

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 LATAR BELAKANG**

Usaha Kecil Mikro Dan Menengah (UMKM) adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi (Hanim & Noorman : 2008). UMKM memiliki kedudukan penting dalam dunia usaha dan memiliki peran sebagai salah satu pilar penopang ekonomi bangsa sebab pada dasarnya UMKM menekan angka pengangguran, menyediakan lapangan pekerjaan, mengurangi kemiskinan, meningkatkan kesejahteraan dan membangun karakter bangsa melalui kewirausahaan (Hasanah, Muhtar & Muliastari : 2020).

UMKM di Indonesia memiliki peran sangat penting dalam sektor perekonomian. Hal itu terutama dalam penciptaan atau pertumbuhan kesempatan kerja, sumber pendapatan bagi masyarakat (Hanim & Noorman : 2018). Berdasarkan data Badan Koordinasi Penanaman Modal, UMKM berkontribusi terhadap PDB sebesar 61,97% dari total PDB nasional atau setara dengan Rp. 8.500 triliun pada tahun 2020. UMKM juga menyerap 97% tenaga kerja pada tahun yang sama. Begitu vitalnya peran UMKM menjadikan pemerintah di berbagai daerah selalu berusaha mewadahi dan memberikan dukungan atas kemajuan UMKM.

Sebagai penggerak roda perekonomian, UMKM merupakan unit usaha yang beragam mulai dari penjualan keliling hingga *home industry*. Rumah Rajut Yati bertempat di Lembang Kampung Cibogo Rt 04 Rw 11 berdiri sebuah Usaha Mikro Kecil Menengah yang bergerak di bidang *home industry*. Usaha yang dirintis sejak tahun 2019 ini didirikan oleh seorang ibu rumah tangga, bernama Yati (45). Memiliki latar belakang pekerja pabrik Yati (45) berinisiatif untuk membuka usaha sendiri pertama-tama dengan membeli satu buah mesin rajut hingga banyak pesanan dan menambah mesin hingga pekerja. Usaha ini memproduksi produk

kerajinan rajut berupa tas dalam berbagai jenis model. Dalam produksinya UMKM ini dapat memproduksi lebih dari lima lusin per harinya.

UMKM ini memiliki kekuatan dalam hal penjualan, seperti banyaknya macam dan motif yang dibuat serta penggunaan bahan-bahan yang berkualitas. Walau begitu UMKM yang berdiri sejak tahun 2019 ini nyatanya belum memiliki branding produk untuk menjangkau pasar lebih luas. Terlebih lagi Yati (45) menuturkan bahwa penjualan yang dihasilkan merupakan hasil promosi seadanya. Hal itu terjadi akibat keterbatasan modal yang dimiliki untuk kegiatan promosi. Promosi yang dilakukan biasanya mencakup promosi iklan di sosial media berupa Facebook dan Whatsapp yang terbatas pada foto-foto produk sedangkan promosi produk siap pakai yang dikenakan oleh model masih belum dilakukan dengan maksimal.

Pada dasarnya dibutuhkan strategi promosi yang tepat dalam rangka meningkatkan penjualan produk. Dalam membangun dan mengembangkan strategi promosi suatu produk dapat dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu *awareness*, *desire*, dan *action* (Kotler : 1993). Promosi adalah suatu komunikasi pemasaran, artinya aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan (Tjiptono : 2001). Tujuan berpromosi adalah modifikasi tingkah laku konsumen, menginformasikan, mempengaruhi, dan membujuk serta mengingatkan konsumen sasaran tentang perusahaan dan produk atau jasa yang dijualnya (Dharmmesta : 2011). Penerapan strategi promosi dengan cara visual branding adalah salah satu bentuk dalam promosi.

Terdapat berbagai macam bentuk media dalam melakukan promosi salah satunya adalah Instagram. Instagram merupakan media sosial yang menampilkan foto dan video sebagai media utama, serta fitur-fitur pendukung lainnya. Keberadaan Instagram dengan seperangkat fitur yang disuguhkan mendukung para

pelaku usaha dalam rangka mempromosikan atau memperkenalkan produk yang dijajahkan dalam bentuk visual baik itu foto maupun video.

