**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Latar Belakang**

Indonesia adalah negara kepulauan yang memiliki kekayaan alam dimulai dari keindahaan pemandangaan alamnya, keberagaman seni dan budaya. Banyak wisatawan asing dan domestik menyebut bahwa Indonesia adalah negara yang memiliki potensi seni dan budaya, serta kekayaan sumber daya alamnya. Diantaranya adalah Yogyakarata, Bali, dan Toraja. Yang sudah banyak dikenal oleh dunia tentang keindahan alam dan daya tarik pariwisatanya, sehingga mereka dapat untuk menikmati objek-objek wisata tersebut.

 Pariwisata adalah salah satu cara untuk meningkatkan kesejahteraan warga yang tinggal disekitar objek wisata itu sendiri, dengan datangnya wisatawan domestik dan wisatawan asing. Diharapkan dapat peningkatan *devisa* bagi negara yang berdampak baik kepada pendapatan negara tersebut. Indonesia memiliki berbagai objek pariwisata yang tersebar luas di Jawa Barat, yang dapat dipilih oleh para wisatawan untuk dijadikan tujuan wisata. Dalam setiap pulau di Indonesia tersaji ke aneka ragamanan objek pariwisata. Jawa Barat adalah salah satu Provinsi yang memiliki banyak potensi objek pariwisata yang layak untuk dikunjungi oleh masyarakat dalam dan luar negeri, salah satunya adalah di Kabupaten Purwakarta.

Wilayah Kabupaten Purwakarta meliputi sebagai berikut :

* Wilayah Pegunungan. Wilayah ini terletak di tenggara dengan ketinggian 1.100 sd 2.036 MDPL, meliputi 29,73% dari total luas wilayah.
* Wilayah Perbukitan dan Danau. Wilayah ini terletak di barat laut dengan ketinggian 500 sd 1.000 M DPL, meliputi 33,8% dari total luas wilayah.
* Wilayah Daratan. Wilayah ini terletak di utara dengan ketinggian 35 sd 499 M DPL, meliputi 36,47% dari total luas wilayah.[[1]](#footnote-1)(Dinas Pariwisata Kabupaten Purwakarta)

Menurut Undang-undang no 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataan, Pariwisata adalah "Berbagai macam kegiatan wisata dan didukung fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha.[[2]](#footnote-2)(Undang-Undang Pariwisata no. 10 tahun 2009)

*WisataJabar.com* melansirkan bahwa Sekarang ini Kabupaten Purwakarta banyak diperbincangkan karena keberadaan air mancur Sri Baduga Maharaja yang merupakan air mancur terbesar di Asia Tenggara, ini adalah salah satu objek pariwisata Kabupaten Purwakarta yang sedang berkembang keberadaannya, selain itu masih banyak potensi objek pariwisata di dalam Kabupaten Purwakarta yang tidak kalah menarik untuk dikunjungi oleh para wisatawan luar maupun dalam Kabupaten Purwakarta.[[3]](#footnote-3) (*WisataJabar.com 2016)*

Bila ditinjau dari letak geografis, Kabupaten Purwakarta adalah wilayah kecil dari Jawa Barat yang berada diantara dua kota besar yaitu Jakarta dan Bandung, Kabupaten kecil yang dikelilingi oleh pegunungan dan daratan yang memiliki keberagaman pemandangan serta budaya dalam kehidupan sehari-hari. Tingkat pariwisata di Purwakarta terbilang rendah, akan turis lokal dan luar Kabupaten Purwakarta, karena kurangnya informasi mengenai objek pariwisata di Kabupaten Purwakarta yang tersebar pada masyarakat luas, karenanya dibutuhkan sebuah bentuk promosi untuk mengenalkan tempat-tempat pariwisata di Kabupaten Purwakarta. Agar pariwisata di Kabupaten Purwakarta dapat berkembang dan menyaingi kota kota lain, yang di mana akan berdampak pada meningkatnya perekonomian Kabupaten Purwakarta itu sendiri.

Melalui dunia fotografi dapat menyebarluaskan informasi pariwisata di Kabupaten Purwakarta. Dimana fotografi berperan sebagai media promosi dari bentuk visual yang nantinya dapat menarik wisatawan luar dan dalam Kabupaten Purwakarta untuk berkunjung ke Kabupaten Purwakarta.

