

BAB IV.

PENUTUP

A. Simpulan

Penelitian ini membahas karya-karya fotografi yang digunakan sebagai foto promosi wisata Bukittinggi di instagram @bukittinggitourism dari perspektif fotografi komersial. Fokus penelitian pada karya-karya fotografi ditinjau dari nilai artistik, nilai persuasif dalam sudut pandang fotografi komersial. Sampel penelitian ini sebanyak 12 foto di instagram @bukittinggitourism dan dikelompokkan menjadi 4 bagian berdasarkan kategori wisata bersejarah, wisata alam, wisata kuliner dan sudut kota. Tiap kategori dipilih 3 foto berdasarkan objek wisata yang populer dan paling banyak di muat dalam instagram @bukittinggitourism tiap tahun. Tahun 2020-2022 dipilih karena merupakan tahun pemulihan pariwisata kota Bukittinggi selama dan setelah pandemi Covid-19 serta untuk memudahkan menganalisis karya fotografi.

Metode penelitian ini deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan observasi. Teori yang digunakan dalam menganalisis karya-karya fotografi berdasarkan nilai artistik adalah teori estetika fotografi, teori persuasi visual berdasarkan nilai persuasif dan teori fotografi komersial. Penyajian data hasil analisis disajikan berbentuk tabel yang memuat karya-karya yang menjadi sampel penelitian dan berbentuk deskriptif memuat kesimpulan hasil analisis penelitian dalam fotografi komersial.

Hasil penelitian ini adalah karya-karya fotografi yang digunakan sebagai foto promosi wisata Bukittinggi di instagram @bukittinggitourism dalam perspektif fotografi komersial, foto di instagram @bukittinggitourism layak dikategorikan sebagai karya fotografi komersial berdasarkan aspek fungsional yang berfungsi sebagai foto promosi untuk meningkatkan wisata Bukittinggi, serta memiliki nilai artistik dan nilai persuasif yang berfungsi sebagai elemen penarik perhatian dalam menampilkan realitas wisata kota Bukittinggi. Foto promosi di instagram @bukittinggitourism sudah memenuhi kategori fotografi komersial dengan beberapa kelebihan dan kekurangan yang bisa menjadi pertimbangan dan saran pengembangan instagram @bukittinggitourism mendatang

B. Saran

Penelitian dengan topik promosi pariwisata Bukittinggi di instagram @bukittinggitourism dari perspektif fotografi komersial ini belum sepenuhnya sempurna. Diharapkan melalui penelitian ini dapat membantu penelitian selanjutnya sebagai bahan referensi dalam menganalisis karya fotografi komersial. melalui penelitian ini diharapkan dapat membantu instansi terkait dalam mengevaluasi karya-karya fotografi yang digunakan dalam instagram @bukittinggitourism sebagai foto promosi di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, L., 2017. *Pengantar Sejarah Dan Konsep Estetika*. Yogyakarta : Penerbit PT Kanisius .
- Anna Fitri Ramadani, Y. A. S., 2018. Ruang Dan Pariwisata kota Bukittinggi. *90 tahun Sumpah Pemuda (1928-2018): memperkuat komitmen Keindonesiaan di Era G.4.0*, Issue 1, pp. 1-22.
- Bishop, S., 2013. *Panduan Fotografer Warna ,Cahaya, dan Komposisi*. 1 ed. Jakarta: PT.Elex Media Komputindo.
- Bukittinggi, P. k., n.d. *Tentang Kota Bukittinggi*. [Online] Available at: <https://www.bukittinggikota.go.id/profil/about> [Accessed 4 2 2023].
- Dharsito, W., 2015. *dasar fotografi digital 2 komposisi dan ketajaman*. Jakarta: Kompas Gramedia.
- djaja, W., 2018. *PDRl Pemerintahan Darurat Republik Indonesia*. Klaten : Cempaka Putih.
- Dr.H.Zuchri Abdussamad.S.I.K., M., 2021. *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: Syakir Media Press.
- Dr.I Gusti Bagus Rai Utama, M., 2016. *Pengantar industri pariwisata*. Yogyakarta: deepublish.
- Enche Tjin, E. M., 2014. *Kamus Fotografi*. 1 ed. Jakarta: PT.Elex Media Komputindo.
- Harsanto, P. W., 2020. *Fotografi Desain*. Yogyakarta: PT Kanisius.
- Ismayanti, d., 2015. *Pariwisata dan isu kontemporer*. Jakarta: Garuda Mas Sejahtera.
- Leni Syukmayatti (50 tahun), JFT.Adyatama Kepariwisataan Ekonomi Kreatif Ahli Muda Substansi strategi dan komunikasi pemasaran dan pariwisata, wawancara 16 Mei 2023 di Dinas Pariwisata Kota Bukittinggi,Bukittinggi.
- Messaris, P., 1997. *Visual Persuassion : the role of images in advertising*. California: Sage Publications,Inc.
- Mhd. Rival, A. R. Y. S., 2022. STRATEGI KOMUNIKASI PROGRAM DUTA WISATA BUJANG JO GADIH BUKITTINGGI SEBAGAI UPAYA PROMOSI PARIWISATA. *JURNAL SIGNAL*, Desember, 10(02), pp. 245-260.

- Peppy Afrilian, H. Y. A. A., 2021. Strategi Promosi Wisata Kota Bukittinggi melalui kuliner Nasi Kapau. *Indonesian Journal of Tourism and Leisure*, 02(2), pp. 107-116.
- Peres, M. R., 2013. *The Focal Encyclopedia of Photography*. 4 ed. USA: Focal Press.
- Prof.Dr.A.Muri Yusuf, M., 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif,dan Penelitian Gabungan*. 1 ed. Jakarta: Kencana.
- Riyan Hidayatullah, M. ., K. S., 2016. *Estetika Seni*. 1 ed. Yogyakarta: arttex.
- Samsu, S., 2017. *Metode Penelitian : teori dan aplikasi penelitian kualitatif,kantitatif,mixed methods,serta research & development*. I ed. Jambi: Pusaka Jambi.
- Saniati, M. A. A. N. A. S. P. D. R. S., 2022. Implementasi E-Tourism sebagai Upaya Peningkatan Kegiatan Promosi Pariwisata. *INTERNATIONAL JOURNAL OF COMMUNITY SERVICE LEARNING* , 6(2), pp. 203-212.
- Siti Nur Latifa, N. E. P., 2022. Strategi Pengembangan Pariwisata Pada Era Adaptasi Kebiasaan Baru Oleh Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga kota Bukittinggi dalam upaya meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD). *Journal Locus : Penelitian dan Pengabdian*, p. 620.
- Soejono, S., 2007. *Pout-Pourri Fotografi*. Jakarta: Universitas Trisakti.
- Sunarto, S., 2017. *Apresiasi Seni Rupa*. Yogyakarta: Thafa Media.
- Tahalea, S., 2019. KRITIK FOTOGRAFI: MENDESKRIPSIKAN SEBUAH FOTO DARI SISI SUBJEK, BENTUK, MEDIA DAN GAYA. *Dimensi*, 16(01), pp. 85-94.
- Wijayanti, A., 2021. Efektivitas Instagram dalam Meningkatkan Minat Kunjungan Wisatawan di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Indonesian Journal of Tourism and Leisure*, 02(1), pp. 27-39.
- Wiratno, T. A., 2020. *Kritik Seni Rupa Berbasis Budaya Kritis*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.