

PORTRAIT PHOTO STUDY AS COMMUNICATION MEDIA IN A POLITICAL CAMPAIGN

I Putu Dudyk Arya Putra¹, Ramanda Dimas Surya Dinata², Agung Wijaya³

¹²³Program Studi Desain Komunikasi Visual, Sekolah Tinggi Desain Bali

e-mail: putududyk@gmail.com¹, ramadinata@std-bali.ac.id², agungwijaya@std-bali.ac.id³

INFORMASI ARTIKEL

Received : Februari, 2019
Accepted : April, 2019
Publish online : Mei, 2019

ABSTRACT

Campaign in principle is a process of individual or group communication activities institutionalized and aims to create a certain impact. Political contestation at this time currently uses various media as mass communication. One of the most widely used media communications in political campaigns is portrait photos. In a portrait photo that is seen is the protrusion of a figure in a picture frame. Portrait photos are widely used in today's political campaign media and appear to be a mandatory element in campaign media. Its almost certain when there are political activities such as general elections, presidential elections and others, campaign media that display portraits of political figures can be found in strategic public places. Usually photos that are selected or set to be communicative and the appearance of the expressions from political figures sparks smiles and laughter to gain sympathy from their constituents. The form of portrait photos in campaign media appears in various mediums such as banners, billboards, pins, stickers, posters, t-shirts, and others. The communication that is built in the portrait photo media is non verbal communication that requires viewers to see visuals or images. This become interesting to study because portrait photos are not enough to only be read as visual that display personal figures but can be seen from a social angle because their presence functions as signs and illustrative elements.

Key words : portrait photo, political, campaign, communication.

ABSTRAK

Kampanye pada prinsipnya merupakan suatu proses kegiatan komunikasi individu atau kelompok yang dilakukan secara terlembaga dan bertujuan untuk menciptakan suatu dampak tertentu. Kontestasi politik saat ini menggunakan berbagai media untuk berkomunikasi secara massa. Salah satu

yang banyak dipakai dalam komunikasi media kampanye politik adalah foto potret. Pada foto potret yang terlihat adalah penonjolan seorang figur dalam satu bingkai foto. Foto potret banyak dimanfaatkan dalam media kampanye politik dewasa ini dan seolah menjadi unsur wajib dalam media kampanye. Hampir pasti setiap ada kegiatan politik seperti pemilihan umum, Pilpres, Pilgub dan lainnya, media kampanye yang menampilkan foto potret tokoh politik banyak ditemukan di tempat-tempat umum yang strategis. Biasanya foto-foto yang dipilih atau diset agar komunikatif dan tampilan ekspresi dari tokoh politik mengumbar senyum dan tawa untuk memperoleh simpati dari konstituennya. Bentuk saji implementasi foto potret dalam media kampanye tampil dalam berbagai medium seperti : banner, baliho, pin, sticker, poster, t-shirt, dan lain-lain. Komunikasi yang terbangun dalam media foto potret adalah komunikasi non verbal yang mengharuskan penikmat melihat visual atau citra yang dilihat oleh indra mata. Hal ini menjadi menarik untuk dikaji sebab foto potret tidak cukup hanya dibaca sebagai visual yang hanya menampilkan sosok personal tetapi bisa dilihat dari sudut sosial karena kehadirannya berfungsi sebagai tanda dan elemen ilustratif.

Kata Kunci: Foto potret, politik, kampanye, komunikasi

PENDAHULUAN

Kampanye pada prinsipnya merupakan suatu proses kegiatan komunikasi individu atau kelompok yang dilakukan secara terlembaga dan bertujuan untuk menciptakan suatu dampak tertentu. Kontestasi politik saat ini menggunakan berbagai media untuk berkomunikasi secara massa. Salah satu yang banyak dipakai dalam komunikasi media kampanye politik adalah foto potret. Dalam dua dekade terakhir fenomena pesta demokrasi mengalami perubahan yang signifikan karena penggunaan media kampanye dalam dunia politik yang sangat beragam. Para kandidat melakukan promosi politik untuk mengenalkan sosok pribadinya dalam representasi fotografi, fenomena ini menguatkan

bahwa ada kaitan erat antara fotografi, media dan politik.

