

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Fotografi merupakan kemajuan teknologi yang ditetapkan di Perancis pada tahun 1839 yang merupakan tahun awal lahirnya fotografi disampaikan bahwa fotografi merupakan terobosan teknologi dengan hasil berupa sebuah gambar rekaman dua dimensi sesuai dengan apa yang dilihat oleh mata manusia serta dapat dicetak atau dibuat permanen, kepopuleran fotografi merupakan awal dari peradaban teknologi, fotografi merupakan Bahasa Yunani kuno yang berarti “photos” yang artinya cahaya dan “graphos” adalah melukis atau menggambar maka secara harfiah dapat diartikan fotografi adalah melukis atau menggambar dengan cahaya. (The History of Photography karya Alma Davenport, terbitan University of New Mexico Press tahun 1991). Fotografi menjadi bukti peradaban manusia dalam mendapatkan informasi melalui media secara akurat serta berperan penting dalam membentuk pengetahuan dan informasi dunia pada media digital maupun cetak. Seperti yang disampaikan oleh (Handoko, 2017) bahwa fotografi dapat mengubah gaya dalam sebuah iklan karena foto yang dihasilkan memiliki beragam karakter antara foto yang satu dengan foto yang lainnya. Pendapat ini diperkuat oleh pernyataan (Rusli, 2017) dalam (Wibowo & Astuti, 2021) bahwa seorang fotografer akan mengungkapkan makna dari sebuah imaji visual fotografi, yang merupakan sebuah representasi yang sangat personal dari seorang fotografer. Representasi personal itu bisa berupa landasan artistik, landasan intelektual, maupun pendekatan teknik visual serta kesempatan dalam memanfaatkan sebuah momen yang terjadi.

Fotografi dapat memberikan informasi produk baik barang atau jasa yang dapat disampaikan melalui media gambar, seperti pada karya foto pariwisata yang dijadikan sebagai media promosi seperti yang disampaikan oleh (Nurhayati, 2002, h.80) dalam (Kebudayaan et al., n.d.) Pengertian pariwisata adalah keseluruhan kegiatan yang berhubungan dengan masuk, tinggal, dan pergerakan penduduk asing di dalam atau di luar suatu negara, kota, atau wilayah tertentu dapat diabadikan melalui karya foto yang menarik sebagai bukti visual terjadinya peningkatan jumlah wisatawan.

Sejak ditemukan teknologi fotografi, aktivitas pariwisata tidak lepas dari dokumentasi sebagai suatu sarana untuk mengenang peristiwa wisata. Foto atau gambar merupakan produk dari aktivitas fotografi. Menurut (Satrio & Soedjono, 2016) Foto merupakan karya seni yang tidak terlepas dari nilai-nilai dan kaidah estetika seperti halnya karya seni lain. Namun tingkat *awareness* pemerintah serta pemilik tempat wisata tidak pernah menganggap bahwa peningkatan terjadi karena

karya fotografi yang menarik. Masyarakat awam menganggap aktivitas fotografi menjadi suatu pekerjaan yang sulit dan membutuhkan biaya mahal namun saat ini aktivitas fotografi merupakan pekerjaan yang mudah dan murah. Tidak dapat dipungkiri bahwa aktivitas fotografi merupakan aktivitas yang hanya dapat dilakukan oleh sebagian orang karena untuk menguasai kamera dibutuhkan keterampilan khusus dan waktu yang lama. Selain itu, juga proses yang sulit dan membutuhkan biaya yang tinggi. Oleh karena itu, pada zaman dulu tidak semua orang bisa melakukan pekerjaan sebagai fotografer. Menurut (Hudhar, 2018) dalam aktivitas fotografi dan pariwisata merupakan satu perilaku manusia pada saat ini dalam pemenuhan kebutuhan serta rekreasi diri untuk menunjukkan eksistensi dimata orang lain. Teori perilaku berpandangan bahwa dalam bertindak orang memerlukan pemahaman-pemahaman untuk bersikap, yaitu ditentukan oleh hal-hal subjektif dari persepsinya, fotografi dan pariwisata merupakan dua hal yang tak dapat dipisahkan, foto yang digunakan sebagai sarana promosi menjadi daya tarik tersendiri mampu menarik perhatian wisatawan untuk datang hingga dapat menikmati obyek wisata tersebut. Maka fotografi merupakan salah satu hal yang sangat penting untuk mendukung sebuah promosi dan peningkatan *branding*.