Berbeda dengan tulisan bahasa gambar memiliki efektifitas yang lebih tinggi dalam proses komunikasi. Bahasa gambar jauh lebih komunikatif dibandingkan dengan bahasa tulis. Berbeda dengan kata-kata yang diungkapkan dan ditulis, bahasa gambar adalah bentuk komunikasi yang dapat dipahami oleh seluruh dunia (Sudarma : 2014). Fotografi dapat dikatakan sebagai salah satu bahasa gambar, yaitu hasil akhir dari bentuk tertua dari komunikasi percetakan. Secara harfiah fotografi bisa diartikan sebagai teknik melukis dengan cahaya. Fotografi memiliki bermacam-macam manfaat dan tujuan baik untuk dokumentasi, penelitian, maupun sebagai media dalam ranah estetika. Fotografi adalah salah satu media komunikasi, yakni media yang bisa digunakan untuk menyampaikan pesan/ide kepada orang lain (Sudarma : 2014).

Kehadiran fotografi dengan seperangkat kegunaannya kemudian dapat dimanfaatkan juga untuk tujuan komersil. Menurut Enche Tjin dan Erwin Mulyadi (2014:76), fotografi komersial adalah jenis fotografi yang bertujuan untuk komersial seperti mempromosikan sesuatu produk atau jasa. Praktisnya hal utama yang perlu diperhatikan dalam pengambilan gambar adalah konsep dasar seperti pemanfaatan latar, penggunaan pencahayaan, pemilihan model beserta properti.

Setelah foto berhasil diproduksi dan menjadi karya foto yang utuh sebagai bahan untuk mempromosikan produk. Salah satu media sosial yang digunakan untuk melakukan kegiatan promosi adalah Instagram. Instagram merupakan aplikasi berbagi foto yang memungkinkan penggunanya untuk mengambil foto, menerapkan filter digital, dan mengunggah serta membagikannya ke berbagai layanan media sosial (Arsita : 2017). Berbeda dengan sosial media lainnya, Instagram memiliki fitur untuk menyuguhkan pesan berupa foto atau imaji visual. Pemilihan media sosial yang berbeda dengan media sosial yang digunakan sebelumnya ini dalam rangka meningkatkan promosi untuk menjangkau konsumen yang lebih luas.

Maka penulis dapat merumuskan berdasarkan uraian diatas yakni memvisualisasikan produk UMKM Rumah Rajut Yati berupa kerajinan tas rajut melalui fotografi sebagai bentuk promosi lewat media sosial Instagram untuk menjangring konsumen agar lebih luas. Dalam prakteknya penulis akan menggunakan teknik fotografi komersial untuk menghasilkan sebuah foto katalog. Yang mana didalamnya akan terdapat sudut pandang mengenai produk dan unsur-unsur penunjang lainnya seperti model dan properti.

## **1.2 RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan diatas, maka disusunlah rumusan masalah yakni:

Bagaimana fotografi komersial dapat memvisualkan produk UMKM Rumah Rajut Yati yang berada di Lembang Kampung Cibogo Kabupaten Bandung melalui karaya foto katalog produk hingga menjadi media promosi berupa foto iklan di Instagram.

## **1.3 BATASAN PENELITIAN**

Pembatasan masalah dilakukan agar penelitian lebih terarah dan memudahkan penulis dalam membahas pembahasan, sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Maka dari itu berikut adalah batasan permasalahan dari penelitian ini :

1. Pengambilan gambar dilakukan di luar ruangan dengan gaya fotografi komersial model dan *still life* dan dengan memanfaatkan cahaya alami.
2. Produk UMKM rajut yang akan divisualkan berupa kerajinan rajut.

## **1.4 TUJUAN PENELITIAN**

Pembuatan karya fotografi ini memiliki tujuan yang ingin dicapai yakni:

Membuat karya fotografi komersial berupa foto katalog produk UMKM Rumah Rajut Yati yang berada di Kabupaten Lembang Kampung Cibogo hingga menjadi media promosi dalam bentuk foto iklan di Instagram.

## **1.5 MANFAAT PENELITIAN**

### **1.5.1 Manfaat Praktis**

Adapun manfaat secara praktis dalam penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengalaman secara langsung tentang fotografi komersial dalam bentuk foto katalog produk sebagai salah satu media yang dapat digunakan untuk melakukan kegiatan promosi suatu produk.

