VISUALISASI DAN REPRESENTASI FOTO MAKANAN (*FOOD PHOTOGRAPHY*) DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (STUDI KASUS: KULINER BANDUNG)

Irma Rochmawati
90.102.13.005

Universitas Komputer Indonesia
Fakultas Pascasarjana, Program Studi Magister Desain
Jl. Dago (Ir. H. Djuanda) 160-162, Bandung, 40132
e-mail: irmaroch@gmail.com

Abstrak. Fotografi makanan atau *food photography* sekarang ini menjadi populer dalam penyebaran foto *online* melalui media sosial Instagram. Fenomena memotret dengan mengunakan kamera pada perangkat genggam dan menyebar luaskannya ke media sosial Instagram menghasilkan kualitas visual dan representasi yang berbeda-beda, khususnya terhadap objek foto makanan. Dalam penelitian ini dibahas juga perkembangan foto makanan dari sebelum lahirnya teknologi fotografi (teknik non-foto), perubahan teknologi fotografi dari mekanik ke digital, hingga munculnya teknologi fotografi Instagram dalam memotret makanan dan menyebarluaskannya melalui media sosial.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penyebab terjadinya perbedaan kualitas visual dan representasi foto makanan yang tersebar di Instagram serta faktor-faktor yang mempengaruhinya. Dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif melalui pengamatan pada foto makanan yang tersebar di Instagram, menganalisa setiap foto makanan yang dikaji dari unsur-unsur visual, apakah mampu merepresentasikan realitas dari makanan itu atau tidak.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan kualitas visual dan representasi dari foto makanan yang tersebar di media sosial Instagram dalam kasus Kuliner Bandung. Kualitas visual foto makanan ditentukan oleh kualitas kamera dan teknik fotografi yang dikuasai oleh pelaku (*maker*). Visual foto tidak dapat sepenuhnya merepresentasikan realitas, karena tidak hanya melibatkan indera penglihatan (visual) tetapi juga melibatkan indera lainnya, seperti auditori. Melalui pemahaman yang baik, diharapkan desainer dan fotografer makanan dapat lebih teliti dalam melahirkan keputusan desain termasuk didalamnya pemilihan unsur visual foto karena telah mengetahui dampak representasi yang dihasilkannya.

Kata kunci: Foto Makanan, Instagram, Kuliner Bandung, Representasi, Visual.

Abstract. *Food photography is now becoming popular in the form of online photo sharing through social media Instagram. The phenomenon*

of photography using the camera on mobile device and spread to social media Instagram produce different visual quality and representations, especially to the object of food. In this research also discussed the development of food photography from the birth of photographic technology (non-photo technique), the technological change from mechanical to digital photography, until the born of Instagram photographic technology in food photography and share it widely to social media.

This study aims to find out the causes and the factors that affected of the differences in the visual quality and representation of food photography that spread in Instagram. By using descriptive qualitative method through observation of food photography spread on Instagram, analyzes each food photograph that were examined from visual elements, should be able to represent the reality of the food object or not.

Results from the study indicate that there are differences in visual quality and representation of the food photography spread in social media Instagram in case study of Bandung Culinary. The visual quality of photography determined by the quality of camera and capability of the photographer (maker) in photographic techniques. The Visualization of food photography can not fully represent the reality, because it involves not only the sense of sight (visual) but also involve other sense, such as auditory. Through a good understanding, expecting the designers and photographers of food can be more precise in making design decisions including the selection of the visual elements because they already know the impact of generated representation.

***Keywords**: Bandung Culinary*, *Food Photography, Instagram, Representation, Visual.*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi membawa pengaruh pada kehidupan masyarakat, diantaranya dengan memberikan kemudahan dalam memecahkan berbagai masalah. Keberadaan Internet sebagai media baru memiliki kelebihan dalam menyajikan berbagai informasi secara aktual. Fitur-fitur dalam internet yang disebut jejaring sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan media sosial lainnya yang disuguhkan oleh internet membuat penggunanya dapat memilih dengan cara apa berkomunikasi dan berbagi informasi, salah satunya adalah berbagi gambar.

