai media komunikasi visual
	Judul penelitian:	Berbeda pembahasan serta tempat penelitian
	Tahun:	Dorongan seseorang untuk menunjukkan eksistensi diri yang tidak terlepas dari berkembangnya teknologi dan informasi saat ini. Sejak ditemukannya teknologi fotografi, aktivitas pariwisata terkait erat dengan dokumentasi sebagai suatu sarana untuk mengenang peristiwa wisata
	Persamaan:	Dorongan seseorang untuk menunjukkan eksistensi diri yang tidak terlepas dari berkembangnya teknologi dan informasi saat ini. Sejak ditemukannya teknologi fotografi, aktivitas pariwisata terkait erat dengan dokumentasi sebagai suatu sarana untuk mengenang peristiwa wisata
	Perbedaan:	sebagai suatu sarana untuk mengenang peristiwa wisata
	Hasil Penelitian:	Dessy Stela Legal Hudhar FOTOGRAFI SEBAGAI ALAT PUBLIKASI PARIWISATA 2018 Memiliki persamaan meneliti peran fotografi sebagai media komunikasi visual
4.	Nama Peneliti :	Memiliki persamaan meneliti peran fotografi sebagai media komunikasi visual
	Judul Penelitian:	Berbeda pembahasan serta tempat penelitian
	Tahun:	Dorongan seseorang untuk menunjukkan eksistensi diri yang tidak terlepas dari berkembangnya teknologi dan informasi saat ini. Sejak ditemukannya teknologi fotografi, aktivitas pariwisata terkait erat dengan dokumentasi sebagai suatu sarana untuk mengenang peristiwa wisata
	Persamaan:	Dorongan seseorang untuk menunjukkan eksistensi diri yang tidak terlepas dari berkembangnya teknologi dan informasi saat ini. Sejak ditemukannya teknologi fotografi, aktivitas pariwisata terkait erat dengan dokumentasi sebagai suatu sarana untuk mengenang peristiwa wisata
	Perbedaan:	sebagai suatu sarana untuk mengenang peristiwa wisata
	Hasil Penelitian:	Dessy Stela Legal Hudhar FOTOGRAFI SEBAGAI ALAT PUBLIKASI PARIWISATA 2018 Memiliki persamaan meneliti peran fotografi sebagai media komunikasi visual
5.	Peneliti:	
	Judul Penelitian:	
	Tahun:	
	Persamaan:	

	Perbedaan:	Berbeda pembahasan
	Hasil Penelitian :	Karya fotografi yang disebar melalui media sosial pergerakannya mirip dengan jurnalisme warga. Sinergi antara fotografi, internet dan pariwisata adalah ketika karya fotografi yang disebar melalui internet dan mulai dikenal selain dapat mengangkat tempat wisata tersebut juga akan membuat fotografi lebih bernilai.
6.	Peneliti:	Dewa purnama yasa
	Judul penelitian	Travel fotografi dalam perkembangan pariwisata bali
	Tahun	2019
	Persamaan	Memiliki persamaan meneliti peran fotografi pariwisata
	Perbedaan	Berbeda pembahasan
	Hasil penelitian	Perkembangan fotografi memberikan banyak pengaruh pada lingkungan sekitarnya, munculnya traveling fotografi dapat memberikan pengaruh besar terhadap perkembangan pariwisata.
7.	Peneliti:	Rati ayu puspita sari
	Judul penelitian	Fotografi sebagai media pariwisata kabupaten klaten
	Tahun	2024
	Persamaan	Memiliki persamaan meneliti peran fotografi
	Perbedaan	sebagai media
	Hasil penelitian	Berbeda pembahasan
	Peneliti:	Menggunakan media fotografi sebagai promosi pariwisata klaten
	Judul penelitian	Teguh Riadfi
8.		Peran komunitas fotografi pekanbaru dalam mempromosikan pariwisata riau
	Tahun	2018
	Persamaan	Memiliki persamaan meneliti peran fotografi sebagai media pariwisata
	Perbedaan	Berbeda pembahasan
	Hasil penelitian	Peran sebagai strategi membagikan foto wisata riau ke khalayak ramai menggunakan media massa atau media sosial sehingga masyarakat luas dapat melihat wisata yg ada di daerah riau.
		Made Ray Darma Yoga, Retno Juwita sari, imade trisna semara
9.	Peneliti:	Peran fotografi dan promosi media sosial instagram terhadap minat berkunjung wisatawan
	Judul penelitian	2023
	Tahun	

	Persamaan	Memiliki persamaan meneliti peran fotografi sebagai media pariwisata
	Perbedaan	Berbeda pembahasan
	Hasil penelitian	Membuat wisatawan lokal dan internasional terpukau dengan pariwisata indonesia melalui foto foto yg di publis melalui instagram.
10.	Peneliti:	Aji susanto, Monika revias purwa kusuma
	Judul penelitian	Pengungkapan estetika fotografi di etra pariwisata destinasi digital
	Tahun	2019
	Persamaan	Memiloiiki persamaan meneliti tentang hubungan fotografer dengan pariwisata
	Perbedaan	Berbeda pembahasan
	Hasil penelitian	Estetika fotografi dari gaya gaya visual yang mengkontruksi estetika,khususnya dalam memviralkan objek wisata di era destinasi digital. Azhari,Bimo
11.	Peneliti:	Peran fotografi dalam meningkatkan citra diridan citra kawasan kali baru cilincing sebgai destinasi wisata jakarta utara melalui media sosial instagram
	Judul penelitian	2019
	Tahun	Memiliki persamaan meneliti tentang peran fotografi pariwisata
	Persamaan	Berbeda pembahasan
	Perbedaan	Meningkatkan citra wisata di kawasan kali cilincing
	Hasil penelitian	melalui media sosial instagram

