

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Seiring majunya teknologi yang berkembang pesat seperti saat ini, manusia secara adaptif dituntut untuk mengikutinya agar dapat bertahan di tengah kemajuannya teknologi. Segalanya berubah, termasuk pola pemasaran atau yang biasa disebut iklan atau *advertising*. Saat teknologi berkembang, cara mengiklanan barang atau jasa juga turut berkembang pula. Mengikuti perkembangan teknologi adalah salah satu cara untuk tetap bertahan. Oleh sebab itu, banyak perusahaan yang menggunakan jasa *digital agency* untuk proses distribusi iklannya. PT. Somnium Creative, adalah salah satu contoh *digital agency* yang menjawab perkembangan dunia periklanan itu.

Kata kunci yang tepat dalam setiap perubahan adalah ‘revolusi’. Yang artinya, didahului dengan adanya pemikiran-pemikiran yang panjang yang titik beratnya ada pada kreatifitasnya, manusia bisa melahirkan ide-ide kreatif, bisa merancang teknologi dan bisa dibedakan dari mesin, bukan sebaliknya. (Ray Bachtiar, 2008:3)

Dengan adanya revolusi seperti sekarang ini membuat dunia periklanan menambah teknik-teknik sesuai dengan berkembangnya zaman dan teknologi.

Penampakan *visual*, *audio*, maupun kombinasi *audio visual* selalu mewarnai dunia *advertising* yang modern ini menimbulkan suatu keterkaitan yang harmonis dan dapat menyampaikan pesan melalui media dengan cara periklanan secara online.

Dalam perkembangan dunia periklanan, sebuah media dan fotografi juga mempunyai peranan yang besar pula pada proses kampanye periklanan. *Visual* fotografi yang menarik akan memberikan kesan bagi komunikan, sehingga komunikan tertarik atau timbul keinginan untuk memiliki barang atau menggunakan jasa dari sebuah iklan yang ditampilkan tersebut. Di balik kesuksesan suatu *brand* terdapat kerja keras dan kekompakan suatu tim di belakangnya.

PT. Somnium Creative adalah salah satu perusahaan *digital agency* di Surabaya, yang bergerak di bidang periklanan digital. Kliennya merentang mulai dari Emba Jeans, Kacang Garuda, dan perumahan Permata Jingga. PT. Somnium Creative telah malang melintang di wilayah *digital agency* selama lebih dari satu dekade.

I.2. Bidang Kerja Praktik

Penulis mengambil konsentrasi bidang kerja praktik fotografer di PT. Somnium Creative.

I.3. Tujuan Kerja Praktik

Tujuan Umum :

1. Penulis memperoleh ilmu dalam hal fotografi. Serta mampu menghadapi dunia kerja di masa mendatang dan dapat mengenal kondisi lapangan kerja serta menyelesaikan salah satu syarat kelulusan secara umum.
2. Agar mahasiswa dapat melakukan dan membandingkan penerapan teori fotografi, dan diterima di wilayah akademik dengan praktik yang dilakukan di lapangan.
3. Meningkatkan dan menyeimbangkan pemahaman mahasiswa mengenai hubungan antar teori akademis dan praktik lapangan.

Tujuan Khusus :

1. Dapat mengetahui dan mengalami langsung proses produksi konten di agensi Somnium Creative
2. Menambah ilmu serta pengalaman dalam hal fotografi pada PT. Somnium Creative

I.4. Manfaat Kerja Praktik

Manfaat kerja praktik adalah sebagai berikut:

I.4.1. Manfaat praktis terhadap perusahaan

Manfaat bagi perusahaan bagaimana perusahaan mendapatkan calon pengkerja akademisi yang siap dan mau belajar untuk segala kondisi dan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan tersebut, serta memiliki inisiatif dalam melakukan pekerjaan terlebih kerja tim. Kesempatan bagaimana perusahaan, menjadi perusahaan yang terbuka bagi mahasiswa lain yang ingin melakukan kerja praktik dengan berdasar pengalaman dan hasil kerja praktik oleh mahasiswa tingkat akhir lainnya.

I.4.2. Manfaat praktis terhadap ilmu pengetahuan

Manfaat terhadap ilmu pengetahuan bagaimana ilmu yang telah dipelajari oleh mahasiswa dapat berguna secara maksimal. Dan ilmu tersebut dapat dikembangkan sejalan dengan peran mahasiswa kerja praktik dalam bidang perusahaan yang di jalannya.

I.4.3. Manfaat praktis terhadap keterampilan mahasiswa

Manfaat praktis bagi keterampilan mahasiswa adalah sangat berguna bagi mahasiswa tingkat akhir yang memang sudah seharusnya melakukan kerja praktik agar memiliki pengalaman kerja. Keterampilan merupakan sesuatu yang harus dimiliki mahasiswa dan harus diasah agar dapat dimaksimalkan dalam dunia kerja nantinya.

