

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

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

Taska Indonesia merupakan sebuah *brand* UMKM yang sudah berdiri sejak tahun 2019 dan berfokus dalam bisnis menjual tas belanja ramah lingkungan yang dibuat dengan bahan 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* Taska Indonesia 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.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dituliskan di atas, maka rumusan masalah yang terdapat pada penelitian ini yaitu Taska Indonesia membutuhkan peran fotografer dengan membantu menyediakan materi untuk pembuatan konten berupa foto produk dan meningkatkan kualitas foto dengan melakukan *editing color correction*, agar konten *Instagram* Taska Indonesia yang dibuat dapat lebih bagus dan menarik.

1.3 Tujuan

Adapun tujuan yang ingin penulis capai dari penulisan penelitian ini yaitu menjelaskan bahwa fotografer memiliki peran yang penting dalam proses pembuatan konten *Social Media Instagram* sebagai media promosi *Brand* Taska Indonesia. Dengan adanya peran fotografer dalam proses pembuatan konten *Instagram*, dapat meningkatkan kualitas dari konten dengan menggunakan hasil foto yang diambil dan *edit* oleh fotografer.

1.4 Batasan Masalah

Adapun Batasan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada *Brand* Taska Indonesia.
2. Hasil foto digunakan untuk pembuatan konten *Instagram* Taska Indonesia.
3. Proses edit *color correction* foto hanya dengan menggunakan Aplikasi Adobe Lightroom Mobile.

1.5 Definisi Operasional

1. Social Media

Social Media adalah tempat dari kumpulan-kumpulan gambar, teks, video dan juga hubungan interaksi dalam jaringan antar individual atau kelompok.

2. Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi yang digunakan untuk mengunggah foto atau video dengan cepat dan instan.

3. Fotografer

Sebutan bagi para pelaku pekerja yang memberikan jasa fotografi untuk berbagai macam tujuan.

1.6 Metode Pengerjaan

Metode alur pengerjaan dalam pembuatan konten untuk *Instagram* Taska Indonesia sebagai media promosi terdiri dari 6 tahapan. Dalam tahapan pengerjaannya, setiap tahapan dikerjakan dengan teliti dan sistematis agar foto produk yang dihasilkan bagus dan maksimal. Tahapan-tahapan pada metode alur pengerjaan dalam pembuatan konten untuk *Instagram* Taska Indonesia adalah sebagai berikut:

1.6.1 Analisis Editorial Planning (EP)

Tahapan pertama yaitu analisis *Editorial Planning* yang sudah dibuat oleh *Social Media Officer* dari brand Taska Indonesia. *Editorial Planning* dibuat oleh *Social Media Officer* digunakan sebagai panduan untuk fotografer dalam melakukan pemotretan produk untuk konten *Social Media Instagram* Taska Indonesia.

1.6.2 Diskusi dengan *Social Media Officer*

Setelah melihat *Editorial Planning* yang telah dibuat oleh *Social Media Officer*, fotografer mengajak *Social Media Officer* berdiskusi terkait dengan hasil riset dan brainstorming yang dilakukan oleh fotografer berdasarkan referensi atau note yang telah diberikan pada *Editorial Planning* agar fotografer mendapatkan informasi yang lebih jelas dan detail terkait konten yang ingin dibuat.

1.6.3 Pemotretan Foto Produk

Pada tahapan ini, fotografer melakukan pemotretan produk sesuai dengan *Editorial Planning* dan diskusi dengan *Social Media Officer*.

1.6.4 Review Hasil Pemotretan

Tahap ini, fotografer memberikan hasil dari pemotretan kepada *Social Media Officer* untuk di review apakah hasil dari pemotretan sudah sesuai dengan apa yang di inginkan.

1.6.5 Editing *Color Correction*

Setelah di review oleh *Social Media Officer* dan sudah sesuai dengan keinginan dari *Social Media Officer*, dilakukanlah tahap editing *color correction* pada hasil foto. Pada tahap ini, hasil foto di edit menggunakan aplikasi *Adobe Lightroom Mobile*.

1.6.6 Distribusi hasil foto

Pada tahap ini, dilakukan pendistribusian hasil foto dengan menggunakan Gdrive untuk diberikan kepada *Graphic Designer*.