

PENERAPAN *AERIAL PHOTOGRAPHY* BERBASIS MODEL KOMUNIKASI AISAS UNTUK PROMOSI DESA WISATA LEBAKMUNCANG, CIWIDEY, BANDUNG

Yosa Fiandra, Arief Budiman, Sri Dwi Astuti Al Noor
Desain Komunikasi Visual, Telkom University
Jalan Telekomunikasi No.1, Sukapura, Bandung, Jawa Barat, 40257
No. Hp.: 081222708787, E-mail: pichaq@telkomuniversity.ac.id

ABSTRAK

Aerial photography adalah teknik memotret permukaan Bumi dari atas dengan menggunakan kamera yang dipasang di pesawat terbang, roket *drone*, atau satelit yang mengorbit dari atas Bumi. Teknik ini memungkinkan untuk mengambil gambar dari sudut pandang yang tidak biasa, yaitu dari atas. Cara ini banyak digunakan dalam industri pariwisata. Foto udara dari tempat-tempat indah seperti pantai, gunung, dan kota memberikan sudut pandang yang menarik dan dramatis. Jenis foto ini memungkinkan bisa melihat dunia dari perspektif yang berbeda dan memahami lebih dalam tentang lingkungan sekitar. Desa Wisata Lebakmuncang, Ciwidey, Bandung memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata. Namun, promosi yang dilakukan selama ini belum optimal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan model komunikasi *attention, interest, search, action, share* (AISAS) pada *aerial photography* sebagai media promosi Desa Wisata Lebakmuncang. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan model komunikasi AISAS pada *aerial photography* dapat dilakukan dengan baik.

Kata kunci: *drone, aerial photography*, AISAS, promosi, desa wisata

ABSTRACT

Application of Aerial Photography Based on AISAS Communication Model for Promotion of Lebakmuncang Tourism Village, Ciwidey, Bandung. *Aerial Photography is a technique of photographing the earth's surface from above using a camera mounted on an airplane, drone rocket or satellite orbiting the earth. This technique allows us to take pictures from an unusual perspective, such as from above, this method is widely used in the tourism industry. Aerial photos of beautiful places such as beaches, mountains and cities provide an interesting and dramatic perspective. Such photographs offer a whole new perspective to see the world and understand much deeper about the environment around us. Lebak Muncang Tourism Village, Ciwidey, Bandung Regency has great potential to be developed as a tourist destination. However, the promotion that has been carried out for quite some time has not been optimal. This study aims to analyze the application of the AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share) communication model in aerial photography as a promotional media for Lebak Muncang Tourism Village. The research method used is descriptive qualitative with data collection techniques through interviews, observations, and documentation studies. The results of the study indicate that the application of the AISAS communication model in aerial photography can be done well.*

Keywords: *drone, aerial photography, AISAS, social media, tourism village*

PENDAHULUAN

Desa Wisata Lebakmuncang, Ciwidey, Bandung memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata. Desa ini memiliki keindahan alam yang menarik, seperti pemandangan pegunungan, sungai, dan persawahan yang asri. Selain itu, Desa Wisata Lebakmuncang juga memiliki keunikan budaya dan kearifan lokal yang dapat menjadi bagian dari daya tarik bagi para wisatawan baik lokal maupun internasional. Namun, promosi yang dilakukan selama ini belum optimal karena masih terbatas pada penyebaran brosur, pemasangan spanduk di sekitar desa, serta foto dan video untuk ditampilkan di sosial media, yang hanya menampilkan bagian-bagian dari sudut pandang mata biasa (*eye level*) (Purba, 2013).

Hal ini menyebabkan informasi tentang Desa Wisata Lebakmuncang belum tersebar secara luas dan detail sehingga jumlah kunjungan wisatawan masih belum maksimal. Salah satu media promosi yang dapat dimanfaatkan untuk mempromosikan Desa Wisata Lebakmuncang adalah *aerial photography*, yaitu teknik pengambilan gambar dari udara menggunakan pesawat, helikopter, atau *drone*. *Aerial photography* dapat menghasilkan visual yang estetik dan komunikatif sehingga menciptakan seni visual yang menarik wisatawan.