## 2.7 Kerangka Teori

KajiaTeori Semiotika Roland Barthes dikenal sebagai salah seorang pemikir strukturalis yang mempraktikan model linguistik dan semiologi Saussurean. Ia juga intelektual dan kritikus sastra Prancis yang ternama; eksponen penerapan strukturalisme dan semiotika pada studi sastra (Sobur, 2013:63). Ia berpendapat bahwa bahasa adalah sebuah sistem tanda yang mencerminkan asumsi-asumsi dari suatu masyarakat

tertentu dalam waktu tertentu (Sobur, 2013:63). Barthes secara panjang lebar mengulas apa yang sering disebut sebagai sistem pemaknaan tataran ke-dua, yang dibangun di atas sistem lain yang telah ada sebelumnya. Sistem ke-dua ini oleh Barthes disebut dengan konotatif (Sobur, 2013:69). Akan tetapi, pada saat bersamaan, tanda denotatif adalah juga penanda konotatif. Jadi, dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak sekedar memiliki makna tambahan namun juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya (Sobur, 2013:69). Bagi Barthes sistem itu dicirikan oleh fakta bahwa sistem tersebut memiliki signifikasi atau beberapa signifikasi, tetapi kita bisa mempertanyakan apakah pendapat tersebut tidak membuat kita juga mengurus sistem-sistem yang ada didalamnya perkara yang sudah didefinisikan berbagai kumpulan berisi fakta signifikasi (Hidayat, 2014:31). Barthes menjelaskan dua tingkat dalam pertandaan, yaitu denotasi (denotation) dan konotasi (connotation)

1. Makna Denotasi. Two orders of signification (signifikasi dua tahap atau dua tatanan pertandaan) Barthes berpendapat terdiri dari first order of signification yaitu denotasi dan second order of signification yaitu konotasi, tatanan yang pertama mencakup penanda dan petanda yang berbentuk tanda. Tanda inilah yang disebut dengan denotasi (Hidayat, 2014:30). Biasanya makna denotasi itu bersifat langsung, maksudnya makna khusus yang terdapat dalam sebuah tanda yang bersifat objektif, dikatakan objektif karena makna denotasi itu bersifat umum (Hidayat, 2014:31).

2. Makna Konotasi. Dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak sekedar memiliki makna tambahan namun juga

mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya. Sesungguhnya, inilah sumbangan Barthes yang berarti bagi penyempurnaan semiologi Saussure, makna konotasi bersifat subjektif dalam pengertian bahwa pergeseran nilai makna dari makna umum (denotatif), karena sudah ada penambahan ruda dan nilai (Hidayat, 2014:31). Menurut Barthes prosedur prosedur konotasi tersebut khususnya menyangkut fotografi antara lain meliputi (Hidayat, 2014:31):

- a. Tricks Effects (manipulasi foto), memanipulasi sampai tingkat yang berlebihan untuk menyampaikan maksud komunikator. Manipulasi harus dilakukan dengan jalan mempertimbangkan sistem nilai yang berlaku pada masyarakat yang bersangkutan, sehingga foto tersebut dapat ditukar dengan nilai yang diharapkan.
- b. Pose, sikap atau ekspresi objek yang berdasarkan ketentuan masyarakat dan telah memiliki arti tertentu, seperti ekspresi wajah, bahasa non verbal, dan lain-lain. Dalam perkembangan pemikiran Barthes tentang fotografi, konsep pose menduduki posisi sangat penting.
- c. Objek adalah sesuatu (benda-benda atau objek) yang dikomposisikan dan dikumpulkan sedemikian rupa sehingga menimbulkan kesimpulan atau diasosiasikan dengan maksudmaksud tertentu, misalnya gambar anak biasanya menunjuk pada stock of signs seperti keceriaan, keuletan, kejujuran, dan sebagainya.
- d. Photogenia adalah seni atau teknik memotret sehingga foto yang dihasilkan telah dibantu dengan teknik-