Purwakarta merupakan kota yang memiliki beragam keindahan alam yang berpotensi untuk mandatangkan wisatawan luar untuk menjadikan Kabupaten Purwakarta tempat pariwisata, dikarenakan kota Purwakarta dikelilingi oleh beberapa gunung, danau dan daratan.Untuk menyeimbangkan potensi pariwisata untuk dapat berkembang dengan baik dan terus tetap hidup, pentingnya peranan media promosi dalam pariwisata guna untuk menyebarkan informasi dan pengetahuan kepada wisatawan luas tentang potensi objek pariwisata di Kabupaten Purwakarta.

Dalam konsep promosi pariwisata diperlukan sebuah media promosi yang dapat digunakan untuk mendukung keberadaan objek pariwisata agar dapat muncul kepermukaan, dalam sebuah foto pemandangan dapat mendeskripsikan berjuta kata dalam benak wisatawan itu sendiri. Kehadiran foto dalam dunia pariwisata merupakan mutlak keberadaannya dikarenakan foto merupakan sebuah bukti nyata yang dapat dilihat dan dirasakan oleh panca indra manusia. Hal ini yang nantinya dapat membantu menciptakan daya tarik pada masyarakat luas tentang keberadaan dan eksistensi objek-objek pariwisata di Kabupaten Purwakarta.

Hal ini yang menjadi latar belakang penulis untuk melakukan penelitian pariwisata Kabupaten Purwakarta dalam bentuk karya foto. Dimana penulis meninjau promosi pariwisata Kabupaten Purwakarta yang nantinya menjadi salah satu daya tarik untuk meningkatkan wisatawan berkunjung ke Kabupaten Purwakarta.

* 1. **Rumusan Masalah**

Adapun beberapa rumusan masalah yang akan di kaji dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana cara mempromosikan foto objek pariwisata di Kabupaten Purwakarta dalam karya fotografi?
	1. **Metode Penelitian**

Metode penelitian yang akan di pakai antara lain :

1. Mengumpulkan data-data untuk di jadikan bahan kajian penelitian.
2. Menentukan tempat untuk di jadikan *spot* merekam gambar.
3. Wawancara dengan pihak terkait terkait tentang pariwisata di Kabupaten Purwakarta.
	1. **Manfaat Penelitian**

Manfaaat penelitian antara lain adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengembangkan dan mempromosikan foto objek pariwisata di Kabupaten Purwakarta.
2. Mendokumentasikan dan mengarsipkan foto obyek pariwisata Kabupaten Purwakarta.
	1. **Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mempromosikan foto obyek pariwisata di Kabupaten Purwakarta dengan karya fotografi.
	1. **Batasan Masalah**

Agar penelitian tetap berada dalam batasan yang ada penulis akan membahas tentang Foto Pariwisata Di Kabupaten Purwakarta Untuk Promosi Objek Wisata Alam dan *Heritage* 2016, agar penelitian tetap pada jalur dan tidak terlalu meluas**.**

**1.7 Sistematis Penulisan**

**BAB I : PENDAHULUAN**

Mengemukakan latar belakang Tugas Akhir dan tujuan Tugas Akhir, identifikasi masalah, batasan masalah, Metode Penulisan, serta sistematika penulisan.

**BAB II : LANDASAN TEORI**

Penulis memaparkan teori-teori apa saja yang dipakai sebagai acuan untuk membetuk sebuah karya. Foto Pariwisata Di Kabupaten Purwakarta Untuk Promosi Objek Wisata Alam dan *Heritage* 2016 dalam karya fotografi. Agar hal ini menjadi landasan kuat untuk representasi dari hasil karya.

**BAB III : TEKNIK PEMBUATAN KARYA**

Bab ini akan memaparkan teknik pembuatan karya “Foto Pariwisata Di Kabupaten Purwakarta Untuk Promosi Objek Wisata Alam dan *Heritage* 2016 ” dalam BAB III ini akan di jelaskan tahap-tahap karya dari praproduksi hingga hasil akhir karya.

**BAB IV: PROSES PEMOTRETAN DAN HASIL KARYA** Dalam BAB ini akan di jelaskan dan mengurai di mulai dari ide, gagasan, hingga hasil akhir karya dalam bentul foto yang berjumlah kurang lebi 12 foto.

**BAB V : KESIMPULAN**

Dalam BAB ini akan menyampaikan kesimpulan yang berguna untuk member pesan dan memotivasi bagi para pembacanya.

