



FOTOGRAFI SEBAGAI MEDIA POLITIK DI INDONESIA

Mohammad Solihin*

Program Studi S-1 Ilmu Komunikasi, Universitas Respati Yogyakarta

*Korespondensi Penulis: mohammadsolihin@respati.ac.id

ABSTRACT

Photography is one of the media used to introduce the character or self-image of politicians during regional head elections, or presidential elections. Among them are by displaying photos of faces or campaign activities for APK (Campaign Props) billboards, namely billboards or billboards installed on protocol roads that can be seen by the public, pamphlets, mass media, and etc. Visual media in the form of photos has a very big influence on public opinion. Photography has a visual power that is able to construct the authenticity of factual events. The purpose of this study is to find out how the process of making photography a political visual communication medium in Indonesia. The method used is descriptive qualitative with an approach through the literature study method. The results of this study can be concluded that the process of making photography a political medium of visual communication to the public is carried out in several ways, namely by recruiting special photographers themselves, designing them, and distributing them. The effect of the message generated from a photography with a good appearance is the effect of knowledge and effect of information.

Keywords: *Photography, Political Media, Visual Communication, Message Effects, Political Communication.*

ABSTRAK

Fotografi merupakan salah satu media yang digunakan untuk mengenalkan karakter atau citra diri politisi saat pemilihan kepala daerah, ataupun pemilihan presiden. Diantaranya dengan memajang foto-foto wajah atau kegiatan kampanye untuk baliho APK (Alat Peraga Kampanye) yakni papan reklame atau billboard yang dipasang di jalan-jalan protokol yang bisa dilihat oleh masyarakat luas, pamflet, media massa, dan sebagainya. Media visual berupa foto sangat besar pengaruhnya mempengaruhi opini publik. Fotografi memiliki kekuatan visual yang mampu mengkonstruksi keotentikan peristiwa faktual. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana proses menjadikan fotografi sebagai media komunikasi visual politik di Indonesia. Metode yang digunakan deskriptif kualitatif dengan pendekatan melalui metode studi literatur. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa proses menjadikan fotografi sebagai media politik komunikasi visual kepada masyarakat dilakukan dengan beberapa cara, yakni dengan merekrut khusus fotografer sendiri, mendesainnya, dan menyebarkannya. Efek pesan yang ditimbulkan dari sebuah fotografi dengan tampilan yang baik adalah efek pengetahuan dan efek informasi.

Kata Kunci: Fotografi, Media Politik, Komunikasi Visual, Efek Pesan, Komunikasi Politik.

PENDAHULUAN

Fotografi tidak hanya dianggap sebagai saluran penunjang dalam berbagai kegiatan, namun juga sebagai penguat pesan visual yang disampaikan. Begitupula halnya dalam aktivitas politik, akan terasa sangat kurang apabila tidak menyertakan foto sebagai tampilan visual politiknya. Namun, lantaran tampilan visualnya kurang baik, sehingga banyak pesan yang tidak tersampaikan dengan baik oleh calon kepala daerah pada saat kampanye Pemilihan Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah (Pilkada) atau oleh calon presiden pada saat kampanye Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden (Pilpres).

Fotografi sebagai salah satu media yang digunakan untuk mengenalkan karakter atau citra diri calon-calon kepala daerah yakni walikota dan wakil walikota, bupati dan wakil bupati, gubernur dan wakil gubernur ataupun calon presiden dan wakil presiden kepada publik. Diantaranya dengan memajang foto-foto wajah atau kegiatan kampanye untuk baliho APK (Alat Peraga Kampanye) yakni papan reklame atau *billboard* yang dipasang di jalan-jalan protokol yang bisa dilihat oleh masyarakat luas, pamflet, spanduk, pameran fotografi, media massa, dan sebagainya. Media visual berupa foto sangat besar pengaruhnya dalam kampanye politik, karena dengan media foto ini dapat mempengaruhi opini publik dengan memberitakan kelebihan-kelebihan yang dimiliki seorang calon atau kandidat.