Pada foto potret yang terlihat adalah penonjolan seorang figure dalam satu frame format foto. Foto potret banyak dimanfaatkan dalam media kampanye politik dan seolah menjadi unsure wajib dalam media kampanye dewasa ini. Hampir pasti setiap ada kegiatan politik seperti pemilihan umum, media kampanye yang menampilkan foto potret tokoh politik banyak ditemukan di tempat-tempat umum yang strategis. Biasanya foto-foto yang dipilih atau di set agar komunikatif, tampilan sosok tokoh dengan senyum dan tawa untuk memperoleh simpati. Bentuk saji implementasi foto potret dalam media kampanye tampil dalam berbagai

medium seperti :*banner, baliho, pin, sticker, poster, t-shirt*, dan lain-lain. Komunikasi yang terbangun dalam media foto potret adalah komunikasi non verbal yang mengharuskan penikmat melihat visual atau citra yang dilihat oleh indra mata. Hal ini menjadi menarik untuk dikaji, sebab foto potret tidak cukup hanya dibaca sebagai visual yang hanya menampilkan sosok personal tetapi bias dilihat dari sudut social karena kehadirannya berfungsi sebagai tanda dan elemen ilustratif.

Momen pemilihan gubernur Bali tahun 2018 ini menjadi subyek utama pembahasan penggunaan fotografi potret sebagai media kampanye yang efektif untuk menyampaikan informasi bagi pemilihnya. Hampir disemua sudut tempat dan jalan yang dinilai strategis bagi simpatisan pendukungnya selalu menjadi tempat pemasangan media. Media yang digunakan kebanyakan adalah media baliho, umbul-umbul, spanduk dan stiker. Sebelum adanya regulasi dan peraturan yang jelas dalam penggunaan alat peraga kampanye (APK), pemasangan dan penggunaannya dinilai semrawut, karena para kandidat dan simpatisan berlomba untuk membuat pose, gesture tubuh, atribut, dan ukuran yang beragam. Peraturan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia no.4 tahun 2017 pasal 1, no 24 menjelaskan dengan rinci, penggunaan serta aturan yang diperuntukkan untuk menggunakan atribut dalam media

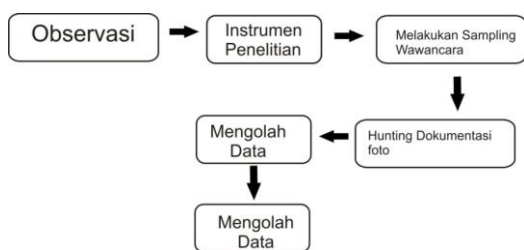
kampanye. Upaya yang dilakukan kandidat dalam merepresentasikan diri ke publik menggunakan media fotografi potret adalah usaha persuasif, dengan tujuan memberi pengetahuan, sikap dan perilaku serta kepedulian pemilih untuk lebih mengenal figur calon pemimpinnya. Pengamatan yang dilakukan oleh penulis melihat fenomena ini adalah bertujuan untuk menciptakan kedekatan secara citra visual sebelum melihat kenyataan dari tindakan serta sikap dari calon pemimpin. Maka dari itu perlu adanya pemahaman atau kajian mengenai bagaimana penggunaan fotografi potret dalam media kampanye politik, dan bagaimana kajian fungsi dan makna media fotografi potret sebagai media komunikasi kampanye politik khususnya di Denpasar.

METODE PENELITIAN

Penelitian kualitatif memosisikan peneliti sebagai instrument kunci yang memegang peranan penting dalam penelitian. Data yang terkumpul sangat tergantung dari kecakapan peneliti dalam mencari data di lapangan maupun dari narasumber. Selain memahami teori, peneliti juga harus menguasai kemampuan berkomunikasi yang baik dan mengetahui keragaman latarbelakang informan. Lokasi yang ditentukan sebagai dalam penelitian ini adalah segala foto potret yang digunakan sebagai media komunikasi dalam

kampanye politik berada di sekitar Denpasar karena pemasangan media kampanye banyak terpasang di jalan utama dan tempat strategis di sekitar Denpasar dan Kabupaten Badung, karena terkait dengan Pemilihan Gubernur Bali tahun 2018. Sumber data dalam penelitian diklasifikasikan menjadi data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh berdasarkan pengamatan langsung, dokumentasi, wawancara, kuisisioner dan kepustakaan. Penelitian ini juga melibatkan mahasiswa dan para akademisi serta masyarakat. Data sekunder diambil melalui studi pustaka yang didukung oleh pakar dan akademisi yang dihasilkan dalam hasil seminar dan jurnal ilmiah,

