

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Perkembangan zaman dan teknologi, khususnya fotografi telah menyebar ke segala penjuru dunia dan telah merambah ke beragam bidang kehidupan. Kini, hampir dapat dipastikan berbagai sisi kehidupan manusia menjadikan fotografi sebagai alat dan sarana untuk memenuhi kebutuhannya.

Fotografi (*Photography*) berasal dari bahasa Latin, yakni "*photos*" dan "*graphos*". *Photos* artinya cahaya atau sinar, sedangkan *graphos* artinya menulis atau melukis. Jadi, arti sebenarnya dari fotografi adalah proses dan seni pembuatan gambar (melukis dengan sinar atau cahaya) pada sebuah bidang film atau permukaan yang dipekokkan. Gambar yang dihasilkan diharapkan sama persis dengan aslinya, hanya dalam ukuran yang jauh lebih kecil. (Nugroho, 2006 :250)

Sebuah foto selalu menarik untuk dilihat atau diamati. Selain lebih mudah diingat dibandingkan tulisan, sebuah foto mempunyai nilai dokumentasi yang tinggi karena mampu merekam sesuatu yang tidak mungkin terulang kembali. Oleh karena itu lahirlah ungkapan foto mampu berbicara lebih dari seribu kata, dengan kata lain setiap orang memiliki pemahaman tersendiri pada sebuah foto.

Menikmati hasil foto yang baik (menarik) memang mengasyikan, akan tetapi untuk menghasilkannya memerlukan perencanaan dan konsep yang baik. Setiap orang dapat menjepretkan kamera dan merekam objek untuk difoto, tetapi tidak jarang foto yang dihasilkan tidak sesuai dengan yang diharapkan. Terlebih

ketika moment tersebut jarang terjadi dan hanya difoto dengan seadanya tanpa memperhitungkan segi teknis dan nilai artistik. Memang tidak dapat disangkal bahwa seiring perkembangan zaman peralatan-peralatan dengan presisi dan kualitas yang baik sangat dibutuhkan, tetapi kreativitas hasil latihan dan pengembangan diri pribadi merupakan salah satu kunci keberhasilan untuk menghasilkan karya-karya foto yang bernilai.

Seiring dengan perjalanan dan perkembangan teknologi fotografi, karya fotografi lebih luas lagi ke arah karya seni. Sehingga kemudian, banyak para pekerja fotografi yang menjadikan fotografi sebagai media eksperimen seni. Di mana sebuah foto dihasilkan untuk menampilkan sebuah keindahan yang didukung nilai-nilai estetik dan artistik di dalamnya. Akan tetapi, fotografi dapat juga dijadikan sebagai media untuk mengabadikan segala sesuatu yang terdapat di alam, karena alam sebenarnya sudah menyediakan berbagai macam kekayaan yang sangat menarik untuk dieksplorasi secara fotografis. Selain itu fotografi juga merupakan sarana untuk media promosi visual misalnya media promosi tempat wisata yang ada di Kabupaten Pacitan.

Kabupaten Pacitan terletak di ujung barat daya Provinsi Jawa Timur. Wilayahnya berbatasan dengan Kabupaten Ponorogo di utara, Kabupaten Trenggalek di timur serta Kabupaten Wonogiri di barat. Sebagian besar wilayahnya berupa pegunungan kapur, yakni bagian dari rangkaian Pegunungan Kidul. Tanah yang kurang cocok untuk pertanian. (wikipedia, kabupaten pacitan)

Pacitan dikenal dengan nama Kota Pariwisata atau Kota Seribu Goa. Hal ini dikarenakan kekayaan alam dan estetika Pacitan yang sungguh luar biasa dan

sangat memikat para pengunjung. Pariwisata di Pacitan terdiri dari Wisata Goa, Wisata Pantai, Wisata Pegunungan (Hikking), Wisata Sejarah, Wisata Pemandian Alam dan saat ini sedang dibangun wisata kawasan olahraga.

Keberagaman objek wisata yang ada di Kabupaten Pacitan khususnya objek wisata pantai yang ada di Kota Pacitan antara lain Pantai Srau, Pantai Soge, Pantai Buyutan dan Pantai Watu Bele yang menjadi fokus utama dalam media promosi. Oleh dinas pariwisata Kabupaten Pacitan dimanfaatkan sebagai upaya untuk mensejahterakan masyarakat dan menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar. Sehingga mampu menaikkan pendapatan daerah dalam sektor ekonomi pariwisata.