Salah satu perkembangan teknologi informasi adalah dengan adanya *mobile photography* atau fotografi dengan menggunakan perangkat genggam (telepon seluler/ponsel) yang muncul sejak lahirnya kamera yang diterapkan pada perangkat tersebut. Teknologi ini telah berhasil menyajikan sebuah pengalaman memotret yang lebih mudah dan cepat dari teknologi sebelumnya. Jika dahulu memotret membutuhkan kemampuan khusus dan proses yang panjang, pada masa sekarang penggunaan teknologi kamera pada perangkat genggam telah mengubah persepsi fotografi itu sendiri, termasuk salah satunya adalah

kebiasaan memotret makanan dengan kamera ponsel.

Kebiasaan memotret makanan sebelum disantap tidak lepas dari menjamurnya media sosial dewasa ini, salah satunya adalah Instagram. Kemunculan Instagram yang merupakan media sosial berbasis foto ini, membawa fenomena baru dalam media pertukaran foto *online*.

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengolah foto dengan menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan media sosial, termasuk milik Instagram itu sendiri. Media sosial yang bertujuan mengunggah foto ini mampu menarik hingga ribuan foto yang dipotret menggunakan telepon seluler lalu diunggah melalui Instagram setiap harinya.

Diantara foto-foto yang diunggah di media sosial Instagram, terdapat foto-foto yang mengangkat tema makanan atau yang lebih dikenal dengan *food photography*. Foto makanan (*food photography*) diunggah dalam bentuk hasil foto dengan kualitas visual yang berbeda-beda. Jenis makanan yang disebarkan melalui foto ini pun beraneka macam dan menghasilkan representasi yang beragam pula. Hasil foto makanan tentunya akan memperoleh persepsi yang berbeda antara sesama fotografer (*maker*) atau pengguna media sosial Instagram dengan penikmat (*viewer*) hasil foto tersebut. Namun jika dicermati, respon atau tanggapan yang diberikan pada umumnya bukanlah mengenai kemampuan teknik pemotretan semata, melainkan juga berkaitan dengan unsur-unsur non teknik seperti sensasi dan persepsi yang dihasilkan dari foto makanan tersebut. Beda orang yang melihat, beda pula persepsi yang muncul terhadap visualisasi dari foto makanan tersebut.

Penelitian ini difokuskan pada foto makanan atau kuliner Bandung yang tersebar di media sosial Instagram. Ratusan foto makanan Bandung diunggah setiap harinya ke media sosial Instagram, entah itu unggahan yang hanya sekedar hobi saja atau foto makanan yang bersifat komersial/promosi. Semua orang kini mengenal kota Bandung sebagai "Kota Kuliner". Salah satu tokoh dari kota Bandung ini, yaitu Haryoto Kunto (1940-1999) menuliskan sejarah kota Bandung dalam beberapa buku karangannya.

Menurut Kunto (1986), Dalam urusan makanan, kota Bandung tempo doeloe memiliki beberapa *spesialities* yang sanggup memuaskan selera kaum pengudap (tukang jajan). Bahkan sampai kini pun, ibukota Priangan masih memiliki makanan khas, dengan mutu dan cita rasa sempurna.

Teknologi kamera yang berbeda menghasilkan kualitas visual yang berbeda pula. Pelaku fotografi yang terlibat juga berbeda tingkat kemampuannya dalam mengatur visualisasi foto yang dihasilkan sehingga hal ini menjadi menarik dan penting untuk dikaji, karena dari berbagai literatur yang ada, baik karya tulis ilmiah dan buku, belum ada kajian yang membahas hal tersebut secara spesifik. Kajian ini diharapkan menjadi sebuah kajian kualitatif yang dapat menjadi bahan literatur khususnya ilmu desain dalam fenomena perkembangan

teknik fotografi, dan menganalisa kualitas dan intensitas representasi visual yang ditangkap oleh sasaran informasi.
Batasan kasus penelitian ini dapat dikelompokkan sebagai berikut:

