

PENGARUH KEGIATAN FOTOGRAFI TERHADAP MINAT PENGUNJUNG DI KAFE POTRET MEDAN

Antonius Sembiring¹, Setia Menda Ginting²
¹Wilson88@yahoo.com, ²menda.setia@yahoo.com

Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Sari Mutiara Indonesia

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Kegiatan Fotografi Terhadap Minat Pengunjung di Kafe Potret Medan” yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh kegiatan fotografi terhadap minat pengunjung di Kafe Potret Medan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori S-O-R (*Stimulus-Organism-Response*), dimana *Stimulusnya* adalah pengaruh kegiatan fotografi, *Organismnya* adalah pengunjung Kafe Potret, dan *Responsnya* adalah Minat Pengunjung. Penelitian ini menggunakan metode korelasional, yaitu metode yang bertujuan meneliti sejauh mana variasi pada suatu faktor berkaitan dengan faktor lain. Metode penelitian ini digunakan untuk menemukan ada tidaknya pengaruh antar variabel dan apabila ada, seberapa besar eratnya hubungan serta berarti atau tidaknya hubungan tersebut. Penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Accidental Sampling*, dimana teknik pengambilan sampel adalah memilih siapa saja yang kebetulan dijumpai untuk menjadikan sampel.

Dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian ini. Data yang dikumpulkan dianalisis dengan menggunakan analisis tabel tunggal, analisis tabel silang, dan uji hipotesis menggunakan *Rank Spearman*. Hasil keseluruhan penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kegiatan fotografi terhadap minat pengunjung di Kafe Potret Medan. Pengaruh tersebut merupakan hubungan yang cukup berarti. Hasil ini diperoleh dengan menggunakan uji hipotesis yang dilambangkan dengan *rs*. Diperoleh hasilnya = 0,678, dan berdasarkan skala *Guilford* berada pada skala yang menunjukkan hubungan yang cukup berarti. Dengan demikian dapat diketahui bahwa pengaruh kegiatan fotografi memiliki hubungan yang cukup berarti terhadap minat pengunjung di Kafe Potret Medan.

Kata kunci : Pengaruh, Fotografi, Kafe, Potret, Medan.

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Menurut kodratnya, manusia adalah makhluk sosial atau makhluk bermasyarakat. Manusia sebagai makhluk sosial adalah manusia yang berinteraksi, berkomunikasi dan selalu hidup bersama dengan manusia lainnya. Komunikasi adalah persyaratan kehidupan manusia karena tanpa

komunikasi, interaksi antar manusia, baik secara perorangan, kelompok maupun organisasi tidak akan mungkin dapat terjadi. Dua orang dikatakan melakukan interaksi apabila masing-masing melakukan aksi dan reaksi. Aksi dan reaksi antar manusia inilah yang dalam ilmu komunikasi biasa disebut dengan tindakan komunikasi (Fajar, 2009:12).

Tindakan komunikasi dapat dilakukan dalam berbagai cara, baik secara verbal (dalam bentuk kata-kata, baik lisan atau tulisan) ataupun non verbal (tidak dalam bentuk kata-kata, misalnya gestura, sikap, tingkah laku, gambar-gambar, dan bentuk-bentuk lainnya yang mengandung arti). (Fajar, 2009:12). Komunikasi bisa terjadi dalam berbagai konteks kehidupan manusia, mulai dari kegiatan yang bersifat individual, dua orang atau lebih, kelompok, keluarga, organisasi, atau melalui media. Dan tergambar pula, tindakan komunikasi yang dilakukan secara verbal, non verbal, langsung dan tidak langsung.

Salah satunya fotografi. Dimana fotografi juga merupakan suatu komunikasi non verbal yang berupa gambar. Dimana gambar mempunyai pesan tersendiri terhadap penikmatnya. Seperti pepatah mengatakan “Biar Foto Yang Berbicara”. Sejak di perkenalkannya fotografi pada tahun 1826, dimana saat itu fotografi dikenal sebagai kajian ilmu yang sangat baru dan awam bagi masyarakat dunia. Seiring berjalannya waktu, kini fotografi berkembang demikian pesat. Perkembangan teknologi yang canggih, pengambilan gambar saat ini bisa dilakukan setiap hari dan bahkan 24 jam. Dengan teknik pencahayaan, pengambilan gambar akan terlihat mudah.

