



PERSEMBAH

DISTURBIA

HIRUK-PIKUK DIGITALISASI KOMUNIKASI

**Alip Yog Kunandar, Amar Ahmad, Durrotul Mas'udah,
Etik Anjar Fitriarti, Ihya Ulumuddin, Nada Arina Romli,
Nurhidaya, Prima Yustitia Nurul Islami, Siantari
Rihartono, Tariq Yazid, Yani Tri Wijayanti**

DIGITAL DISTURBIA:

Hiruk-Pikuk Digitalisasi Komunikasi
vi + 220 hlm. ; 14 x 20 cm.

ISBN:

Cetakan pertama, Januari 2024

Penulis:

Alip Yog Kunandar, Amar Ahmad, Durrotul Mas'udah,
Etik Anjar Fitriarti, Ihya Ulumuddin, Nada Arina Romli,
Nurhidaya, Prima Yustitia Nurul Islami, Siantari Rihartono,
Tariq Yazid, Yani Tri Wijayanti

Penata Sampul: Alip Yog Kunandar

Layout: Ilmana Praba Surawisesa

Diterbitkan oleh:

Penerbit Galuh Patria

Kaliagir Lor, Gg. Sadewo No. 18, Rt. 02/11 Kalitirto, Berbah,
Sleman.

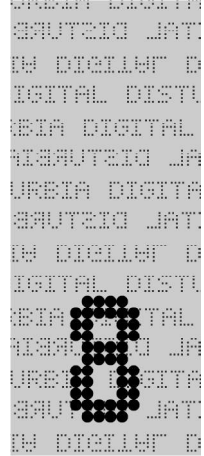
Web: www.galuhpatria.id

Email: penerbitgaluhpatria@gmail.com

Tlp/WA: 082265550883

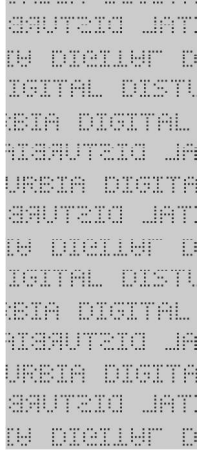
Hak cipta dilindungi oleh Undang-Undang.

Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun juga tanpa izin tertulis dari penerbit



MERAPU CAN DIGITAL MELALU MICROSTOCK FOTO

Tariq Yazid



Komunikasi dan Pemasaran Visual

Ketergantungan masyarakat kepada media komunikasi saat ini sangat tinggi. Belum lagi komunikasi yang ada sekarang mulai berkembang sesuai dengan format teknologi yang diusung menyesuaikan kebutuhan audiens. Karena itu, teknologi komunikasi saat ini dianggap telah merubah sendi-sendi kehidupan masyarakat.

Dalam perkembangannya, komunikasi visual juga mengalami kemajuan. Kita ketahui bahwa komunikasi visual merupakan sebuah rangkaian proses penyampaian kehendak atau maksud tertentu kepada pihak lain dengan penggunaan media penggambaran yang hanya terbaca oleh indera penglihatan. Komunikasi visual mengkombinasikan seni, lambang, tipografi, gambar, desain grafis, ilustrasi dan warna dalam penyampaiannya. Komunikasi visual menggunakan bahasa visual sebagai komponen utama dalam penyampaian pesan sehingga dapat dimaknai segala sesuatu yang dapat dilihat dan dapat dipakai untuk menyampaikan arti, makna, dan pesan (Kertamukti, 2012).

Proses awal dalam komunikasi visual adalah menciptakan stimuli visual kepada komunikan. Komunikasi visual memberikan suatu sensasi yang dikirim ke otak sehingga dapat merangsang interpretasi kognitif dan akhirnya akan menimbulkan persepsi. Gambar atau foto merupakan bentuk komunikasi visual.

Efek visual dewasa ini menjadi salah satu tren dalam bidang komunikasi maupun teknologi komunikasi yang diadopsinya. Tugas pokok dari komunikasi visual yaitu bagaimana pesan-pesan dapat diproduksi, diproses dan ditampilkan secara visual. Dengan demikian, pesan dalam bentuk visual inilah yang menjadi tugas pokok dari komunikasi visual. Dalam perkembangannya, komunikasi visual sangat dipengaruhi oleh paradigma teknologi komunikasi dan informasi. Kekuatan pesan visual menjadi perhatian khusus ketika komunikator harus menampilkannya sehingga mampu menghasilkan efek yang diharapkan muncul dari audien yang menjadi sasaran pesan visual yang dimaksud. Prinsip pesan visual antara lain menunjukkan nilai-nilai kreatif (asli, inovatif dan lancar); komunikatif; efektif dan efisien; sekaligus indah/estetis (Darmawan, 2012).

Perkembangan teknologi komunikasi visual juga berkaitan dengan teknologi digital yang telah membawa perubahan paradigma dalam berbagai sektor, begitu juga dengan industri kreatif yang berkembang pesat, termasuk pemasaran visual online. Adanya perkembangan teknologi menjadi salah satu pendukung bagi masyarakat dalam berkarya di bidang industri kreatif seperti fotografi dan desain grafis.

Referensi

- Afandi, J. *Microstock Platform Analysis: Opportunities To Enhance The Creative Economy From An Islamic Economics Perspective*.
- Boughn, E. (2011). *Microstock Money Shots: Turning Downloads Into Dollars with Microstock Photography*. Amphoto Books. Top of Form
- Darmawan, D. (2012). *Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi Teori dan Aplikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Faradilla, A. (2024). *10 Website & Aplikasi Jual Foto Online Terbaik untuk Cuan 2024*. Hostinger Tutorial. <https://www.hostinger.co.id/tutorial/aplikasi-jual-foto-online>
- Indriany, Y., Sintesa, N., Darmawan, Setiawan, & Rahmadhani, M. V. (2022). Pelatihan Optimalisasi Media Sosial untuk Menambah Cuan pada Warga Belajar PKBM. *Jurnal Abdimas PLJ*, 2(2)
- Kertamukti, R. (2012). *Komunikasi Visual Dalam Periklanan*. Yogyakarta: Galuh Patria.
- Purwatiningsih, S. D. (2021). Marketing Digital Campaign Dalam Membangun Startup Melalui Influencer Pada Masa Pandemi Covid-19. *Ekspresi Dan Persepsi/ : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 146–156.
- Zhou Jiarui. (2021). *How Consumer Behaviors Shape Digital Marketing*. Proceedings of the 2021 3rd International Conference on Economic Management and Cultural Industry (ICEMCI 2021)