* 1. **Daftar Pustaka**

**BAB II**

 **LANDASAN TEORI**

**2.1. Pengertian Pariwisata**

Pariwisata memiliki ragam definisi serta pengertian yang telah disampaikan oleh para pakar pariwisata. Dalam penelitian ini akan menggunakan pariwisata Menurut Undang-undang no. 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataan, Pariwisata adalah Berbagai macam kegiatan wisata dan didukung fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha.

Adapun pengertian kepariwisatan menurut Undang – Undang No. 10 tahun 2009 pasal 1 angka 4 adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara, serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha. [[4]](#footnote-4) Undang-Undang Pariwisata no. 10 tahun 2009)

Dalam kesimpulan di atas penulis menyimpulkan pariwisata adalah interaksi yang dilakukan bertujuan wisata yang melibatkan wisatawan, pemerintah daerah dan pengusaha. Adapun objek pariwisata adalah segala sesuatu yang ada di daerah tujuan wisata yang merupakan daya tarik agar orang-orang datang berkunjung ke tempat tersebut. Ini merupakan sebuah siklus yang terjadi dalam kegiatan pariwisata.

**2.2. Pengertian Obyek Wisata**

Obyek dan daya tarik wisata menurut Undang-undang no. 10 tentang kepariwisataan yaitu Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan Daerah tujuan pariwisata yang selanjutnya disebut Destinasi Pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.

Adapun obyek Wisata adalah segala sesuatu yang ada di daerah tujuan wisata yang merupakan daya tarik agar orang-orang mau datang berkunjung ke tempat tersebut. Menurut SK. MENPARPOSTEL No. : KM. 98 / PW.102 / MPPT-87, Obyek Wisata adalah semua tempat atau keadaan alam yang memiliki sumber daya wisata yang dibangun dan dikembangkan sehingga mempunyai daya tarik dan diusahakan sebagai tempat yang dikunjungi wisatawan. Obyek wisata dapat berupa wisata alam seperti gunung, danau, sungai, pantai, laut, atau berupa objek bangunan seperti museum, benteng, situs peninggalan sejarah, dan lain-lain.[[5]](#footnote-5) (Undang-Undang Pariwisata no. 10 tahun 2009)

Dari pengertian diatas penulis menyimpulkan objek pariwisata adalah suatu tempat yang dituju atau didatangi oleh seorang atau kelompok wisatawan untuk menambah pengetahuan, dan bersenang-senang di tempat wisata atau sekedar memuaskan rasa ingin tahunya.

**2.3. Jenis-Jenis Pariwisata**

1. **Pariwisata Untuk Menikmati Perjalanan *(Pleasure Tourism)***

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang orang yang meninggalkan tempat tinggalnya berlibur, untuk mencari udara segar yang baru, untuk memenuhi rasa ingin-tahunya, untuk melihat sesuatu yang baru, untuk mendapatkan ketenangan dan kedamaian di daerah luar kota, atau bahkan sebaliknya untuk ikut serta dalam keramaian pusat wisata.

1. **Pariwisata Untuk Rekreasi *(Recreation Tourism)***

Pariwisata ini dilakukan oleh orang-orang yang berkehendak pemanfaatkan hari-hari liburnya untuk beristirahat, untuk memulihkan kesehatan jasmani dan rohaninya, yang ingin menyegarkan keletihan dan kelelahannya.

1. **Pariwisata Kebudayaan *(Culture Tourism)***

Jenis ini ditandai adanya rangkaian motivasi, rasa keingintahuan untuk belajar di pusat-pusat pembelajaran dan riset, untuk mempelajari adat-istiadat, kelembagaan dan cara hidup negara lain, untuk mengunjungi monumen bersejarah, peninggalan peradaban masa lalu atau sebaliknya penemuan-penemuan besar masa kini, pusat-pusat kesenian, pusat-pusat keagamaan, atau ikut serta pada festival seni musik, teater, tarian rakyat dan lainlain.[[6]](#footnote-6) (Spillane, 1991 :29)

1. **Pariwisata Untuk Olahraga *(Sport Tourism)***

Dalam pariwisata jenis ini di bagi 2 yaitu :

1. *Big sport event* yaitu peristiwa-peristiwa olah raga besar seperti Olympiade Games.
2. *Sporting tourism of the practitioners* yaitu pariwisata olah raga bagi mereka yang ingin berlatih dan mempraktekan sendiri.
3. **Pariwisata Untuk Urusan Usaha Dagang *(Business Tourism)***

Jenis pariwisata ini banyak menimbulkan persoalan banyak ahli teori sosiologi bahkan ekonomi beranggapan bahwa pariwisata untuk urusan dagang bukanlah perjalan pariwisata karena unsur *voluntary* atau sukarela tidak terlibat.