### **1.5.2 Manfaat Pengetahuan**

Selain manfaat praktis yang telah dikemukakan di atas, penelitian ini juga memiliki manfaat teoritis yaitu untuk memberikan landasan bagi para peneliti lain dalam melakukan penelitian lain yang sejenis dalam rangka meningkatkan kemampuan memecahkan masalah. Peneliti juga berharap dapat memberikan kontribusi dalam perkembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang fotografi sehingga dapat dijadikan pedoman maupun rujukan bila mana akan dilakukan sebuah penelitian yang lebih spesifik dan mendalam.

### **1.5.3 Manfaat Sosial**

Memberikan pengetahuan terhadap masyarakat bahwa fotografi komersial dapat dijadikan opsi untuk melakukan promosi terhadap kegiatan usaha atau bisnis untuk mencapai target yang diinginkan. Serta menjadi referensi dalam pengkaryaan foto produk dengan tujuan komersil untuk mempromosikan hasil produk atau suatu usaha dagangan.

## **1.6 METODELOGI PENELITIAN**

Penelitian yang digunakan adalah metodologi pendekatan penelitian kualitatif, guna menganalisis. Kegiatan penelitian ini menekankan pada aspek pemahaman secara mendalam terhadap suatu masalah. Kegiatan penelitian ini meliputi pengumpul analisis data, interpretasi data, dan pada akhirnya dirumuskan suatu kesimpulan yang mengacu pada analisis data tersebut. Tentang metode penelitian kualitatif, dalam buku Metode Penelitian Kualitatif : Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya (2010) karya Conny R. Semiawan, John Creswell

mendefinisikannya sebagai suatu pendekatan atau penelusuran untuk mengeksplorasi dan memahami suatu gejala sentral.

Untuk mengerti gejala sentral tersebut peneliti mewawancarai peserta penelitian atau partisipan dengan mengajukan pertanyaan yang umum dan agak luas. Informasi yang disampaikan oleh partisipan kemudian dikumpulkan, informasi tersebut biasanya berupa kata atau teks. Data yang berupa kata-kata atau teks tersebut kemudian dianalisis. Hasil analisis itu dapat berupa penggambaran atau deskripsi atau dapat pula dalam bentuk tema-tema.

“Metode kualitatif membantu ketersediaan deskripsi yang kaya atas fenomena. Kualitatif mendorong pemahaman atas substansi dari suatu peristiwa. Dengan demikian, penelitian kualitatif tidak hanya untuk memenuhi keinginan peneliti untuk mendapatkan gambaran/penjelasan, tetapi juga membantu untuk mendapatkan penjelasan yang lebih dalam.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data antara lain adalah sebagai berikut:

### **1.6.1 Observasi**

Metode pengumpulan data ini digunakan untuk merekam berbagai fenomena yang terjadi. Bertujuan untuk mempelajari perilaku manusia, proses suatu pekerjaan, dan gejala-gejala alam. Proses mencari atau mendapatkan informasi dilaksanakan secara objektif, nyata dan dapat dipertanggung jawabkan. Dalam penelitian ini penulis melakukan observasi secara langsung terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang memproduksi kerajinan rajut yakni Rumah Rajut Yati. Berlokasi di Kabupaten Bandung tepatnya di Lembang, Kp Cibogo Rt 04 Rw 11. Peneliti melakukan observasi bagaimana proses produksi produk rajut dibuat, pengambilan gambar produk yang diambil oleh Yati (45) sebagai bentuk promosi di sosial media, sampai ke tahap penjualan produk.

### **1.6.2 Wawancara**

Teknik wawancara yang dilakukan adalah wawancara tidak terstruktur. Pertanyaan-pertanyaan dasar yang telah disiapkan, dikembangkan secara langsung ketika berhadapan langsung dengan narasumber, sehingga menghasilkan informasi yang meluas namun tetap berfokus pada konteks permasalahan yang dibahas. Beberapa narasumber yang diwawancarai yakni Yati (45) selaku pemilik usaha mikro kecil dan menengah. Selain pemilik usaha UMKM penulis akan mewawancarai Iwan (30) selaku pegawai dari usaha mikro kecil dan menengah yang didirikan oleh Yati (45).

Dalam metode ini peneliti dan responden berhadapan langsung (tatap muka) untuk mendapatkan informasi secara lisan dengan mendapatkan data tujuan yang dapat menjelaskan masalah penelitian.

