

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Pada saat ini persaingan di dunia bisnis sangat berkembang pesat, perkembangan bisnis mengalami perubahan pada bidang ekonomi dan teknologi, sehingga menuntut perusahaan untuk mencari langkah – langkah strategi yang baru sehingga usaha yang dimiliki mampu bersaing pada usaha dan dalam kondisi apapun. Selain tuntutan akan bersaing perusahaan juga dituntut untuk mempunyai keunggulan yang dapat membedakan usaha yang satu dengan yang lainnya.

Fotografi merupakan sebuah teknologi digital yang pada saat ini mengalami perkembangan yang cukup pesat, yaitu di dalam peralatan elektronik yang mengikuti perkembangan zaman pada saat ini. Seiring perkembangan zaman banyak peminat untuk menekuni dunia fotografi sehingga dinilai bahwa fotografi dapat dijadikan pekerjaan tetap. Fotografi sekarang menjadi salah satu kebutuhan masyarakat, dan para pemilik usaha. Perkembangan teknologi fotografi dapat membantu pemasaran pada suatu usaha, walaupun hanya melalui foto tetapi didalam foto tersebut bisa memberikan rasa pada suatu produk yang dipromosikan dan dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat yang melihat foto tersebut. Dalam peranan fotografi produk tidak hanya sebuah foto biasa saja melainkan harus memiliki ide kreatif / konsep yang menarik agar dapat menjadi suatu pembeda dari foto produk lainnya. Fotografi produk merupakan foto barang suatu barang yang telah melalui tahap pemotretan yang terkhusus untuk memperlihatkan kelebihan atas sisi menarik dari foto produk yang dihasilkan. Hasil foto tersebut dapat dijadikan sebagai sarana promosi. Dalam hal ini diharapkan foto produk yang di hasilkan dapat memberikan informasi mengenai produk, dan bisa menambah daya tarik terhadap konsumen/masyarakat. (Muhammad Aziz Al Hakim\_2022\_BAB I.Pdf, n.d.)

Perkembangan yang terjadi membuat kita menjadi lebih peka dengan gaya jual *modern*. melalui media – media online dapat memperlihatkan rupa produk

yang kita jual. Hal itu pula yang menjadi keuntungan besar bagi sejumlah UMKM milenial yang memanfaatkan perkembangan era digital saat ini untuk tetap eksis. Mempromosikan produk menggunakan foto produk yang baik dapat mengenalkan produk yang di jual pula, namun kendala yang dialami adalah kurangnya kepekaan terhadap kemajuan perkembangan yang menyebabkan baru di lakukan foto produk saat ini. Fotografi digital yang berkembang bersama dengan perkembangan yang semua lah di lakukan secara digital untuk memperkenalkan produk yang di jual fotografi menjadi solusi yang menarik dan fleksibel.

Foto produk merupakan solusi dalam mengatasi masalah ketika konsumen merasa tidak memiliki titik sentuh langsung pada suatu produk yang ingin mereka beli. Berbagai penelitian melakukan pengujian pengaruh foto produk pada respon konsumen seperti mempelajari dampak ukuran gambar pada niat membeli. Responden menyatakan bahwa gambar yang lebih besar dapat membantu pelanggan menerima lebih banyak informasi dan meningkatkan niat beli. Selain itu gambar visual adalah alternatif yang dianggap dapat memberikan informasi secara langsung kepada konsumen yang akhirnya memengaruhi niat belanja. Sehingga, para penjual di shoppe harus memastikan bahwa foto yang mereka tampilkan adalah foto produk yang menarik dan indah di pandang agar para konsumen tertarik dan timbul minat beli. (Fauzi & Lina, 2021)

Fotografi produk menjadi sebuah kunci utama dalam upaya menjawab tantangan yang dihadapi saat ini. Fotografi produk merupakan salah satu faktor yang sangat dapat menentukan efektivitas komunikasi visual dalam hal pemasaran di media online dan dapat mempengaruhi keputusan pembelian masyarakat terhadap produk yang dijualnya. Selain menjadi media visual untuk konsumen mengetahui produk, fotografi produk juga dapat digunakan sebagai pendekatan emosional dengan para pelanggan secara lebih personal dan interaktif. Hal ini membuat fotografi produk sepatunya memiliki peran yang sangat penting dalam menarik minat beli masyarakat, karena dapat membantu konsumen untuk memahami detail dari produk yang ada dan juga berpeluang

untuk memberikan kesan positif terhadap produk yang sedang dilihat. (Lip Son & Deli, 2023)