Citra diri pribadi tiap-tiap calon kepala daerah ataupun calon presiden yang akan maju, seringkali perlu dibangun untuk membentuk suatu citra publik (*public image*). Foto-foto kegiatan kampanye di kampung-kampung atau dikenal dengan istilah *blusukan*, memberikan sumbangan kepada masyarakat yang tidak mampu, bakti sosial, sampai foto diri pada masa kecil, dan sebagainya, merupakan suatu bentuk upaya ke arah pembentukan citra diri tersebut. Jelas di sini fotografi sebagai media komunikasi visual politik yang dibutuhkan untuk dapat menarik perhatian publik terhadap suatu kegiatan tertentu sebagai upaya menaikkan pamor atau citra seperti kampanye pendidikan gratis, atau imbauan kepada masyarakat terhadap kasus tertentu seperti misalnya upaya pencegahan penularan COVID-19.

Fotografi menjadi bagian yang tak terpisahkan dalam menyampaikan gagasan untuk sebuah tujuan tertentu seperti dalam Pilkada tahun 2020 atau Pilpres tahun 2019. Fotografi memiliki kekuatan visual yang mampu mengkonstruksi keotentikan peristiwa faktual. Melalui bahasa visual, fotografi menyuarakan kebebasan dan kejujuran, sekaligus pesan dan keindahan. Fotografi menjadi salah satu media visual untuk merekam/mengabadikan, atau menceritakan suatu peristiwa. Pada hakikatnya, fotografi mempunyai kelebihan dibandingkan media verbal. Selain mudah diingat, fotografi juga memiliki efek lain yang timbul jika kita melihatnya, sehingga ada ungkapan “foto lebih berbicara daripada seribu kata” yang berarti begitu banyak penafsiran makna dalam menerjemahkan foto.

Fotografi merupakan salah satu cara untuk berkomunikasi secara visual dengan khalayak atau audiennya, karena fotografi juga bisa membuat orang yang melihatnya berdecak kagum, berempati, bersedih, bergembira, atau bahkan mengalami suatu kebingungan. Begitu besarnya efek yang ditimbulkan oleh fotografi ketika digunakan sebagai penyampai pesan. Sehingga tujuan dari

penelitian ini untuk mengetahui bagaimana proses menjadikan fotografi sebagai media komunikasi visual politik di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan melalui metode studi literatur. Pengumpulan data yang dilakukan melalui buku, hasil penelitian, artikel jurnal, liputan media, dan sumber dari internet lainnya yang relevan dengan materi pembahasan mengenai fotografi, komunikasi visual dan media politik. Sedangkan untuk teknik analisis data terdiri atas reduksi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Fotografi merupakan salah satu alat media komunikasi visual yang sangat efektif karena dapat memvisualisasikan sesuatu dengan konkrit, realistis, dan akurat. Sosialisasi pada masa kampanye pemilihan kepala daerah (Pilkada) atau pemilihan umum presiden (Pilpres) di mana banyak calon kepala daerah, atau calon presiden yang membutuhkan fotografi sebagai pilihan media komunikasi *personal branding* politiknya. Melalui tampilan visual yang baik dan dengan menggunakan saluran media massa yang tepat akan dapat memberikan efek pesan kampanye politik yang tersampaikan dengan baik untuk menggiring target audiens sesuai yang dikehendaki. Untuk itu diperlukan kemampuan memahami ragam genre dalam fotografi agar serangkaian pesan visual tidak hanya tersampaikan secara tepat, namun juga berfungsi sesuai dengan penggunaannya.

Memahami Ragam Genre Fotografi

Fotografi dalam praktiknya dapat dilihat sebagai rangkaian proses seleksi dari seleksi pra produksi dan editing pasca produksi. Informasi dipilih dari lingkungan melalui aktivitas pengambilan foto, lalu pemilihan informasi dari susunan visual yang diperoleh secara bertahap disempurnakan menjadi apa yang akan muncul dalam hasil akhir fotografi. Selanjutnya, persepsi masyarakat terhadap gambar dapat diarahkan oleh konteks umum tampilan dan keterangan khusus yang diterapkan pada foto tersebut.