Fotografi merupakan salah satu bidang komunikasi visual yang memiliki sangat banyak peminat di Indonesia. Fotografi sendiri berarti proses atau metode untuk media visual yang kongkrit dan realistik, karena foto merupakan penggambaran nyata dari suatu objek atau peristiwa yang tidak terbatas oleh ruang dan

waktu. Pada dasarnya tujuan dan hakekat fotografi adalah komunikasi. Komunikasi yang dimaksud adalah komunikasi antara fotografer dengan penikmatnya, yaitu fotografer sebagai pengantar atau perekam peristiwa untuk disajikan kepada khalayak ramai melalui media foto.

Fotografi merupakan aktivitas dimulai terbentuknya konsep atau ide foto, kemudian aktivitas memotret itu sendiri hingga hasil karya fotonya menjadi fenomena yang dewasa ini hadir dimanamana (*Omnipresence*) bahkan disetiap elemen kehidupan masyarakat yang memasuki era informasi. Aktivitas fotografi maupun karya foto seorang fotografer banyak tampil diberbagai tempat dan sudut kota

(<http://semutdesa.blogspot.co.id/2013/03/makalah-tentang-fotograf.html?m=1>). Hans Carl (1911) berkata, *today only creative and technically perfect images will survive* : kutipan ini memaparkan bahwa fotografer-fotografer yang memiliki kreativitas dan teknik yang baik yang akan bertahan. Fotografi yang baik tercipta dari seorang fotografer yang baik juga.

Di kota Medan ada sebuah tempat berkumpulnya fotografer-fotografer Medan yaitu Kafe Potret. Tempat ini mempertemukan orang-orang dari yang tidak tahu fotografi menjadi tahu bahkan menjadikan fotografi sebuah hobby. Sebagian besar pengunjungnya adalah fotografer. Bahkan Owner sendiri adalah seorang fotografer. Kafe Potret dikenal dengan kafe yang berhubungan dengan fotografi. Temanya pun tentang kamera dan foto. Setiap pengunjung yang datang ke tempat tersebut akan melihat banyak foto-

foto yang mengandung arti dari penikmatnya sendiri. Di dalamnya itu juga mempunyai sebuah studio kecil khusus untuk pemotretan. Bagi pengunjung yang datang dan ingin belajar bagaimana cara mengambil foto yang baik atau mencetak hasil fotonya, bisa langsung mempergunakan studio tersebut.

Kafe Potret yang didesain seperti fotografi contohnya pintu masuknya berbentuk lensa dan mempunyai kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan fotografi yaitu kegiatan Editing foto, pencetakan foto, kegiatan sharing dan juga kegiatan hunting di luar maupun di dalam studio kafe. Peneliti tertarik untuk meneliti di dalam bidang fotografinya. Karena kegiatan fotografi yang selalu dilakukan oleh kafe tersebut menarik. Mereka mengadakan kegiatan fotografi terkadang dilakukan di alam terbuka sehingga membuat pelanggan-pelanggan tetap datang berkunjung ke kafe mereka. Selain itu juga terhibur karena diiringi live music dan tempat yang nyaman. Di tempat itu berkumpul fotografer yang amatir dan profesional. Mereka berbagi ilmu dari yang mempunyai pengalaman dan tidak ada pengalaman. Hasil foto mereka yang menarik akan dicetak dan dipajang di kafe tersebut. Jadi jika pengunjung yang turut ikut dalam kegiatan fotografi akan senang ketika ada salah satu gambar yang mereka foto dipajangkan.

Di Kafe Potret selalu mengadakan kegiatan atau lomba fotografi di Medan. Informasi yang disebarkan hanya melalui mulut ke mulut saja. Dengan menyebutkan nama tempat itu orang-orang langsung mengarah pada bidang fotografi. Setiap orang yang berkunjung dan hobby

fotografi mereka tertarik untuk mengikutinya. Mereka menggunakan kamera serta perlengkapan atau peralatan lainnya yang menunjang aktivitas memotret. Dalam kegiatan fotografi tersebut setiap orang bebas menyaksikan proses atau sesi pemotretan untuk menghibur diri sendiri ataupun mendapatkan ilmu dalam bidang fotografi. Sehingga peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Kegiatan Fotografi Terhadap Minat Pengunjung di Kafe Potret.

B. RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana Pengaruh Kegiatan Fotografi Terhadap Minat Pengunjung di Kafe Potret?
2. Apa manfaat yang didapatkan setelah mengikuti kegiatan fotografi di Kafe Potret?

C. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui pengaruh kegiatan fotografi terhadap minat pengunjung di Kafe Potret.
2. Untuk mengetahui manfaat yang didapatkan setelah mengikuti kegiatan fotografi di Kafe Potret.

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Penelitian ini disumbangkan kepada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Program Studi Ilmu komunikasi Universitas Sari Mutiara Indonesia dalam rangka memperkaya khasanah penelitian.
2. Penelitian ini memberikan pengetahuan yang mendalam tentang fotografi. Memberikan kesempatan baik bagi peneliti untuk menerapkan secara langsung bidang keilmuannya.

B. TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Tentang Komunikasi

Dalam kehidupan manusia, komunikasi memiliki peranan penting bagi keberlangsungan, keberdayaan, dan eksistensi manusia. Melalui komunikasi manusia dapat mengekspresikan dan mengapresiasi dirinya dalam lingkup interaksi sosial dengan sesamanya. Tanpa komunikasi, manusia tidak dapat menginterpretasikan kehendak dirinya dan kebutuhan hidupnya dengan orang lain. Jadi, komunikasi adalah bagian dari kehidupan manusia.

1. Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti *sama*. Sama disini maksudnya adalah *sama makna*. Pentingnya komunikasi bagi kehidupan sosial, budaya, pendidikan, dan politik sudah disadari oleh para cendekiawan sejak Aristoteles yang hidup ratusan tahun sebelum Masehi. Akan tetapi, studi Aristoteles hanya berkisar pada *retorika* dalam lingkungan kecil. Pada pertengahan abad ke-20 ketika dunia dirasakan semakin kecil akibat revolusi teknologi elektronik, setelah ditemukan kapal api, pesawat terbang, listrik, telepon, surat kabar, film, radio, televisi, dan sebagainya maka para cendekiawan pada abad sekarang menyadari pentingnya komunikasi ditingkatkan dari pengetahuan (*knowledge*) menjadi ilmu (*science*) (Effendy, 2007:9).

Dalam komunikasi terdapat beberapa macam pandangan tentang banyaknya unsur atau elemen yang mendukung terjadinya

komunikasi. Salah satunya yaitu Aristoteles, ahli filsafat Yunani kuno dalam bukunya *Rhetorica* bahwa suatu proses komunikasi memerlukan tiga unsur yaitu, yakni siapa yang berbicara, apa yang dibicarakan, dan siapa yang mendengarkannya (Cangara, 2011:22).

- Everett M. Rogers seorang pakar Sosiologi Pedesaan Amerika yang telah banyak memberi perhatian pada studi riset komunikasi, khususnya dalam hal penyebaran inovasi membuat definisi bahwa “Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka”.

- Definisi ini kemudian dikembangkan oleh Rogers bersama D. Lawrence Kincaid (1981) sehingga melahirkan suatu definisi baru yang menyatakan bahwa “Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam (Cangara, 2006:19).

Menurut Carl I. Hovland, ilmu komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (*komunikasikan*) (Mulyana, 2008:68). Sedangkan menurut Harold Lasswell dalam karyanya, *The structure and Function of Communication in Society*. Lasswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut : *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*

Paradigma Lasswell menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur yaitu :

1. Komunikator (*communicator, source, sender*)
2. Pesan (*message*)
3. Media (*channel, media*)
4. Komunikan (*communicate, receiver, recipient*)
5. Efek (*effect, impact, influence*)

Berdasarkan paradigma Lasswell tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan-pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu (Effendy, 2007:10). Hakikat komunikasi ada proses pernyataan antar manusia. Yang dinyatakan itu adalah pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya.

