

Peran Fotografer Dalam Proses Pembuatan Konten Instagram Sebagai Media Promosi Adconomic Digital Advertising Agency (Studi Kasus : Taska Indonesia)

The Role Of Photographers In The Process Of Creating Instagram Content As A Promotional Media For Adconomic Digital Advertising Agency (Cas Study : Taska Indonesua)

1st Alfi Ghifari Andira
Fakultas Ilmu Terapan
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia

alfighifiariandira@student.telkomuniversity.ac.id

2nd Aprianti Putri Sujana
Fakultas Ilmu Terapan
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia

putrisujana@telkomuniversity.ac.id

3rd Fitri Susanti
Fakultas Ilmu Terapan
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia

fitri.susanti@telkomuniversity.ac.id

Abstrak—Taska Indonesia merupakan sebuah *brand* yang menjual tas spunbond ramah lingkungan. Dalam menjual dan mempromosikan produknya, Taska Indoensia ,enggunakan beberapa platform *Social Media* salah satunya adalah *Instagram*. dalam proses pembuatan konten *Instagram*, Taska Indoensia memerlukan fotografer untuk melakukan pemotretan foto produk dari Taska Indonesia sebagai materi utama pembuatan konten. Fotografer memiliki peran untuk memotrer produk dengan menggunakan Teknik *Photography* yang sesuai dengan produk dari *brand* Taska Indonesia dan melakukan *edit color correction* pada foto. Foto produk yang dihasilkan sebanyak 130 foto, foto yang di *edit color correction* sebanyak 55 foto, dan yang di posting sebanyak 10 foto. Dengan adanya peran fotografer, dapat menyediakan kebutuhan foto produk untuk materi utama pembuatan konten *Instagram* Taska Indoensia sebagai media promosi.

Kata Kunci—*social media, Instagram, fotografer.*

Abstract—Taska Indonesia is a brand that sells environmentally friendly spunbond bags. In selling and selling. Taska Indoensia uses several *Social Media* platforms, one of which is *Instagram*. in the process of creating *Instagram* content, Taska Indoensia requires photographers to shoot product photos from Taska Indoensia as the main material for content creation. Photographers have a role to take picture of product using photography techniques that are in accordance with products from the Taska Indonesia brand and do color correction editing on photos. The resulting product photo are 130 photos, color correction edited photos are 55 photosm and 10 photos are posted. With the role of photographers, they can provide photo product needs for the main material for creating Taska Indonesia's *Instagram* content as promotional media.

Keywords—*social media, Instagram, photographer.*

I. PENDAHULUAN

Adconomic Digital Marketing Agensi adalah sebuah perusahaan agensi yang berkuat di bidang agensi digital marketing, meliputi *Search Engine Marketing, Social Media Optimization*. Perusahaan ini sudah berdiri kurang lebih selama 3 tahun. Tujuan dibuatnya Adconomic yaitu untuk membantu para UMKM dalam mengembangkan bisnisnya dengan cara mempromosikan produk yang dijual melalui internet, membantu mengelola *Social Media* untuk meningkatkan penjualan dengan maksiman dan membantu mengembangkan bisnis para UMKM di Internet. Salah satu UMKM yang menggunakan jasa Adconomi adalah sebuah *brand* tas spunbond yang bernama Taska Indonesia.

Taska Indonesia merupakan sebuah *brand* UMKM yang sudah berdiri sejak tahun 209 dan berfokus dalam bisnis menjual tas belanja ramah lingkungan yang dibuat dengan berbahan dasar kain spunbond buatan asli Indonesia. Dengan kehadiran dari *brand* Taska Indonesia tas yang ramah lingkungan ini, *brand* Taska Indonesia berharap dapat menjadi solusi dan berkontribusi untuk masyarakat agar dapat mendukung kegiatan ramah lingkungan. Taska Indonesia melakukan penjualan dan promosi melalui berbagai macam platform media sosial seperti, *website, e- commerces* dan *Instagram*. pada awal tahun 2021 Taska Indonesia memutuskan untuk mencoba mempromosikan produk mereka menggunakan platform *Instagram*.