Tabel 1 Batasan Penelitian

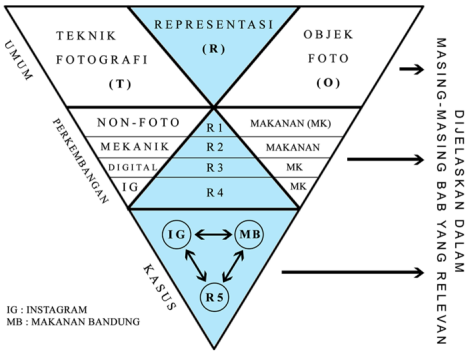
TEKNIK	Fotografi digital (*mobile phone*) dengan Instagram sebagai media penyebarannya.
PELAKU (*maker*)	Fotografer makanan, yang juga sebagai pengguna Instagram dengan perangkat iPhone.
TARGET (*viewer*)	Pengudap (tukang jajan), penikmat foto yang juga sebagai pengguna Instagram.
OBJEK	Foto Makanan (*food photography*), kuliner Bandung
LOKASI	Bandung
WAKTU	Januari 2014 hingga Desember 2015

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Mengetahui apa faktor-faktor penyebab terjadinya perbedaan kualitas visual dan representasi foto makanan (*food photography*) yang tersebar di media sosial Instagram.
2) Mendeskripsikan pengaruh perkembangan teknik visualisasi terhadap kualitas dan intensitas representasi yang dihasilkan teknologi fotografi makanan.
3) Mengetahui hubungan antara foto makanan yang tersebar di Instagram dengan representasi yang dihasilkan.

2. METODE

Penelitian ini berawal dari struktur pemikiran penelitian yang dirancang dalam upaya mempertajam substansi dan struktur permasalahan penelitian. Lalu memfokuskan pada tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui penyebab terjadinya perbedaan kualitas visual dan representasi foto makanan dari fotografi mekanik hingga digital yang tersebar di media sosial Instagram.
Penelitian dibagi dalam tiga bagian penting yaitu Teknik (T), Objek (O), dan Representasi (R). Secara umum dipahami dan dibahas mengenai teori-teori yang menjelaskan keterkaitan diantara (T-O-R) dengan pelakunya (*maker*).



Gambar 1 Skema Pemikiran Penelitian

Dibahas mengenai perkembangan teknik fotografi mulai dari sebelum lahirnya visual foto (non-foto) kemudian perkembangan teknologi fotografi dari mekanik ke digital hingga munculnya teknologi Instagram. Objek yang menjadi

fokus penelitian ini adalah foto makanan. Lalu dijelaskan secara teori mengenai visualisasi dan representasi serta kaitannya dengan objek penelitian.

Kasus penelitian secara khusus membahas mengenai hubungan teknik fotografi digital melalui Instagram dengan kuliner Bandung sebagai kasus penelitiannya dan disimpulkan aspek-aspek yang menjadi penyebab terjadinya perbedaan (kualitas dan intensitas) representasi visual yang dihasilkan.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Hal ini didasari pada sifat data yang ingin dihasilkan, yakni bersifat deskriptif mengenai bagaimana terjadinya perbedaan representasi visual yang dihasilkan dari foto makanan di media sosial Instagram. Penelitian ini secara umum adalah penelitian bidang desain yang menjadikan visual foto makanan sebagai objek kajian dan makanan Bandung sebagai studi kasus agar menghasilkan sebuah deskripsi pemahaman mendalam tentang representasi foto. Pemahaman diperoleh dengan cara menelaah dan menginterpretasi data penelitian sehingga pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif.

Metodologi analisis kualitatif utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Representasi. Analisis ini dipilih karena memiliki relevansi dengan permasalahan terkait perbedaan presentasi dalam setiap objek foto. Teori Representasi (*Theory of Representation*) yang dikemukakan oleh Stuart Hall (1997) menjadi teori pendukung yang digunakan penelitian ini. Teori ini diharapkan mampu memperkaya dan mempertajam penelitian.

