

# 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)*

1<sup>st</sup> Alfi Ghifari Andira  
Fakultas Ilmu Terapan  
Universitas Telkom  
Bandung, Indonesia

alfighifiariandira@student.telkomuniversity.ac.id

2<sup>nd</sup> Aprianti Putri Sujana  
Fakultas Ilmu Terapan  
Universitas Telkom  
Bandung, Indonesia

putrisujana@telkomuniversity.ac.id

3<sup>rd</sup> 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 beridiri 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.

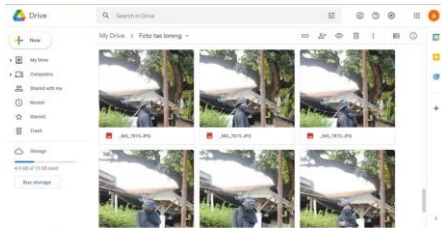
Taska Indonesia merupakan sebuah *brand* UMKM yang sudah berdiri sejak tahun 209 dan berfokus dalam bisnis menjual tas belanja ramah lingkungan yang dibuat dengan berbahan dasar kain spunbond buatan asli Indonesia. Dengan kehadiran dari *brand* Taska Indonesia tas yang ramah lingkungan ini, *brand* Taska 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*.



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 *Graptic 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).