Dari keputusan itu, Taska Indonesia membutuhkan seorang fotografer untuk membantu dalam proses pembuatan konten Instagram sebagai media promosi. Selain itu, Taska Indonesia membutuhkan seorang fotografer agar foto yang digunakan untuk konten Instagram lebih bagus, menarik dan bervariasi dibandingkan konten-konten sebelumnya yang tidak banyak menampilkan foto produk dari *brand* Taska Indonesia.

Dalam proses pembuatan konten, fotografer berperan dalam melakukan pengambilan foto produk dengan menggunakan beberapa komponen seperti menggunakan kamera DSLR, menggunakan model, menggunakan Teknik *Hero Shot* dan menggunakan cahaya alami. Dengan menggunakan komponen diatas, membuat foto produk yang dihasilkan lebih bagus dan menarik dari segi kualitas untuk dijadikan sebagai materi pembuatan konten *Instagram* yang dibutuhkan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Social Media

Menurut Dave Kerpen (2011), *Social Media* adalah tempat dari kumpulan gambar, video, teks, serta hubungan interaksi dalam jaringan antara individual atau kelompok seperti organisasi. Dengan kata lain, *Social Media* merupakan sebuah platform digital yang memfasilitasi penggunaanya untuk saling bersosial, baik itu berkomunikasi atau membagikan konten tulisan, foto atau video.[1] Saat ini, *Social Media* berkembang dengan sangat cepat, terutama dalam kondisi pandemic Covid-19. *Social Media* saat ini juga memiliki berbagai macam platform yang sangat sering digunakan seperti Facebook, Youtube, WhatsApp, Instagram dan lain-lainnya.

B. Instagram

Instagram adalah *Social Media* yang berbasis pada gambar yang memberikan layanan berbagi foto atau video secara online. *Instagram* berasal dari kata “*insta*” yang berasal dari kata “*instan*” dan kata “*gram*” yang berasal dari kata “*telegram*”. Kata “*insta*” diambil karena *Instagram* dapat menampilkan foto-foto secara instan. Sedangkan untuk kata “*gram*” diambil karena salah satu kerja *Instagram* untuk mengirimkan informasi secara cepat kepada orang lain.[2] dengan kata lain, *Instagram* digunakan karena dapat mengunggah foto secara instan dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin diberikan dapat diterima dengan cepat kepada pengguna *Instagram* yang lain.

C. Adobe Lightroom Mobile

Dikenal dengan nama *Lightroom Mobile*, *software* ini mempunyai nama lengkap *Adobe Photoshop Lightroom Mobile*. *Lightroom* merupakan sebuah perangkat lunak manipulasi gambar untuk mengedit foto. *Adobe Lightroom* dikembangkan pada tahun 1999, oleh pengembang *photoshop* yaitu *Mark Hamburg*. [3] Aplikasi *Adobe Loghtroom Mobile* memang dibuat dan dirancang khusus untuk dunia fotografi. Karena *Adobe Lightroom* digunakan oleh para fotografer untuk melakukan *retouch* dan permainan gradasi warna pada foto agar menjadi lebih hidup dan artistik.

III. PEMBAHASAN

Pada tahap ini, menjelaskan pengerjaan atau *workflow* dalam proses pengerjaan foto produk untuk dijadikan materi konten *Instagram* dari *brand* Taska Indonesia sebagai media promosi yang dilakukan selama periode magang.

A. Analisis Editorial Planning

Editorial Planning atau yang biasa disebut (EP) adalah sebuah alat yang digunakan untuk membuat seluruh perencanaan eksekusi dan pengembangan konten, mulai dari topik konten, jenis konten, gaya Bahasa, media platform yang akan digunakan, hingga waktu publikasi konten agar *Campaign Activity* yang dilakukan dapat berjalan dengan lancar dan dapat mencapai target bisnis yang sudah ditetapkan[4].