Teknik fotografi udara atau disebut dengan *aerial photography* kali pertama dipatenkan oleh Gaspar Felix Tournachon atau dikenal juga dengan Nadar, seorang fotografer asal Prancis pada abad ke-19. (Faqih, 2018), Secara etimologis, fotografi udara berasal dari bahasa Inggris, *aerial photography*. *Aerial* berarti udara, sementara *photography* adalah teknik memotret permukaan Bumi menggunakan kamera yang dipasang di pesawat baik menggunakan roket, *drone*, maupun satelit di luar angkasa, dan kameranya bisa dikendalikan dari jarak jauh oleh operatornya baik fotografer maupun videografer (Prasetya, 2021).

Penerapan metode *attention, interest, search, action dan share* (AISAS) dalam penciptaan karya visual ini berdasarkan hasil penelitian yang menggambarkan perilaku konsumen yang saat ini sangat aktif untuk mendapatkan informasi dari berbagai sumber baik *online* maupun *offline*. Pengaruh konten visual membuat perilaku konsumen turut membagikan konten kepada orang-orang di sekitarnya ataupun kepada masyarakat umum (Fajriani & Nursholih, 2023).

Model komunikasi AISAS merupakan pengembangan dari model *attention, interest, desire, memory and action* (AIDMA), untuk menggambarkan perilaku transaksi atau pembelian oleh konsumen secara *online* (Dentsu, 2008). Penerapan model ini karena metode model AISAS lebih akurat dalam melihat perilaku konsumen yang saat ini sangat mudah dalam mengakses mendapatkan dan membagikan informasi mengenai berbagai informasi yang ada (Hutapea, 2022). Untuk mengoptimalkan pemanfaatan *aerial photography* sebagai media promosi, diperlukan penerapan model komunikasi yang efektif.

Model komunikasi AISAS yang diterapkan dalam penelitian ini merupakan model komunikasi yang berfokus pada proses pengambilan keputusan konsumen dalam mengunjungi suatu destinasi wisata pada saat liburan (Andrian et al., 2018). Tujuan dari penelitian ini diharapkan memberikan masukan dan kontribusi positif bagi perkembangan dunia fotografi udara atau *aerial photography* dan dapat memberikan kontribusi untuk meningkatkan pengembangan promosi Desa Wisata Lebakmuncang, *aerial photography* memberikan perspektif yang unik dan menarik.

Untuk dapat memahami dan menganalisis respons dari perilaku konsumen terhadap visual yang ditampilkan, pendekatan model komunikasi

AISAS menggambarkan bentuk promosi wisata melalui visual *aerial photography* yang menarik perhatian audiens, dan menumbuhkan ketertarikan, mendorong konsumen dalam pencarian informasi, dan berakhir pada keputusan kunjungan dan tentunya akan berbagi pengalaman di media sosial yang tentunya dapat memengaruhi orang lain untuk berkunjung (Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, 2019).

Dengan menerapkan model komunikasi AISAS dalam penelitian ini dapat menjadi kerangka komunikasi untuk menelusuri bagaimana *aerial photography* dapat menjadi salah satu alat komunikasi visual yang efektif dalam promosi Desa Wisata Lebakmuncang.

METODE PENELITIAN

Pembuatan karya ini dikembangkan melalui pendekatan eksploratif dan eksperimental. Penulisan penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif, yaitu teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan studi dokumentasi, dengan kondisi riil untuk membuat gambaran umum yang sistematis faktual dan akurat (Moleong, 2022).

Penelitian kualitatif banyak dikembangkan dalam ilmu sosial yang mempelajari adanya sebuah fenomena sosial dan kultural (Reich, 1994), dengan melalui analisis visual dan menginterpretasi gambar, yaitu melalui pengamatan terhadap unsur visual, komposisi, dan konteks budaya dan historis yang melatarinya, akan mempermudah proses dalam melakukan penelitian ini (Soewardikoen, 2021). Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui studi literatur, pengamatan langsung di lapangan, dan analisis data sosial media yang berkaitan dengan Desa Wisata Lebakmuncang. Materi di halaman sosial media Instagram dianalisis sebagai bagian dari

