ABSTRAK

Nindy Dea Velita, B06208156, 2012. ***Foto Produk Sebagai Media Komunikasi Visual (Studi Pada Komunitas Fotografer Delta Independent).*** Skripsi Program Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya.

Kata Kunci: Foto Produk, Media Komunikasi Visual, Fotografer *Delta Independent*

Foto produk adalah salah satu media komunikasi visual yang menarik perhatian masyarakat juga menantang para fotografer dalam pembuatannya. Sebuah produk biasa, yang dikemas dengan kreatif sehingga menjadi sebuah foto produk yang bisa berkomunikasi secara visual. Ada dua persoalan yang akan dikaji dalam skripsi ini, yaitu (1) Bagaimana Pandangan Fotografer Delta Independent Terhadap Foto Produk Sebagai Media Komunikasi Visual, (2) Bagaimana Fotografer Delta Independent Menjadikan Foto Produk Sebagai Media Komunikasi Visual.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pandangan fotografer dan proses menjadikan foto produk sebagai media komunikasi visual. Penelitian ini bersifat deskriptif-kualitatif dengan pendekatan naturalistik yang berguna untuk mengetahui fakta dan data tentang foto produk sebagai media komunikasi visual.

Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa: (1) Pandangan fotografer delta independent tentang foto produk sebagai media komunikasi visual yaitu konsep, pemikiran dan gagasan yang akan disampaikan seorang fotografer dalam membuat foto produk untuk menarik perhatian khalayak sebagai sasaran yang dituju dan dapat menimbulkan kesamaan persepsi antara fotografer dengan komunikan sebagai bukti berhasilnya komunikasi secara visual dan dapat memberikan efek berupa informasi dan pengetahuan. (2) Proses Fotografer Delta Independent Menjadikan Foto Produk Sebagai Media Komunikasi Visual melalui beberapa proses seperti: memilih fotografer yang profesional, mengkonsep dan mendesain, produksi, editing, serta menyebarkan. Proses dimaksudkan agar dalam penyampaian gagasan fotografer dapat berlangsung baik tanpa ada kesalahan komunikasi, oleh karena itu penting untuk melakukan beberapa proses yang telah disebutkan agar dapat menjadikan sebuah foto produk berbicara dan khalayak memahami maksud dari fotografer sebagai komunikator.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id