Dalam menghasilkan karya foto yang dapat meningkatkan nilai promosi dan dapat mengkomunikasikan sebuah produk atau objek diperlukan pemahaman metode dasar tentang fotografi untuk memberikan karya visual yang baik, metode EDFAT merupakan metode yang dapat dipelajari oleh pelaku fotografi untuk meningkatkan kemampuan dalam melakukan teknik fotografi seperti komposisi, sudut pengambilan dan lainnya. Metode yang dikenalkan oleh Walter Cronkite School of Journalism and Mass Communication, Arizona State University ini merupakan metode EDFAT yang terdiri dari *Entire, Detail, Frame, Angle* dan *Time* metode ini membantu cara pandang pelaku fotografi dalam melihat sebuah objek secara detail serta menghasilkan sebuah karya foto secara teratur.

Dan metode AIDA merupakan metode *branding* untuk meningkatkan nilai promosi Menurut (Pertiwi et al., 2021) dalam meyakinkan konsumen mulai dari saat konsumen pertama kali melihat iklan, mengenal produk hingga akhirnya memutuskan untuk membeli produk, dengan cara meningkatkan dan mengembangkan promosi yang mengajak konsumen untuk membeli produk.

Sedangkan menurut(Wirasari & Budi, 2022) Dunia teknologi sebagai media promosi diperlukan untuk meningkatkan pendapatan serta memberikan kepuasan kepada konsumen. Hal ini dapat memberikan peluang-peluang bisnis dimasa mendatang, misalnya untuk meraih peluang konsumen baru sebagai target market dalam kelangsungan bisnis dan mengurangi risiko bisnis dalam persaingan dengan kompetitor.

Menurut (Yunidar & Majid, 2022) untuk mendapatkan informasi yang berharga untuk membantu pekerjaan desain emosional yang akan diterapkan di tempat lain di masa depan ini dapat mengungkapkan aturan rasional untuk

kebutuhan emosional pelanggan tertentu, dan aturan yang ditemukan dapat digunakan untuk menentukan persyaratan minimum pada platform produk.

Kota Bandung kota yang memiliki potensi terutama pada bidang Sumber Daya Manusia (SDM) sehingga lahirnya komunitas di berbagai sektor di kota Bandung termasuk asosiasi fotografi, dan komunitas fotografi pertama yang lahir di kota Bandung pada tahun 1924 dengan nama Preanger Amateur Fotografen Vereeniging (PAF) merupakan komunitas pertama di Indonesia, kota Bandung mendapatkan pengakuan dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif sebagai kota kreatif pada tahun 2013 dan disambut baik oleh UNESCO yang disahkan sebagai kota kreatif dunia pada tahun 2015, dan pada akhirnya muncul sebuah tantangan bagaimana mempertahankan penghargaan tersebut, sebagai kota yang memiliki potensi pada Sumber daya manusia (SDM) dimana wilayah tersebut aktivitas manusia akan melebihi ambang batas daya dukung lingkungan (*environmental ceiling*), di bawah wilayah tersebut, aktivitas manusia tidak akan memadai bagi kehidupan yang layak (*social foundation*).

Maka perlu pemahaman sebuah metode EDFAT dan AIDA bagi para pelaku fotografi agar dapat menghasilkan karya foto yang dapat menceritakan bahkan memberikan pesan yang mendalam serta menarik perhatian, sehingga masyarakat yang melihat karya foto terbawa pada suasana dalam karya foto tersebut, serta perlunya sebuah metode yang mudah untuk dipelajari dan dipahami oleh pelaku fotografi, dan penggunaan foto dalam peningkatan *city branding*.

1.1 Identifikasi Masalah

Pada latar belakang yang telah disampaikan pada latar belakang maka dapat diidentifikasi permasalahan yang ada pada penelitian ini, diawali dengan mengidentifikasi masalah yaitu:

- a. Masih banyaknya pelaku fotografi yang kurang memahami Metode EDFAT dan AIDA untuk menghasilkan karya visual fotografi yang baik.
- b. Perlunya pengembangan metode dari Metode EDFAT dan AIDA yang mudah dimengerti serta dapat meningkatkan *city branding*.
- c. Perlunya peningkatan SDM di kota Bandung dalam mempertahankan kota Bandung sebagai Kota Kreatif.