tahapan model strategi komunikasi pemasaran AISAS yang sekarang sangat relevan dengan perilaku konsumen yang sekarang ini lebih aktif mendapatkan informasi dari berbagai sumber. Hal ini juga berpengaruh pada hasil gambar visual yang dihasilkan dari *drone*, yang bisa menggambarkan secara keseluruhan keindahan Desa Wisata Lebakmuncang dari sudut pandang atas (*bird eye view*) (Margareta & Sriwijaya, 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan teknologi *drone* yang sangat pesat membuat berbagai kemajuan ke dalam dunia teknologi *aerial photography*. *Drone* merupakan pesawat tanpa awak yang dikendalikan secara *remote* atau otonom, dengan keunggulan mobilitas dan kemampuan untuk mencapai area yang sulit dijangkau manusia. *Drone* sekarang ini banyak digunakan di berbagai aplikasi, salah satunya adalah bidang foto dan videografi (Yunus, 2023). Dalam revolusi dunia industri fotografi dan videografi, *drone* memiliki kemampuan mengambil gambar dan merekam video dari sisi yang tinggi sehingga memberikan keleluasaan dalam merekam visual yang sangat unik dan menarik, ditambah dengan kemampuan kamera yang berkualitas tinggi dan kemampuan stabilisasi yang sangat aman. Kebanyakan fotografer dan videografer menggunakan *drone* untuk mengambil bentuk foto untuk *landscape*, pemetaan, bangunan, dan berbagai hal lain yang berkaitan dengan kebutuhan dari masing-masing pemakainya (Andrian et al., 2018).

Desa Lebakmuncang adalah kawasan wisata yang berada di Ciwidey, Bandung dan terletak di antara Gunung Geulis dan Gunung Guruyung (Raharja, Sam'un Jaja, 2019). Pariwisata di Desa Lebakmuncang dikategorikan sebagai desa agrowisata dengan orientasi pendidikan. Objek wisata di desa ini dikelola langsung

oleh Kelompok Pekerja Lebakmuncang (POKJA). Bentuk kegiatan pariwisata pedesaan di Lebakmuncang adalah memperkenalkan kehidupan petani dalam tata cara bertani sayur-sayuran dan mengurus serta memetik stroberi langsung. Penduduk Desa Lebakmuncang juga menawarkan fasilitas *homestay* oleh para penduduk dan POKJA Desa Lebakmuncang. Para wisatawan dapat merasakan kehidupan masyarakat sekitar dan ikut mengambil peran dalam kegiatan sehari-hari bersama masyarakat Desa Lebakmuncang. Posisi desa yang berada di kawasan yang sejuk ini, apabila dilihat dari atas menggunakan *drone* akan terlihat kumpulan tanaman stroberi yang membentuk tekstur sangat menarik dan terasering kebun stroberi yang indah dan menarik (Raharja, Sam'un Jaja, 2019).

Proses Visualisasi *Aerial Photography*

Daerah Desa Wisata Lebakmuncang berada di ketinggian lebih kurang 1.200 meter dari permukaan laut dengan topografi dataran tinggi, curah hujan berkisar 60 mm per tahun dan memiliki suhu berkisar antara 18-20 derajat Celcius, dengan posisi berada di daerah yang memiliki curah hujan tinggi. Dalam pengambilan gambar visual, proses penerbangan *drone* dilakukan pada waktu pagi hari. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan cahaya pada saat *golden hours* dari jam 06.00 pagi sampai dengan jam 10.00 pagi. Pada saat itu, angin berembus tidak begitu kuat sehingga sangat nyaman dan memudahkan dalam pengambilan gambar (Rofii, 2018).

Proses pengambilan gambar mengikuti SOP Penerbangan Drone No.37 Tahun 2020, yaitu prosedur penilaian. Faktor kondisi lingkungan sebelum pengoperasian *drone* perlu diperhatikan, yaitu kondisi cuaca, suhu dan temperatur udara, serta kemungkinan potensi gangguan interferensi

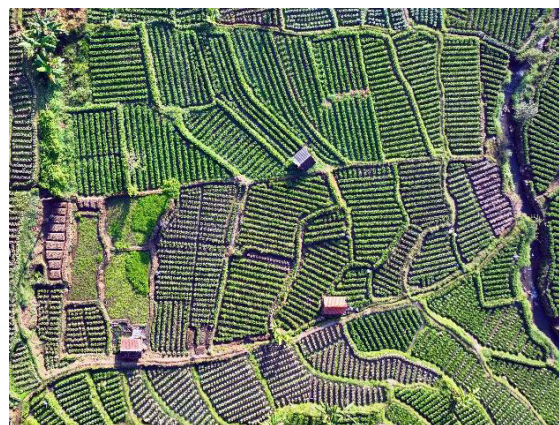


Foto 1 Dokumen Pribadi

elektromagnetik. Prosedur koordinasi dilakukan sebelum, selama, dan sesudah pengoperasian (*Standar Operasional Prosedur*, 2020).