Kemampuan dan kreatifitas fotografer dalam menampilkan citra visual kandidat atau tokoh politik tergantung genre atau aliran fotografi yang membentuknya. Jika dalam karya foto yang disampaikan berupa momen suatu kejadian atau peristiwa, maka bisa jadi itu merupakan genre foto jurnalistik atau foto dokumentasi. Fotografi adalah praktik dinamis yang seiring waktu dapat berubah dan berinovasi. Tinjauan singkat bidang fotografi apa pun akan mengungkapkan bagaimana citra fotografi dalam periklanan, fashion atau mode, jurnalisme, dan bahkan album keluarga telah mengalami perubahan gaya dan kontekstual yang dramatis selama 30 tahun terakhir. Sementara beberapa dari perubahan ini menurut Wright (2003) mungkin disebabkan oleh inovasi teknis, sebagian

besar inovasi dalam pendekatan ditentukan oleh dinamika fotografi yang beroperasi dalam masyarakat yang terus berubah. Oleh karena itulah muncul banyak ragam genre dalam fotografi.

Genre oleh sebagian orang biasanya disebut dengan aliran, gaya, jenis, atau tipe merupakan pengategorian atau pengelompokan sesuatu hal. Istilah genre diadaptasi dari pelafalan dalam bahasa Perancis yang berarti ‘jenis’ atau ‘semacam’ yang berkembang menjadi istilah kategori dalam sebuah karya seni, dan bentuk lain dari seni dan bidang hiburan. Dalam bidang fotografi, apabila seorang fotografer memiliki pengetahuan yang cukup mengenal genre atau aliran fotografi, akan lebih memudahkannya untuk memahami arah dan peluang profesi fotografer dalam mengembangkan karir, hobi atau kemampuannya di bidang fotografi (Gunawan, 2014). Genre-genre tersebut memiliki fungsi yang pada dasarnya berbeda-beda penggunaannya.

Sedangkan istilah kata “*photography*” (fotografi) berasal dari bahasa Yunani yakni “*Photos*” yang berarti sinar atau cahaya, dan “*Graphos*” yang berarti gambar atau lukisan. Secara harfiah artinya “melukis atau menggambar dengan cahaya”. Penyebutan istilah fotografi ini menurut Burhanuddin (2014) dapat dilacak melalui catatan paling awal yang pernah dilakukan oleh Hercules Florence yang merupakan seorang pelukis dan penemu asal Perancis pada 1834 dalam buku hariannya dengan tulisan kata “*photographie*” untuk menggambarkan proses tersebut, namun kata “*photography*” masih belum dikenal secara luas. Setelah Sir John Herschel memberikan kuliah di Royal Society of London pada 14 Maret 1839, barulah kata “*photography*” mulai dikenal dunia. Sehingga fotografi mulai berkembang seiring adanya perubahan teknologi pada kamera foto yang kian maju dan menumbuhkan berbagai kreatifitas para fotografer yang menjadikan fotografi terbagi-bagi ke dalam beberapa ragam genre.

Pentingnya memahami genre fotografi dalam pertarungan politik pemilihan presiden atau kepala daerah sebenarnya untuk dapat menggolongkan kemampuan seorang fotografer agar disesuaikan dengan kebutuhannya. Hal ini terjadi lantaran seringkali fotografer dinilai orang yang berkompeten dengan semua hal tentang foto, mulai dari memotret dokumentasi, foto prewedding, foto produk, foto jurnalistik, foto model, foto seni, dan sebagainya. Memang seorang fotografer dapat melakukannya, namun tidak semua dapat melakukannya dengan sangat baik. Spesialisasi juga ada di dunia fotografi sebagaimana pekerjaan lainnya di mana seorang praktisi mampu melakukan semua hal di bidangnya, namun seiring berjalannya waktu dan pengalaman orang tersebut akan menentukan bagian tertentu yang dapat dilakukan dengan maksimal.