Untuk memudahkan penelitian, peneliti membuat sebuah skema yang nantinya akan dikembangkan sesuai dengan keperluan penelitian tentang kajian foto potret sebagai media komunikasi dalam kampanye politik :



Gambar 1.1 Diagram Alir Penelitian
 Sumber : Dokumen Penulis

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam masa pra kampanye, kampanye, dan pasca kampanye ada berbagai detail fotografi potret yang

digunakan untuk menyampaikan informasi melalui atribut pakaian, mimik wajah, gesture tubuh, ruang tajam yang kesemua detail itu adalah sebuah simbolisasi bahwa figur yang ada dalam berbagai media tersebut adalah simbolisasi positif. Untuk lebih jelasnya penulis menampilkan alat peraga kampanye pemilihan gubernur Bali tahun 2018 yang berupa Baliho, sticker dan banner sebagai pokok bahasan fotografi potret yang di implementasikan ke dalam media sebagai strategi komunikasi dalam kampanye politik. APK yang dibahas kebanyakan di dokumentasikan di berbagai jalan di Denpasar dan Kabupaten Badung karena dalam pemikiran dan jangkauan penulis, Alat Peraga Kampanye yang dipakai oleh para kandidat dibuat seragam memenuhi ketentuan dan aturan yang dibuat oleh KPU Provinsi Bali.

Rangkaian kampanye yang panjang membuat beragamnya bentuk dan desain alat peraga kampanye, tetapi tetap menggunakan media fotografi sebagai bukti otentik dan sesuai dengan realitas, karena tampilan komposisi fotografi dibuat dengan memfokuskan pandangan pada wajah dan setengah dari badan dari masing-masing paslon gubernur Bali. Pengamatan penulis pada masa sebelum kampanye resmi di umumkan terdapat beragamnya sitterobyek foto, terutama pada foto potret dari masing-masing paslon. Pembahasan fotografi potret dari pasangan Ida Bagus Dharma

wijaya Mantra dan I Ketut Sudikerta yang bisa diamati oleh penulis adalah:



Gambar 1.2 : Baliho Rai Mantra dan Sudikerta
<https://www.nusabali.com/berita/13477/jangan-saling-menyakiti-di-antara-2-baliho-cagub>

Media kampanye Baliho tersebut di atas, memakai bentuk ilustrasi fotografi sebagai citra utama dalam media baliho. Baliho Rai Mantra memakai komposisi setengah badan dengan gestur tubuh tegak serta tangan yang mencangkup, mimik muka tenang serta senyuman, hal tersebut adalah sebuah komunikasi non-verbal bahwa figur tersebut adalah figur yang pantas untuk menjadi pemimpin. Tata cahaya dari figur tersebut memaki teknik cahaya samping dengan tujuan membuat kedalaman gambar serta kontras agar obyek foto terlihat mempunyai dimensi dan ruang. Dominasi ilustrasi fotografi potret menjadi solusi baik karena dalam foto mewakili realitas yang ada dan terlihat lebih nyata dari pasangan paslon. Penempatan komposisi yang tidak menghabiskan format media adalah salah satu solusi untuk menonjolkan

fokus utamanya berupa fotografi potret.



Gambar 1.3. Baliho masa Kampanye resmi
(sumber dokumentasi penulis)

Dalam tahap selanjutnya, kampanye resmi yang di akomodir oleh KPU provinsi Bali, terlihat pemasangan serta penggunaan fotografi potret sebagai strategi kampanye sudah seragam. Tetap menggunakan atribut busana adat bali untuk membuat identitas bahwa mereka adalah calon pemimpin Bali masa depan. Ekspresi senyum dengan pose medium atau setengah badan *Sitter* atau pose memberikan penegasan dalam komposisi ruang untuk subyek foto. komposisi pemotretan yang digunakan dalam Pilgub Bali tahun 2018 ini menggunakan pose medium yaitu dari kepala hingga pinggang. Tujuannya adalah membuat orientasi pada wajah dan ekspresi terlihat jelas, ini adalah sebuah tanda dan makna yang menyampaikan bahwa pemimpin adalah sosok yang ramah, simpati, dan mengayomi rakyatnya. Fakta tersebut

bisa dilihat di kedua representasi media yang digunakan. Penggunaan unsur visual berupa garis, bidang dan warna pada APK merupakan unsur pendukung dalam media, perannya memberi format .