Hasil dari foto produk tersebut digunakan sebagai sarana dengan memanfaatkan media social, Tampilan visual merupakan bagian penting dalam yang berujuan untuk memberikan informasi dan menarik perhatian konsumen atas produk. Sebagai rekomendasi mengenai penyusunan buku menu yang menggabungkan komunikasi visual dan copy writing. Berbagai menu tersebut difoto dengan menggunakan sejumlah teknik fotografi seperti mengatur komposisi, mengelola cahaya, sesuai dengan makanan yang di foto. Satu jenis konsep foto tidak dapat diaplikasikan kepada semua makanan, sebab tidak semua makanan memiliki bentuk, tinggi, tekstur, yang sama. Maka dari itu diperlukan kemampuan seorang fotografer dalam mengatur dan mengelola pengambilan gambar agar dapat menghasilkan foto yang terbaik. Pengambilan foto dilakukan dengan menggunakan properti tambahan sederhana, seperti bahan makanan, serbet makanan dan peralatan makan yang banyak ditemui dalam rumah tangga. Hal ini dilakukan dengan mempertimbangkan dengan target pelanggan ekonomi sosial, sehingga foto produk makanan juga disesuaikan agar memiliki kedekatan dengan target pasar. (Fauzi & Lina, 2021)

Melakukan foto produk termasuk bagian dari branding, kemampuan branding tersebut dapat memperkenalkan produk ke konsumen melalui teknologi digital. Kebanyakan pelaku UMKM berfokus pada kegiatan produksi saja tanpa memikirkan cara melakukan branding. Hal ini disebabkan karena ketidaktahuan pelaku UMKM tentang manfaat branding melalui teknologi digital. Pelaku UMKM belum memahami manfaat dari branding, karena pelaku UMKM masih menggunakan strategi marketing secara tradisional dengan membuka lapak dirumah sendiri. Untuk memuaskan dan membina hubungan yang baik dengan konsumen, suatu produk harus membuat dirinya berbeda dengan para kompetitornya. Satu diantaranya melalui foto produk yang baik. Akan tetapi sampai saat ini banyak pelaku usaha yang tidak begitu memperhatikan foto produknya. Terutama produk usaha rumahan, baik itu produk makanan maupun minuman.

Fotografi akan lebih dari sekedar ide komunikasi factual akan tetapi fotografi juga mempunyai peran penting sebagai media berekspresi dan - berkomunikasi yang cukup kuat. Didalam fotografi juga dapat memberikan persepsi, interpretasi, dan eksekusi yang tidak terbatas/luas. Adapun dalam pemanfaatan fotografi ini akan sangat berguna bagi para pemasar atau pembisnis yang akan menggunakan sosial media untuk berpromosi.

Salah satu kendala yang di temukan pada pelaku UMKM adalah kurangnya perhatian lebih terhadap sisi pada media promosi dengan menggunakan foto produk yang kurang menarik, sehingga tidak dapat menambah daya tarik pelanggan, dan menambah nilai jual. Promosi merupakan kegiatan yang akan dilakukan dengan bertujuan untuk menyampaikan informasi mengenai produk/jasa kepada masyarakat luas atau konsumen, sehingga membantu kenaikan penjualan produk/jasa yang ditawarkan. Promosi adalah kegiatan yang dilakukan suatu bidang usaha yang menginformasikan manfaat dari sebuah produk/jasa sehingga dapat meyakinkan konsumen untuk membeli produknya.(Pamungkas, n.d.)