Dalam “bahasa” komunikasi pernyataan dinamakan pesan (*message*), orang yang menyampaikan pesan disebut komunikator (*communicator*), sedangkan orang yang menerima pernyataan disebut komunikan (*communicate*). Oleh karena itu komunikasi berarti proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan. Jika dianalisis pesan komunikasi terdiri dari dua aspek, pertama isi pesan (*the content of the message*), kedua lambang (*symbol*). Isi pesan itu adalah pikiran atau perasaan, lambang adalah bahasa (Effendy, 2003:28).

2. Proses Komunikasi

1. Proses Komunikasi secara Primer

Proses komunikasi secara Primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media

primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kiasan, isyarat, gambar, warna yang secara langsung mampu “menerjemahkan” pikiran seseorang kepada orang lain. Apakah itu berbentuk ide, informasi, atau opini. Komunikasi berlangsung apabila terjadi kesamaan makna dalam pesan yang diterima oleh komunikan.

Wilbur Schramm, seorang ahli komunikasi, dalam karyanya “*Communication Research in The United States*”, menyatakan bahwa komunikasi akan berhasil apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator cocok dengan kerangka acuan (*frame of reference*), yakni panduan pengalaman dan pengertian (*collection of experience and meanings*) yang pernah diperoleh komunikan.

Menurut Schramm, bidang pengalaman (*field of experience*) merupakan faktor yang penting dalam komunikasi. Jika pengalaman komunikator sama dengan bidang pengalaman komunikan, komunikasi akan berlangsung lancar. Sebaliknya, bila pengalaman komunikan tidak sama dengan pengalaman komunikator, akan timbul kesukaran untuk mengerti satu sama lain (Effendy, 2007:11-14).

2. Proses Komunikasi Secara Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seorang komunikator menggunakan media, yakni media sekunder, dalam proses komunikasi, disebabkan oleh efisiensinya dalam mencapai komunikan. Surat kabar, radio, atau televisi merupakan

media yang efisien dalam mencapai komunikasi dalam jumlah yang amat banyak.

Umpan balik dalam komunikasi bermedia, terutama media massa, biasanya dinamakan umpan balik tertunda (*delayed feedback*), karena sampainya tanggapan atau reaksi khalayak komunikator memerlukan tenggang waktu. Bagaimanapun dalam proses komunikasi bermedia, misalnya dengan surat, poster, spanduk, radio, televisi atau film, umpan balik akan terjadi. Dengan kata lain, komunikator mengetahui tanggapan komunikasi jika komunikasinya sendiri selesai secara tuntas (Effendy, 2007:16-17).

3. Tujuan Komunikasi

Membangun atau menciptakan pemahaman atau pengertian bersama. Saling memahami atau mengerti bukan berarti harus menyetujui tetapi mungkin dengan komunikasi terjadi suatu perubahan sikap, pendapat, perilaku ataupun perubahan secara sosial.

- a. Perubahan sikap (*attitude change*)
Seorang komunikator setelah menerima pesan kemudian sikapnya berubah, baik positif maupun negatif. Dalam berbagai situasi kita berusaha mempengaruhi orang lain dan berusaha agar orang lain bersikap positif sesuai keinginan kita.
- b. Perubahan pendapat (*opinion change*)
Dalam komunikasi berusaha menciptakan pemahaman. Pemahaman, ialah kemampuan memahami pesan secara cermat sebagaimana dimaksudkan oleh komunikator. Setelah

memahami apa yang dimaksud komunikator maka akan tercipta pendapat yang berbeda-beda bagi komunikasi.

- c. Perubahan perilaku (*behavior change*)
Komunikasi bertujuan untuk mengubah perilaku maupun tindakan seseorang.
- d. Perubahan sosial (*social change*)
Membangun dan memelihara ikatan hubungan dengan orang lain sehingga menjadi hubungan yang makin baik. Dalam proses komunikasi yang efektif secara tidak sengaja meningkatkan kadar hubungan interpersonal (Fajar, 2009:60-61).