Prosedur standar penerbangan *drone* dalam penelitian ini menggunakan prosedur standar PM 37 Tahun 2020, yaitu (1) prosedur analisis penilaian faktor kondisi cuaca dan lingkungan sebelum penerbangan; (2) prosedur dalam koordinasi dalam pengoperasian meliputi proses sebelum penerbangan, selama penerbangan, dan sesudah pengoperasian *drone*; serta (3) prosedur *emergency* dan kontingensi yang tentunya tidak menimbulkan risiko keselamatan (Terradrone, 2020).

Proses pengambilan gambar menggunakan *drone* menerapkan beberapa teknik karena penguasaan kontrol sepenuhnya pada *remote control* yang terpasang layar. Berikut ini adalah beberapa teknik proses pengambilan gambar menggunakan *drone* dalam visual *aerial photography* ini.

1. Pemahaman sudut kamera untuk mendapatkan komposisi yang menarik dalam penggunaan *drone*. Ketinggian dari terbang pesawat akan menghasilkan visual yang berbeda. Sudut gimbal dari kamera *drone* bisa bekerja 20 derajat ke atas dan 90 derajat ke bawah, seperti gambar 3.



Foto 2 Remote Control Drone
Sumber: www.designinfo.in

2. Menggunakan komposisi *rule of third* di layar kamera *drone*, dengan garis bantu di layar. Posisi pemotretan akan lebih dipermudah dan menghasilkan komposisi yang seimbang dan menarik, dari objek yang difoto menggunakan *drone* (Antopani, 2016). Salah satu cara yang digunakan dalam memotret *landscape* adalah memanfaatkan garis alam, untuk memandu mata audiens menuju objek utama dalam foto karena garis-garis dapat menciptakan kedalaman dan dimensi dalam komposisi sehingga membuat foto menjadi menarik (Andusti, 2024).
3. Menjaga stabilitas *drone* dalam proses pengambilan gambar sangat membantu untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Hal ini perlu diperhatikan waktu penerbangan untuk menghindari angin kencang. Jam terbaik pada saat memotret menggunakan *drone* adalah kecepatan angin. Kecepatan

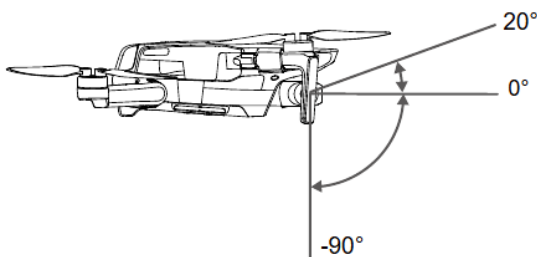


Foto 3 Gimbal Operation Modes
Sumber: www.manualslib.com



Foto 4 Garis Bantu
Sumber: Dokumentasi Yosa Fiandra

angin yang sesuai dengan *drone* secara umum berkisar sekitar 8 m/s, melebihi dari itu dianggap kurang bagus untuk memotret karena menyebabkan gambar menjadi goyang. Dengan demikian, dalam penelitian ini untuk mendapatkan hasil yang maksimal pemotretan dilakukan pada pagi hari. Ada juga yang menyebutnya dengan jam emas atau jam biru untuk waktu ini, yaitu satu jam sebelum dan sesudah matahari terbit dan terbenam (Shon, 2022).

4. Memanfaatkan kemampuan *drone* untuk dapat mengeksplor perspektif yang unik, dengan kemampuan *drone* untuk mencapai tempat yang sulit dijangkau, sehingga proses seorang pilot dalam melihat bagian-bagian menarik tidak terlepas tentunya dari informasi para penduduk yang mendampingi proses survei lokasi.