Informan yang pertama diwawancarai adalah seorang dari komisioner Komisi Pemilihan Umum Provinsi Bali : Dr Widyastini adalah seorang Dosen PNS DPK dari universitas pendidikan nasional Bali, yang ditugaskan oleh KPU Bali dalam bidang Kampanye divisi SDM dan partisipasi masyarakat, sosialisasi dan panmas. Terkait dengan aturan apa yang harus dipatuhi oleh partai pengusung calon gubernur tersebut dalam pembuatan alat peraga kampanye. sudah ada aturan jelas tentang alat peraga kampanye jumlah dan jenisnya. Dalam Peraturan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia no.4 tahun 2017 dan Juknis (petunjuk teknis) sudah jelas dan komprehensif dipersiapkan sebagai aturan pokok untuk pembuatan alat peraga kampanye.



Gambar 1.4. Wawancara dengan Dr Widyastini
Sumber : Dokumentasi penulis

Aturan yang pertama menurut Dr Widyastini dalam wawancara mengungkapkan yang secara umum harus ada : (1) Nama, (2) Foto Pasangan Calon, (3). Visi dan Misi, (4). NO urut, dan (5). tanda gambar partai politik pengusul. Mengenai tata letak latar belakang foto atau komposisi dari pasangan calon, tidak diatur secara detail dalam aturan KPU, yang ditekankan dalam aturan KPU untuk foto harus berbentuk potret dan harus jelas serta tidak kabur. Selama dalam pemantuan Dr Widyastuti sebagai salah satu komisioner KPU provinsi Bali tidak ada pelanggaran yang berat terhadap aturan mengenai pembuatan dari alat peraga kampanye berupa foto potret tersebut. Mengenai siapa yang membuat desain, menurut narasumber bahwa, sebelum masa kampanye pada tahap pengumuman (DCS) daftar calon sementara, desain, fotografi, atribut partai itu semua murni dibuat oleh partai atau para loyalis kandidat yang akan maju dalam pemilihan gubernur. Mengenai kreasi dalam desain, KPU provinsi Bali tidak menetapkan aturan, bahkan dalam penuturan narasumber, pemasangan APK tersebut; Baliho, Spanduk, Sticker di jalan-jalan atau tempat strategis tidak melalui pemberitahuan KPU. Pada masa kampanye berlangsung desain dan konsep visual yang dipakai terutama pada pengolahan *sitter* atau komposisi fotografi potret dari figur calon gubernur, itu murni dibuat oleh fotografer dari masing-masing

pasangan calon. Untuk seterusnya pencetakan dan pemasangan APK tersebut dibuat dan diolah oleh KPU provinsi Bali dengan tujuan agar tidak terjadi penumpukan APK; baliho, umbul-umbul dan spanduk oleh masing-masing partai pengusung di jalan-jalan. Zonasi dari penempatan juga ditentukan oleh KPU provinsi Bali dengan rincian per kabupaten kota ada 5 Baliho, umbul-umbul per kecamatan 20 buah pada masing-masing paslon, sapnduk ada 2 dengan ketentuan ukuran yang sudah ditentukan dengan berdasar PKPU 2017.

Desain yang lain seperti pamflet dan brosur, itu ditaruh di bahan kampanye, mengenai jumlah pencetakan dilakukan 100% oleh KPU provinsi Bali, mengenai tambahan dari APK tersebut di cetak kembali oleh masing-masing paslon dan partai pengusung, menurut aturan PKPU 2017, oleh Dr Widyastini hampir mencapai 150% di Kabupaten,kecamatan hingga desa di Bali boleh ditambahkan. Tetapi solusi tersebut tidak dilakukan oleh masing-masing Paslon karena sudah dinilai cukup mengkomunikasikan dengan jelas, karena zonasinya strategis. Selain media kampanye tersebut di atas, kedua pasangan calon dari Koster-acenourut 1 dan Mantra-Kerta nourut 2, juga difasilitasi untuk berkampanye di media eletronik yang penyebarannya melalui Televisi lokal (TVRI,Bali TV dan Kompas TV) berbentuk iklan video kampanye yang

berdurasi 30, dan iklan di Radio lokal Bali yang berdurasi 60 detik, semua aturan tersebut sudah melalui tahap kesepakatan dari masing-masing paslon dan partai pengusung.