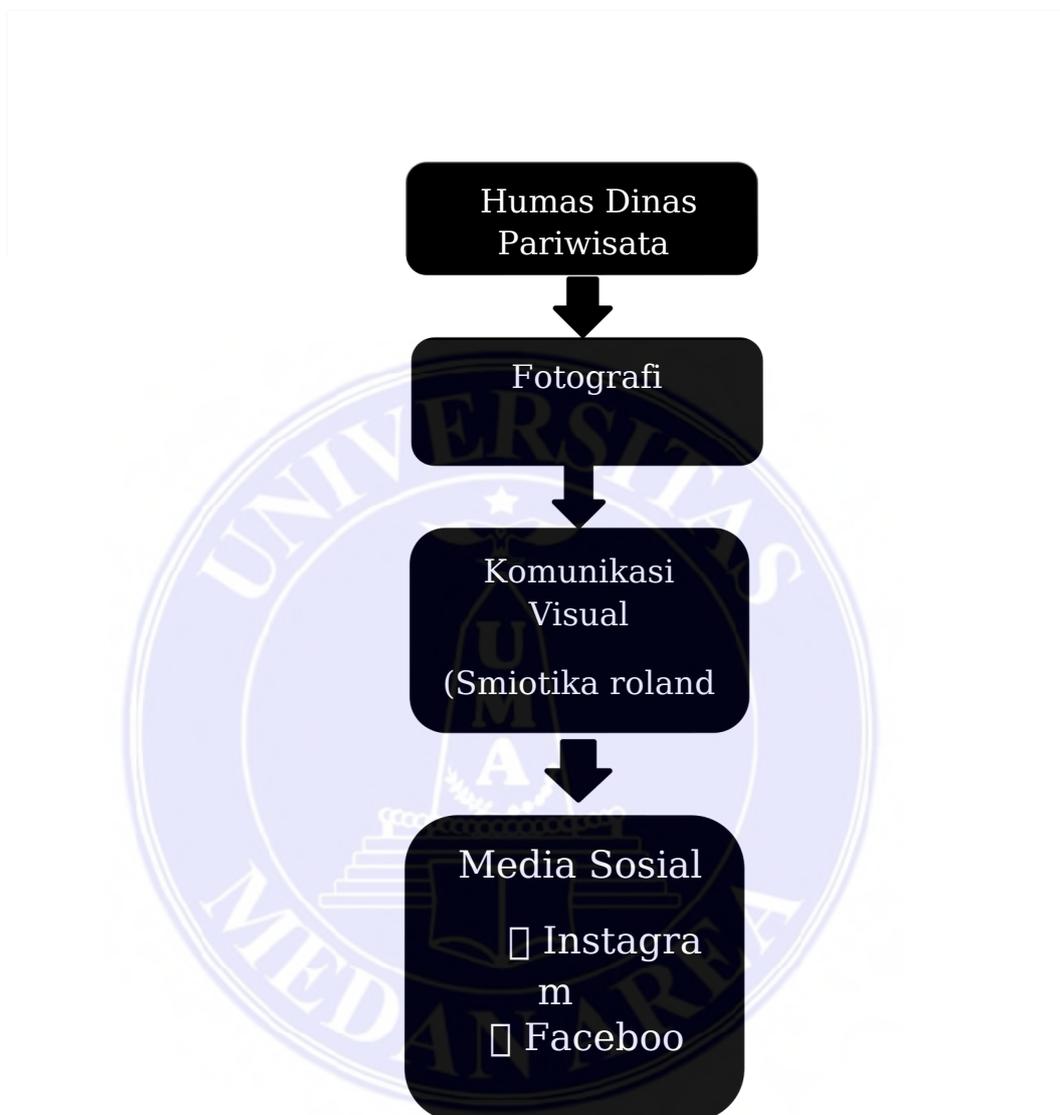
teknik dalam fotografi seperti editing, lighting, eksposur, warna, panning, efek gerak, serta efek pembekuan dalam objek gerak.

e. Aestheticism (estetika), dalam hal ini berkaitan dengan komposisi gambar secara keseluruhan sehingga menimbulkan makna-makna tertentu.

f. Syntax, hadir dalam rangkaian foto yang ditampilkan dalam satu judul, dimana makna tidak muncul dari bagian-bagian yang lepas antara satu dengan yang lain tetapi pada keseluruhan rangkaian foto terutama yang terkait dengan judul.



## 2.8 Kerangka berpikir



## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1 Metode Penelitian**

Metode kualitatif dipilih sebagai metode yang digunakan dalam penelitian ini karena metode kualitatif bisa digunakan untuk menganalisis objek penelitian. Menurut Monique Henink dalam Cosmas, dalam metode kualitatif peneliti dapat mengamati pengalaman secara detail, dengan metode yang spesifik seperti wawancara mendalam, focus group discussion (FGD), observasi (pengamatan), analisis isi, metode virtual, dan sejarah hidup atau biografi (Haryono, 2020). Metode kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptis dan metode observasi. Metode deskriptis isi dan observasi yang dimaksud adalah peneliti melakukan foto yang menjadi objek penelitian melalui segi pengambilan gambar.

Penelitian Deskriptif kualitatif dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran dan keterangan-keterangan secara jelas dan faktual tentang peran fotografi sebagai media komunikasi visual dalam bidang humas Dinas Pariwisata Tapanuli Selatan. Penelitian ini menggunakan 2 informan yaitu :

1. Kepala Bidang Humas Dinas pariwisata Tapanuli Selatan, KABID humas ini akan di wawancarai mengenai perkembangan perkembangan informasi yang disampaikan kepada khalayak ramai melalui media sosial.
2. Fotografer Dokumentasi Humas Dinas Pariwisata Tapanuli Selatan Fotografer ini akan di wawancarai

mengenai seputaran fotografi yg dipublikasikan melalui media sosial khususnya instagram.

### **3.2 Lokasi Penelitian**

Pengambilan penelitian akan dilaksanakan di kantor dinas pariwisata tapanuli selatan yang berada di daerah sipirok kabupaten tapanuli selatan.

### **3.3 Teknik Pengumpulan Data**

Secara umum, pengumpulan data adalah langkah yang strategis dalam penelitian yang disebabkan karena tujuan utama penelitian adalah untuk mendapatkan data untuk memenuhi standar yang sudah ditetapkan dalam menjawab rumusan masalah yang di dalam penelitian

Menurut Djaman Satori dan Aan Komariah (2011: 103) teknik pengumpulan data merupakan prosedur sistematis untuk memperoleh data yang diperlukan. Teknik yang digunakan penulis untuk menyusun bab ini adalah :

#### **1. Wawancara**

Menurut Sugiyono (2016: 194) wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data jika peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, serta apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam.