4. Efek Komunikasi

Efek komunikasi diartikan sebagai pengaruh yang ditimbulkan pesan komunikator dalam diri komunikannya. Terdapat tiga pengaruh dalam diri komunikasi, yaitu *kognitif* (seseorang menjadi tahu tentang sesuatu), *afektif* (sikap seseorang terbentuk, misalnya setuju atau tidak setuju terhadap sesuatu), dan *konatif* (tingkah laku, yang membuat seseorang bertindak melakukan sesuatu) (Daryanto, 2010:27).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian

Modern ini orang-orang berlomba untuk berinovasi memberikan karya nyata terbaiknya. Segala macam inovasi dari yang berjenis jasa, olah foto, pengembangan diri sampai usaha kuliner kreatif. Seperti halnya Kafe Potret. Kafe ini sedang hangat dibicarakan dikalangan mahasiswa, pekerja

seni maupun orangtua di kota Medan. Sensasi awal yang pertama akan dirasakan dalam kafe ini adalah perasaan mengangumkan, karena hasil foto dari berbagai fotografer ternama terlebih yang menyukai fotografi.

Kafe Potret terletak di jalan Wahid Hasyim No.90 Medan. Dimana ketika datang ke tempat tersebut akan disambut dengan tanaman di bagian kanan kiri pintu masuk, kemudian sedikit melangkah akan menemukan ornamen-ornamen kamera lama beserta pajangan beberapa hasil foto yang luar biasa.

Desain interiornya cukup mengagumkan ditambah dengan kolam yang terdapat di bagian tengah yang membuat ruangan seakan lebih sejuk. Pemilihan lampu yang unik menyala menjadi pelengkap cahaya yang baik untuk berfoto di dalamnya.

Heinrico Hardi selaku salah satu dari empat owner Kafe Potret menceritakan awal berdirinya kafe ini yaitu pada tanggal 4 Agustus 2015 dimana nama Potret itu sendiri merupakan singkatan dari “Peform to Kreatif Publik” dan bisa juga potret dalam fotografi. Kafe ini buka setiap hari dari pukul 11.00-24.00 WIB. Beragam varian menu bisa didapatkan dengan kisaran harga Rp.10.000 sampai dengan Rp.90.000. Berbeda dengan kafe pada umumnya, Kafe Potret menyediakan wifi tanpa password yang bisa digunakan sepenuhnya.

Sesuai namanya, kafe bernuansa fotografi ini berencana mengganti setiap foto yang terpajang dalam jangka waktu 2-3 bulan sekali dengan pemilihan jenis foto *human interest*, *selfie*, *close up*, *landscape* dan jenis lainnya sesuai maunya pelanggan.

Kafe ini adalah tempat berkumpul bagi penikmat kuliner dan para pelaku industri kreatif. Bukan hanya berkumpul begitu saja tetapi para tamu juga akan disuguhkan dengan ilmu-ilmu baru yang masih dalam *re-schedule* untuk bekerjasama dengan beberapa industri kreatif lainnya.

Tahun 2016 ini, Kafe Potret juga akan memberikan hal-hal baru yang menarik perhatian pengunjung. Bagi teman-teman yang ingin mendapatkan destinasi berbeda, menyalurkan bakat terbaiknya, atau bahkan ingin bekerjasama dalam mengadakan sebuah event di sebuah kafe, Kafe Potret adalah pilihan yang tepat. (<http://www.ceritamedan.com/2016/03/kafe-potret-tempat-nongkrong-semua-kalangan.html>).

B. Analisis Tabel Tunggal

Analisis tabel tunggal adalah suatu analisis yang dilakukan dengan membagi-bagi variabel penelitian kedalam kategori-kategori yang dilakukan atas statistik deskriptif, meliputi frekuensi, persentase, rata-rata dan modus.

