

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Menyaksikan sebuah karya fotografi melalui sosial media ataupun mendatangi lokasi dilaksankannya pameran fotografi menghasilkan persepsi yang berbeda-beda bagi setiap subjek yang menyaksikan tersebut. Banyak faktor yang mempengaruhi persepsi terhadap apapun yang sedang disaksikan, seperti pengalaman, pengetahuan, kebudayaan dan lain-lain.

Berdasarkan analisis data pada bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa persepsi konsumen terhadap foto Erison J Kambari dilihat dari segi teknis fotografi seperti komposisi, warna, pencahayaan serta objek foto, mayoritas konsumen mengatakan baik dan 94% jawaban responden mendekati teori-teori yang digunakan. Hal ini sesuai dengan hipotesis awal penulis yang mengatakan bahwa konsistensi Erison J Kambari dalam memotret setiap kebudayaan, masyarakat dan alam Minangkabau-lah yang menjadikan konsumen tertarik untuk membeli karya foto Erison J Kambari.

Keterbatasan akses penulis dengan konsumen foto Erison J Kambari menjadi hambatan selama penelitian ini, karena narasumber utama yaitu Erison J Kambari, tidak mengizinkan penulis untuk berhubungan langsung dengan konsumen karena berbagai hal. Untuk tetap berjalannya penelitian, maka penulis menggunakan *Google Form* sebagai alat bantu untuk mendapatkan jawaban dari masing-masing konsumen.

B. Saran

Membaca realitas yang hidup di tengah masyarakat membutuhkan sensitivitas yang tinggi. Terbacanya suatu realitas bisa dijadikan sebagai bahan kajian atau penelitian guna mengungkap fakta-fakta yang sebenarnya terjadi. Penelitian yang penulis lakukan merupakan suatu fenomena ditengah masyarakat pada hari ini, yaitu tingginya intensitas terjualnya karya foto Erison J Kambari di tengah banyaknya fotografer yang juga memiliki karya-karya bertemakan Minangkabau.

Penelitian yang dapat terlaksana dengan baik dan lancar tidak lepas dari persiapan dan koordinasi yang baik antara peneliti dengan narasumber. Pastikan narasumber bersedia terlibat dalam penelitian, kecuali peneliti adalah alat/instrumen dalam penelitian tersebut. Jika seandainya narasumber tidak bersedia memberikan data yang seharusnya didapatkan, jangan memaksa narasumber untuk memberi jawaban. Hal ini akan berdampak kepada peneliti berikutnya yang juga ingin mendapatkan informasi dari narasumber tersebut.

Pastikan segala poin penting yang disampaikan oleh narasumber dicatat dengan baik, alangkah lebih baik jika setiap dialog yang dilakukan bersama narasumber direkam menggunakan alat perekam audio atau *Smartphone*. Analisis setiap data yang telah diperoleh dengan baik. Jangan ada rasa takut terhadap hasil penelitian yang tidak sesuai dengan hipotesa, karena ada kalanya ekspektasi tidak sesuai dengan realita, dan itulah penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, Audy Mirza. 2004. *Foto Jurnalistik*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Ardiansyah, Yulian. 2007. *Tips & Trik Fotografi Teori dan Aplikasi Belajar Fotografi*. Jakarta: PT Gramedia.
- Kotler, Philip dan AB. Susanto 2001. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Narbuko, Cholid dan Achmadi Abu. 2012. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2018. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sobur, Alex. 2003 *Psikologi Umum: Dalam Lintasan Sejarah*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Soedjono, Soeprapto. 2007. *Pot Pourri Fotografi*. Jakarta: Penerbit Universitas Trisakti.
- Soekajo, Makarios. 2007. *Dasar Fotografi Digital*. Jakarta: PT Prima Infosarana Media
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian & Pengembangan (Research and Development/ R&D)*. Bandung. Alfabeta, cv.
- Sumanto. 2014. *Psikologi Umum*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Sumayku, Reynold. 2016. *Pada Suatu Foto*. Bandung: Kaifa Publishing
- Svarajati, Tubagus P. 2013. *Photagogs Terang-Gelap Fotografi Indonesia*. Semarang: Suka Buku
- Walgito, Bimo. 2004. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi
- Wijaya, Taufan. 2018. *Literasi Visual*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Zed, Mestika. 2004. *Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

SKRIPSI

Nidya Kinasih, Afusa. 2017. Skripsi: *Aspek Persepsi dan Emosi Pada Iklan Layanan Masyarakat "Safety Riding": Kajian Fotografi Dengan Perspektif Psikologi*. Yogyakarta. ISI Yogyakarta.

Jauzi Abdul Ceasar, Ibnul. 2017. Skripsi: *Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Alat Musik Perspektif Ekenomi Islam*. Lampung. UIN Raden Intan. Lampung

WEBSITE

Admin. 2012. *Persepsi: Pengertian, Definisi dan Faktor yang Mempengaruhi*. <http://www.duniapsikologi.com/persepsi-pengertian-definisi-dan-faktor-yang-mempengaruhi/> (diakses tanggal 29 September 2018)

Google Apps. 2016. *Mengenal Google Form untuk Kebutuhan Survey Anda*. <https://idcloudhost.com/mengenal-google-form-untuk-kebutuhan-survey-anda/> (diakses tanggal 19 Mei 2019)