Dalam jenis-jenis pariwisata ini dapat dilihat bahwa tujuan wisatawan mengunjungi objek pariwisata tergantung pada seberapa kepentingannya untuk melakukan perjalanan wisata hingga dapat menentukan kemana dan apa tujuan wisata tersebut.[[7]](#footnote-7) (Spillane. 1991 :30)

**2.4** **Objek-Objek Pariwisata Di Kabupaten Purwakarta**

Objek-objek pariwisata memiliki banyak keberagaman dan pilihan, berikut adalah objek pariwisata yang ada di Kabupaten Purwakarta :

**2.4.1 Pariwisata alam di kota Purwakarta** :

* + Gunung Parang
	+ Gunung Bongkok
	+ Gunung Lembu
	+ Curug Cipurut
	+ Waduk Jatiluhur
	+ Waduk Cirata
	+ Taman Sri Baduga
	+ Gedung Sadewa
	+ Situ Wanayasa
	+ Giri Tirta Kahuripan

**2.5 Pariwisata *Heritage***

Pariwisata *Heritage* adalah sebuah kegiatan pariwisata **warisan berupa berbagai peninggalan dalam segala bentuk, penting bukan hanya sebagai sebuah identitas kota dan negara tapi juga bernilai ekonomi serta memberi dampak sosial. Budaya merekatkan manusia untuk mencipta saling pengertian yang membawa pada kedamaian dan keharmonisan. Wisata heritage pada akhirnya juga membantu memelihara dan melestarikan *heritage* atau warisan itu sendiri**

* **Gedung Nakula**, dibangun pada masa kolonial Belanda dengan gaya arsitektur [Eropa](https://id.wikipedia.org/wiki/Eropa%22%20%5Co%20%22Eropa). Kini Gedung Negara menjadi musium sejarah Kabupaten Purwakarta.
* **Gedung Sadewa** Gedung Negara dibangun pada zaman pemerintahan kolonial Belanda. kini menjadi kantor yang digunakan oleh pemerintah daerah Kabupaten Purwakarata.[[8]](#footnote-8)( Dinas Pariwisata Kabupaten Purwakarta)

**2.6 Fotografi**

Fotografi yang berasal dari bahasa yunani yaitu *photos* yang berarti cahaya dan *grafo* yang berarti melukis adalah proses melukis dengan menggunakan cahaya. Sebagai istilah umum fotografi berarti proses atau metode untuk menghasilkan gambar atau foto dari suatu objek dari pantulan cahaya yang mengenai objek tersebut pada media peka cahaya dan alat yang paling populer biasa di gunakan untuk merekam adalah sebuah kamera.[[9]](#footnote-9)(Santoso. 2010 :5)

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, dan untuk menghasilakan pembiasan cahaya yang tepat dibutuhkan sebuah alat ukur berupa *lightmeter*, agar hasil gambar mendapat ukuran yang sesuai dan tempat. Untuk mengatur ukuran cahaya fotografer dapat mengubah kombinasi ISO/ASA, diafragma, dan *speed* pada kamera.

**Fotografi Komersial**

Fotografi komersial adalah cabang dari fotografi profesional, dimana fotografer bekerja untuk memenuhi kebutuhan industri periklanan, penjualan, dan peragaan untuk media massa atau publikasi khusus.

Seiring dengan ketatnya persaingan didunia bisnis, banyak perusahaan yang melakukan promosi yang mencolok agar menarik. Persaingan itu bisa kita dapati dengan banyaknya papan iklan yang ada dipinggir jalan. Fotografi menjadi salah satu pilihan perusahaan-perusahaan tersebut untuk membangun citra dimasyarakat melalui iklan. [[10]](#footnote-10) (Santoso. 2010: 8)

Pada fotografi iklan dapat dilihat faktor objektifitas agak sedikit berkurang. Alasan yang paling mendasar adalah foto-foto yang ditampilkan bertujuan memengaruhi selera konsumen. Agar konsumen mau membeli produk yang ditawarkan, seorang fotografer harus berkreasi untuk mendapatkan hasil yang memiliki “magnet”.