Foto 5 Survei Lokasi Penelitian
Sumber: Dokumentasi Yosa Fiandra



Foto 6 Konsep Minimalis
Sumber: Yosa Fiandra

Penerapan AISAS dalam *Aerial Photography*

Model komunikasi AISAS merupakan alat yang sangat efektif dalam merancang strategi promosi terutama dalam konteks media digital. Penerapan model AISAS untuk promosi Desa Wisata Lebakmuncang menggunakan *aerial photography* sebagai media utama.

Untuk menerapkan model AISAS dalam konteks *aerial photography*, pemahaman perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan menjadi prioritas utama untuk diterapkan dalam memaksimalkan proses pemasaran dari konten visual yang dihasilkan. Proses penerapannya adalah sebagai berikut.

1. *Attention* (Perhatian)

Bertujuan menarik perhatian para audiens melalui komposisi fotografi udara, yang bisa digambarkan dengan perspektif yang unik dari hasil pemotretan udara, dengan mempertimbangkan bagian-bagian yang memiliki konsep minimalis bermain dengan warna dan *leading line*. Dengan demikian, kesan alami akan terlihat sangat memanjakan mata.

2. *Interest* (Minat)

Menampilkan serangkaian gambar yang memperlihatkan suasana yang sangat menarik pada saat *golden hours* sehingga memberi daya tarik tersendiri bagi para audiens. *Golden hours* adalah waktu saat cahaya dalam kondisi yang

sangat bagus, pada pagi hari, yaitu jam saat matahari terbit hingga jam 8:00 pagi, dan di waktu sore, yaitu saat jam 16.00 sampai matahari tenggelam (Bishop, 2013).

3. *Search* (Pencarian)

Membuat audiens mencari lebih dalam mengenai target destinasi dari daerah yang akan dituju, tagar atau tanda [#] merupakan salah satu simbol yang banyak dipergunakan dalam mencari informasi lebih detail mengenai objek yang dicari. Gambar juga bisa ditautkan dengan informasi tambahan, seperti situs web.

4. *Action* (Tindakan)

Tujuan dari *action* adalah mendorong audiens mengambil tindakan, seperti menghubungi untuk mendapatkan informasi yang lebih detail, dengan menggunakan *background* keindahan alam dari Desa Wisata Lebakmuncang. Kalimat ajakan yang ditampilkan dari poster tentu membuat konsumen untuk mencari informasi lebih dalam, mengenai informasi desa wisata.

5. *Share* (Berbagi)

Mendorong audiens berbagi konten dengan audiens lainnya, bisa ke status dan fitur serta memiliki potensi menarik dan unik sehingga bisa menjadi viral. Video udara bisa menunjukkan transformasi suatu tempat *with frame by frame* (Prasetya, 2021).

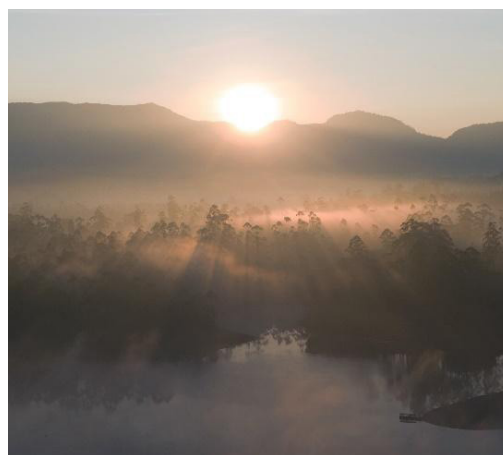


Foto 7 Sunrise
Sumber: Yosa Fiandra



Foto 8 Iklan Foto
Sumber: Yosa Fiandra

SIMPULAN

Dengan menerapkan model AISAS dalam strategi promosi menggunakan bahasa visual fotografi udara atau *aerial photography*, dapat diciptakan kampanye promosi wisata yang efektif dan menarik. Peranan fotografi udara dapat meningkatkan visibilitas Desa Wisata Lebakmuncang. Dengan studi visual ini diharapkan dapat mendorong lebih banyak wisatawan untuk datang berkunjung. Penerapan model komunikasi AISAS dalam penelitian ini memperluas ruang komunikasi visual serta sebagai kontribusi karya seni yang menciptakan pengalaman visual baru dan hubungan emosional dengan konsumen.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada (1) masyarakat Desa Lebakmuncang yang telah mendukung penelitian ini sehingga terlaksana dengan baik dan (2) Departemen Budaya dan Pariwisata Kabupaten Bandung, yang membantu tim untuk mendapatkan narahubung dan data terkait penelitian di Desa Wisata Lebakmuncang ini.