Menurut penuturan I Gede Budi yoga sebagai narasumber kedua sekaligus salah satu tim sukses pemenangan tim Koster-Tjok Ace bahwa dalam strategi komunikasi penggunaan foto potret sebagai salah unsur dalam media politik sudah tepat kiranya karena figur dapat ditampilkan lebih realistis dan nyata. Tampilan foto figur paslon memang dipersiapkan sedemikian rupa, memenuhi kreteria teknis fotografi potret. Teknik yang digunakan dengan teknik tata cahaya gabungan antara tatacahaya alami dan buatan, komposisi sitter dan pose dibuat dengan sisi tegap menghadap ke kamera serta mimik muka dan senyuman pada kedua kandidat. Tujuannya agar figur dari paslon supaya terlihat karismatik.



Gambar 1.5 : wawancara I Gede Budi yoga,tim sukses pemenangan Koster-Ace

Imbuhan atribut kedaerahan, khususnya pakaian adat Bali Madya memang digunakan oleh kedua paslon untuk membuat identitas dalam foto potret untuk media kampanye politik. Yang menjadi fokus utama dalam foto tersebut adalah atribut pakaian adat Bali Madya berupa Udeng atau ikat kepala khas Bali, ada perbedaan yang berbeda pada udengnya. Pak Koster memakai udeng dengan warna putih sebagai simbolisasi kesucian, kesatuan, bersih dari makna warna tersebut. Pak Tjok Ace dengan ciri khas warna hitam pada baju serta memakai udeng batik, diberi bunga pucuk merah di udengnya adalah terkait dengan latar belakang kehidupannya, keturunan ningrat Bali yang berasal dari Puri Ubud, para keturunan bangsawan ini memang identik dengan warna hitam dengan makna elegan, tegas, serta karismatik. Makna lain yang bisa di analisis mengenai atributnya adalah memang sengaja dibuat kontras hitam dan putih sesuai dengan filosofi orang Bali bahwa mempercayai di dalam dunia ini ada 2 unsur hitam dan putih, baik dan buruk, siang dan malam dan lainnya, yang biasa dengan istilah RwaBhineda. Tulisan dengan huruf Bali "Sat Loka NangunKerti" digunakan sebagai Tag Line dalam media kampanye adalah sebagai penegasan identitas orang Bali yang menjunjungkesustraan dengan bukti tetap menggunakan huruf Bali sebagai tagline. Dominasi warna yang digunakan tetap merah karena terkait dengan partai pengusung yaitu PDIP,

penggunaan identitas warna merah dan putih dalam latar ditegaskan oleh Gede Budiyo pada wawancara 23 September 2018, sebagai simbolisasi bendera nasional Republik Indonesia, selain itu komitmen dari paslon yang menjunjung tinggi nasionalisme dan harga mati pada NKRI. Penggunaan unsur visual lainnya berupa garis untuk menegaskan format dari desain dan juga penambah unsur keindahan dalam media kampanyenya. Secara keseluruhan penggunaan fotografi potret sebagai komunikasi media politik sangat tepat dan mudah dipahami karena citra visual dibuat sesuai dengan realitas dari paslon. Mengenai Fungsinya sudah terpenuhi sebagai media penyampai pesan secara non verbal dalam kampanye politik.

Infoman ke 3 : Made Arini Hanindharputri sebagai akademisi yang membidangi keilmuan Desain Komunikasi Visual. Dalam ilmu desain komunikasi visual ada 2 cara untuk menampilkan media, media promosi dan kampanye. Pertanyaan penulis lebih dikonsentrasikan ke seputaran media kampanye. Secara umum media kampanye dalam konteks sosial maupun politik memiliki kemiripan yaitu memakai unsur visual di dalamnya seperti Judul, Tag Line atau seruan, Bodycopy atau isian, unsur ilustrasi, Teks, unsur visual : Titik, garis, bidang, format dan warna. unsur lain yang harus ada adalah teks yang memuat informasi untuk apa dan tujuan apa media tersebut. Kejelasan tujuan