I.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 Konsep Peran

Menurut Mutiawanhi (2017), peran terdiri atas harapan-harapan yang melekat pada ciri-ciri perilaku tertentu yang seharusnya dilaksanakan oleh seseorang yang menduduki posisi tertentu dalam setiap masyarakat. Setiap peran memiliki tugas-tugas tertentu yang harus dilaksanakan oleh pengemban peran.

Dalam jurnal Mutiawanhi (2017), David Berry dalam Wirutomo menyatakan bahwa peranan yang berhubungan dengan pekerjaan, seseorang diharapkan menjalankan kewajiban-kewajibannya yang berhubungan dengan peranan yang di pegangnya. Peranan di definisikan sebagai seperangkat harapan-harapan yang dikenakan kepada individu yang menempati kedudukan sosial tertentu. Peranan

ditentukan oleh norma-norma dalam masyarakat, maksudnya kita diwajibkan untuk melakukan hal-hal yang diharapkan oleh masyarakat di dalam pekerjaan kita, di dalam keluarga, dan di dalam peranan-peranan lain.

I.5.2 Definisi Fotografi

Istilah fotografi berasal dari dua kata Yunani *phos* dan *graphe*. *Phos* berarti cahaya, sementara *graphe* berarti melukis atau menggambar. Dengan demikian, berdasarkan akar katanya fotografi diartikan sebagai “melukis atau menggambar dengan menggunakan cahaya”. Istilah fotografi diperkenalkan pertama kalinya oleh Antoine Hercules Romuald Florence, seorang pedagang obat yang menemukan teknik poligrifi di tahun 1832. Ia menggunakan istilah fotografi untuk menggambarkan proses pembuatan gambar secara permanen dari pelat kaca yang sudah di gores, lalu diletakkan di atas kertas yang di beri campuran kimia perak klorida yang sensitif cahaya dan larutan amonia. Meskipun digunakan pertama kali oleh Florence, istilah ini tidak di populerkan Florence. Istilah ini menjadi semakin populer setelah digunakann John Herschel, seorang Inggris yang melakukan eksperimen kimiawi juga untuk menghasilkan gambar fotografis. Herschel menggunakan kata “spesimen fotografis” dalam surat kepada Talbot. (Bull,5:2010).

1.5.3 Definisi Cabang Fotografi

Fotografi sendiri dibedakan menjadi beberapa genre, diantaranya : fotografi studio, fotografi alam (*landscape*), dan lain sebagainya. Perbedaan genre tersebut

hanya pada sifat dan jenisnya saja. Pembagian menurut genre itupun tidak mutlak atau harga mati. Karena antara genre satu dengan yang lainnya ada kerkaitan, bahkan dalam kasus tertentu masing-masing genre bisa dikombinasikan. Untuk mempermudah pengenalan dan pengertian genre fotografi tersebut, penulis sertakan definisi – definisinya yang antara lain sebagai berikut:

1. Foto jurnalistik atau biasanya disebut foto berita, yaitu foto yang mengandung nilai berita atau kepentingan khalayak. Foto seperti ini biasanya memberitakan suatu peristiwa atau fenomena yang sedang terjadi di masyarakat. Misalnya, foto bencana alam, kecelakaan, olah raga, *event*, dan sebagainya. Foto jurnalistik juga dibuat dalam keadaan yang sebenarnya, tidak diperkenalkan memanipulasi foto dengan *digital imaging*. Pengolahan foto diperbolehkan hanya sebatas kamar gelap (*cropping, curve, level*, dan sebagainya)

Ada beberapa pengertian mengenai foto jurnalistik sebagai ilmu maupun cabang dari jurnalistik itu sendiri.

Kata jurnalistik itu sendiri berasal dari bahasa perancis, *do jour*, yang memiliki arti hari. Sedangkan journal berarti catatan harian. Maka jurnalistik berarti kegiatan dalam komunikasi yang dilakukan dengan cara menyiarkan

berita atau ulasannya sebagai peristiwa sehari-hari yang bersifat umum dan hangat dalam waktu secepat-cepatnya dalam bentuk foto melalui media cetak maupun elektronik. (Junaedhie, 1991:116-117)

Foto bisa disebut sebagai karya jurnalistik jika foto tersebut memiliki nilai berita serta muncul di media masa seperti koran, majalah, serta media elektronik internet (portal berita).