Analisis Tabel Silang

Analisis tabel silang pada bagian ini akan membuat tentang penilaian data dalam satu tabel. Analisis tabel silang merupakan salah satu teknik yang dipergunakan untuk menganalisis dan mengetahui variabel yang satu memiliki hubungan dengan yang lainnya, sehingga dapat diketahui apakah variabel tersebut bernilai positif dan negatif. Namun analisis tabel ini bukanlah dapat disajikan sebagai penentu utama untuk melihat hubungan variabel yang diteliti, tetapi ditunjukkan untuk melihat bagaimana penilaian data yang satu dan hubungannya dengan data yang lain. Kumpulan data akan disajikan dan dianalisa dalam tabel silang ini terdiri dari :

1. Hubungan antara responden sering berkunjung ke Kafe Potret karena kegiatan fotografinya dengan responden yang tertarik mengikuti kegiatan fotografi yang diadakan outdoor oleh Kafe Potret.
2. Hubungan antara seringnya responden belajar dan sharing tentang kegiatan fotografinya ketika berada di Kafe Potret dengan mengikuti kegiatan fotografinya dapat memotivasi diri sendiri terlebih menggali hobby.
3. Hubungan antara responden yang sering mengikuti kegiatan fotografi sebagai pelaku (fotografer) dengan responden yang mengikuti kegiatan fotografi dan hasil fotonya bagus kemudian dipajang sebagai sebuah penghargaan.

4. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah pengujian data statistik untuk mengetahui data yang diajukan dapat diterima atau ditolak. Sebelum melakukan uji hipotesa, terlebih dahulu menguji tingkat hubungan antara kedua variabel yang dikorelasikan, dengan menggunakan rumus koefisien korelasi oleh *Spearman*. Dimana rumus metode jenjang korelasi *spearman* ini dipergunakan dalam perhitungan terhadap data-data yang bersifat kuantitatif (Sunnyoto, 2011:149) yaitu :

$$rs/\rho = 1 - \frac{6\sum di^2}{n(n^2 - 1)}$$

Berdasarkan hasil korelasi *Spearman* pada tabel 25 di atas, maka diketahui besar korelasi *Spearman's* (ρ) adalah 0,678. Berdasarkan skala *Guilford* hasil 0,678 menunjukkan hubungan yang cukup berarti. Tanda korelasi yang cukup koefisien korelasi menghasilkan (+) 0,678 yang menunjukkan arah

hubungan yang sama antara variabel X dan variabel Y. Dengan kata lain, hal ini berarti dengan adanya kegiatan fotografi terhadap minat pengunjung di Kafe Potret sangat menarik perhatian pengunjung untuk datang ke kafe tersebut.

Signifikansi hasil korelasi dapat dilihat berdasarkan perbandingan nilai probabilitas dan tanda * (*flag of significant*) diberikan SPSS. Jika probabilitas $>0,005$, maka H_a ditolak, jika probabilitas $<0,005$ maka H_a diterima. Pada bagian output korelasi diatas terlihat pasangan data korelasi secara signifikan, yaitu pengaruh kegiatan fotografi terhadap minat pengunjung di Kafe Potret Medan (probabilitas 0,000 yang lebih kecil dari 0,005 atau $0,000 < 0,005$).

Selanjutnya dapat dilihat pada variabel pengaruh kegiatan fotografi terhadap minat pengunjung yang menunjukkan bahwa kedua variabel korelasi secara signifikan.

Berdasarkan analisa di atas, dapat dirangkum bahwa hasil uji hipotesis ada pengaruh kegiatan fotografi terhadap minat pengunjung adalah 0,678. Sesuai kaidah dalam *spearman* r_s koefisien bahwa jika $r_s > 0$ maka hipotesa diterima. Signifikan korelasi diketahui dari probabilitas yang lebih kecil dari 0,005 ($0,000 < 0,005$) dan tanda * (*flag of significant*) yang menunjukkan kedua variabel berkorelasi secara signifikan, maka hubungannya adalah signifikan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima dan hubungannya signifikan.

Kemudian untuk mengetahui tingkat signifikan hasil hipotesis tersebut, dilakukan dengan membandingkan probabilitas dengan nilai probabilitas 0,005. Maka diperoleh hasil $0,000 < 0,005$ yang menunjukkan signifikan, maka dinyatakan bahwa **hubungannya signifikan**. Artinya pengaruh kegiatan fotografi terhadap minat pengunjung di Kafe Potret. Tingkat signifikan tergantung dari ada tidaknya hubungan antara variabel X dan Y.