komunikasi di dalam media itu harus ada, agar segmentasi pasar jelas tersampaikan. Media kampanye dalam hal politik adalah sebagai cara untuk menyampaikan komunikasi secara non-verbal karena konten dari media tersebut sudah berisi unsur visual, prinsip desain dan kriteria desain. Menurut pandangan Ibuk Ririn, contoh yang banyak ada di seputaran Kota Denpasar berupa Baliho, sudah bisa memenuhi syarat menjadi media komunikasi visual karena di dalamnya termuat berbagai prinsip dan kriteria desain secara umum. Tetapi ada beberapa bagian yang menjadi koreksi, karena analisis dari pandangan buk Ririn mengenai Alat Peraga Kampanye. Kadang ada salah satu media yang mendominasi adalah Teks dan Typografinya yang terlalu rumit dalam desain medianya. Ilustrasi fotografi potret yang umum dipakai, tetapi ada beberapa bagian yang terlihat tidak cocok karena editing terlalu banyak, secara khusus pada cropping atau format serta transformasi size yang biasa ada proporsi wajah dari Paslon yang tidak sesuai dengan proporsi tubuh. Dalam kontestasi Pilgub Bali tahun 2018, media yang dibuat sebagai alat peraga kampanye secara umum informasi sudah sangat jelas dan mudah dipahami. Strategi dari KPU sudah dinilai sangat baik karena dibuat seragam sesuai dengan ketentuan aturan dari KPU provinsi Bali.

Menurut pemahaman Ririn setiap media mempunyai karakteristik

dan pendapat kenapa harus menggunakan beragam media untuk penyampaian pesan dalam kampanye.



Gambar 1.6. Wawancara Ibuk Made Arini Handindharnputri, S.Sn., M.Sn
Sumber : dokumentasi penulis

medium	Alasan positif penggunaan	Alasan negatif penggunaan
TV	Pengelihatannya, suara, dan pergerakan yang nyata, menghibur serta narasi cerita yang menggugah rasa	Kurang selektif hal yang detail kadang diabaikan, relatif mahal, ketatnya konten karena harus ada durasi waktu yang digunakan
Surat Kabar	Relatif murah untuk, untuk mendapatkan informasinya mudah, jangkauan yang luas	Sifatnya cenderung pasif
Radio	Jangkauan luas dengan isi pesan yang menarik serta bisa memilih segmentasi pasarnya	Kurang menarik karena hanya suara tanpa visual, serta keterbatasan waktu sehingga kontennya digunakan sebagai latar belakang maka perhatian publik rendah.
Billboard	Harga murah, mudah diubah kontennya, mudah ditempatkan ditempat strategis	Mudah dirusak, segmentasi yang terbatas
Spanduk	Harga murah, praktis, mudah digunakan	Keterbatasan ruang, bahan yang rentan dirusak, bersifat sekilas
Media sosial	Murah, praktis, personal tidak berbayar, ada audio visual menarik perhatian serta kekinian, bersifat interaktif	Mudah dirubah konten informasinya karena bisa di copy-paste sulit dikontrol
sticker	Murah, bahannya banyak mudah ditempatkan, menarik	Mudah dirusak serta segmentasi tempat dan waktu yang terbatas

Fotografi potret bisa digunakan di media di atas karena perkembangan dalam dunia promosi sekarang membutuhkan sebuah citra visual yang lebih nyata dilihat oleh penikmatnya. Fotografi adalah salah satu yang dipakai untuk membuat sebuah citra dalam konten media promosi, baik cetak maupun elektronik. Apalagi di dunia yang kontemporer ini yang kebanyakan masyarakat banyak melihat dan dilihat. Konsumsi masyarakat banyak dilakukan dengan melihat menganggap citra visual fotografi potret adalah sebuah penggambaran nyata dan realistik. Pergeseran pemikiran untuk menggunakan strategi citra visual fotografi potret banyak dilakukan dalam kontestasi politik saat ini untuk mempromosikan diri, personal maupun kelompok. Yang diperlukan masyarakat saat ini bukan lagi pemimpin yang melulu cerdas dan memiliki jiwa pemimpin, yang penting bagaimana cara untuk membuat representasi diri ke ruang publik, membuat citra yang semenarik mungkin. Pemimpin harus sadar bahwa selain pemikiran yang cerdas serta jiwa pemimpin, citra penampilan dalam berbagai media khususnya dengan penggunaan fotografi potret harus ditampilkan semenarik mungkin untuk membangun komunikasi serta pemahaman pada visual. Agar nantiya simpati pad masyarakat pemilih lebih yakin untuk memilih pemimpinnya.