Moelong (2005: 186) dalam bukunya, Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan tersebut dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan

terwawancara (*interviewer*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut.

## 2. Observasi

Observasi adalah cara pengumpulan data dengan mengamati secara langsung atau tidak langsung di lapangan. Menurut Sugiyono (2018: 229) observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain.

## 3. Dokumentasi.

Menurut Arikunto metode dokumentasi adalah mencari dan mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen, rapat, agenda dan sebagainya. Untuk menghemat dan menghindari hilangnya data yang telah terkumpul, maka perlu dilakukan pencatatan secara lengkap dan secepat mungkin dalam setiap pengumpulan data di lapangan.

### 3.4 Teknik Analisis Data

Penelitian yang akan dilakukan yaitu bersifat kualitatif yaitu menurut Arikunto (2006:46), bahwa penelitian kualitatif adalah data yang dijelaskan dengan kata-kata atau kalimat-kalimat yang dipisahkan menurut kategori untuk memperoleh kesimpulan. Dengan analisis kualitatif ini diharapkan dapat menjawab dan memecahkan masalah dengan melakukan pemahaman dan pendalaman secara menyeluruh dan utuh dari objek yang akan diteliti guna mendapatkan kesimpulan sesuai dengan kondisi.

#### 1.Reduksi Data

Diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, mengabstrakan, dan transpormasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Dimana setelah penulis memperoleh data maka data yang penulis peroleh itu harus lebih dulu dikaji kelayakannya, dengan memilih data mana yang benar-benar dibutuhkan dalam penelitian ini

## 2. Penyajian Data.

Penyajian data dibatasi sebagai kumpulan informasi yang tersusun yang memberikan kemungkinan tidak adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Pada penelitian ini penulis menyajikan data yang dibutuhkan dengan menarik kesimpulan dan tindakan dalam penyajian data mengenai peran fotografi sebagai media komunikasi visual dalam bidang humas dinas pariwisata tapanuli selatan.

## 3. Verifikasi (Menarik Kesimpulan)

Kesimpulan selama penelitian berlangsung makna-makna yang muncul dari data yang diuji kebenarannya, kekokohnya dan kecocokannya yang jelas kebenarannya dan kegunaannya. Setelah seluruh data yang penulis peroleh, penulis harus benar-benar menguji kebenarannya untuk mendapatkan kesimpulan yang jelas dari data-data itu, sehingga diperoleh kesimpulan yang jelas kebenarannya dan kegunaannya.

### 3.5 Teknik Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif pengecekan keabsahan data meliputi uji kredibilitas data, uji transferabilitas, uji dependabilitas, uji konfirmabilitas. Sebagaimana pendapat

Sugiyono bahwa uji keabsahan data dalam penelitian peran fotografi sebagai media komunikasi visual dalam bidang humas dinas pariwisata . Situs Analisis kualitatif meliputi uji, credibility (validitas internal), trans.ferability (validitas eksternal), dependability (reliabilitas), dan confimabiliry (obyektivitas). Uji kredibilitas data atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif dalam penelitian ini menggunakan teknik yang dikembangkan Moleong yaitu:

- a. Ketekunan Pengamatan Ketekunan pengamatan akan dilakukan dengan cara peneliti mengadakan pengamatan secara teliti, rinci dan secara berkesinambungan selama melakukan penelitian di dinas pariwisata tapanuli selatan. Hal ini dapat diikuti dengan pelaksanaan wawancara secara intensif, aktif dalam kegiatan sehingga dapat terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan, misalnya subjek berdusta, menipu atau berpura-pura.
- b. Triangulasi Teknik ini merupakan kegiatan pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Teknik triangulasi lebih mengutamakan efektifitas dan hasil yang diinginkan, oleh karena itu triangulasi dilakukan dengan menguji apakah proses dan hasil yang digunakan sudah berjalan dengan baik.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian, maka peneliti menyimpulkan bahwa fotografi memiliki pengaruh signifikan dalam mendukung strategi humas Dinas Pariwisata Daerah Tapanuli Selatan. Melalui platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan YouTube, fotografi digunakan untuk menampilkan keindahan alam, kekayaan budaya, aktivitas lokal, dan kuliner khas Tapanuli Selatan. Hasil Fotografi ini berperan dalam beberapa aspek yaitu :

1. Meningkatkan Daya Tarik Visual seperti Menampilkan gambar estetis yang mampu menarik perhatian audiens/wisatawan.
2. Fotografi mampu membangkitkan Emosi dimana Foto yang menggambarkan pengalaman unik dapat menciptakan koneksi emosional dengan calon wisatawan.
3. Fotografi memperkuat Citra Positif Fguna mendukung branding visual yang menarik, membangun citra Tapanuli Selatan sebagai destinasi wisata unggulan.
4. Fotografi mampu menyampaikan Narasi Visual karena Foto tidak hanya memperlihatkan objek wisata tetapi juga menceritakan pengalaman dan keunikan daerah Tapanuli Selatan.

Humas Dinas Pariwisata juga melibatkan komunitas fotografi lokal untuk menghasilkan konten berkualitas, mendukung promosi pariwisata yang interaktif, serta menciptakan keterlibatan audiens/wisatawan yang luas.