Selain pada sektor ekonomi yang akan meningkat dengan adanya media promosi objek wisata di Kabupaten Pacitan, tentu saja akan membuat Kabupaten Pacitan menjadi kota yang sibuk. Banyak wisatawan atau bahkan turis yang datang untuk ke Kota Pacitan, sekedar untuk singgah, mendatangi objek wisata atau mengenal kuliner khas yang ada. Tidak banyak dari wisatawan yang datang dan mengabadikan moment dengan berfoto kemudian diunggah ke akun sosial media mereka ketika berkunjung ke objek wisata, secara tidak langsung wisatawan sudah melakukan media promosi.

Namun dari pihak Kabupaten Pacitan sendiri harus memiliki upaya untuk melakukan media promosi yang lebih giat lagi. Untuk meningkatkan jumlah wisatawan lokal maupun interlokal, kelemahan dari media promosi sebelumnya yaitu hasil fotografi kurang dramatik dan ekspresi alam belum didapat. Dari media promosi yang sudah ada bentuk foto didalamnya hanya sebatas pemandangan

yang hanya menampilkan *midleground* dan *background* dengan begitu foto tersebut datar atau tidak memiliki dimensi yang bagus dan tidak mencari sudut pandang yang berbeda dari foto-foto sebelumnya, selain itu penentuan waktu pengambilan gambar pada jam yang tidak menghasilkan foto yang dramatik. Maka dari itu perlu memikirkan konsep media promosi apa yang dipilih dan bisa menonjolkan objek wisata yang sebagian besar adalah keindahan alam yang berbeda dari media promosi yang sebelumnya. Dalam konsep desain komunikasi visual ada istilah *landscape* fotografi dimana konsep ini yang menjelaskan mampu fotografi *landscape* berpendapat bahwa mengabadikan potret alam semesta adalah hal paling menyenangkan dan menarik untuk ditekuni, karena menampilkan objek alam semesta yang menakjubkan dari berbagai tempat dan pada kurun waktu tertentu di berbagai belahan dunia. Fotografi *landscape* tidak hanya sekedar menampilkan keindahan alam semesta, tetapi juga harus merekam suasana emosional yang dipancarkan alam semesta.

Pemilihan *landscape* fotografi sebagai media promosi pantai Pacitan karena *landscape* fotografi merupakan cabang fotografi yang mengkhususkan pada alam. Awalnya adalah salah satu jenis fotografi yang memotret alam tanpa mementingkan unsur manusia. Pada perkembangan lebih lanjut, ada jenis fotografi itu yang tetap mengarah ke *landscape* tentang alam, berupa pantai, pegunungan, maupun alam liar (Abdi, 2012: 19)

Menciptakan karya fotografi yang didalamnya menceritakan keindahan Pantai Pacitan kepada wisatawan dengan menggunakan *medium* foto, *essay* sebagai pelengkap untuk menceritakan apa yang tidak ada didalam foto.

Keindahan yang ingin ditampilkan ialah tentang Foto *landscape* merupakan foto-foto mengenai bentangan alam yang terdiri dari unsur langit, daratan dan air, sedangkan manusia, hewan dan tumbuhan hanya menjadi unsur pendukung dalam foto ini.

Untuk menampilkan sisi artistik Pantai di Kabupaten Pacitan, media sosial dipilih sebagai media promosinya. Media sosial merupakan bagian dari internet yang memiliki fungsi salah satunya sebagai media yang digunakan untuk mempromosikan produk atau jasa yang dimiliki oleh pelaku usaha. Media sosial digunakan sebagai alat promosi karena memiliki respon secara langsung dengan penggunaannya. Maka dari itu, penulis ingin mengambil tema tentang *landscape* fotografi Pantai Pacitan untuk memperkenalkan Kabupaten Pacitan tentang keindahan alamnya, baik bagi wisatawan lokal maupun wisatawan asing.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, maka rumusan masalah ini antara lain:

1. Bagaimana konsep rancangan fotografi sebagai media promosi Pantai di Kabupaten Pacitan?
2. Bagaimana menciptakan karya fotografi dengan objek wisata Kabupaten Pacitan agar mampu menampilkan keindahan alamnya?