**2.7 Komposisi**

Dalam pengertian umum maupun dalam dunia kesenian, komposisi berarti “susunan” komposisi baru mempunyai arti dan dapat dinilai baik atau kurang baiknya jika di batasi oleh ruang tertentu. Berdasarkan hukum yang sama, maka susunan kursi dan meja, yang baik bagi satu ruang, belum tentu baik pula bagi lain ruang yang berbeda dalam ukuran lebar, panjang dan tingginya.[[11]](#footnote-11)(Soelarko,R.M, 1990 : 19)

Sebuah foto dinilai keindahannya atas dasar isi, penyajian artistik dan teknisnya. Dalam unsur unsur berikut ini merupakan tiga aspek, yang tidak selalu hadir sama kuat.

* + 1. **Isi**

Isi dapat berupa sebuah Ide, pesan, berita, cerita suasana, perasaan yang ingin disampaikan oleh seorang fotografer. Misalnya romantik, sentimental, perasaan puitis, atmosfir, kemesraan, cinta dan sebagainya.

* + 1. **Artistik**

Komposisi dapat sederhana, rumit, isolasi, konsentrasi, aksentuasi dalam penyajian nada atau warna. Jelas bahwa komposisi harus diarahkan untuk mendukung, menggarisbawahi, dan men-stress isi gambar.

* + 1. **Teknis**

Cara penyajian gambar, lewat proses pengambilan, pengembangan dan pencetakan, dengan jalan pilihan-pilihan yang subjektif. Komposisi dan teknik adalah wadah, dalam isi gambar yang di lakukan melalui tiga tahap : tahapan pengambilan, tahap pengembangan, dan tahap percetakan.[[12]](#footnote-12) (Soelarko,R.M, 1990 : 93)

* 1. **Unsur-unsur gambar**
		+ 1. **Kontras**

Kontras adalah perbedaan yang besar dari satu nada dengan yang lainnya. Foto yang terdiri dari hitam pekat dan putih murni saja adalah foto yang sangat kontras. Dan memang susunan gambar didasarkan atas kontras itu.

* + - 1. **Tekstur**

Tekstur adalah sifat permukaan benda yang disajikan dalam gambar secara tepat, sesuai dengan aslinya. Pengutaraan tekstur dicapai dengan menggunakan cahaya yang tepat, pencahayaan film yang baik, dan percetakan yang cocok.

* + - 1. **Garis-garis Pembantu Komposisi**

Garis penunjuk atau *guide-lines* adalah garis-garis yang mengarahkan kepada *“focus of interest*”. Garis-garis ini dapat dibentuk oleh pinggiran jalan yang karena adanya perspektif menuju horison dan bertemu di situ.

Garis pembatas dapat dibentuk oleh pohon di pinggir gambar, dingding rumah, atau daun-daun di pinggir atas gambar. Fungsi garis-garis.

* + - 1. ***Selektif Focus***

Salah satu teknik pemusatan dapat dilakukan *“selectie focussing*”. Dalam pemotretan ini, maka latar belakang atau latar buka dibuat kabur dengan ditempatkannya di luar ruang batas ketajaman.

* + - 1. **Nada Yang Mendukung**

Di dalam gambar yang serba gelap *(low key*), suatu tempat putih akan menarik perhatian dan menjadi titik penarik. Sebaliknya dalam suatu gambar putih (*high key),* tempat yang hitam akan menjadi pusat perhatian, di mana saja letaknya dalam ruang.[[13]](#footnote-13) (R.M Soelarko, 1990 29-32)

**2.9 Bentuk Dasar Komposisi**

**1. Piramida**

Suatu susunan gambar yang mengelompok ditengah sering dibentuk dalam komposisi segi tiga, atau piramida. Piramida memberi kesan ketebalan, kedalaman dan efek tiga dimensi, disamping juga timbulnya distorsi perspektif dengan mengecilnya benda (dalam pandangan mata) yang lebih jauh letaknya dari kamera.

1. **Lingkaran**

Untuk mendapatkan keseimbangan mutlak, tentunya tidak sulit. Bila kita harus menempatkan sebuah telur atau bola dalam format mana saja, maka paling mudah ketika tempatkan persis ditengah-tengah format itu. Akan tetapi penempatan sentris akan menimulkan kesan simetris, kaku dan kosong. Oleh karena itu lebih baik kita hindarkan simetris atau yang membagi bidang itu dalam kotak-kotak yang matematis sama.[[14]](#footnote-14) (R.M Soelarko, 1990 : 43-46)

* 1. **Konsep-konsep Komposisi Sederhana**

**2.10.1 *Rule Of Thirds***

Kadang kala permasalahan komposisi kurang dipahami pada saat memotret, kesalahan yang terjadi adalah menempatkan objek pada pusat *frame* sehingga komposisi keseluruhan terkesan statis. Konsep *rule of third* merupakan konsep sederhana untuk mempermudah fotografer dalam menentukan komposisi yang mampu menghasilkan gambar yang cukup menarik.

 komposisi *rule of thirds* adalah komposisi membagi empat persegi panjang menjadi 3 bagian, yang akan menghasilkan titik-titik kuat pada pertemuan garis vertikal dan horisontal. Objek dapat ditempatkan pada titik titik pusat perhatian yang merupakan pertemuan antara garis vertikal dan horisontal.

