

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

“Era teknologi informasi yang diwakili oleh keberadaan Internet saat ini, membawa era baru media dalam masyarakat” (Widiastuti, 2017, p. 588). Di era teknologi Informasi ini segala kebutuhan dari kebutuhan kehidupan sehari – hari sampai dalam pemasaran dalam kegiatan bisnis atau *marketing* sangat mudah dijangkau dan sangat mudah sampai kepada khalayak. Banyak sekali iklan dari suatu produk yang saat ini sangat mudah diakses dan diperlihatkan kepada khalayak karena adanya Internet. Hanya saja kreativitas seseorang dalam membuat konten atau membuat suatu foto dan video untuk memasarkan produk atau jasa mereka sangat dibutuhkan dalam dunia digital saat ini. Bagaimana orang tersebut mengemas dan mem-*branding* suatu produk tersebut kepada khalayak.

Pada tahun 2020, Dunia sedang dilanda pandemi yang dimana segala aktivitas dihentikan dan berubah secara drastis, dimana biasanya suatu promosi bisa dilakukan secara langsung atau bertatap muka tetapi dengan adanya pandemi Covid-19 ini semuanya dipaksa serba *online* dan semuanya memutar otak bagaimana produk yang mereka jualkan tetap diminati masyarakat secara luas. Maka dari itu kreativitas tidak hanya dibutuhkan untuk dapat menyeimbangi teknologi di era digital yang didominasi oleh Internet, yang dimana semua orang menggunakan Internet, terutama pada *media social*. Yang dimana di masa Pandemi Kreativitas juga digunakan untuk bagaimana suatu perusahaan atau suatu produk tersebut di sebarluaskan atau suatu perusahaan melakukan *branding* menjadi lebih

menarik dan selalu mengikuti jaman. Maka dari itu beberapa produk ataupun *brand* melakukan suatu kegiatan promosi di *social media* seperti Instagram. Karena di jaman sekarang sudah banyak sekali efek dan akibat dari pandemi ini yang membuat beberapa perusahaan bangkrut dan merubah produk mereka agar tetap dapat diterima di masyarakat.

Brand atau biasa disebut dengan merek yaitu sebuah nama yang biasa disebut dari sebuah produk, atau untuk mempromosikan suatu produk dibutuhkan suatu *branding* tersendiri agar adanya ciri khas dari produk tersebut. “Branding dalam lingkungan digital memiliki karakteristik dan dinamika tersendiri yang harus dipahami untuk dapat memilih taktik dan strategi branding yang efektif” (Syahrul & Ishadi, 2020, p. 24). Di masa pandemi ini terutama mulai memasuki masa *new normal* kegiatan *branding* sangat dibutuhkan untuk memperbaharui dan mengenalkan kembali produk mereka kepada masyarakat. Di jaman sekarang *brand* atau penamaan suatu produk atau jasa sangat diperlukan untuk melakukan pemasaran di masyarakat.

Untuk berjalannya suatu *brand* atau *branding* bisnis sendiri memiliki banyak sekali komponen dimana penamaan suatu produk, warna produk dan sebagainya. Dalam melakukan promosi di dunia digital ini suatu produk yang akan di *branding* harus memiliki identitas yang dimana produk tersebut memiliki ciri khas yang dapat dilihat dan diingat oleh masyarakat. Oleh karena itu, branding adalah suatu kegiatan investasi yang biasanya menelan biaya yang cukup besar (Nurlaily, 2021, p. 349). Untuk meminimalisir biaya dalam suatu kegiatan *branding*

biasanya dalam pemasaran produk dan menunjukkan produk tersebut menggunakan jasa fotografer untuk melakukan foto produk.

Maka dari itu, dalam mendukung suatu kegiatan *branding* di dunia digital ini, terutama pada dunia komersial dan promosi dibutuhkan seorang photography dalam melakukan pengambilan gambar suatu produk. Dimana tugas seorang fotografi ini adalah memfoto produk yang akan dipasarkan kepada masyarakat. Foto produk (*Product Photo Image*) adalah salah satu faktor yang sangat menentukan efektifitas komunikasi visual dalam advertising dan mempengaruhi keberhasilan *StartUp* dalam mengenalkan dan menjual produk atau layanan mereka (Nurlaily, 2021, p. 349). Dari jurnal menurut Nurlaily dimana foto produk adalah salah satu faktor dari kesuksesan suatu produk, dari foto produk ini dapat mempengaruhi produk dan layanan mereka di mata masyarakat.