Pembagian genre fotografi yang begitu banyaknya membuat sebagian pengguna jasa fotografi atau fotografer bingung menentukan kebutuhan foto ataupun spesialisasinya. Untuk itu perlu disederhanakan berdasarkan konsep dasarnya agar lebih mudah dipahami. Nugroho (2018) membaginya ke dalam 3 genre besar di fotografi, yaitu 1) fotografi komersial, 2) fotografi seni, dan 3) fotografi jurnalistik.

Genre pertama adalah fotografi komersial mempunyai nilai jual atas karya fotografi yang dibuat dengan tujuan komersil seperti iklan produk, poster, baliho, dan sebagainya. Istilah komersial ini

seakan sudah terpaku bagi fotografer yang motret untuk keperluan advertising dan pasar yang sulit ditembus. Pekerjaan fotografi komersial biasanya meliputi, 1) Foto fashion yang menonjolkan kemampuan komposisi gambar produk (misal baju, sepatu, tas, dan sebagainya) serta mampu memadukan busana dan modelnya menjadi gambar yang harmoni dan menarik. 2) Foto model (glamour) yang lebih menampilkan sensualitas dari model itu sendiri. Ada juga foto fashion yang bernuansa glamour, ada juga foto model bersifat endorsement untuk fashion. 3) Foto produk industri di mana benda/produk sebagai objek utamanya yang juga sering melibatkan model sebagai penguat brand dari produk tersebut. 4) Food photography mirip dengan foto produk namun dalam hal makanan yang tidak dapat disamakan dengan barang lain. 5) Foto arsitektural atau foto gedung bangunan yang biasanya untuk *company profile* perusahaan, poster, dan sebagainya yang meningkat seiring dengan maraknya bisnis properti. 6) Foto portrait untuk foto komersial yaitu pas foto biasanya digunakan sebagai pengenalan visual seseorang untuk kepentingan administrasi, birokrasi, dan kelengkapan dokumen. 7) Foto wedding atau pernikahan (termasuk foto pre wedding) yaitu foto komersial yang paling umum untuk mendokumentasikan momen-momen acara pernikahan. 8) Foto komersial lainnya yang terus berkembang (Burhanuddin, 2014; Nugroho, 2018).

Genre kedua adalah fotografi seni yaitu sebuah karya foto yang memiliki nilai seni (*fine art*) dan merupakan bagian dari seni rupa yang mempunyai nilai estetika visual baik bersifat universal maupun terbatas. Karya foto seni lebih menonjolkan keindahan atau artistik yang terkandung dalam sebuah foto dan juga kandungan makna foto itu sendiri. Foto seni tidak sama dengan foto komersial yang dibuat untuk kepuasan konsumen. Foto seni lebih bertujuan untuk mencurahkan ide/kreatifitas fotografer dalam mengambil gambar, sehingga tidak dapat diklasifikasikan sebagai suatu genre seperti halnya foto landscape, makro, dan lain-lain. Karena yang membedakan foto seni dengan foto lainnya adalah pada imajinasi fotografernya hingga tujuan utama pembuatan foto tersebut (Nugroho, 2018).

Genre ketiga adalah foto jurnalistik yaitu bertemunya fotografi dan jurnalistik. Secara sederhana foto jurnalistik adalah foto yang bernilai berita, menjadi berita itu sendiri atau melengkapi suatu berita dan dimuat dalam suatu media massa. Aspek penting yang harus ada dalam foto jurnalistik ini adalah unsur fakta, informasi, dan cerita (Wijaya, 2018). Selain menyajikan informasi visual secara cepat atas berbagai peristiwa yang terjadi, foto jurnalistik ini juga didukung dengan caption atau penjelasan dari foto.