KEPUSTAKAAN

- Andrian, K., Wulandari, A., & Samaratungga, O. (2018). Simulacra Yogyakarta dengan Drone Photography. *Spectā: Journal of Photography, Arts, and Media*, 1(2), 121–132. <https://doi.org/10.24821/specta.v1i2.1903>
- Andusti, T. (2024). *Cara Memotret Landscape dengan Drone Secara Profesional*. September 19. <https://blog.advan.id/28033/cara-memotret-landscape-dengan-drone-secara-profesional/>
- Antopani, T. (2016). Fotografi, Pariwisata, Dan Media Aktualisasi Diri. *REKAM: Jurnal Fotografi, Televisi, dan Animasi*, 11(1), 31. <https://doi.org/10.24821/rekam.v11i1.1293>
- Bishop, S. (2013). *Panduan Fotografi Warna Cahaya dan Komposisi* (A. Yudha (Ed.); First).
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing (7th Edition)*.
- Dentsu. (2008). *The Change of Consumer Action Model*.
- Fajriani, M. D., & Nursholih, S. (2023). Penerapan Model Komunikasi Pemasaran AISAS dan Teori Komunikasi Harold D. Laswell pada Bobobox Bersama Daniel Mananta. *Desain Komunikasi Visual Manajemen Desain dan Periklanan (Demandia)*, 8(2), 191. <https://doi.org/10.25124/demandia.v8i2.5201>
- Faqih. (2018). *Panduan Pengoperasian Drone untuk Fotografi dan Videografi*. https://www.academia.edu/38539934/Panduan_Pengoperasian_Drone_untuk_Fotografi_dan_Videografi
- Hutapea, T. M. (2022). Analisis Model Attention - Interest - Search - Action - Share terhadap Akun Instagram @bodatnation sebagai Media Baru Pemasaran. *Perspektif*, 11(2), 751–761. <https://doi.org/10.31289/perspektif.v11i2.6435>
- Margareta, H., & Sriwijaya, U. (2023). Pemanfaatan Drone untuk Pemetaan Wilayah Permukiman. *April*.
- Moleong, J. L. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (1st ed.).
- Prasetya, W. D. (2021, June). Aerial Photography, Sebuah Sudut Pandang

yang Berbeda. *Www.Djkn.Kemenkeu.Go.Id/Kanwil-Suluttenggomalut*, 1–7. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-suluttenggomalut/baca-artikel/13932/Aerial-Photography-Sebuah-Sudut-Pandang-yang-Berbeda.html%0A%0A>

Purba, J. A. (2013). *Shooting yang Benar* (T. A. Prabawati (ed.); 1st ed.). Penerbit Andy.

Raharja, Sam'un Jaja, A. C. dan M. M. (2019). Strategi Pengembangan Pariwisata Pedesaan di Lebakmuncang, Kabupaten Bandung Jawa Barat. *Sosiohumaniora*, 2(21), 159–165.

Reich, Y. (1994). Special Issue: Research Methodology. *Artificial Intelligence for Engineering Design, Analysis and Manufacturing*, 8(4), 261–262. <https://doi.org/10.1017/S0890060400000937>

Rofii, F. (2018). *Panduan Pengoperasian Drone untuk Fotografi dan Videografi* (M. I. Fanani (Ed.); Pertama). Universitas Widyagama Malang.

Shon, C. (2022). *Bagaimana cara mengerjakan waktu terbaik untuk menerbangkan drone?* https://drones-camera.com/id/best-time-to-fly-a-drone/#Angin_Rendah

Soewardikoen, D. W. (2021). *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual. Edisi Revisi*. (B. Anangga (Ed.); 5th ed.). PT Kanisius.

Standar Operasional Prosedur (2020). siar.or.id/2023/03/16/regulasi-dalam-penerbangan-drone-wta/

Terradrone. (2020). *Regulasi Drone : 37/2020*. *Www.Terra-Drone.Co.Id*. <https://terra-drone.co.id/regulasi-drone-pm-37-2020/>

Yunus, H. (2023). *Perkembangan Teknologi Drone dan Potensinya di Berbagai Bidang Pendahuluan*.