[illegible]

Gambar 1. Salah satu contoh Editorial Planning

B. Diskusi dengan Social Media Officer

Pada tahap ini, setelah penulis melihat *Editorial Planning* yang sudah dibuat oleh *Social Media Officer*, penulis melakukan diskusi dengan *Social Media Officer*. Penulis mengajak *Social Media Officer* berdiskusi terkait foto produk yang akan dijadikan konten *Instagram* dari *brand* Taska Indonesia. Dengan adanya diskusi ini, agat penulis mendapatkan banyak informasi yang lebih detail dan jelas terkait foto produk seperti apa yang diinginkan dan dimaksud oeh *Scoail Media Officer*.

C. Pemotretan foto produk

Setelah melakukan diskusi dengan *Social Media Officer* perihal foto seperti apa yang diinginkan untuk dipakai sebagai konten *Instagram* Taska Indonesia. Dalam pemotretan ini, penulis menggunakan beberapa komponen untuk membuat hasil foto yang maksimal. Komponen yang digunakan yaitu kamera DSLR, Teknik fotografi dalam foto produk, penggunaan model dan penggunaan cahaya alami.

D. Review hasil foto

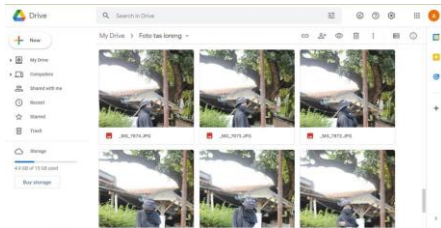
Pada tahap ini, penulis memberikan hasil dari pemotretan kepada *Social Media Officer* untuk di review bersama dengan penulis sebagai fotografer. Review dilakukan agar dapat mengetahui apakah hasil foto sudah sesuai dengan napa yang diinginkan oleh *Social Media Officer*. Apabila hasil foto belum sesuai dengan napa yang diinginkan *Social Media Officer*, penulis berdiskusi kembali seperti apa foto yang diinginkan dengan melihat referensi-referensi di *Social Media* dan *Internet*.

E. Editing color correction

Tahpa ini, hasil foto dari pemotretan masuk ke tahap *editing color correction*. *Editing color correction* foto produk dengan menggunakan aplikasi Adobe Lightroom Mobile. penulis memakai 2 fitur dasar yang dimiliki Adobe Lightroom Mobile dalam proses *editing color correction*, yaitu fitur light dan fitur color.

F. Distribusi hasil foto

Pada tahap terakhir ini, foto yang sudah melalui proses *editing*, penulis distribusikan kepada *Graphic Designer*. Penulis meng-*upload* foto pada Gdrive yang sudah dibuat oleh *Social Media Officer* yang dapat diakses oleh *Graphic Designer*.



Gambar 2. Gdrive untuk distribusi

IV. KESIMPULAN

Dengan adanya peran fotografer, salah satu kebutuhan dalam pembuatan konten *Instagram* Taska Indonesia yaitu kebutuhan memiliki foto produk, dapat terpenuhi. Fotografer menjadi salah satu profesi yang dapat membantu mempromosikan produk Taska Indonesia dengan melakukan pemotretan foto produk untuk di visualisasikan menjadi sebuah konten. Dengan memiliki foto produk yang digunakan sebagai konten, dapat mempermudah calon pelanggan untuk melihat secara nyata produk yang ditawarkan tanpa harus datang ke tempat penjualan.

REFERENSI

- [1] Populix 2021 "Media Sosial Adalah: Contoh hingga manfaatnya bagi pebisnis", <https://www.info.populix.co/post/media-sosial-adalah> (Accessed 1 Juni 2022).
- [2] Wikipedia. Instagram, <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram> (Accessed 1 Juni 2022).
- [3] Yunita Setyaningsih. 2021 "Pengertian Adobe Lightroom – Sejarah, Versi, Kelebihan, Fitur terbaru", <https://dianisa.com/pengertian-adobe-photoshop-lightroom/> (Accessed 1 Juni 2022). [4] Panji Muhammad Pradipta. 2021 "Pentingnya Editorial Plan dalam Pemasaran Konten", <https://contendr.co.id/blog/pentingnya-editorial-plan-dalam-pemasaran-konten> (Accessed 20 Juli 2022).