Tabel 2 Analisis Representasi Stuart Hall (1997)

Pelaku	Pemotret (*maker*), pengguna (*user*) Instagram yang berperan dalam unggahan hasil foto.
Objek	Visual foto makanan/ kuliner Bandung yang tersebar di media sosial Instagram.
Representasi	Representasi apa yang dihadirkan melalui visualisasi foto makanan Bandung.

Namun, sebagai fondasi pembedahan objek, sebelum analisa representasi dilakukan pada awal akan dilakukan analisa visual dengan membedah foto makanan Bandung yang tersebar di media sosial Instagram. Pembedahan dilakukan pada unsur-unsur desain visual dalam foto seperti garis, bidang, warna, tekstur, dan lain-lain. Juga dikaji dari berbagai sistem desain seperti komposisi, keseimbangan, irama, proporsi, dan lain-lain.

Analisa visual ini bertujuan untuk mengetahui unsur-unsur visual apa saja yang muncul sebagai kualitas dan intensitas dalam foto makanan yang tersebar di Instagram sehingga representasi visual foto dapat dipahami.

Dalam pengumpulan data, peneliti melakukan beberapa pendekatan.

Pertama, dilakukan studi literatur mengenai objek penelitian yaitu makanan Bandung. Peneliti mengacu pada 2 (dua) buku karya Haryoto Kunto yang banyak membahas seputar kota Bandung, diantaranya buku "Wajah Bandoeng Tempo Doeloe" (Granesia, 1984) dan buku "Semerbak Bunga di Bandung Raya" (Granesia, 1986). Kedua, dilakukan observasi atau pengamatan langsung pada objek foto makanan Bandung yang tersebar di Instagram. Dalam observasi, alat seperti kamera pada perangkat genggam dan komputer digunakan sebagai alat untuk merekam objek.

Pendekatan selanjutnya yang digunakan adalah studi literatur mengenai teori-teori yang relevan dalam penelitian ini. Studi literatur adalah studi dengan menggunakan data literatural seperti buku-buku, artikel dan penelitian ilmiah mengenai desain komunikasi visual secara umum dan fotografi secara khusus, foto makanan (*food photography*), teori visual, teori representasi, dan metodologi penelitian terkait. Beberapa artikel dari sumber media cetak (koran dan majalah) maupun internet yang berkaitan juga turut dipelajari sebagai referensi.

3. PEMBAHASAN

3.1. Objek Penelitian

Untuk penelitian ini dilakukan pada tiga objek yaitu foto makanan Bandung yang tersebar di media sosial Instagram, pengguna (*user*) Instagram sebagai pelaku fotografi makanan yang memotret dan menyebarkan foto makanan, dan pengamat atau penikmat foto yang juga sebagai pengikut (*followers*) di Instagram.

Foto makanan dipilih berdasarkan pengumpulan data yang dilakukan melalui pendekatan literatur mengenai makanan Bandung. Peneliti mengacu pada literatur buku Haryoto Kunto yang banyak membahas seputar kota Bandung, diantaranya buku "Wajah Bandoeng Tempo Doeloe" (Granesia, 1984) dan buku "Semerbak Bunga di Bandung Raya" (Granesia, 1986). Selain itu ada buku karya Miftah Sanaji (2013) yang berjudul "Wisata Kuliner Makanan Daerah Khas Bandung", di dalamnya disebutkan 25 resep makanan khas Bandung yang menggugah selera.

Setelah mengumpulkan data jenis-jenis makanan Bandung dari bukunya Haryoto Kunto (1986) dan Miftah Sanaji (2013), selanjutnya dilakukan pengamatan terhadap makanan Bandung yang banyak dijual di restoran/cafe, juga penjual jajanan di sekitar kota Bandung. Terakhir dilakukan pengkategorian jenis makanan dari foto-foto makanan Bandung yang tersebar di media sosial Instagram.

Peneliti mengkategorikan data jenis-jenis makanan Bandung yang akan dipilih dengan menggunakan metode analisis daftar cek (*checklist*). Analisis *checklist* adalah metode analisa yang menggunakan daftar tertulis yang terstruktur untuk menganalisa suatu sistem dan didasarkan pada pengalaman (*experienced base analysis*) dan juga insiden yang sebelumnya terjadi. Daftar cek biasanya berisi subjek dan aspek-aspek yang diamati (Hadi, 1995).