C. TUJUAN PERANCANGAN

1. Merancang konsep *landscape* fotografi sebagai media promosi Pantai di Kabupaten Pacitan.
2. Menciptakan karya *landscape* fotografi sebagai media promosi dengan objek wisata pantai Kabupaten Pacitan.

D. MANFAAT PERANCANGAN

Manfaat dari penyusunan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan referensi bagi penelitian di bidang Desain Komunikasi Visual khususnya fotografi dan dapat menambah wawasan apresiasi seni atau pengetahuan sebagai motivasi aktifitas penelitian serupa.

2. Manfaat Praktis

- a. Untuk memahami konsep dan elemen komposisi visual dalam sebuah karya *landscape* fotografi dan wahana ekspresi sebuah karya seni khususnya *landscape* fotografi.
- b. Memberikan rangsangan positif terhadap kalangan intelektual muda dan memberikan ide baru dan inspirasi pada seni fotografi sehingga mampu memunculkan ide-ide kreatif, baik melalui segi konsep, teknik, komposisi dan lain-lain.
- c. untuk memperkenalkan dan meningkatkan apresiasi tentang karya *landscape* fotografi secara lebih mendalam, sehingga diharapkan dapat berperan dalam berkembangnya seni fotografi.

E. TINJAUAN PUSTAKA

Erik Prasetya dan Prof. DR. Parvati Nair, dua tokoh yang pernah mengkaji beberapa karya foto Salgado. Erik Prasetya adalah salah satu fotografer dan juga penulis berkebangsaan Indonesia yang berdomisili di Jakarta. Dia pernah membahas sedikit tentang Sebastiao Salgado dan karyanya. Buku yang dibuat bersama Ayu Utami (salah satu Penulis Indonesia) ini, berjudul *Estetika Banal dan Spritualisme Kritis*.

Dalam buku ini Erik mengungkapkan kecenderungan Salgado dalam menggunakan kerangka kisah-kisah Alkitab dalam perwujudan ide penciptaan karya fotonya. Namun, apa yang dibahas oleh erik lebih pada hubungan sintagmatik pada karya foto Salgado. Menurut Erik dalam diskusi “Through the Horizon of Seeing” tanggal 23 Desember 2010 di GaleriNasional, Jakarta, hubungan sintagmatik adalah hubungan antara elemen-elemen didalam foto dengan image-image lainnya.

Wimbo Agung Setyawan, tahun 2015. Penelitian yang berjudul “Media Fotografi Sebagai Sarana Promosi Busana Jepang Kimono Di Studio Mammoth Photography”. Tujuan dari tugas akhir ini sebagai media promosi untuk memperkenalkan karya fotografi dengan teknik yang tepat supaya memunculkan karakter dari busana Jepang Kimoni sehingga mampu menarik minat masyarakat tentang busana jepang kimono. Selain busana jepang Kimono yang di promosikan, studio foto juga ikut di promosikan secara tidak langsung. Dimana Studio Mammoth Photography menjadi studio foto yang ikut andil dan bahkan setiap branding disertai dengan logo perusahaan dari Mammoth Photography.

Selain hasil karya fotografi yang dihasilkan, pada penelitian ini penulis juga menyajikan hasil rekomendasi karya yang menjadi sarana promosi lainnya antara lain kalender, stand *banner*, *booklet*, cover jam, pin, mug, gantungan kunci dan poster.

Adanya penelitian landscape fotografi terdahulu dengan tema serupa, menjadi referensi dan gambaran mengenai karya fotografi yang mampu menjadi media promosi sekaligus menjadi tolak ukur supaya mampu membuat karya serupa dengan lebih baik dari penelitian sebelumnya.

Dian Yanitra Karunia Devi, I Negrat Sudika Negara dan Aristarchus Pranayama, tahun 2016. Melalui jurnal penelitian yang berjudul “Perancangan Fotografi *Fashion* sebagai Media Promosi Batik Jawa Hokokai”. Pada penelitian yang dilakukan bertujuan untuk memperkenalkan Batik Jawa Hokokai yang sudah ada sejak masa pendudukan Jepang di Indonesia. Tujuan dari penelitian ini yaitu menciptakan karya yang mampu meningkatkan pengetahuan sekaligus mengenalkan batik Jawa Hokokai serta melestarikan warisan budaya Indonesia melalui media fotografi *fashion*. Hasil dari karya fotografi dibuat *booklet* atau katalog yang berisi hasil karya.