Selanjutnya kuat lemahnya hubungan digunakan skala *Guilford*. Hasil $r_s = 0,678$ pada skala 0,40 - 0,70. Hal ini menunjukkan **hubungan yang cukup berarti** antara pengaruh kegiatan fotografi terhadap minat pengunjung. Kemudian tahap selanjutnya adalah mencari besarnya kekuatan hubungan antara variabel X dan Y, yaitu dengan rumus :

$$K_p = (r_s)^2 \times 100\%$$

$$K_p = (0,678)^2 \times 100\%$$

$$K_p = 0,4596 \times 100\%$$

$$K_p = 45,96\%$$

Maka dapat disimpulkan bahwa kekuatan hubungan antara variabel X (pengaruh kegiatan fotografi) dan variabel Y (minat pengunjung) dalam penelitian ini adalah sebesar 45.96% artinya sebesar 54.04% dipengaruhi oleh faktor lain. Misalnya pengaruh tempat yang nyaman, makanan atau pelayanan yang baik yang ada di Kafe Potret Medan.

C. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan keseluruhan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka diperoleh kesimpulannya itu sebagai berikut :

1. Terdapatnya pengaruh kegiatan fotografi terhadap minat pengunjung di Kafe Potret Medan sebesar 0.627 Hubungannya yaitu cukup berarti. Artinya dengan adanya kegiatan fotografi di kafe tersebut membuat menarik perhatian pengunjung dalam bidang fotografi. Apalagi kebanyakan pengunjung yang sering datang dari kalangan yang hobby fotografi terlebih anak-anak pelajar/mahasiswa. Mereka berpendapat bahwa kegiatan fotografi yang ada di sana membuat mereka senang dan tertarik karena

ada tempat untuk menyalurkan hobby mereka.

2. Kegiatan fotografi terhadap minat pengunjung di Kafe Potret Medan dinyatakan sangat bermanfaat di dalam kehidupan sehari-hari. Bukan hanya ilmu atau pengalaman saja yang didapatkan tetapi banyak teman juga yang memiliki hobby yang sama. Bahkan fotografi juga bisa menjadikan hasil dalam bentuk material. Artinya dengan hobby dan kesenangan yang dimiliki dapat menghasilkan sesuatu yang baik dan dapat dinikmati.

B. Saran

Adapun saran yang dikemukakan responden berdasarkan hasil dari kuisioner yang telah peneliti sebarakan kepada responden, yaitu terdapatnya beberapa saran melalui pertanyaan terbuka :

1. Lebih sering mengadakan acara yang berkaitan dengan dunia fotografi baik itu dalam pameran, seminar maupun workshop fotografi.
2. Perbanyak foto yang dipamerkan/dipajang dari hasil karya-karya fotografer Medan dan sering mengganti tema yang lebih menarik dan mengejutkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah dan Tantri. 2015. *Manajemen Pemasaran*. PTRajaGrafindoPersada. Jakarta

- Bungin, Burhan. 2001. *Metodologi Penelitian Sosial*. Airlangga University Press.Surabaya
- Burhanuddin. 2014. *Fotografi*. Graha Ilmu. Yogyakarta
- Daryanto.2010. *Ilmu Komunikasi*.Sarana Tutorial Nurani Sejahtera. Bandung
- Effendy, Uchjana. 1989. *Kamus Komunikasi*. PT. MandarMaju. Bandung
- Fajar, Marhaeni. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Graha Ilmu . Yogyakarta
- Kriyantono. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana. Jakarta
- Mulyana. 2008. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Remaja Rosdakarya. Bandung
- Mulyanta, Edi S. 2008. *Teknik Modern Fotografi Digital*. C. V Andi Offset. Yogyakarta
- Noviantonodan Luna. 2014. *njepret Otodidak Kamera DSLR untuk Pemula*. Katalog Dalam Terbitan (KDT). Jogjakarta
- Rohim, Syaiful. 2009. *Teori Komunikasi Perspektif, Ragam, dan Aplikasi*. PT. Rineka Cipta. Jakarta
- Singarimbun, Masridan Sofian Effendy.1995. *Metode Penelitian Survey*. PT.Pustaka. Yogyakarta
- Sugiyono.2008.*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung
- Sunarto. 2006. *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Aditya Media .Yogyakarta
- Sunyoto, Danang. 2011. *Statistik Deskriptif untuk ekonomi*. C V.Yrama Widya. Bandung