### **1.6.3 Kajian Literatur**

Metode penelitian melalui kajian literatur ini merupakan metode dengan mencari atau memperoleh data-data dari buku, jurnal, laporan, serta internet. Kajian literatur ini membantu dalam memperkuat fakta-fakta yang telah diperoleh dari wawancara dan observasi. Dalam proses penelitian ini penulis merujuk sumber dari beberapa buku. Beberapa buku dan jurnal lain yang berada pada kategori fotografi, fotografi komersial, UMKM, dan kerajinan rajut. Pada penggunaannya, buku kategori fotografi digunakan peneliti untuk mendapatkan acuan pemahaman tentang fotografi dan hubungannya dengan permasalahan yang dibahas.

## 1.7 REFERENSI KARYA

Karya foto yang digunakan sebagai tinjauan karya dari penciptaan karya ini adalah karya dari Nicoline Patricia Malina, Nyimas Laula dan Lauren Listor.



Gambar 1. 1 : Referensi karya by Nicoline Patricia Malina

(Sumber : Instagram Npmphoto by Nicoline Patricia Malina)

Seorang fotografer terkemuka asal Surabaya ini karya-karyanya telah tampil di berbagai majalan *fashion* ternama dunia. Hasil karya foto Nicoline terbilang cukup memiliki ciri khasnya tersendiri. Karyanya menampilkan warna dan detail sempurna berbalut visual sinematik. Penulis mengambil referensi dari pose model yang dipotret oleh Nicoline.





Gambar 1. 2 : Referensi Karya *by* Nyimas Laula

(Sumber : Instagram Nyimaslaula *by* Nyimas Laula)

Nyimas Laula merupakan seorang fotografer *freelance* asal Bali. Dari semua karya foto yang diciptakannya, Nyimas Laula kerap menonjolkan objek utama dengan mencolok, sehingga saat melihat hasil karya *audience* akan segera mengetahui foto tersebut hendak menampilkan apa. Dalam pengkayaan tugas akhir ini penulis mengambil referensi juga dari fotografer Nyimas Laula dalam aspek penonjolan objek utama. Dalam konteks karya fotografi penulis kali ini, objek tersebut adalah tas rajut yang ditempatkan sedemikian rupa agar menjadi pusat perhatian *audience*.



Gambar 1. 3 : Referensi Karya *by* Lauren Listor

(Sumber : Instagram Laurelcreative *by* Lauren Listor)

Karya selanjutnya merupakan karya hasil seorang fotografer perempuan yang berbasis di New York City. Karya yang menjadi acuan penulis sebagai referensi foto adalah karya yang memperlihatkan detail dan fitur produk dengan jelas serta pemanfaatan objek yang ada sebagai *background* dalam foto untuk membantu menonjolkan produk yang ditawarkan.

## 1.8 SISTEMATIKA PENULISAN

**Bab I Pendahuluan.** Pada bab ini membahas mengenai hal-hal yang mendasari peneliti membuat penelitian yang diungkapkan dalam latar belakang. Supaya penelitian terfokus dan terarah peneliti membuat rumusan masalah. Penelitian ini juga memiliki tujuan dan manfaat praktis, teoritis serta sosial yang ingin dicapai. Selain itu terdapat juga referensi karya, sistematika penulisan, kerangka berpikir dan jadwal kegiatan.

**Bab II Landasan Teori.** Dalam bab ini memaparkan lebih jauh mengenai teori pendukung dalam penelitian. Peneliti mengembangkan konsep-konsep dan pendapat para ahli. Terdapat tinjauan umum tentang fotografi, fotografi komersil,

serta fotografi katalog produk. Bab selain itu tinjauan perihal usaha mikro kecil dan menengah, kerajinan rajut, serta beberapa teori mendukung mengenai konsep dari pengkaryaan.