Foto produk harus bisa menciptakan *image* atau citra yang ada pada sebuah produk. Seorang fotografer harus mampu membuat produk yang mereka potret menjadi lebih menarik juga diminati para pembeli (Fauziah & Sari, 2021, p. 91). Maka dari itu dalam melakukan foto produk untuk kegiatan *brand* ini tidaklah mudah, fotografer dituntut untuk bisa melakukan pengambilan gambar yang menarik untuk masyarakat tanpa menghilangkan ciri khas dari produk itu sendiri. Foto produk sendiri memiliki pengaruh besar dalam promosi suatu *brand* dan saling mendukung dari kegiatan *branding* karena identitas dari produk tersebut di potret sedemikian rupa untuk di promosikan.

Foto produk adalah salah satu jenis dari fotografi secara luas. Fotografi saat ini merupakan evolusi dari fotografi era sebelumnya yang berbasis film.

Perkembangan teknologi yang sangat pesat telah membawa dampak yang signifikan terhadap seni dan teknik fotografi saat ini (Kristiandi, 2018, p. 1). Fotografi menurut Kristiandi memiliki perkembangan yang sangat besar dan pesat yang dimana awalnya berbasis film. Dan dengan kemajuan teknologi ini Fotografi sangat digunakan dan sangat diminati dalam mendukung suatu kegiatan di dunia digital saat ini.

Fotografi merupakan media seni yang memiliki kelebihan tersendiri dibanding media seni lainnya. Foto dapat kita gunakan untuk membuat sesuatu yang tadinya biasa saja menjadi sebuah karya visual yang berbeda dan menarik (Wibowo, 2015, p. 138). Fotografi bukan hal yang mudah karena seorang fotografi juga harus bisa menyampaikan pesan melalui gambar dan jepretan foto yang diambilnya, dan dari gambar yang diambil harus memiliki karya visual yang menarik perhatian. Dan fotografi di dunia sekarang sangat diminati oleh masyarakat, karena fotografi sendiri memiliki banyak aspek tidak hanya dalam foto produk tetapi foto dokumenter, foto jurnalistik yang dimana memiliki ciri khas dan konsep foto yang berbeda – beda dari teknik sampai ke editing.

Salah satu perusahaan *branding* yang masih berjalan cukup lama yaitu Porta Branding. Dimana Porta.Branding ini menjadi perusahaan *branding* yang sudah menangani *client* kecil sampai besar seperti Kokumi, Aquase, Yatacco, E-toile, Mamacia dan sebagainya. Perusahaan ini terletak di Surabaya Timur tepatnya di Pakuwon City, Porta Branding sendiri sudah cukup banyak berkembang dimana sebelumnya hanya memiliki kantor yang terbatas dan seadanya, tetapi sekarang

sudah berkembang dan sudah mulai membuka divisi-divisi seperti video dan *human resource* yang sebelumnya hanya berfokus pada *Design*

Maka dari itu alasan penulis yang dipaparkan diatas, penulis memilih Porta Branding untuk mengetahui bagaimana aktivitas pembuatan sebuah foto untuk kegiatan *Branding* secara keseluruhan pada divisi *Photographer* dari awal pembuatan sebuah foto dalam mendukung kegiatan *branding* tersebut. Pada kesempatan kali ini juga penulis juga bisa terjun secara langsung untuk langsung merasakan bagaimana suatu foto digunakan untuk mendukung *branding* dari suatu produk tertentu.

I.2 Bidang Kerja Praktik

Bidang kerja praktik yang dipilih yaitu media dengan topik aktivitas fotografi produk untuk mengelola *brand*.

I.3 Tujuan Kerja Praktik

Tujuan yang dicapai dari kerja praktik ini ialah mengetahui aktivitas fotografi produk untuk mengelola *brand*.

I.4 Manfaat Kerja Praktik

I.4.1 Teoritis

Menambah pengetahuan dan referensi yang dapat digunakan dalam lingkungan pembelajaran di Fakultas Ilmu Komunikasi pada bidang media khususnya mengenai pembuatan foto dan video *branding* untuk kegiatan promosi atau *branding* produk tertentu.