- d. Masih banyak pelaku *branding* dengan menggunakan karya foto yang menganggap bahwa metode EDFAT merupakan sebuah metode fotografi Jurnalis yang sulit untuk dimengerti dan metode AIDA hanya sebagai metode komunikasi promosi.
- e. Masih kurangnya pemanfaatan karya fotografi yang baik dalam peningkatan *City Branding* Kota Bandung dalam meningkatkan *Brand Awareness*.

1.3 Rumusan Masalah

Pada penelitian ini akan berfokus pada analisis karya fotografi yang memiliki tema *Branding* dengan metode EDFAT yang memiliki lima tahapan yaitu *Entire/ Establishing Shot, Detail, Frame, Angle, Timing*. Dimana metode EDFAT yang digunakan pada karya fotografi tersebut dapat meningkatkan nilai promosi kota Bandung dalam pencapaian *Branding* sebuah kota maka dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Bagaimanakah menganalisis karya fotografi dengan Metode EDFAT dan AIDA untuk meningkatkan *brand awareness* kota Bandung
- b. Bagaimana menciptakan sebuah metode fotografi untuk meningkatkan *Branding* dengan menggabungkan Metode EDFAT dengan Metode AIDA.

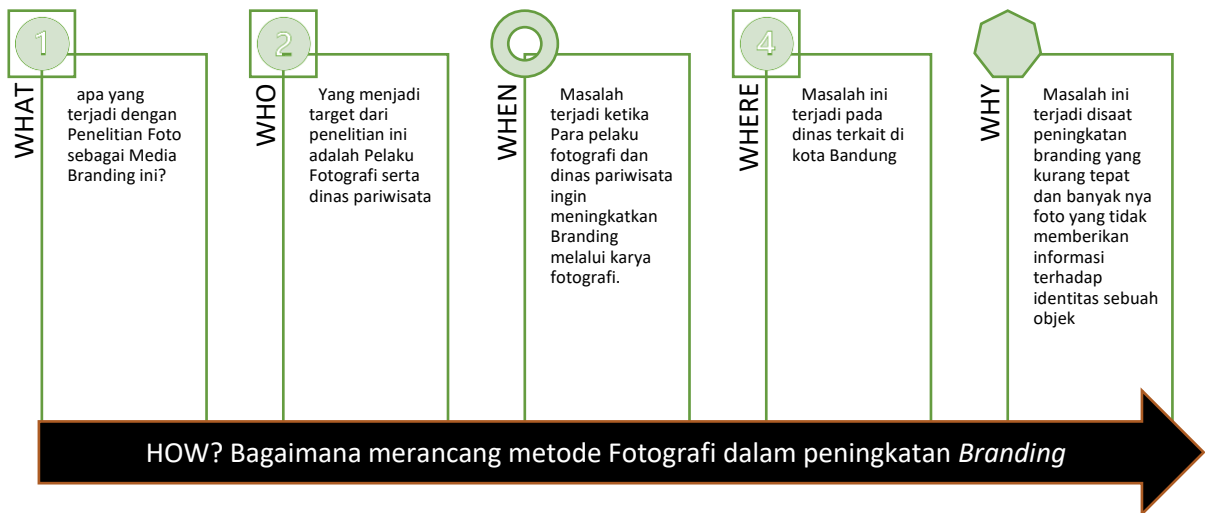
1.4 Batasan Masalah

Untuk memfokuskan masalah pada penelitian ini agar menghasilkan solusi yang diharapkan pada tujuan penelitian ini maka permasalahan ini akan dibatasi dengan beberapa yang akan dianalisis yaitu:

- a. Penelitian ini hanya berfokus pada karya foto yang memiliki nilai *branding* agar pembahasan menjadi fokus pada *positioning branding*.
- b. Penelitian ini akan menganalisis beberapa foto yang terkorelasi dengan kota Bandung menggunakan metode EDFAT dan metode AIDA sebagai karya fotografi untuk *city branding*.