Makanan Bandung yang termasuk dalam sumber data dipilih dengan memberikan tanda ceklis (✔), sedangkan yang tidak termasuk dalam sumber data diberikan tanda silang (✖).
Analisis daftar cek (*checklist*) jenis makanan Bandung yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

Tabel 3 Analisis *Checklist* Jenis Makanan Bandung

Jenis Makanan Bandung	Kunto (1986)	Sanaji (2013)	Resto/ Cafe	Instagram
Soto Bandung	✔	✔	✔	✔
Gado-gado	✔	✖	✔	✔
Nasi Rames	✔	✖	✔	✔
Oncom	✔	✖	✔	✔
Mie Kocok	✔	✔	✔	✔
Lontong Kari	✔	✔	✔	✔
Colenak	✔	✖	✔	✔
Siomay/ Batagor	✔	✔	✔	✔
Lotek	✖	✔	✔	✔
Karedok	✖	✔	✔	✔
Nasi Timbel	✖	✔	✔	✔
Martabak	✔	✖	✔	✔
Kue Balok	✔	✖	✔	✔
Peuyeum	✔	✖	✔	✔
Goyobod	✔	✖	✔	✔
Cendol	✔	✖	✔	✔
Susu BMC	✔	✖	✔	✔
Es Campur “Syanghay Dream”	✔	✖	✖	✖
Bajigur	✖	✖	✔	✔
Bandrek	✖	✖	✔	✔
Rujak Cuka	✖	✖	✔	✔

Analisis *checklist* ini dilakukan untuk mengkategorikan makanan Bandung yang selanjutkan akan dijadikan data objek sebagai kasus penelitian.
Berdasarkan analisis *checklist* di atas, pada akhirnya peneliti mengkategorikan makanan Bandung dari jumlah tanda ceklist (✔) terbanyak. Kesimpulan daftar makanan Bandung yang dipilih dapat ditentukan dari tabel berikut:

Tabel 4 Pemilihan Jenis Makanan Bandung

Makanan	Jumlah Tanda (✔)	Jumlah Tanda (✖)	Dipilih
Soto Bandung	4	0	YA
Gado-gado	3	1	TIDAK
Nasi Rames	3	1	TIDAK
Oncom	3	1	TIDAK
Mie Kocok	4	0	YA
Lontong Kari	4	0	YA
Colenak	3	1	TIDAK
Siomay	4	0	YA
Lotek	3	1	TIDAK
Karedok	3	1	TIDAK
Nasi Timbel	3	1	TIDAK
Martabak	3	1	TIDAK
Kue Balok	3	1	TIDAK
Peuyeum	3	1	TIDAK
Goyobod	3	1	TIDAK
Cendol	3	1	TIDAK
Susu BMC	3	1	TIDAK
Es Campur “Syanghay Dream”	1	3	TIDAK
Bajigur	2	2	TIDAK
Bandrek	2	2	TIDAK
Rujak Cuka	2	2	TIDAK

Dari analisis di atas, maka hasilnya diperoleh 4 (empat) makanan Bandung yang dijadikan kasus

penelitian, diantaranya: Soto Bandung, Mie Kocok, Lontong Kari, dan Siomay.
Keempat makanan tersebut dipilih untuk selanjutnya dianalisis sebagai kasus foto makanan Bandung dalam penelitian ini.