Selama ini foto produk yang dihasilkan oleh UMKM Peyek Kriuk Mak Koles adalah foto yang memiliki tangkapan cahaya yang berlebihan sehingga foto yang di hasilkan kurang maksimal dan kurang menjadikan daya tarik masyarakat atau konsumen yang melihat foto produk tersebut yang dijadikan bahan untuk mempromosikan produk dari Peyek Kriuk Mak Koles itu sendiri. Fotografi beserta ide kreatif untuk membentuk sebuah foto makanan yang menarik sebagaimana foto makanan tampak nikmat dan menarik.

Sebuah usaha yang belum memiliki foto produk yang dapat menambah daya tarik dan nilai jual yaitu Peyek Kriuk Mak Koles, lokasi produksi peyek tersebut berada di Jl. Lintas Sumatra, Tegineneng, Bumi Agung, Peninjauan, Pesawaran, Rt.19/Rw.10. Usaha ini didirikan oleh seorang ibu rumah tangga yang bernama ibu Koles. Yang mana usaha ini telah berdiri dari tahun 2019, namun belum memiliki foto produk yang dapat membujuk dan memberikan daya tarik kepada konsumen. Usaha ini adalah bergerak dibidang makanan ringan yang lebih tepatnya yaitu makanan peyek. Banyak sekali di luaran sana yang lebih dahulu memproduksi makanan peyek dan tidak memiliki produk

yang akan di promosikan. Dalam pengambilan fotografi produk Peyek Kriuk Mak Koles ini sebagai media promosi mereka untuk menambah daya tarik dan ajakanm konsumen. Jadi ini adalah salah satu peluang atau kesempatan terbaik untuk produk Peyek Kriuk Mak Koles ini untuk melakukan sesi foto produk sehingga dapat meningkatkan penjualan pada usaha ini.

### **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan dari penjelasan pada latar belakang, sehingga dapat disampaikan beberapa masalah yang terjadi yaitu sebagai berikut:

- a) Usaha UMKM Peyek Kriuk Mak Koles belum memiliki foto produk yang menarik minat calon konsumen.
- b) Kurangnya UMKM ini dalam mempromosikan usaha dengan menggunakan foto produk.

### **1.3. Rumusan Masalah**

Bagaimana menciptakan media promosi melalui kegiatan promosi dengan menggunakan foto produk dalam meningkatkan efektifitas kegiatan promosi.

### **1.4. Tujuan Perancangan**

Dilakukannya penelitian ini bertujuan untuk menciptakan suatu foto produk yang informatif dan dapat meningkatkan minat masyarakat akan produk Peyek Kriuk Mak Koles.

### **1.5. Batas Lingkup Perancangan**

- a) Perancangan foto produk dari UMKM Peyek Kriuk Mak Koles ditunjukkan sebagai media promosi dalam upaya memperkuat dan memperkenalkan sebuah produk UMKM ini.
- b) Perancangan foto produk haruslah mampu memberikan /menyampaikan informasi kepada calon konsumen walaupun hanya melalui foto produk.

### **1.6. Manfaat Perancangan**

#### **a. Bagi Mahasiswa**

1. Dapat menambah kreatifitas dalam penyusunan dan perancangan sebuah foto produk yang memiliki informasi didalamnya.
2. Dapat berkontribusi dalam upaya memajukan usaha UMKM yang dipilih.

3. Mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang telah didapatkan selama perkuliahan.
4. Menjadi bahan pembelajaran untuk menimbulkan jiwa berwirausaha.

**b. Bagi Institusi**

1. Sebagai tolak ukur ilmu pengetahuan yang telah didapatkan pada perkuliahan di IIB DARMAJAYA.
2. Hasil dari proposal Skripsi/Tugas Akhir ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi/pedoman bagi mahasiswa yang ingin menyusun laporan Skripsi atau Tugas Akhir.
3. Mempromosikan Kampus IIB DARMAJAYA kepada pemilik usaha.

**c. Bagi Lembaga**

1. Membantu pemilik usaha untuk perancangan foto produk sebagai media promosi untuk menambah daya tarik, memikat, dan meningkatkan kepercayaan para calon konsumen terhadap produk yang ditawarkan.
2. Menjadi pembeda dari UMKM peyek lainnya dengan menggunakan foto produk yang menarik.