Setidaknya ada 9 jenis foto jurnalistik yang dapat diketahui sesuai kategori yang dibuat oleh *World Press Photo (WPP) Foundation*, atau Badan Foto Jurnalistik Dunia, yaitu 1) *Spot Photo* yaitu foto peristiwa yang diambil spontan atau tidak terjadwal, misal foto bencana alam, kecelakaan, dan perang. 2) *General News* yaitu foto peristiwa yang sudah terjadwal atau terencana, misal foto tentang politik, foto ekonomi, *event*, dan sebagainya. 3) *People in The News Photo* yaitu foto peristiwa tentang sosok orang atau masyarakat yang menjadi berita, misalnya foto tokoh politisi, selebriti, dan sebagainya. 4) *Daily Life Photo* yaitu foto keseharian tentang kehidupan manusia dari sisi kemanusiaannya atau *human interest*, misalnya foto tentang pemulung sampah, pedagang kaki lima,

dan sebagainya. 5) *Portrait* yaitu foto wajah seseorang yang ditampilkan secara dekat (*close up*) dengan bergaya yang diarahkan. 6) *Sport Photo* yaitu foto peristiwa tentang olahraga. 7) *Science and Technology Photo* yaitu foto peristiwa yang terkait dengan ilmu pengetahuan dan teknologi, misalnya foto-foto kedokteran, dan sebagainya. 8) *Art and Culture* merupakan foto peristiwa seni dan budaya, misalnya foto konser musik, teater, seni pertunjukan tradisional, dan sebagainya. Dan 9) *Social and Environment* yaitu foto mengenai kehidupan sosial masyarakat dengan lingkungan hidupnya, misalnya foto penduduk di sekitar TPA sampah dan kegiatannya (Nugroho, 2018).

Perbedaan dari ketiga genre besar fotografi tersebut adalah pada tujuan foto itu dibuat. Seperti foto komersial secara fungsi dan tujuannya adalah untuk memenuhi kebutuhan konsumen (bisnis), sedangkan foto seni untuk mengeksplorasi ide dan sebagai media ekspresi seni (*fine art*), sementara itu foto jurnalistik untuk pelaporan peristiwa yang bernilai berita (*news*) atau informasi. Memilih menjadi fotografer dengan spesialisasi genre atau tidak, merupakan keputusan masing-masing. Karena yang lebih penting adalah bagaimana membuat karya-karya foto yang lebih baik dan konsisten sesuai dengan kebutuhan masyarakat pengguna jasa fotografi.

Media Politik: Panggung Citra Politisi

Media politik merupakan sebuah alat pelancar atau sarana yang digunakan untuk membantu proses pertukaran pesan politik oleh para politikus dan partai politik dalam kampanye politik. McLuhan dalam Hanafi (1984) mengatakan bahwa media itu tidak lain adalah perluasan jangkauan manusia untuk membantu proses pertukaran pesan.

Begitu pentingnya media sehingga dibutuhkan untuk mendukung dan mempercepat penyampaian pesan pada proses komunikasi politik melalui lambang tertentu untuk menggapai kepentingan tertentu. Politik sendiri merupakan suatu proses yang melibatkan pembicaraan. Namun, pembicaraan di sini bukan dalam arti sempit seperti kata yang diucapkan, melainkan pembicaraan dalam arti lebih inklusif yang berarti segala cara orang bertukar simbol yakni dengan kata-kata yang dituliskan dan diucapkan, gambar, gerakan, sikap tubuh, perangai, dan pakaian (Nimmo, 1993).

Media politik dalam konsep komunikasi politik dapat mempengaruhi cara manusia untuk berpendapat maupun berperilaku. Penggunaan media menjadi upaya membentuk citra diri para politikus dan citra partai politik untuk mendulang suara dan dukungan dari masyarakat. Media seringkali menjadi panggung yang memiliki pengaruh kuat terutama dalam membangun opini publik sebagaimana fungsi media itu sendiri, yaitu 1) fungsi memberi informasi, 2) fungsi mendidik, 3) fungsi mempersuasi, dan 4) fungsi menyenangkan (Kumpanan.com, 2020; Nurudin, 2013). Dalam proses tersebut, fotografi merupakan salah satu media perantara dalam upaya kampanye politik yang diharapkan mampu menyampaikan pesan politik kepada masyarakat sesuai dengan apa yang sudah direncanakan untuk meraih suara.

Fotografi digunakan untuk kepentingan politik tidak hanya terjadi pada masa sekarang, namun juga pada masa lalu. Sebagai contoh foto pada masa Presiden Soekarno di mana foto-foto Soekarno

selalu terlihat sedang berkomunikasi seolah-olah dirinya hadir ke depan publik lewat medium kamera. Foto sudah menjadi media untuk kepentingan politiknya (Destiadi, 2015).

