



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Broadcasting
Raymond Julius Bungaran
NIM : 44114110040

Judul : Peran Fotografer dalam Penciptaan Pesan Romantik pada Fotografi
Prewedding

Jumlah Halaman : 101

Bibliografi : 59 Acuan, 1984-2017, 13 Artikel

ABSTRAK

Kata foto *pre-wedding* berasal dari bahasa Inggris yang jika diartikan dalam bahasa Indonesia berarti foto sebelum pernikahan. Bisa meliputi foto pertunangan, foto acara Midodareni (dari adat budaya Jawa, malam sebelum pernikahan berlangsung). Namun, seiring waktu banyak yang akhirnya menganggap bahwa foto ini berarti foto disuatu lokasi, dengan konsep serta pakaian yang memang dipersiapkan untuk kemudian hasil foto tersebut dipajang pada acara resepsi, pada undangan dan juga pada souvenir pernikahan. Jadi pengertian dari foto *pre-wedding* adalah foto yang dilakukan sebelum acara pernikahan, bisa berupa foto dokumentasi sebuah acara adat sebelum pernikahan, foto dokumentasi pertunangan maupun foto dengan gaya dengan setting lokasi yang selama ini banyak diketahui oleh orang dengan sebutan *pre-wedding*. Fotografi *pre-wedding* biasanya digunakan semata memotret sepasang calon pengantin untuk berbagai keperluan, seperti untuk menghias undangan, untuk foto yang dipasang di ruang resepsi, dan secara umum hanyalah foto dua manusia yang sedang berbahagia.

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang membahas peran fotografer pada penciptaan pesan dalam hasil fotografi. dengan menggunakan studi kasus dengan teori dari Jhon W. Creswell. Creswell mengungkapkan studi kasus merupakan penelitian dimana peneliti menggali suatu fenomena tertentu (kasus) dalam suatu waktu dan kegiatan (program, even, proses, institusi atau kelompok sosial) serta mengumpulkan informasi secara terinci dan mendalam dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data selama periode tertentu.

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan, penulis menyimpulkan bahwa setiap fotografer memiliki cara penciptaan pesan romantik yang sama yang dimana romantik itu berhubungan dengan kebahagiaan yang diciptakan oleh sepasang manusia. Namun, yang menjadi perbedaannya yaitu dari ciri khas gambar dan teknik pengambilan yang berbeda-beda. Representasi pesan-pesan yang diterima menjadi sebuah idealisme fotografer dimana para masyarakat khususnya pengguna jasa fotografer *pre-wedding* memilih konsep seperti apa yang diinginkan untuk membuat foto *pre-wedding* mereka menarik dan berbeda dari yang lain.

Kata Kunci : Fotografi, *Pre-wedding*, Metode Studi kasus, Romantik.

ABSTRACT

The word pre-wedding photo means from English, which if interpreted in Indonesian means a photo before the wedding. It contain engagement photos, photos of Midodareni events (from Javanese cultural customs, the night before the wedding takes place). However, over time many people finally consider this photo to mean a photo at a location, with the concept and clothes that were prepared for later the results of the photo displayed at the reception, at the invitation and also on wedding souvenirs. So the meaning of a pre-wedding photo is a photo taken before a wedding, it can be a photo of a custom event arrangement before the wedding, a photo of the engagement documentation and a photo with a style with a location setting that has been widely known by people as pre-wedding. Pre-wedding photography is usually used specifically to photograph the bride and groom for purposes of use, such as to decorate. invitation, for photos posted in the reception hall, and general photos of two happy humans.

This study uses a descriptive type of qualitative research that discusses the role of photographers in the discussion of messages in the results of photography. by using a case study with the theory of Jhon W. Creswell. This research reveals case research that involves research on a particular phenomenon (event) in a place and activity (program, even, process, relationship or social group) as well as gathering complete and in-depth information using various data research procedures during a certain period.

From the results of research that has been done, the authors conclude that every photographer has a way to convey the same romantic message in which romance is related to happiness created by humans. However, the difference is from the characteristics of the image and the different shooting techniques. The representation of the messages received becomes the idealism of the photographer in which the special community of users of pre-wedding photographer services choose the concept as needed to make their pre-wedding photos interesting and different from the others.

Keywords: Photography, Pre-wedding, Case Study Method, Romantic.

MERCU BUANA