* + 1. ***Point of interest***

Komposisi *point of interest* merupakan komposisi yang mencari pusat yang menjadi perhatian dalam sebuah objek. Bukan berarti bahawa perhatian tersebut harus diletakkan di pusat komposisi, melainkan menerapkan beberapa aturan komposisi dasar.

Point of interest harus memiliki *eye-catching* atau menarik perhatian mata agar mata terpaksa melihat bagian tersebut. *Eye-catching* dapat berupa objek yang paling besar, paling cerah, paling tajam, atau paling menarik atau bahkan paling aneh.

saat menyususn komposisi, fotografer harus memahami beberapa prinsip dan elemen yang tersedia untuk memunculkan proporsi yang benar dengan memerhatikan prinsip desain. Pemahaman elemen desain meliputi:

1. Aliran mata memandang; elemen dalam komposisi harus dapat memberikan petunjuk pendangan mata dalam frame keseluruhan *image*.
2. Elemen yang dominan; biasanya berupa objek utama pada gambar tersebut. Objek itu dapat berupa tunggal atau objek yang saling berhubungan.
3. Kesederhanaan; digunakan untuk menempatkan objek yang penting-penting saja dalam sebuah komposisi.
4. Keseimbangan; dapat memilih bentuk-bentuk yang memiliki kaidah simetris atau asimetris.[[15]](#footnote-15)(Edi S, 2007 228:240)
	1. **Alat Yang Digunakan Saat Pemotretan**
		1. **Kamera**

Kamera adalah alat yang digunakan untuk menggambar atau menangkap cahaya. Era digital saat ini fotografer amatir maupun profesional sudah menggunakan tipe kamera DSLR (Digital Single Lens Reflex) dikarenakan proses yang lebih cepat dari fotografi konvensional membuat DSLR lebih menjadi pilihan para fotografer saat ini, dibandingkan kamera SLR(Single Lens Reflex) yang memproses foto secara manual.[[16]](#footnote-16) (Santoso. 2010 : 25)

* + 1. **Lensa**

Lensa adalah bagian kamera yang menyalurkan sinar dari luar ke dalam kamera. Pada setiap lensa jarak pusat lensa ketitik api tetap dan tidak berubah. Titik api adalah titik focus dan jarak antara pusat lensa dengan titik api adalah jarak api (*focal length*).

Lensa meemiliki beberapa jenis antara lain :

• Lensa *wide* / lebar

 Sering disebut lensa sudut lebar. Yang memiliki jarak fokus kurang dari 40 mm, yaitu antara 16 mm – 35mm . lensa *wide* memiliki sudut pandang yang lebih lebar dari sudut pandang lensa normal. Sifat dari lensa *wide* adalah meluaskan pandangan, menjauhkan objek, ruang tajam yang lebar, dan memiliki distorsi terutama pada garis vertikal.

* + 1. **Kamera *Action***

Penulis menggunakan kamera *action* dalam pembuatan karya kamera yang di gunakan adalah Gopro. Gopro merupakan kamera action yang biasa dipakai untuk kegiatan luar ruangan. Ukuran kamera action ini lebih kecil dibandingkan kamera DSLR pada umumnya karena bentuk kamera action ini disesuaikan pada fungsinya yang dapat dipakai dan di tempatkan dimana saja, kamera jenis ini banyak digunakan pada kegiatan olahraga dan berpetualang.