Di Indonesia, pertama kalinya fotografi ikut memberikan andil dalam demokratisasi ketika foto wajah pasangan calon (paslon) presiden dan wakil presiden tercetak pada kartu surat suara pemilu tahun 2004. Dan pertama kalinya rakyat memilih langsung presiden dan wakil presidennya. Secara teknis, foto politik mendekati fotografi model dan fotografi potret. Walaupun secara fungsi, belum menyerupai fotografi iklan karena fotografi politik dapat berperan sebagai media kampanye ketika memasuki perantara media massa. Tujuannya jelas untuk citra politisi yang dikomunikasikan kepada konstituen yang dianggap potensial.



Gambar 1. Foto pasangan calon presiden dan wakil presiden pada kartu surat suara pemilu 2004.

Sumber: https://id.wikipedia.org/wiki/Berkas:Surat_Suara_Pilpres_2004.jpg

Saat itulah pada masa-masa kampanye pemilu dan pilkada mulai banyak melirik media fotografi sebagai sarana berkreasi untuk membentuk citra dirinya. Berbagai kegiatan politisi dari blusukan ke kampung-kampung atau ke pasar-pasar, bercengkerama dengan masyarakat bawah, bakti sosial, dan sebagainya, melibatkan fotografer khusus untuk merekam segala aktivitas kegiatan politiknya. Foto-foto yang dibuat tersebut bukannya tanpa ada kepentingan, diantaranya digunakan untuk pembuatan foto produk politik para paslon sebagai baliho APK yang dipasang di jalan-jalan protokol, kalender, selebaran-selebaran berupa poster, iklan display politik di media massa, hingga membagikannya ke media sosial seperti instagram yang mudah dan cepat diakses oleh masyarakat.

Media fotografi dapat menjadi sekutu yang baik dalam menyampaikan pesan politik untuk menaikkan opini atau citra ke masyarakat. Membentuk citra positif memang penting karena itu

merupakan gambaran yang dimiliki orang banyak mengenai pribadi politisi, perusahaan, organisasi, atau produk.

Efek Pesan Fotografi

Efek pesan yang ditimbulkan oleh foto kepada masyarakat yaitu 1) efek pengetahuan, 2) efek informasi (Solihin, 2006). Pada efek pengetahuan, dengan semakin besarnya penggunaan foto-foto tentang diri dan kegiatan-kegiatan kampanye paslon dalam pilkada atau pilpres menjadikan masyarakat tahu akan pribadi dan kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan paslon. Sehingga foto dapat menjadi wahana yang mendidik bagi masyarakat. Sedangkan pada efek informasi yang ditimbulkan setelah terpublikasikan menjadi informasi kepada masyarakat akan kebaikan-kebaikan saat kegiatan kampanye yang dilakukan, seperti bakti sosial, pemberian bantuan dan beasiswa kepada keluarga tidak mampu, santunan kepada anak-anak yatim piatutan fakir miskin, dan sebagainya.

Untuk dapat membuat konsep pesan dalam foto agar kuat, seorang fotografer harus mempertimbangkan beberapa hal, diantaranya komposisi, *angle* (sudut pengambilan), *lighting* (pencahayaan), lokasi pemotretan, *point of interest* (titik perhatian) dan dimensi (kedalaman). Dengan komposisi yang benar, suatu karya foto tidak akan terlihat membosankan. Suatu obyek foto mempunyai sisi baik, jadi harus tahu *angle* dari sisi mana yang bagus. Pencahayaan merupakan faktor yang utama dalam fotografi, sehingga kepekaan melihat cuaca sangat berperan, karena menentukan arah cahaya, kekuatan cahaya, dan jenis cahaya.

Dalam menentukan lokasi pemotretan tergantung kebutuhan untuk apa foto itu dibuat, dan foto yang bagaimana yang kita inginkan. Foto juga harus dapat berkomunikasi jangan sampai membuat bingung orang yang melihatnya, karena itu waktu memotret haruslah tahu objek apa yang diinginkan dan *point of interest*-nya harus jelas. Dan foto juga memerlukan dimensi dengan memberikan latar depan (*foreground*) untuk membuat foto itu lebih baik.