Dengan adanya penelitian serupa, penulis dapat menjadi sebagai referensi dalam penulisan laporan serta karya fotografi yang dihasilkan. Selain itu penulis juga bisa belajar bagaimana memanfaatkan celah karya fotografi sebagai media promosi yang dikombinasikan dengan desain komunikasi visual.

Anin Astiti Jurusan Desain Interior Fakultas Seni Rupa dan Desain ISI Surakarta tahun 2008. Abstrak Lansekap adalah istilah yang mengacu pada sesuatu yang berkaitan dengan perkotaan. Perkotaan itu sendiri adalah kawasan yang memiliki fungsi sebagai tempat tinggal, pusat distribusi yang memiliki pemerintahan sendiri, dan kegiatan ekonomi yang tidak hanya bertumpu pada pertanian. Dapat dikatakan bahwa fotografi, kota menunjukkan gambaran dari daerah itu dengan keadaan di daerah perkotaan atau pinggiran kota. Dengan melihat fotografi, kota kita dapat melihat rekaman kejadian dan suasana di kawasan yang terdiri dari jalan raya, gedung, taman, dan infrastruktur yang mendukung masyarakat di dalamnya.

F. LANDASAN TEORI

1. Fotografi

Fotografi berasal dari kata photo dan grafi. Fotografi merupakan gabungan dari ilmu, teknologi, dan seni (Santoso, 2010: 3). Dari istilah fotografi, foto dapat diartikan cahaya, sinar, atau lebih luas lagi bisa diartikan penyinaran, grafi yang memiliki arti melukis atau menulis. Foto juga mempunyai arti hasil proses fotografi, sedangkan arti luas foto adalah gambar mati yang terbentuk dari penyinaran dengan alat kamera mendistribusikan cahaya kesuatu bahan yang sensitif (peka) terhadap cahaya (Yanto, 1997: 8). Sedangkan fotografi dalam dunia seni menurut Deniek G. Sukarya (2009: 11) adalah mengajarkan pada kita cara yang unik dalam melihat dunia dan sekaligus memberikan penyadaran baru akan segala ada di sekitar kita.

Fotografi tidak bisa didasarkan pada berbagai teori tentang bagaimana memotret saja karena akan menghasilkan gambar yang sangat kaku, membosankan dan tidak memiliki rasa.

Fotografi harus disertai dengan seni. Pada penelitian ini, subjek menggunakan fotografi sebagai media untuk merekam/mendokumentasikan ekspresi alam, yaitu berupa peristiwa-peristiwa yang terjadi selama cuaca yang bersahabat.

2. *Landscape* Fotografi

Kata '*landscape*' berasal dari bahasa Inggris dan merupakan alih bahasa dari kata 'pemandangan' (Indonesia). *Landscape* fotografi merupakan cabang fotografi yang mengkhususkan pada alam. Awalnya adalah salah satu jenis fotografi yang memotret alam tanpa mementingkan unsur manusia. Pada perkembangan lebih lanjut, ada jenis fotografi itu yang tetap mengarah ke *landscape* tentang alam, berupa pantai, pegunungan, maupun alam liar (Abdi, 2012: 19).

Landscape fotografi akan menarik jika mampu menangkap objek atau gambar dengan sudut pandang yang berbeda dari yang sering dilihat oleh kebanyakan orang. Karena, hal ini akan menghasilkan susunan dan proporsi objek *landscape* yang membuat pengamat foto merasa belum pernah mendatangi tempat tersebut. Selain itu, perubahan alam merupakan salah satu penentu ekspresi pada foto *landscape*. Matahari terbit, matahari terbenam, panas terik, mendung, hujan, atau cahaya bulan juga akan memberikan ekspresi yang berbeda-beda bagi sebuah objek pemandangan panorama alam.