Media spanduk secara ukuran lebih kecil dibandingkan dengan media

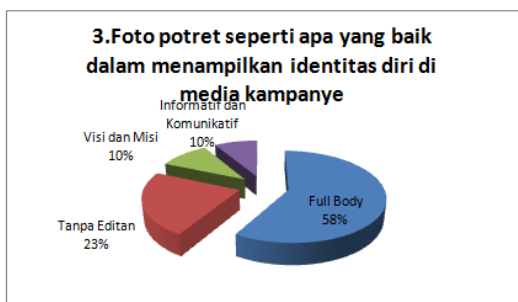
balih. Informasi yang disampaikan sama dan dibuat lebih sederhana, tampilan komposisi unsur visual dan fotografi dibuat menyesuaikan layout dari ukuran spanduk. Keunggulan dari spanduk ini adalah media bisa dibuat dengan memberi informasi yang lebih tepat sasaran, dan penempatannya biasanya mencari solusi tempat yang dinilai strategis. Kekurangannya adalah rentan sabotase dan ruang lingkup yang terbatas. Pada unsur fotografi umumnya masih sama fotografi yang dipakai.



Gambar 1.7 media spanduk kampanye
Sumber : Dokumentasi Penulis

Guna memperkuat hasil wawancara di atas peneliti menggunakan kuisiner yang berisi 5 pertanyaan mendalam, untuk memperkuat data yang ada. 100 responden dari berbagai profesi dan umur yang berbeda, diutamakan yang sudah bisa memilih. Dari kuisiner tersebut didapatkan hasil bahwa foto potret terutama yang mengkhhusus pada wajah lebih efektif memberikan informasi dan komunikasi awal siapa yang menjadi calon pemimpin

nantinya. Karena dalam pandangan masyarakat citra visual foto potret sangat mudah dimengerti dan komunikasinya sederhana tetapi tidak melenceng dari tujuan yang diinginkan oleh paslon, berikut hasil kuisisioner :



SIMPULAN

Dari hasil penelitian dan pengembangan yang dilakukan guna memperdalam bahasan yang diambil tentang kajian fotografi potret sebagai media komunikasi kampanye politik diperoleh kesimpulan:

Media Kampanye yang menggunakan media fotografi potret

sebagai salah satu strategi penyampai pesan umumnya sangat efektif dalam membangun komunikasi, kesadaran, pengetahuan dan keyakinan publik. Tetapi di lain sisi, dalam citra visual fotografi potret tersebut belum tentu mengandung kebenaran sejati, karena citra tersebut hanya menyuguhkan sebuah retorika visual yang menggunakan teknis secara fotografis untuk membuat makna dan fungsi tertentu dalam media kampanye politik. Secara teknis yang membangun fotografi potret tersebut ada 2 elemen: teknis dan ide. Kedalaman ruang, komposisi, tata cahaya, sitter, dan pose itu adalah sederatansymbolisasi secara teknis untuk mewujudkan citra fotografi potret yang layak untuk dinikmati. Elemen ide dalam hal ini berperan membentuk makna dan fungsi karena elemen visual, atribut, pakaian ekspresi, hal tersebut memberi penekanan pada komunikasi yang dibangun untuk menunjang sebuah media kampanye politik.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] B. Burhan. *Penelitian Kualitatif, Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*, Prenada Media Group: Jakarta, 2007
- [2] C. Hafied, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, PT Raja Grafindo Persada: Jakarta, 1998

- [3] Hermanu. *Pameran Fotografi Potret, Bentara Budaya* Yogyakarta: Yogyakarta, 2008
- [4] Irwandi dan M. F. Apriyanto. *Membaca Fotografi Potret Teori, Wacana dan Praktik*, Gama Media: Yogyakarta, 2012
- [5] Y. A. Piliang. *Dunia yang Dilipat: Tamasya Melampaui Batas-Batas Kebudayaan*, Matahari: Bandung, 2010
- [6] Y. A. Piliang. *Hipersemiotika: Tafsir Cultural Studies atas Matinya Makna*, Jalasutra: Yogyakarta, 2003
- [7] Y. A. Piliang & J. Jejen. *Teori Budaya Kontemporer Penjelajahan Tanda dan Makna*. Aurora (kelompok Cantrik Pustaka): Yogyakarta, 2018
- [8] S. Soeprapto. *Pot-Pourri Fotografi*, Penerbit Universitas Trisakti: Jakarta, 2006
- [9] V. Antar. *Manajemen Kampanye, Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikas Publik*. PT Remaja Rosda karya: Offset, Bandung, 2018