I.4.2 Praktis

Hasil kerja praktik yang dilakukan dapat dijadikan bahan evaluasi bagi Porta.Branding, khususnya dalam pembuatan foto mengetahui aktivitas foto produk untuk mengelola *brand* sebagai bagian dari publikasi. Selain itu penulis juga mendapatkan kreativitas dan referensi cara membuat Foto *branding* dari pra-produksi sampai dipublikasikan oleh *client*.

I.5. Tinjauan Pustaka

I.5.1 Definisi foto

Sebuah foto akan membangkitkan kenangan dalam hidup, serta memberi nuansa nostalgia yang sulit dilupakan. Foto yang baik dan berkualitas adalah foto yang memiliki pesan, layak secara teknis, estetis dan artistik dalam presentasinya (Lingkup, 2019, p. 43). Dalam foto tidak hanya kita mengambil sebuah gambar dan dijadikan sebagai memori biasa, tetapi bagaimana foto itu memberikan pesan dan bercerita. Maka dari itu foto yang baik memiliki beberapa teknis dan pengambilan yang cukup kompleks dimana estetis dan *artistic* dari sebuah foto sangat mempengaruhi dalam penyampaian pesan tertentu.

Dalam mengambil sebuah foto sangat berpengaruh dalam penyampaian pesan kepada khalayak, maka dari itu Lingkup (2019, p. 43) mengatakan di jurnalnya yaitu penyampaian pesan sebuah foto, diperlukan keahlian dan teknik khusus dalam ilmu fotografi, agar pesan yang ingin disampaikan dapat dikomunikasikan dan sampai untuk penikmat fotonya. Terutama terkadang foto dijadikan sebuah memori yang sangat berharga seperti foto *wedding* yang hanya dilakukan sekali seumur hidup yang dimana momen hanya ada sekali seumur hidup

yang dapat dijadikan memori seumur hidup juga, maka dari itu foto tidak hanya sekedar pengambilan gambar perlu beberapa teknis dan elemen yang sangat diperlukan di perhatikan.

Menurut Fauziah & Sari (2021, p. 92) dalam jurnalnya mengenai beberapa Elemen Komposisi (Tone, Bayangan, Komposisi, dan Tekstur) yang dapat digunakan dan diperhatikan dalam melakukan pengambilan suatu foto, yaitu :

1. Elemen Nada (*Tone*):

Elemen nada (*tone*) ditekankan pada hasil berbentuk visual dari gabungan tone yang membentuk volume, tekstur, ruang, dan bayangan. Nada bisa menjadi pemicu “mood” dan memperkuat statement fotografer.

2. Elemen Bayangan (*Shadow*):

Bayangan (*shadow*) dipengaruhi oleh cahaya. Kualitas cahaya dipengaruhi oleh sumber dan posisi cahaya. Hasil transparansi, kilauan dan pemanjangan maupun pemendekan tergantung pada cahaya dan objek-objek reflector di sekitar bayangan.

3. Elemen Komposisi (*Composition*):

Komposisi dapat diartikan sebagai penyusunan atau penempatan objek-objek. Komposisi berkaitan dengan elemen lainnya seperti garis (*line*), bentuk (*shape*), tone, dan tekstur (*texture*).

4. Elemen Tekstur (*Texture*):

Tekstur merupakan visual yang memberikan kesan mengenai keadaan permukaan suatu objek (halus, kasar, lembut, tajam, tidak beraturan, dsb). Sumber cahaya merupakan hal yang harus diperhatikan dalam tekstur.

Tekstur dapat dilihat dari gelap terang atau bayangan yang kontras tergantung pada sumber cahaya ketika dipotret.

Nah dari pengertian mengenai foto ini sangat banyak sekali yang harus diperhatikan dalam melakukan aktivitas fotografi, dimana foto yang baik adalah foto yang memiliki pesan dan memori yang berkesan, dan didalamnya memiliki beberapa teknis yang membuat foto tersebut menjadi estetis. Dalam pengambilan foto juga ada beberapa hal selain teknis yang perlu diperhatikan yaitu elemen saat pengambilan foto tersebut yang wajib fotografer pahami setiap elemen tersebut.