1.5 Metode analisis masalah

Metode analisa masalah pada penelitian ini menggunakan metode 5W 1 H dengan mengumpulkan beberapa pernyataan pada penelitian ini agar informasi-informasi dapat disimpulkan sesuai dengan tujuan dari penelitian ini. Adapun tahapan dari 5 W 1 H seperti pada diagram di bawah ini:



Gambar diagram 1.1. 5 W 1 H
Sumber: Penulis

Pada tahapan tentang pertanyaan yaitu W1: *what*: apa, W2: *who*: siapa, W3: *when*: kapan, W4: *where*: dimana, W5: *why*: mengapa, H1: *how*: bagaimana, maka jika dilakukan analisis dengan menggunakan metode 5 W 1 H pada penelitian ini adalah:

- What* (Apa) apa yang terjadi dari penelitian ini yaitu: masih kurangnya pemahaman tentang metode EDFAT untuk menghasilkan karya fotografi yang dapat memberikan nilai Promosi serta memberikan informasi kepada masyarakat.
- Who* (Siapa) siapa yang akan menjadi target penelitian pada analisis ini adalah pelaku fotografi serta dinas pariwisata yang kurang memahami tentang karya fotografi yang baik yang dapat meningkatkan *Brand Awareness*.
- When* (Kapan), kapan permasalahan ini terjadi, masalah ini terjadi pada

- dinas pariwisata dengan penggunaan karya foto menjadi media promosi.
- d. *Where* (Dimana), permasalahan ini terjadi pada dinas pariwisata kota Bandung yang menjadi objek utama penelitian.
 - e. *Why* (Mengapa), mengapa permasalahan ini terjadi, permasalahan ini terjadi memiliki beberapa faktor diantaranya, pertama perkembangan teknologi membawa perubahan penting dalam media promosi, kedua fotografi merupakan media utama dalam melakukan promosi dalam pengangkatan *Brand Awareness*, ketiga perlunya pemilihan karya fotografi yang memiliki nilai promosi dan informasi untuk masyarakat.
 - f. *How* (Bagaimana) bagaimana solusi atas masalah yang didapatkan agar dapat diselesaikan maka perlu dilakukan analisis karya fotografi dengan menggunakan metode EDFAT dan AIDA, melalui karya fotografer dudi sugandi dan vita sari yang merupakan pelaku fotografi di kota Bandung, sehingga menghasilkan referensi karya foto yang sesuai dengan metode yang baru yang dapat dijadikan foto sebagai media promosi dan foto sebagai media informasi.

1.6. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini akan menghasilkan sebuah tujuan diantaranya:

- a. Bagaimana menganalisa karya fotografi dengan menggunakan metode EDFAT dan AIDA, untuk mendapatkan suatu hasil analisa bagaimana suatu proses penciptaan karya fotografi sebagai media promosi dan fotografi yang bisa menginformasikan sebuah objek dalam meningkatkan *Brand Awareness* kota Bandung.
- b. Bagaimana menciptakan sebuah metode baru dalam fotografi agar mudah dipelajari dan dimengerti oleh para pelaku fotografi

1.7 Manfaat penelitian

Pada Analisis ini peneliti diharapkan dapat memberikan manfaat yang bisa memotivasi dan memberikan referensi bagi para pelaku fotografi dan pemerintah atau dinas terkait diantaranya:

- a. Sebagai Syarat dalam menyelesaikan Studi pada Program Pendidikan Magister Desain di Telkom University.
- b. Sebagai acuan fotografer dalam melakukan fotografi *Branding* dengan metode yang mudah dipahami dan dimengerti.
- c. Untuk Instansi terkait dapat menjadi referensi dan acuan dalam memilih karya foto sebagai media promosi dan informasi.
- d. Untuk Akademisi dapat dijadikan studi literatur pada penelitian yang lebih baik lagi terhadap karya fotografi yang dapat meningkatkan *City Branding*.