Abdi (2012: 11) dijelaskan bahwa fotografi landscape dibagi menjadi beberapa kategori pembagian tersebut sebagai berikut:

a. Foto pemandangan daratan atau foto *landscape*

Dalam foto ini objek utamanya adalah daratan, gunung, persawahan, dan sebagainya. Sehingga jika ada objek langit perbandingannya lebih besar pada bagian daratannya. Selain itu foto yang diambil dari ketinggian bisa dikategorikan sebagai foto pemandangan daratan jika objeknya itu adalah daratan. Dan kebanyakan foto pemandangan yang diambil dari udara atau ketinggian objeknya adalah daratan, dimana pembuat foto berusaha menunjukkan keindahan lingkungan dari sisi lain yaitu dari atas.

b. Foto pemandangan lautan atau foto *seascape*

Dalam foto ini objek utamanya adalah laut dan perairan lainnya. Keberadaan air ditekankan dalam foto *landscape* jenis ini. Foto bawah air bisa dimasukkan dalam kategori foto *landscape* jenis ini, sebab foto bawah air juga menampilkan keindahan dari lingkungan bawah air.

c. Foto pemandangan langit atau foto *skyscape*

Dalam foto ini objek utamanya adalah langit, awan, dan sebagainya. Dalam foto ini ditekankan pada keberadaan langitnya. Sehingga jika ada daratan ada hal lainnya proporsinya lebih sedikit. Foto matahari terbit, matahari terbenam, pelangi, serta mendung dan petir termasuk foto landscape jenis ini.

d. Foto pemandangan perkotaan atau foto *Cityscape*

Dalam foto ini objek utamanya adalah kota atau desa. Memperlihatkan keindahan dan keunikan dari perkotaan atau pedesaan yang merupakan ciri khas dari lingkungan tersebut.

Fotografi harus disertai dengan seni. Pada penelitian ini, subjek menggunakan fotografi sebagai media untuk merekam/mendokumentasikan ekspresi alam, yaitu berupa peristiwa-peristiwa yang terjadi selama cuaca yang bersahabat. Dan mahasiswa mampu menambah wawasan pengetahuan serta sebuah portofolio dan pengalaman dalam pembuatan sebuah *Landscape* fotografi.

3. Media Promosi

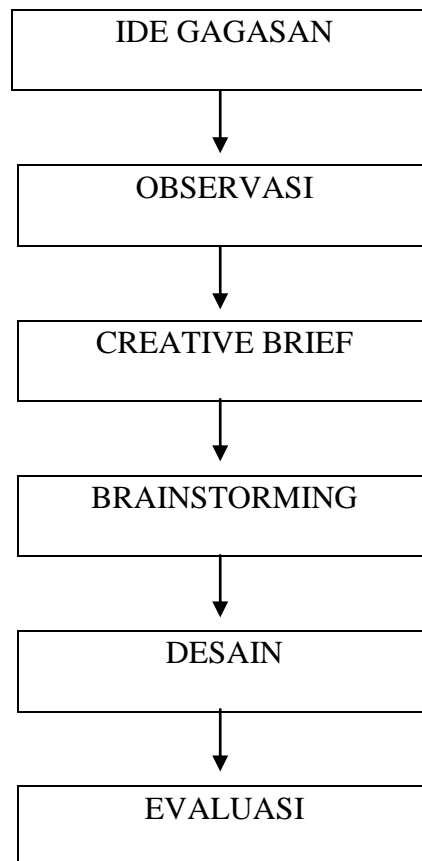
- a. Media promosi adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. (Cangara, 2006). Promo atau Promosi berasal dari Bahasa Inggris "*promote*" yang berarti meningkatkan atau mengembangkan. Pengertian tersebut digunakan dalam bidang penjualan untuk meningkatkan omzet pendapatan. Pengertian promosi dapat dipandang berbeda dalam hal produsen dan konsumen. Bagi produsen, promosi adalah kegiatan untuk menginformasikan produk atau jasa, membujuk konsumen serta mengingatkan para konsumen untuk tidak melupakan produk, sementara pengertian promosi menurut konsumen adalah salah satu cara perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan produknya. (Freddy, 2009)

Maka media promosi adalah alat atau sara yang digunakan untuk menginformasikann produk atau jasa, membujuk konsumen serta

mengingatnkan konsumen sebagai salah satu cara untuk meningkatkan pendapatan.