3.2. Analisis

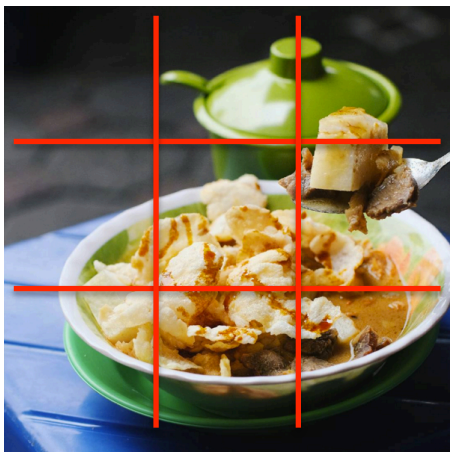
Analisis yang dilakukan melalui tahapan-tahapan sebagai berikut:

1) Tahap Analisis Visual

Pada tahap ini diuraikan unsur-unsur visual yang ada pada foto makanan Bandung, yang terdiri dari elemen-elemen desain dan sistem desain visual. Melalui analisa visual ini akan didapatkan uraian berupa unsur-unsur apa saja yang muncul sebagai kualitas dan intensitas dalam foto makanan Bandung. Tahap analisa visual ini merupakan tahap awal analisa sebagai fondasi sebelum dilanjutkan pada analisa representasi.

Tabel 5 Contoh Analisis Visual Makanan Bandung

Analisis Visual Foto Makanan: Lontong Kari	
	
Unsur-unsur Desain Visual	
Garis	melengkung
Bidang	lingkaran, segiempat
Warna	kuning, coklat, hijau, biru
Tekstur	tidak beraturan
Pola	beraturan
Gelap Terang	cahaya dari atas objek menimbulkan bayangan pada bawah objek
Prinsip-prinsip Desain Visual	
Komposisi	*Rules of Third*
Keseimbangan	ada
Irama	ada
Kesatuan	ada
Kontras	tinggi
Titik Fokus	titik perhatian tertuju pada objek lontong
Sudut Pandang Kamera	*High angle*



2) Tahap Analisis Representasi

Setelah analisis visual selanjutnya adalah tahap analisis representasi. Analisis ini didasarkan dan bersumber dari pemetaan analisa visual yang sudah dijabarkan sebelumnya. Pada analisis representasi ini akan dijabarkan representasi apa yang dihadirkan oleh masing-masing pemotret (*maker*) atau pelaku foto makanan Bandung di Instagram dan penikmat foto (*viewer*) yang menangkap stimulus dari objek foto makanan tersebut.

Menurut Stuart Hall (1997), ada dua proses representasi. Pertama, representasi mental, yaitu konsep tentang 'sesuatu' yang ada dikepala kita masing-masing (peta konseptual), representasi mental masih merupakan sesuatu yang abstrak. Kedua, 'bahasa' yang berperan penting dalam proses konstruksi makna. Konsep abstrak yang ada dalam kepala kita harus diterjemahkan dalam 'bahasa' yang lazim, supaya kita dapat menghubungkan konsep dan ide-ide kita tentang sesuatu dengan tanda dari simbol-simbol tertentu.

Representasi adalah salah satu praktik penting memproduksi budaya. Kebudayaan merupakan konsep yang sangat luas, kebudayaan menyangkut 'pengalaman berbagi'. Seseorang dikatakan berasal dari kebudayaan yang sama jika manusia-manusia yang ada disitu membagi pengalaman yang sama, membagi kode-kode kebudayaan yang sama, berbicara dalam bahasa yang sama dan saling berbagi konsep-konsep yang sama (Stuart Hall dalam Newsletter Kunci, 2000).

Perbedaan representasi terjadi karena setiap manusia memiliki persepsi yang berbeda terhadap objek yang dilihatnya. Persepsi muncul dari stimulus yang ditangkap oleh indera penglihatan (visual) dan menarik perhatian penikmat foto sampai menimbulkan interpretasi pada foto makanan yang dilihatnya sehingga terjadinya tanggapan (opini) publik.

Berdasarkan pengamatan, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi terjadinya perbedaan representasi publik terhadap foto makanan yang tersebar di Instagram. Diantaranya faktor latar belakang budaya, situasi, kepentingan, pengalaman, kondisi fisik dan lingkungan. Selain itu, perbedaan representasi visual foto makanan yang tersebar di media sosial Instagram dengan beragam sensasi yang dimunculkan, kurang dapat merepresentasikan realitas dari objek makanan tersebut.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, berikut ini adalah aspek-aspek yang mempengaruhi perbedaan kualitas visual dan representasi foto makanan yang tersebar di media sosial Instagram, diantaranya:

1) Objek Makanan
   - Tingkat kandungan elemen-elemen visual yang memancarkan image positif.
   - Tingkat keunikan rasa dari kuliner Bandung.