1.7 Metode penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian dengan pendekatan kualitatif yang dilakukan dengan teknik pengumpulan data melalui studi pustaka, wawancara mendalam (*depth interview*) serta pengamatan langsung (*observasi*), Penyajian hasil analisis data dapat dilakukan, baik secara formal (dalam bentuk tabel) maupun informal (dalam bentuk naratif). Pada penelitian ini lebih mengeksplorasi (menggali) dan serta merumuskan model strategi serta program-program berdasarkan situasi dan kondisi internal,

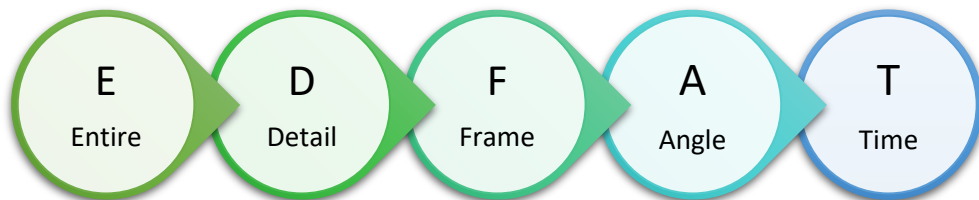
Dengan menggunakan metode kualitatif peneliti dapat dengan langsung menemukan data secara mendalam, peneliti dapat terjun langsung dengan pendalaman wawancara (*Depth interview*) dan melihat fenomena kenyataan yang terjadi di lapangan, peneliti juga merupakan pelaku fotografi di Kota Bandung sehingga metode ini tepat digunakan untuk menciptakan sebuah metode baru yang mudah dipahami oleh pelaku fotografi maka dapat digambarkan pada *framework* penelitian berikut 1.2



Gambar 1.2 Framework penelitian Sumber Penulis

1.8 Metode Analisis

Pada penelitian yang berjudul perancangan metode fotografi sebagai peningkatan *city branding* Kota Bandung maka analisis karya akan menggunakan metode fotografi EDFAT dimana akan dilakukan pengamatan dengan beberapa tahap seperti pada diagram berikut ini pada gambar 1.3



Gambar 1.3 Metode EDFAT Sumber Penulis

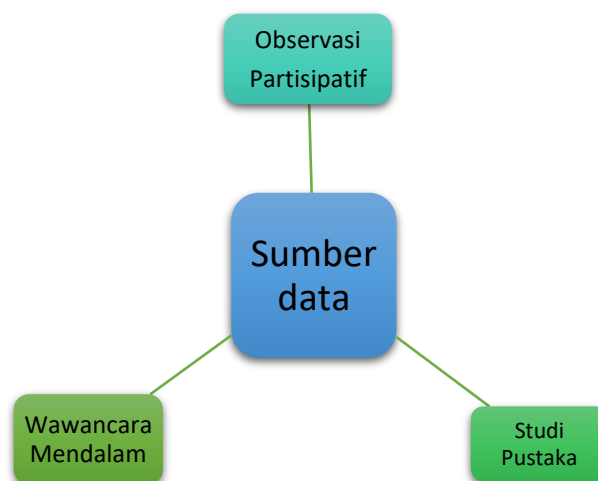
Dengan memperhatikan tahapan pada metode EDFAT maka dapat dilakukan pengamatan karya foto yang dapat memberikan nilai informasi serta memberikan penguatan dalam promosi yang disampaikan.

1.9. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan tahapan pada metode penelitian kualitatif yaitu:

- a. Studi pustaka dilakukan untuk mengkaji teori yang berkaitan dan mengaplikasikannya ke dalam penelitian tersebut
- b. Wawancara merupakan sebuah teknik pendalaman terhadap permasalahan yang terjadi dilakukan dengan melakukan percakapan atau memberikan pertanyaan untuk mendapatkan informasi – informasi tentang metode fotografi terutama metode EDFAT.
- c. Observasi atau pengamatan, teknik ini merupakan sebuah pengamatan secara langsung terhadap karya fotografi yang bertemakan pariwisata dengan membandingkan karya foto dari beberapa orang pelaku fotografi yang ada di Kota Bandung.

Teknik pengumpulan data dengan metode penelitian Kualitatif ini dipilih merupakan sebuah metode penelitian yang memiliki kejelasan atau spesifik dan rinci sehingga dapat ditentukan sejak awal pada proses penelitian untuk menentukan langkah yang terarah dalam mendapatkan data dan informasi pada proses pengolahan data yang dapat digambarkan pada diagram pengolahan data dengan Triangulasi pada diagram gambar 1.4 sebagai berikut:



Gambar 1.4 Metode Pengolahan data Triangulasi
Sumber: Sugiyono

pengumpulan data dengan menggunakan triangulasi data merupakan sebuah teknik pengumpulan data serta pengumpulan data pada bermacam macam sumber yang akan digali secara mendalam melalui Wawancara *Depth Interview*.