I.5.2 Pengertian Photography product

Perkembangan dunia fotografi tidak hanya meliputi peranti keras (kamera, lensa, memori card, dan aksesoris lain) dan peranti lunak (software), tetapi juga dalam hal proses penciptaannya pun ikut berkembang (Antopani, 2016, p. 31). Perkembangan inilah yang dimanfaatkan dengan adanya dukungan internet yang merubah pandangan banyak orang mengenai cara berpromosi dalam memasarkan produk mereka dan memanfaatkan teknologi *photography* yang turut berkembang. Dalam proses penciptaannya aktivitas fotografi mengalami perkembangan yang pesat karena dalam kreativitas manusia dapat memanfaatkan kecanggihan dari kamera dengan baik, yaitu dengan mengambil gambar yang sangat menarik dengan teknik yang berkembang yang dapat menarik perhatian pelanggan dan konsumen suatu produk tertentu.

Fotografer seharusnya tidak sekadar memotret segala hal dan hanya menyeleksi foto-foto yang dianggap layak, tetapi lebih jauh dari itu, yaitu memikirkan pola alur, bobot, dan nilai penting yang akan disampaikan kepada

audien (Setiyanto & Irwandi, 2017, p. 30). Dari teori yang dikemukakan oleh Setiyanto mengenai fotografer, tugas seorang fotografer tidak hanya sekedar mengambil sebuah gambar saja tetapi bagaimana fotografer memberikan pesan yang akan disampaikan kepada penonton, maka dari itu banyak yang harus diperhatikan oleh fotografer dalam mengambil gambar yang ada sehingga gambar yang diambil memiliki nilai dan bobot yang dapat menarik perhatian.

Aktivitas Fotografi di dunia promosi dan periklanan suatu produk juga memiliki peran penting, apalagi di zaman sekarang yang semua serba digital dan serba internet dan banyak produk dan *brand* melakukan promosi melalui internet terutama *social media*. Foto produk merupakan salah satu kunci penarik minat konsumen untuk melakukan pembelian (Agusta & Fatkhurohman, 2019, p. 313). Seperti yang ditulis oleh Agusta dalam jurnalnya, foto produk yang menarik bisa menjadi nilai lebih dalam mempromosikan suatu produk. Foto produk sendiri memiliki berbagai macam pilihan dari yang polos dan sampai yang di *styling* sedemikian rupa hingga menarik perhatian konsumen. *Styling* yang ada dalam foto produk sendiri juga disesuaikan dengan produk yang ada. Jadi dalam aktivitas fotografi terutama fotografi produk memiliki banyak sekali poin yang harus diperhatikan sebagai fotografi, tidak hanya pengambilan foto saja.

I.5.3 Pengertian Divisi Photographer

Fotografi telah ada lebih dari satu abad, dan sampai saat ini kemajuan teknologi terus berjalan seperti membuat kamera dan perangkat seluler yang berkualitas tinggi dengan harga yang terjangkau dan mudah digunakan (Fauziah & Sari, 2021, p. 90). Maka dari itu dengan adanya perkembangan teknologi terutama

pada dunia digital ini. Profesi sebagai *Photografer* sangat banyak diminati dan banyak dilakukan oleh beberapa orang. Apalagi *Photografer* memiliki peran penting pada dunia bisnis ataupun dunia *marketing*.

Aktivitas Fotografi secara sederhana dapat diartikan sebagai proses menghasilkan gambar dari suatu objek melalui pantulan cahaya, maka dari itu aktivitas fotografi di dunia fotografi ikut berkembang seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi yang semakin canggih, termasuk di Indonesia yang dapat dilihat dari semakin banyaknya perlombaan fotografi yang diselenggarakan (Hendro & Putro, 2019, p. 63). Maka dari itu banyak sekali fotografi sekarang dijadikan objek sebagai pendukung dalam proses bisnis ataupun promosi. Dari *Photographer* yang handal dan memiliki kreativitas yang bagus, dapat menghasilkan foto produk yang menarik perhatian masyarakat sehingga produk tersebut diminati oleh masyarakat.

Dari penjelasan mengenai divisi *photographer*, divisi ini pada jaman sekarang sangat diminati karena sangat mempengaruhi dan sangat mendukung dalam aktivitas promosi suatu produk atau jasa, seperti mendukung dalam kegiatan *branding* ini. *Photographer* sendiri memiliki tanggungjawab yang berat dimana harus memiliki kreativitas yang tinggi tanpa menghilangkan ciri khas dari produk tersebut.