Apabila konsep pesan yang disampaikan oleh fotografer benar, maka akan menciptakan suatu karya foto yang mempunyai kualitas yaitu foto yang mempunyai daya kejut atau daya tarik terhadap masyarakat. Sehingga masyarakat menjadi tertarik melihat foto-foto yang ditunjukkan. Kualitas foto diperlukan untuk mendukung pesan visual yang akan ditampilkan kepada masyarakat.

Proses Menjadikan Fotografi Sebagai Media Politik

Penggunaan media sebagai sarana publikasi kepada masyarakat untuk mendongkrak popularitas politikus dan partai politik memiliki tujuan utama yang tidak lain adalah agar terpilih menjadi pemimpin kepala daerah atau presiden dalam sebuah perhelatan pemilihan kekuasaan oleh masyarakat. Untuk menjadikan fotografi sebagai media komunikasi visual politik, ada beberapa proses yang dilakukan, yaitu: 1) dengan merekrut khusus fotografer, 2) mendesain, dan 3) menyebarkan (Solihin, 2006).

Proses dengan cara merekrut khusus fotografer ini dimaksudkan untuk mendapatkan foto-foto kampanye yang memiliki kualitas sebagai media publikasinya memerlukan juru foto yang menguasai fotografi baik dari segi teknis maupun non teknis. Perekrutan fotografer khusus sendiri tidak lain untuk memudahkan tim kampanye dalam membuat foto-foto kegiatan kampanye untuk dipublikasikan ke masyarakat. Sebagian besar yang direkrut berasal dari fotografer media massa atau yang memiliki *basic journalistic*. Ini dilakukan untuk mendapatkan hasil foto bagus yang dapat bercerita kepada masyarakat tanpa banyak keterangan panjang lebar. Selain itu juga berdasarkan pada pengalaman mereka yang tahu betul tentang teknis fotografi dan juga menguasai situasi dan kondisi di lapangan (masyarakat sebagai target calon pemilih). Berbeda halnya bila yang menjadi fotografer adalah fotografer wedding yang tidak mempunyai *basic journalistic*, pasti akan kebingungan mana yang harus dipotret karena tidak terbiasa dengan pemotretan peristiwa seperti itu.

Proses mendesain foto-foto kampanye yang dibuat sedemikian rupa untuk dapat menarik minat masyarakat yang melihatnya. Saat memotret, dalam benak pikiran fotografer sudah ada gambaran untuk mendesain mana foto kegiatan kampanye untuk dipublikasikan ke sejumlah media massa (cetak maupun online), mana untuk foto pameran, mana untuk foto di pasang di baliho APK (Alat Peraga Kampanye), atau hanya sekedar untuk dokumentasi saja. Mendesain foto-foto yang dikemas dengan cantik dan enak dipandang sangat mempengaruhi nilai dari suatu foto. Untuk mendesainnya yaitu dengan melihat dan memahami siapa, apa, di mana, kapan, kenapa, dan bagaimana obyek yang akan kita foto. Obyek tersebut yang akan kita foto untuk dijadikan pusat perhatian dalam komposisi foto. Artinya dalam mendesain foto-foto kampanye ini harus sesuai dengan tema dan tujuan foto itu dibuat, jangan sampai foto kampanye kandidat untuk tujuan menjatuhkan popularitasnya ke masyarakat.

Langkah selanjutnya yaitu proses menyebarkannya. Foto-foto yang disebar sesuai dengan yang sudah didesain atau dirancang sebelumnya, diantaranya untuk disebar ke media massa, baliho APK, pameran foto, dan sebagainya. Foto-foto kampanye yang sesuai dengan standar jurnalistik disebar ke fotografer media massa yang tidak sempat meliput atau untuk iklan display di halaman media cetak maupun media online. Sementara penyebaran untuk baliho APK di pasang di jalan-jalan protokol dan di kampung-kampung serta tempat strategis lainnya. Penyebaran ke tempat strategis yang banyak dikunjungi atau dilihat masyarakat ini sangat menentukan, karena untuk dapat menarik perhatian masyarakat agar memilih calon kepala daerah atau presiden sesuai dengan yang kita inginkan.