2) Fotografer (*maker*)
   - Tingkat penguasaan kamera atau perangkat yang digunakan.
   - Tingkat penguasaan visualisasi pada objek foto makanan.

3) Alat/Perangkat Fotografi
   - Tingkat potensi dalam menangkap/merekam objek yang akurat.
   - Tingkat kepraktisan untuk dioperasikan.

4) Visual Foto Makanan
   - Tingkat ketepatan dan kelengkapan image yang dihasilkan.

5) Pengamat Foto Makanan (viewer)
   - Tingkat pengenalan rasa dari pengalaman sebelumnya.
   - Tingkat kemampuan dalam mengamati visual foto makanan.

Hasil dari penelitian menunjukan bahwa kualitas visual dan representasi foto makanan dipengaruhi oleh pelaku fotografi makanan (*maker*), objek visual foto makanan, dan pengamat foto makanan (*viewer*). Semuanya saling berhubungan serta dapat dinilai dari tingkat-tingkat kemampuan kamera (alat) dan pelakunya (manusia).

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kualitas visual foto makanan yang tersebar di media sosial Instagram banyak dipengaruhi oleh unsur visual fotografi, yaitu komposisi. Selain itu peneliti juga menemukan unsur visual pada foto makanan, yang banyak diantaranya menggunakan unsur garis, bidang, dan warna. Unsur visual fotografi sangat penting karena berkaitan dengan teknik visual dalam memotret makanan yang juga berlaku pada fotografi Instagram yang dilakukan dengan menggunakan perangkat genggam (ponsel).

Faktor-faktor penyebab terjadinya perbedaan kualitas visual dan representasi foto makanan dari fotografi mekanik hingga digital yang tersebar di media sosial Instagram, dalam kasus makanan Bandung, diantaranya adalah sebagai berikut:

1) Keunikan rasa dari makanan Bandung,
2) Ketepatan dan Kelengkapan visual foto makanan Bandung yang tersebar di Instagram,
3) Kualitas kamera (alat) yang digunakan untuk memotret objek makanan,
4) Tingkat penguasaan atau kemampuan pelaku fotografi (baik itu fotografer atau penyebar foto) yang juga pengguna media sosial Instagram dalam hal visualisasi fotografi makanan,
5) Kemampuan penikmat foto (*viewer*) dalam mengamati visual foto makanan dan pengenalan rasa makanan Bandung dari pengalaman mencicipi sebelumnya.

Foto makanan Bandung yang dihasilkan oleh teknik fotografi digital, salah satunya Instagram, memiliki kekhususan secara kualitas visual. Kualitas visual fotografi Instagram biasanya ditentukan oleh kualitas dari kamera yang ada pada jenis perangkat/ponsel yang digunakan oleh si pelaku (*maker*).

Peneliti menemukan 4 kemungkinan dari masalah ini, yaitu:

1) Teknologi kamera (alat) kurang pintar, sedangkan fotografer (manusia) lebih pintar dari alatnya sehingga menghasilkan kualitas visual foto yang kurang mewakili realitas objek makanannya.
2) Teknologi kamera (alat) lebih pintar, sedangkan fotografer (manusia) kurang pintar untuk mengeksplorasi alat itu sehingga menghasilkan kualitas visual foto yang kurang mewakili realitas objek makanannya.
3) Teknologi kamera (alat) kurang pintar, dan fotografer (manusia) juga kurang bisa mengekplorasi alatnya sehingga menghasilkan kualitas visual foto yang sangat kurang mewakili realitas objek makanannya.
4) Teknologi kamera (alat) dan fotografer (manusia) sama-sama pintar sehingga menghasilkan kualitas visual foto yang dapat mewakili realitas objek makanannya.