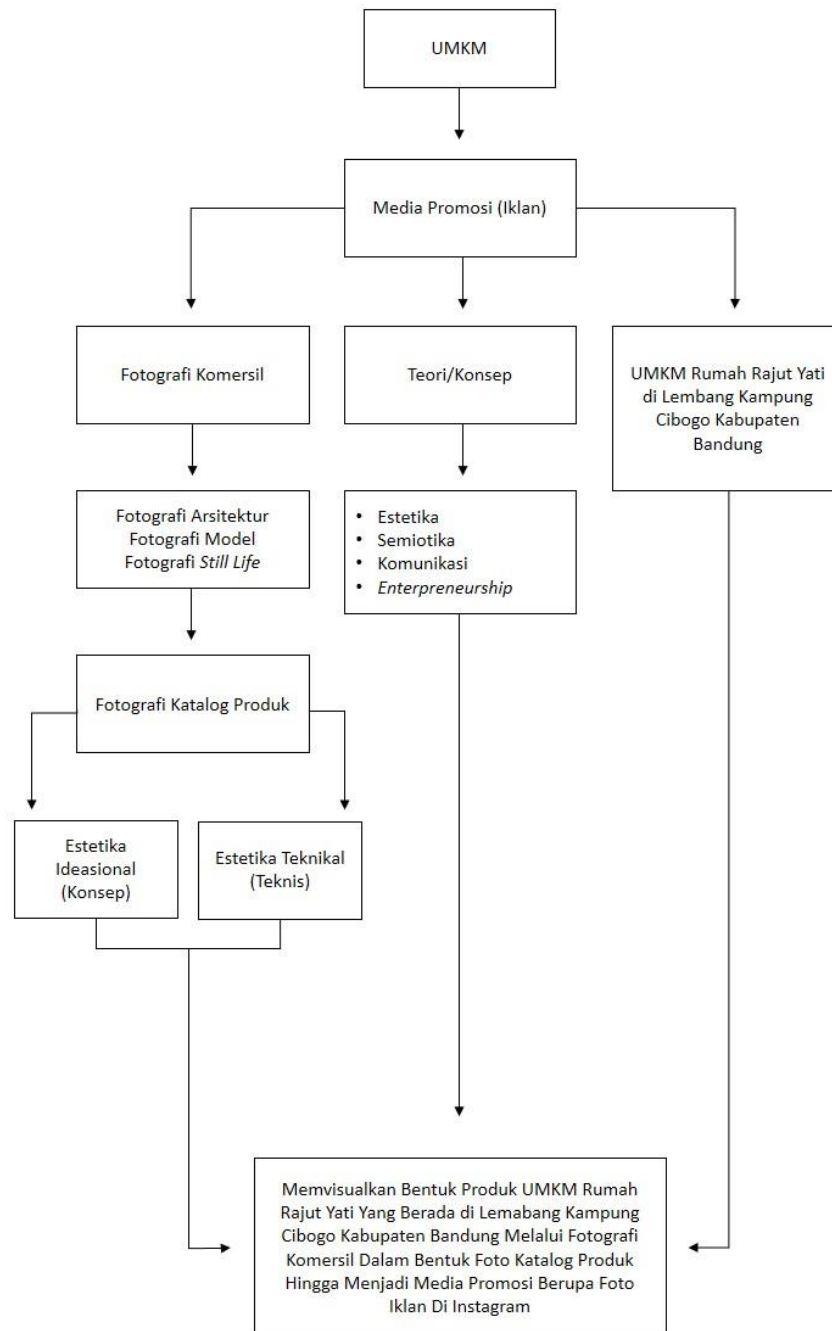
**Bab III Metode Pengkaryaan.** Dalam bab ini membahas mengenai kegiatan serta cara-cara yang ditempuh dalam melakukan penelitian guna mendapat sumber yang relevan dengan masalah yang dikaji peneliti.

**Bab IV Pembahasan Karya.** Dalam bab ini membahas mengenai proses pembuatan karya fotografi komersil mengenai kerajinan rajut karya UMKM di Lembang Kabupaten Bandung.

**Bab V Penutup.** Dalam bab ini membahas mengenai kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan juga berisikan saran.

## 1.9 KERANGKA BERPIKIR

### 1.9.1 Mind Mapping



Gambar 1. 4 : *Mind Mapping*

### 1.9.2 Jadwal Penelitian

Tabel 1. 1 : Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Febuari				Maret				April				Mei				Juni				Juli	
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
1	Perencanaan Penelitian																						
2	Persiapan Penelitian																						
3	Observasi Penelitian																						
4	Penulisan Penelitian																						
5	Preview																						
6	Kolokium																						
7	Sidang Akhir																						