## 5.2 Saran

Bagi Bidang Humas Dinas Pariwisata Daerah Tapanuli Selatan.

1. Sebaiknya menggunakan analitik media sosial untuk memahami konten yang paling efektif dalam menarik wisatawan, melatih staf untuk meningkatkan keterampilan fotografi dan multimedia serta mengadopsi teknologi baru seperti drone dan pengeditan digital untuk menghasilkan gambar yang lebih menarik.
2. Sebaiknya agar menggandeng lebih banyak fotografer lokal yang profesional dan komunitas lokal untuk menghasilkan konten autentik atau berkolaborasi dengan influencer atau pembuat konten untuk memperluas jangkauan promosi.
3. Melakukan evaluasi dampak dari setiap kampanye fotografi untuk mengidentifikasi kekuatan dan area yang perlu diperbaiki.

Dengan strategi ini, Dinas Pariwisata Tapanuli Selatan dapat terus memaksimalkan peran fotografi sebagai alat komunikasi visual yang efektif untuk menarik wisatawan dan memperkuat posisinya sebagai destinasi wisata unggulan.

## DAFTAR PUSTAKA

Yusuf, Yogi Muhamad, and S. I. Kom. "PERAN FOTOGRAFI SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI VISUAL DI BIDANG HUMAS (Studi Deskriptif Tentang Peran Fotografi Sebagai Media Komunikasi Visual Di Bidang Humas FISIP UNPAS (Universitas pasundan) Bandung)." *Jurnal Retorika* 9 (2017): 147-154.

Nurhadi, Z. F., & Kurniawan, A. W. (2018). *Kajian tentang efektivitas pesan dalam komunikasi. Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian*, 3(1), 90-95.

Andhita, Pundra Rengga, S. Sos, and M. I. Kom. *Komunikasi Visual. Vol. 1. Zahira Media Publisher, 2021.*

Wahyuningsih, S., & Sos, S. (2015). *Komunikasi visual.*

Liantoni, Febri. "Fotografi." (2022).

Setiawan, Rudi, and Mardohar Batu Bornok. "Estetika fotografi." *Research Report-Humanities and Social Science* 1 (2015).

Budiarta, I. Gusti Made. "Kajian Estetika Fotografi Djaja Tjandra Kirana." *Jurnal Pendidikan Seni Rupa Undiksha* 7.1 (2017): 42-54.

Lubis, Evawani Elysa. "Peran humas dalam membentuk citra pemerintah." *Jiana (Jurnal Ilmu Administrasi Negara)* 12.1 (2012).

Gumelar, Agung, and Muhammad Faiz Bolkiah. *FOTOGRAFI LANDSCAPE AERIAL WISATA ALAM JAWA TIMUR MENGGUNAKAN MEDIA DRONE Agung Gumelar: 166020006. Diss. Fotografi dan Film, 2023.*

Nida, Fatma Laili Khoirun. "Persuasi dalam media komunikasi massa." *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam "AT-TABSYIR* 2.2 (2014): 77-95.

Sani, A., Hidayat, M., & Sjafirah, N. A. (2020). Pemahaman petugas kehumasan kementerian dalam negeri tentang peran humas pemerintah. *Profesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 4(2), 215.

Huda, M. M., & Hamim, H. (2018). Analisis Semiotika Fotografi 'Alkisah' Karya Rio Motret (Rio Wibowo). *Surabaya: UNTAG Surabaya.*

Ibrahim, Muhammad Malik, and Maya Purnama Sari. "Peran Semiotik Dalam Cyberculture Fotografi Pada Masyarakat Masa Kini." *Jurnal Dimensi Seni Rupa dan Desain* 19.1 (2022): 1-10.

- Nurmi, N. (2017). Membangun website sistem informasi dinas pariwisata. *Jurnal Edik Informatika Penelitian Bidang Komputer Sains dan Pendidikan Informatika*, 1(2), 1-6.
- Antopani, Tendi. "Fotografi, Pariwisata, dan Media Aktualisasi Diri." *Rekam: Jurnal Fotografi, Televisi, Animasi* 11.1 (2015): 31-40.
- Hudhar, Dessy Stela Legal. "Fotografi sebagai Alat Publikasi Pariwisata." *Prosiding Konferensi Nasional Komunikasi* 2.01 (2018): 669-675.
- Yasa, Dewa Purnama. "Travel fotografi dalam perkembangan pariwisata Bali." *Senada (Seminar Nasional Manajemen, Desain Dan Aplikasi Bisnis Teknologi)*. Vol. 2. 2019.
- Anom, Aji Susanto, and Monica Revias Purwa Kusuma. "Pengungkapan Estetika Fotografi & Instagramable Di Era Pariwisata Destinasi Digital." *Mudra Jurnal Seni Budaya* 34.3 (2019): 319-324.
- RIADI, TEGUH. *PERAN KOMUNITAS FOTOGRAFI PEKANBARU (KFP) DALAM MEMPROMOSIKAN PARIWISATA RIAU*. Diss. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2018.
- Susanto, Mikke, and Irwandi Irwandi. "Sejarah dan Makna Fotografi Karya Pelukis Istana, Dullah." *Rekam: Jurnal Fotografi, Televisi, Animasi* 16.1 (2020): 1-14.
- Romadhoni, Budi Arista. "Meredupnya Media Cetak, Dampak Kemajuan Teknologi Informasi." *An-Nida: Jurnal Komunikasi Islam* 10.1 (2018).
- Nugroho, Yulius Widi. "DISRUPSI MEDIA FOTOGRAFI SEBAGAI GAYA HIDUP." *specta* 7.1 (2023): 75-90.
- Purnomo, Aji Susanto Anom. "Fotografi Di Era Media Sosial: Studi & Toko Memorabilia Karya Agan Harahap." *Jurnal Bahasa Rupa* 1.2 (2018): 81-88.
- Hardiyansah, A. (2023). STRATEGI PENGELOLAAN INSTAGRAM HUMAS PEMERINTAH SEBAGAI MEDIA INFORMASI TENTANG KABUPATEN SUMEDANG (Studi Kasus Pada Akun Instagram @humassumedang). *International Journal of Technology*, 47(1), 100950.
- Hanafi, M. (2016). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Facebook terhadap Motivasi Belajar Mahasiswa FISIP Universitas Riau. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau*, 3(2), 1-12.
- Rizky Mainanda. (2021). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Hotel Di Kota Pekanbaru [Studi Akun Instagram @Mitrashotelkpu]. *Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam*