- b. Media sosial merupakan perkembangan mutakhir dari teknologi-teknologi perkembangan web baru berbasis internet, yang memudahkan semua orang untuk dapat berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagi dan membentuk sebuah jaringan secara *online*, sehingga dapat menyebar luaskan konten mereka sendiri. Media sosial adalah situs yang menjadi tempat orang-orang berkomunikasi dengan teman-teman mereka, yang mereka kenal di dunia nyata dan dunia maya (Aditya, 2015 :51). Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa media sosial merupakan salah satu bentuk perkembangan dari adanya internet. Melalui media sosial, seseorang dapat saling terhubung dengan setiap orang yang tergabung dalam media sosial yang sama untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Media sosial memilii sifat yang lebih interaktif apabila dibandingkan dengan bentuk media tradisional speerti radio maupun televisi. Melalui media sosial, kita dapat secara langsung berinteraksi dengan orang lain, baik melalui komentar dalam media sosial maupun dengan sekedar memberikan *like* pada setiap *postingan* seseorang.

G. METODE PERANCANGAN



Bagan 1. Sistematika Perancangan (Hero Nugraha Saputra : 2020)

1. Ide/gagasan

Ide adalah gagasan ataupun rancangan yang masih dalam pemikiran (*kamus besar bahasa Indonesia edisi kedua 1994*). Konsep awal dari perancangan karya ini adalah membuat *landscape photography* di Kabupaten Pacitan dan juga media promosi yang sesuai untuk itu.

2. Observasi

Observasi dapat diartikan sebagai penelitian dan pengamatan (*kamus besar Indonesia edisi kedua 1994*). Dalam pembuatan karya tugas akhir ini tahap observasi, yaitu melihat *landscape photography* dan media promosi yang sudah ada dan dijadikan referensi tambahan dalam pembuatan tugas akhir ini, agar penulis lebih banyak memiliki ide untuk pembentukan karya dan media promosi.

3. Creative brief

Creative brief dibuat atau diciptakan dengan tujuan memperkenalkan, membedakan atau memosisikan produk dalam benak konsumen untuk menghadapi persaingan. Untuk menunjang tahap ini dalam tugas akhir yang penulis buat adalah dengan menonjolkan foto pemandangan yang dramatic tentunya dalam karya dan media promosi.

4. Brainstorming

Berdasarkan *creative brief*, dilakukan pengembangan ide lewat visual berupa sketsa pensil yang dilakukan secara manual, untuk menunjang pembuatan karya.

5. Desain

Perancangan karya berdasarkan konsep yang dihasilkan tahap demi tahap yang dilakukan sebelumnya. Dalam proses ini, karya yang dihasilkan kemudian diaplikasikan kedalam berbagai media promosi.

6. Evaluasi

Evaluasi berarti penilaian atau dalam hal ini berarti proses menilai dan melihat apakah karya yang dihasilkan sesuai dengan ide awal perancangan jika hasilnya sesuai maka proses perancangan berlanjut ke tahap berikutnya.

H. SISTEMATIKA PENULISAN

Dalam menyusun laporan tugas akhir ini menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN :

Berisi tentang permasalahan tentang *Landscape Photography* di Kabupaten Pacitan yang akan dibahas, kemudian merumuskan masalah, mengungkapkan apa tujuan dan manfaat dari pembuatan karya yang telah dilakukan, metode perancangan dan sistematika penulisan.

BAB II IDENTIFIKASI DATA :

Berisi tentang data Kabupaten Pacitan, konsep pengambilan foto, teknik dasar fotografi, elemen visual, komposisi fotografi, pencahayaan dan arah cahaya, pengertian media promosi, media sosial, alat bahan dan tehnik dan analisis *SWOT*.

BAB III ANALISIS DATA DAN KONSEP PERANCANGAN :

Berisi tentang segmentasi, USP, ESP, positioning, strategi kreatif, tenik pelaksanaan, media plan.

BAB IV PERWUJUDAN KARYA :

Dalam bab ini menguraikan isi poster, manfaat media sosial untuk media promosi dan menguraikan tehnik pengeditan foto.

BAB V PENUTUP :

Berisi tentang kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA**DAFTAR ISTILAH**