Proses menjadikan fotografi sebagai media politik merupakan sarana bagi calon atau tim sukses untuk membantu proses pertukaran pesan politik agar tersampaikan dengan baik kepada target calon pemilih atau masyarakat. Saluran komunikasi politik yang digunakan ini seperti yang diutarakan Nimmo (1993) adalah alat atau sarana memudahkan penyampaian pesan melalui saluran komunikasi massa, saluran komunikasi interpersonal, dan saluran komunikasi organisasi yang menggabungkan penyampaian hubungan satu kepada satu dan satu kepada banyak. Dan fotografi adalah sebagai media politik yang tidak lain untuk perluasan jangkauan manusia dalam membantu proses pertukaran pesan.

SIMPULAN DAN SARAN

Proses menjadikan fotografi sebagai media politik komunikasi visual kepada masyarakat dilakukan dengan beberapa cara, yakni dengan merekrut khusus fotografer sendiri, mendesainnya, dan menyebarkannya. Dengan merekrut khusus fotografer sebagai tim dokumentasi untuk mendokumentasikan segala kegiatan kampanye dari calon politikus atau partai politik, sehingga dapat menghasilkan foto-foto dengan tampilan yang baik yang dapat "berbicara" tanpa adanya banyak penjelasan panjang lebar. Perekrutan fotografer ini kebanyakan diambil dari fotografer media massa atau yang mempunyai *basic journalistic* dikarenakan memiliki pengalaman di lapangan dan dari segi teknis fotografi juga menguasai. Adapun tahapan mendesain untuk merancang foto-foto mana yang akan dipakai untuk publikasi atau hanya sebagai dokumentasi. Kemudian tahap selanjutnya menjadikan fotografi sebagai media politik yaitu tahap menyebarkan foto-foto yang telah dipilih ke media massa, baliho APK, dan sebagainya. Saran bagi politisi atau tim sukses yang menggunakan media foto sebagai alat komunikasi visual politiknya, hendaknya digunakan sebagai wahana informasi yang mendidik bagi masyarakat bukan sebagai sarana dengan segala cara memanipulasi atau memoles citra melalui tampilan visual.

DAFTAR PUSTAKA

- Burhanuddin. (2014). *Fotografi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Destiadi, Rezha. (2015). Keberhasilan Fotografi dalam Merepresentasikan Seorang Pemimpin (Studi Kasus: Jokowi Sebagai Calon dan Gubernur DKI Jakarta). *Jurnal Desain*, 02(02), 86-98.
- Gunawan, Agnes Paulina. (2014). Genre Fotografi Yang Diminati Oleh Fotografer Di Indonesia. *Humaniora*, 5(2), 1234-1245.
- Hanafi, Abdillah. (1984). *Memahami Komunikasi Antar Manusia*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Kumparan.com. (2020). Peran Media dalam Komunikasi Politik. Retrieved 2 Juni, 2021, from <https://kumparan.com/maritzasalsabila20/peran-media-dalam-komunikasi-politik-1uoH1xwn8oR/full>
- Nimmo, Dan. (1993). *Komunikasi Politik*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Nugroho, Yulius Widi. (2018, September - Oktober). Mengenal 3 Genre Fotografi. *Indonesia Print Media*, 18-22.
- Nurudin. (2013). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Solihin, Mohammad. (2006). *Fotografi Sebagai Media Politik (Pandangan Fotografer di Pewarta Foto Indonesia Surabaya Tentang Pemilihan Kepala Daerah Surabaya)*. (S-1 Skripsi), IAIN Sunan Ampel Surabaya, Surabaya.
- Wijaya, Taufan. (2018). *Literasi Visual: Manfaat dan Muslihat Fotografi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wright, Terence. (2003). *The Photography Handbook*. London: Routledge.