*Riau, 36, 96.*

Tanjaya, N., & Agustrijanto. (2022). Penggunaan Media Sosial Instagram sebagai Eksistensi Diri Bagi Generasi Z di DKI Jakarta.

*KALBISIANA Jurnal Sains, Bisnis Dan Teknologi, 8(3), 2917-2924.*

<http://ojs.kalbis.ac.id/index.php/kalbisiana/article/download/1497/455>

## Internet

<https://kelasfotografi.wordpress.com/2013/08/25/pengertian-dan-sejarah-singkat-fotografi/>

<https://repository.unair.ac.id/99921/4/4.%20BAB%20I%20PENDAHULUAN.pdf>

<https://journal.binus.ac.id/index.php/BECOSS/article/view/7411>

<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/2092/1657>

[https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=pengerti+humas+pemerintah&oq=pengertian+humas+#d=s\\_qabs&t=1708435077692&u=%23p%3D2lQnSAB5ljsJ](https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=pengerti+humas+pemerintah&oq=pengertian+humas+#d=s_qabs&t=1708435077692&u=%23p%3D2lQnSAB5ljsJ)

[https://books.google.co.id/books?id=pKeqDgAAQBAJ&pg=PA18&dq=jenis+jenis+fotografi&hl=id&newbks=1&newbks\\_redir=1&sa=X&ved=2](https://books.google.co.id/books?id=pKeqDgAAQBAJ&pg=PA18&dq=jenis+jenis+fotografi&hl=id&newbks=1&newbks_redir=1&sa=X&ved=2)

*ahUKEwigk6i9t5SEAxUFUGwGHf26AysQ6AF6BAgBE  
AI*

*<https://journal.binus.ac.id/index.php/BECOSS/article/view/7411>*

*<https://www.google.com/books?>*

*hl=id&lr=&id=ico5EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA2&dq=  
media+komunikasi+visual&ots=325lC5NjIG&sig=MG  
Wn7y3OMwX9fmvPaSYzpE-VPSA*

*<https://tapselkab.go.id/page/sejarah-kab-tapanuli-selatan>*

*<https://www.detik.com/sumut/wisata/d-6950543/4-objek-wisata-keren-di-tapsel-yang-wajib-dikunjungi>*





## Lampiran **Dokumentasi** **Dinas Pariwisata Tapanuli Selatan**



*Gambar : event dispar tapsel  
Sumber:dispardatapsel*



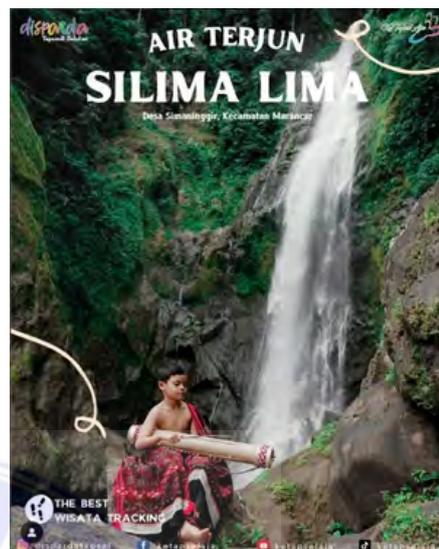
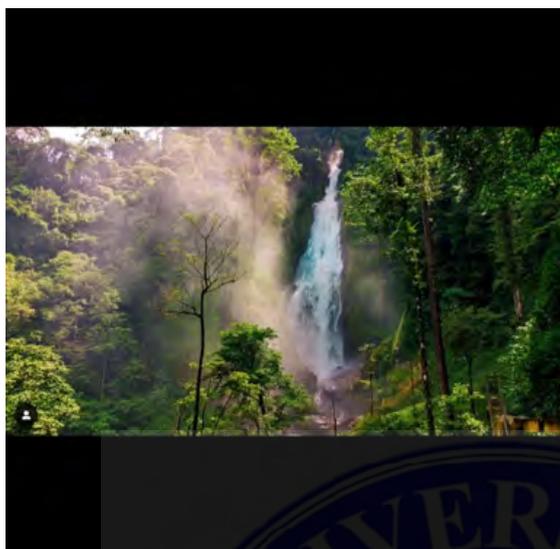
*Gambar : olahraga pagi di komplek kantor bupati tapsel  
Sumber : dispardatapsel*