Kelebihan kamera ini antara lain:

* Bentuk yang mudah dibawa kemana saja.
* Kualitas foto dan video yang cukup baik.
* Tahan goncangan dan dapat anti terhadap air.[[17]](#footnote-17) (gaptex.com)

**2.12 Pencahayaan**

Bagian penting dalam pembuatan sebuah karya foto adalah pencahayaan, karena pada dasarnya fotografi adalah melukis cahaya melalui media kamera. Pencahayaan dibagi menjadi 2 jenis yaitu *natural light* ( cahaya alam/cahaya matahari), dan *artifical light* (cahaya buatan).[[18]](#footnote-18) (Santoso. 2010 : 29)

***Natural light* ( cahaya alam/cahaya matahari)**

Dibedakan atas beberapa bagian :

1. *Direct lighting* (cahaya matahari langsung), pada pengertian ini fotografer memanfaatkan sumber matahari untuk menyinari objek penyinaran objek pemotretannya.
2. *Indirect lighting* (cahaya matahari tidak lansung), pada pengertian ini, fotografer memanfaatkan sumber pantulan matahari untuk menyinari objek.

Cahaya berfungsi sebagai pengantar bentuk dan warna dari alam kemata dan juga kamera yang akan mengabadikannya. Cahaya memiliki sifat dan karakter, tetapi untuk keperluan praktis dalam fotografi, kita hanya perlu memerhatikan beberapa ciri yang akan mempengaruhi pemotretan dan penampilan foto, terutama kecerahan dan warna cahaya.

***2.13 Golden hour***

Kualitas cahaya senantiasa berganti-ganti. Dari pagi hingga tengah hari, hingga sore dan malam. Perubahan cahaya memberi dampak tersendiri bagi hasil pemotretan. Banyak dari fotografer senang melakukan pemotretan pada interval waktu yang disebut *golden hour*, yaitu saat senja ketika matahari menjelang terbenam, matahari akan terbit, sebab cahaya datang dari sudut rendah, menimbulkan efek cahaya mengagumkan dan berkontras bagus. Faktor polusi di siang hari menimbulkan efek seperti kabut, khususnya pada bidang yang jauh dibelakang. Namun, jika anda memotret pemandangan, masih dimungkinkan hasil bagus, meskipun dilakukan pada siang hari.

Karakter penting yang dipengaruhi oleh setiap cahaya *golden hour* dapat menimbulkan kesan pada hasil pemotretan:

* + Cahaya terang berkesan ceria di banding cahaya redup.
	+ Langit berawan gelap berkesan lebih murung di banding langit cerah tanpa awan.
	+ Situasi melembutnya cahaya siang hari mendung menimbulkan efek tersendiri, tergantung subjek yang akan digunakan.

Cahaya matahari terang memberi efek *mood* tersendiri, tergantung kapan di lakukannya pemotretan pagi hari, siang atau sore hari menjelang senja.[[19]](#footnote-19) (Thomas. 2003 : 179-180)

* 1. **Alat Pendukung Fotografer**

**2.14.1** ***Tripod***

*Tripod* adalah alat yang digunakan untuk menyangga kamera. Alat ini berbentuk tiga buah tiang atau kaki yang dapat diperpanjang dan diperpendekkan sesuai keinginan dan kebutuhan. Biasanya di gunakan untuk menahan goncangan dan goyangan daat melakukan pemotretan yang digunakan lensa tele atau kecepatan rendah.

* + 1. **Filter ND (Neutral Density)**

Filter ND adalah septong kaca yang diberi warna seperti kaca hitam berguna untuk menurunkan insentitas cahaya yang masuk pada lensa, biasanya di pakai untuk keperluan *long-exposure*.[[20]](#footnote-20) (Budhi. 2010 : 36)

**2.15 Definisi Promosi**

Promosi merupakan bagian penting dalam kegiatan pariwisata dimana peranan promosi di jadikan suatu bentuk komunikasi agar dunia luas mengetahui akan informasi dan eksistensi agar menarik minat konsumen terhadap produk yang di tawarkan. Menjelaskan bahwa tujuan utama promosi adalah untuk memberi informasi, menarik perhatian dan selanjutnya memberi pengaruh (membujuk/persuasif) guna meningkatkan penjualan.[[21]](#footnote-21)(Alma 1998:133)

Dari paparan definisi di atas promosi bertujuan untuk memberi informasi dan menarik perhatian konsumen agar mengenal dan tertarik akan produk yang di tawarkan dalam promosi tersebut. Hal inilah yang akan menjadi pedoman dalam penelitian ini dimana fotografi dapat berperan sebagai media promosi pariwisata.

**2.16 Media Komunikasi**

Komunikasi adalah hal penting dalam memberikan informasi dalam sebuah promosi atau pemasaran produk jenis-jenis komunikasi yaitu antara lain : [[22]](#footnote-22)( Adya Barata, 2003)

* + 1. **Media komunikasi audio (pendengaran)**

Audio artinya sesuatu yang bersifat dapat didengar, jadi media komunikasi audio adalah suatu alat bantu komunikasi yang memancarkan suara, sehingga memungkinkan komunikasi dapat ditangkap melalui saluran pendengaran.