Selain itu foto jurnalistik juga harus disertai caption atau teks yang menyertai foto. Teks berfungsi untuk menjelaskan apa yang tidak bisa tergambarkan oleh foto. Teks foto (*caption*) atau naskah berita paling tidak mengandung unsur 5W+1H (*what, where, when, who, why, dan how*).

Menurut Wilson Hick, redaktur foto majalah LIFE (berpusat di Amerika), foto jurnalistik adalah gabungan gambar (foto) dan kata (*caption*). Kata dalam foto jurnalistik adalah teks yang menyertai foto. Teks berfungsi untuk menjelaskan apa yang tidak bisa tergambarkan oleh foto. Teks foto (*caption*) atau naskah berita paling tidak memenuhi unsur 5W+1H bisa terekam dalam gambar sekaligus. (sumber: <http://fotografi.upi.edu/home/6-keahlian-khusus/jurnalistik>)

2. Fotografi Studio

Keanekaragaman klasifikasi fotografi yang salah satunya adalah “fotografi studio” yang mana proses pengambilan gambarnya menggunakan ruangan yang telah di *setting* sedemikian rupa yang sesuai dengan konsep yang akan kita angkat, serta dibantu dengan peralatan-peralatan yang biasa digunakan untuk pengambilan gambar dalam ruang, baik itu *soft box*, *honeycomb*, *continuous lighting*, *flash*, *background*, dan lain sebagainya. Sehingga foto terekam akan nampak jelas, terang, sesuai dengan konsep awal.

Genre fotografi ini biasanya digunakan untuk pemotretan tertentu (foto *model in door*, foto produk *stilllife*, foto makanan, dan sejenisnya) dengan bantuan lighting dan perlengkapan studio lainnya. Proses foto studio sendiri biasanya menggunakan ruangan khusus serta peralatan yang khusus.

3. Fotografi advertorial

Anehnya, ketika dunia periklanan menjadi semakin bersaing, tampak kecenderungan munculnya perusahaan spesialis media berskala multi nasional. Perusahaan periklanan yang semula membagikan diri sebagai *full fledged* atau *full service advertising agency*, kini bahkan menimbang-nimbang perlunya untuk bertransformasi menjadi bentuk baru perusahaan periklanan dengan menggunakan jasa media yang di tahun 1950-an disebut sebagai kolpotir. (sumber: <https://advertising->

indonesia.id/2017/07/21/suramnya-perusahaan-periklanan-indonesia/3/)

Berkembangnya zaman, beriklan dengan menggunakan media masa sudah menjadi suatu hal yang wajar. Apalagi sekarang hal itu didukung dengan munculnya iklan advertorial di media masa, yang dimana iklan tersebut dibuat seperti pemberitaan serta dilengkapi dengan foto yang mendukung informasi produk atau jasa yang diiklankan.

Advertorial berasal dari kata *advertising* dan *editorial*. *Advertising* berarti iklan, sedangkan *editorial* berarti opini. Jadi bisa dikatakan, *advertorial* adalah artikel yang dimuat media masa dengan cara membayar dengan tujuan promosi atau kampanye. (sumber: <https://toffeedev.com/blog/advertorial-adalah/>)

Selain itu advertorial juga diartikan sebagai ilmu yang disusun atau dibuat sedemikian rupa sehingga menjadi sebuah artikel yang dikarang oleh media cetak yang bersangkutan.

Karena *advertorial* menggunakan media masa untuk penyampaiannya, maka artikel harus mempunyai bobot berita sehingga layak untuk ditampilkan di media masa. Selain artikel, foto

juga memiliki peran sebagai pendukung berita *advertorial* tersebut. Foto disini memiliki peran dalam hal memperkuat informasi produk atau jasa yang diberikan dalam sebuah berita *advertorial*.

Sedangkan foto *advertorial* sendiri merupakan gabungan dari foto jurnalistik dan foto studio. Foto *advertorial* dapat di artikan foto yang di ambil dengan bantuan *lighting* dan perlengkapan studio yang mempunyai bobot nilai berita.

Foto *advertorial* biasanya menampilkan produk atau jasa unggulan yang terbaru, misalnya Bank BNI meluncurkan layanan mobil akses. Maka fotografer akan mengambil foto mobil layanan tersebut waktu melayani para konsumen. Kadang dramatisasi juga diperlukan, misalnya untuk menggambarkan layanan tersebut terlihat sukses, maka fotografer memperlihatkan konsumen yang mengantre layanan tersebut.

Dengan adanya foto *advertorial* makan akan membantu artikel *advertorial* dalam hal memperkuat informasi produk atau jasa yang diberikan karena foto tersebut bisa menggambarkan kondisi atau bentuk produk atau jasa yang dibentuk dalam sebuah berita *advertorial*.