Gambar:pawai defile hut RI ke 79,sipirok  
Sumber :dispardatapsel



Gambar : event lomba foto & video pariwisata tapanuli selatan  
Sumber : dispardatapsel

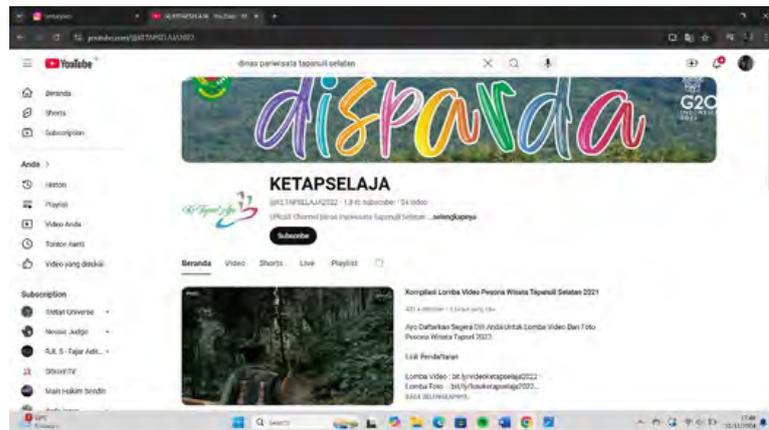


*Gambar: air terjun si lima-lima dan aek sijorni*

*Sumber : dispardatapsel*



*Gambar : masjid agung syahrudin nur,danau siais,persawahan desa huta  
padang arse  
Sumber:dispardatapsel*



Gambar :publikasi media sosial dispardatapsel  
Sumber :arsip pribadi

## LAMPIRAN SURAT

### Surat Izin Melakukan Riset

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 📠 (061) 7368012 Medan 20223  
Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 📠 (061) 8226331 Medan 20122  
Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ\_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 3568 /FIS.3/01.10/X/2024 Medan, 26 Oktober 2024  
Lampiran : -  
Hal : Permohonan Izin Pengambilan Data/Riset

Kepada Yth.  
**Kabid Humas Dinas Pariwisata Tapanuli Selatan**  
Jln. Prof Lafran Pane, Sipirok

Dengan hormat,  
Kami dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area, dengan ini mengajukan permohonan kepada Bapak/Ibu untuk dapat kiranya menerima mahasiswa kami berikut ini :

Nama : Didi Stiawan  
NIM : 208530125  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Saat ini sedang membutuhkan beberapa data pada Dinas Pariwisata Tapanuli Selatan untuk menyelesaikan penelitian/riset yang berjudul :

**"Peran fotografi sebagai media komunikasi visual dalam bidang humas dinas pariwisata Tapanuli Selatan"**

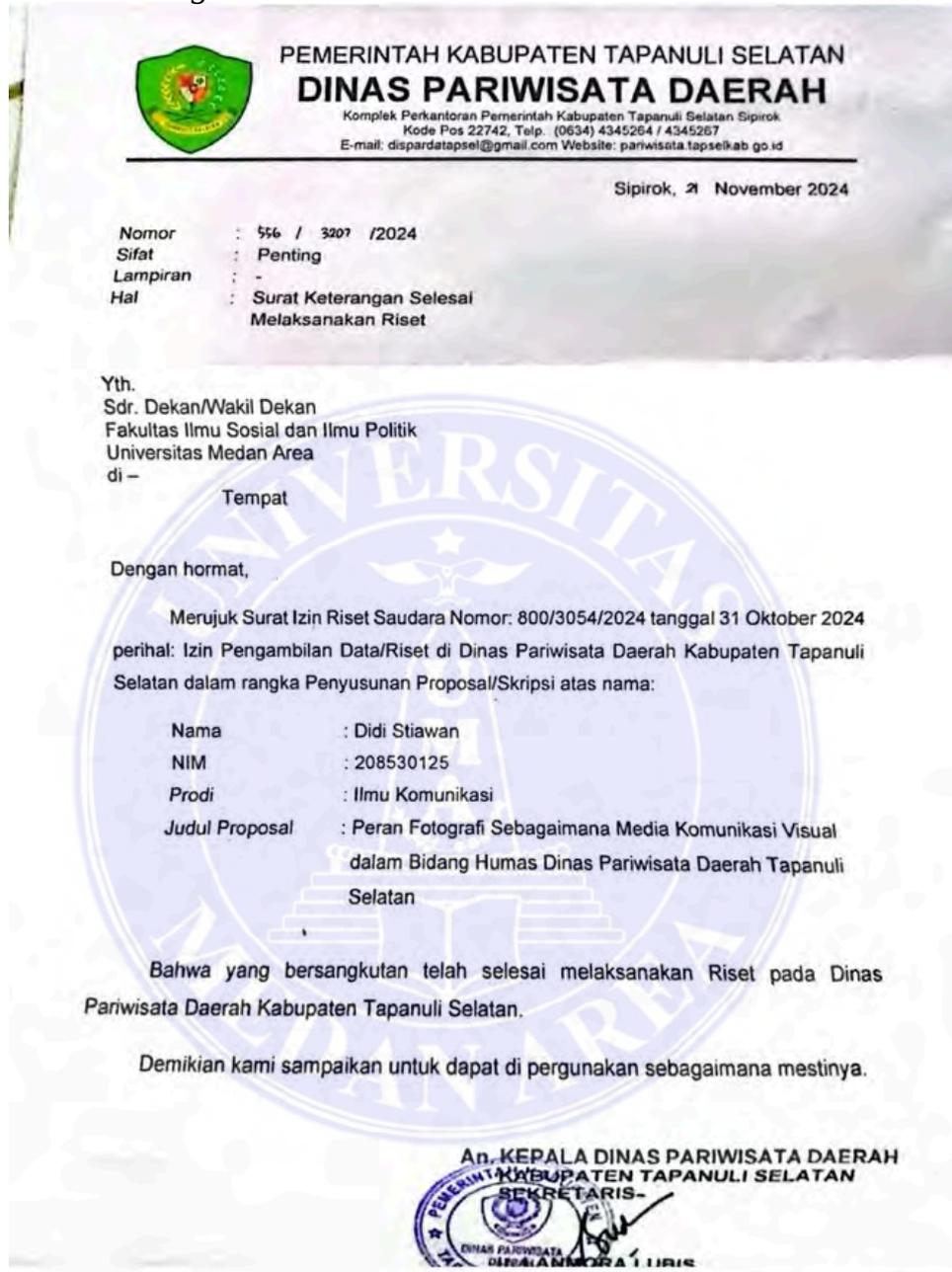
Perlu kami jelaskan bahwa penelitian dan pengambilan data yang diperlukan ini semata-mata hanya untuk kepentingan penelitian dalam penyusunan skripsi. Sehubungan dengan ini, kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan data yang diminta pada bidang yang bersangkutan.