Namun dari empat kemungkinan di atas, peneliti menyadari bahwa ada hal yang lebih unggul dalam hal merepresentasikan suatu realitas yang kompleks. Diantaranya dapat peneliti uraikan sebagai berikut:

1) Realitas yang nyata diciptakan oleh Tuhan, yang sebenarnya sangat kompleks dan holistik.
2) Ilmu, Teknologi, Bahasa, Seni dan Filosofi diciptakan oleh manusia, itu semua merupakan upaya optimasi manusia untuk mewakili "realitas", akan tetapi tidak sebenar-benarnya "realitas" itu sendiri.
3) Teknologi digital sebagai salah satu upaya yang dibuat oleh manusia, untuk mewakili "realitas".
4) Penelitian ini adalah tentang apa, mengapa, dan bagaimana terjadinya perbedaan kualitas visual dan representasi dari realitas objek foto kuliner Bandung dalam konteks fotografi dengan teknologi digital Instagram sebagai media sosial.

Hampir semua hal yang berkaitan dengan penciptaan seni rupa, termasuk fotografi di era digital yang terjadi saat ini, dianggap sederhana dan mudah. Dulu fotografi merupakan aktivitas yang hanya dapat dilakukan oleh segelintir orang saja, karena untuk bisa menguasai kamera saja butuh keterampilan yang tidak mudah serta waktu yang lama. Belum lagi prosesnya yang rumit dan membutuhkan biaya yang relatif mahal. Maka, dulu tidak setiap orang bisa melakukan pekerjaan menjadi seorang fotografer. Situasional atau keadaan di lingkungan yang hampir semuanya menggunakan media sosial mendorong seseorang untuk ikut serta menggunakan dan melibatkan diri pada kegiatan-kegiatan yang sedang diminati. Salah satunya memotret makanan dan menyebarkannya ke media sosial, termasuk Instagram.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Dr. Ahadiat Joedawinata yang telah berkenan meluangkan waktu, tenaga dan pikiran guna mengarahkan penulis dalam penyelesaikan penelitian ini.

6. DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

[1]. Atmoko, B. D. 2012. *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.

[2]. Barker, C. 2004. *Cultural Studies: Teori & Praktik*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.

[3]. Barthes, R. 1997. *Image Music Text*, London: Fontana Press.

[4]. Barthes, R. 1981. *Camera Lucida*, New York: Hill and Wang.

[5]. Bull, S. 2009. *Photography*. London: Routledge.

[6]. Hadi, S. 1995. *Metodology Research*. Yogyakarta: Andi Offset.

[7]. Hall, S. 1997. *Representation: Cultural Representation and Signifying Practises*. London: Sage.

[8]. Kunto, H. 1984. *Wajah Bandoeng Tempo Doeloe*. Bandung: Granesia.

[9]. Kunto, H. 1986. *Semerbak Bunga di Bandung Raya*. Bandung: Granesia.

[10]. Sanaji, M. 2013. *Wisata Kuliner Makanan Daerah Khas Bandung*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

[11]. Schirato, T. & Webb, J. 2004. *Reading The Visual*. Crows Nest: Allen & Unwin Publishing.

[12]. Scruton, R. 1981. *Critical Inquiry: Photography and Representation*. (vol. 7). 577-603. The University of Chicago Press.

[13]. Spencer, D. A. 1973. *The Focal Dictionary of Photographic Technologies*. Focal Press. Hal 454.

[14]. Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

[15]. Turner, B. S. 1988. *Status*. Milton Keynes: Open University Press.

[16]. Vihma, S. 1995. *Products as Representations: A Semiotic and Aesthetic Study of Design Products*. Michigan: University of Art and Design.

[17]. Webster, F. 2006. *Theories of The Information Society*. New York: Routledge.

Sumber Jurnal Akademik

[1]. Bentkowska-Kafel, Anna. Cashen, Trish. & Gardiner, Hazel. 2006. Digital Visual Culture: Theory and Practice. *Computers and the History of Art*. Vol 3.

[2]. Boyd, M. D. 2007. Social Networks Sites: Definition, History and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 11.

[3]. Rahman, Moch. Abdul. 2008. *Estetika Dalam Fotografi Estetik. Bahasa dan Seni*. 36, 178-185.