Contohnya : radio dan telepon.

* + 1. **Media komunikasi visual (penglihatan)**

Visual artinya sesuatu yang dapat dilihat oleh indra penglihatan (mata). Jadi, media komunikasi visual adalah suatu alat bantu komunikasi yang memancarkan tulisan dan atau gambar, sehingga memungkinkan komunikasi dapat ditangkap melalui penglihatan.contohnya : surat, brosur, pamflet, spanduk dan media cetak (koran, majalah, tabloid).

**2.16.3 Media komunikasi audio visual (pendengaran dan penglihatan)**

Audio visual merupakan sesuatu yang dapat dan dilihat. Media komunikasi ini adalah penggabungan dari 2 jenis komunikasi yaitu audio dan visual, media komunikasi yang memungkinkan dapat di tangkan oleh penglihatan dan pendengaran secara bersamaan. Contohnya : televisi,video dan film.[[23]](#footnote-23)(Adya Barata, 2003 :110)

1. Dinas Pariwisata Kabuaten Purwakarta [↑](#footnote-ref-1)
2. http://www.dpr.go.id/dokjdih/document/uu/UU\_2009\_10.pdf [↑](#footnote-ref-2)
3. http://www.wisatajabar.com/2016/01/wisata-air-mancur-terbesar-se-asia.html [↑](#footnote-ref-3)
4. http://www.dpr.go.id/dokjdih/document/uu/UU\_2009\_10.pd [↑](#footnote-ref-4)
5. http://www.dpr.go.id/dokjdih/document/uu/UU\_2009\_10.pd [↑](#footnote-ref-5)
6. SPILLANE, James J. 1991. *Ekonomi Pariwisata Sejarah dan Prospeknya* . Yogyakarta. Kanisius [↑](#footnote-ref-6)
7. SPILLANE, James J. 1991. *Ekonomi Pariwisata Sejarah dan Prospeknya* . Yogyakarta. Kanisius [↑](#footnote-ref-7)
8. Dinas Pariwisata Kabupaten Purwakarta, Februari 2016 [↑](#footnote-ref-8)
9. Santoso, Budhi. 2010. *Bekerja sebagai fotografer*. Jakarta : Erlangga Grup [↑](#footnote-ref-9)
10. Santoso, Budhi. 2010. *Bekerja sebagai fotografer*. Jakarta : Erlangga Grup [↑](#footnote-ref-10)
11. R.M Soelarko, 1990*. Komposisi Fotografi, jakarta*, Balai Pusaka [↑](#footnote-ref-11)
12. R.M Soelarko, 1990. *Komposisi Fotografi, jakarta*, Balai Pusaka [↑](#footnote-ref-12)
13. R.M Soelarko, 1990. Komposisi Fotografi, jakarta, Balai Pusaka [↑](#footnote-ref-13)
14. R.M Soelarko, 1990. *Komposisi Fotografi*, jakarta, Balai Pusaka [↑](#footnote-ref-14)
15. Mulyanto, Edi S. 2007. *Teknik modern fotografi digital*. Yogyakarta : ANDI [↑](#footnote-ref-15)
16. Santoso, Budhi. 2010. *Bekerja sebagai fotografer*. Jakarta : Erlangga Grup [↑](#footnote-ref-16)
17. gaptex.com”apa-itu-kamera-gopro” http://gaptex.com/apa-itu-kamera-gopro/ [↑](#footnote-ref-17)
18. Santoso, Budhi. 2010. *Bekerja sebagai fotografer*. Jakarta : Erlangga Grup [↑](#footnote-ref-18)
19. Mcgovern, Thomas. 2003. *Belajar Sendiri Dalam 24 Jam Fotografi Hitam Putih*. [↑](#footnote-ref-19)
20. Santoso, Budhi. 2010. *Bekerja sebagai fotografer*. Jakarta : Erlangga Grup [↑](#footnote-ref-20)
21. Alma, Buchari H.1998. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung*: CV.Alfabeta. [↑](#footnote-ref-21)
22. Atep Adya Barata, 2003. *Dasar-dasar pelayanan prima*. Jakarta. Elex Media Komputindo [↑](#footnote-ref-22)
23. Atep Adya Barata, 2003. *Dasar-dasar pelayanan prima*. Jakarta. Elex Media Komputindo [↑](#footnote-ref-23)