Demikian surat ini kami ajukan. Atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

a.n Dekan  
Wakil Bidang Penjaminan Mutu Akademik  
  
**Dr. Selamat Riadi, S.E., M.I.Kom.**

Tembusan:  
1. Ka. Prodi Ilmu Komunikasi  
2. Mahasiswa ybs  
3. Arsip

## Surat Keterangan Selesai Riset



 **PEMERINTAH KABUPATEN TAPANULI SELATAN**  
**DINAS PARIWISATA DAERAH**  
Komplek Perkantoran Pemerintah Kabupaten Tapanuli Selatan Sipirok  
Kode Pos 22742, Telp. (0634) 4345264 / 4345267  
E-mail: dispardatapset@gmail.com Website: pariwisata.tapselkab.go.id

Sipirok, 21 November 2024

Nomor : 556 / 3207 / 2024  
Sifat : Penting  
Lampiran : -  
Hal : Surat Keterangan Selesai  
Melaksanakan Riset

Yth.  
Sdr. Dekan/Wakil Dekan  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Medan Area  
di –  
Tempat

Dengan hormat,

Merujuk Surat Izin Riset Saudara Nomor: 800/3054/2024 tanggal 31 Oktober 2024 perihal: Izin Pengambilan Data/Riset di Dinas Pariwisata Daerah Kabupaten Tapanuli Selatan dalam rangka Penyusunan Proposal/Skripsi atas nama:

Nama : Didi Stiawan  
NIM : 208530125  
Prodi : Ilmu Komunikasi  
Judul Proposal : Peran Fotografi Sebagaimana Media Komunikasi Visual dalam Bidang Humas Dinas Pariwisata Daerah Tapanuli Selatan

Bahwa yang bersangkutan telah selesai melaksanakan Riset pada Dinas Pariwisata Daerah Kabupaten Tapanuli Selatan.

Demikian kami sampaikan untuk dapat di pergunakan sebagaimana mestinya.

An. KEPALA DINAS PARIWISATA DAERAH  
KABUPATEN TAPANULI SELATAN  
SEKRETARIS-



## LAMPIRAN PEDOMAN WAWANCARA

Judul Penelitian : Peran fotografi sebagai media komunikasi visual dalam bidang humas dinas pariwisata tapanuli selatan

Nama Peneliti : Didi Stiawan

Prodi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Medan Area Sumatera Utara.

### Daftar Pertanyaan :

- Bagaimana strategi dinas pariwisata untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke daerah ini ?
- Bagaimana dinas pariwisata mempublikasikan destinasi wisata di daerah ini?
- Apakah ada strategi figital, seperti media sosial atau website yang di gunakan untuk menarik wisatawan ?
- Bagaimana peran pemerintah pusat atau daerah dalam mendukung pariwisata di sini?
- Apakah dinas pariwisata memiliki tim khusus atau fotografer yg bertugas untuk mendokumentasikan destinasi wisata?
- Bagaimana peran fotografi membantu dlam menyampaikan pesan dan keindahan destinasi wisata tertentu?
- Apakah dinas pariwisata memiliki strategi khisis dalam memilih gaya fotografi atau tema fotografi untuk di publikasikan?

- Bagaimana dinas pariwisata memanfaatkan fotohraf di media sosial untuk menarik minat wisatawan?
- Bagaimana dinas pariewisata memastikan fotografi dapat menyampaikan daya tarik utama destinasi secara efektif?
- Apa peran utama fotografi dalam aktivitas humas dinas pariwisata tapanuli selatan?
- Bagaimana peran fotografi dalam mendokumentasikan kegiatan atau event yang di selenggarakan oleh dinas pariwisata?
- Bagaimana peran fotografi membantu membangun citra positif daerah sebagai destinasi wisata.?
- Bagaimana peran fotografi dalam pelestarian alam dan lingkungan?
- Apa peran fotografi dalam pemasaran dan branding
- Bagaimana peran fotografi dalam merekam sejarah dan budaya?

