

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri Kreatif merupakan salah satu sektor yang berkembang pesat pada era digitalisasi seperti sekarang ini, berdasarkan data dari laporan OPUS Ekonomi Kreatif 2020 yang dilansir dari situs *greatdayhr*, Renanda (2021), subsektor ekonomi kreatif berkontribusi sebesar Rp1.211 triliun kepada Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Angka tersebut merupakan peningkatan dari tahun 2019 yang berkontribusi sebesar Rp1.105 triliun, salah satu bidang kreatif yang berkembang pesat adalah fotografi, meskipun sumbangsinya tidak sebesar industri kuliner dan fashion, tetapi bidang fotografi sangat erat kaitannya dengan kehidupan sehari-hari manusia pada era ini, fotografi merekam banyak momen entah itu dengan kamera *pocket*, kamera SLR, kamera *mirrorless*, atau kamera *smartphone*, kini setiap orang dapat dengan mudah memotret hanya dengan bekal kamera *smartphone* dengan hasil yang cukup baik (Nugroho, 2020).

Mengikuti aspek peningkatan industri tersebut, salah satu studio yang bergerak di bidang fotografi adalah *Weldphotograph*, *Weldphotograph* pada dasarnya merupakan studio fotografi yang melayani jasa fotografi profesional untuk sebuah *event*, berdiri pada 19 September 2020, mereka melayani jasa fotografi panggilan yang bisa disewa untuk datang ke sebuah *event* yang klien adakan, para pelanggannya merupakan orang-orang yang sedang mempunyai acara (*event*) dan menginginkan momen tersebut diabadikan dengan media fotografi, sejauh ini proyek yang *Weldphotograph* kerjakan lebih banyak berpusat pada *wedding photography*.

Saat ini, telah banyak studio fotografi yang berjalan pada model jasa yang sama, karena itu diperlukan media informasi yang bisa meningkatkan *brand awareness* studio fotografi *Weldphotograph* agar bisa lebih unggul daripada pesaing-pesaingnya yang lain, selain banyaknya pesaing yang berjalan pada model bisnis yang sama, beberapa kendala juga dialami dalam proses negosiasi dengan calon klien, terutama pada bagian distribusi portofolio dan

menginformasikan hal-hal yang berkaitan dengan ketersediaan harga dan jasa. Saat ini, studio fotografi Weldphotograph hanya mengandalkan media sosial instagram untuk memamerkan hasil karya mereka, tetapi tidak informatif dan memang hanya diperuntukan sebagai platform untuk memajang portfolio. Berdasarkan dari proyek yang telah diselesaikan sebelumnya, calon klien Weldphotograph tidak hanya berasal dari daerah yang sama, maka negosiasi harus dilakukan secara daring dengan menanyakan informasi tentang harga dan jasa secara langsung melalui Whatsapp. Hal ini kurang efektif untuk dilakukan karena banyaknya pengulangan pertanyaan yang masuk. Akan lebih baik jika informasi basic seputar harga dan jasa di tempatkan di media yang bisa dengan mudah diakses oleh calon klien, dan pertanyaan yang bersifat konsultasi bisa ditanyakan langsung melalui media Whatsapp.

Berdasarkan uraian singkat latar belakang di atas, Weldphotograph masih kurang informatif dalam penyampaian informasi harga dan jasa, meskipun mereka telah memiliki instagram untuk memajang portofolio, tetapi untuk media informasi tentang harga dan jasa untuk studio Weldphotograph masih belum tersedia. Karena hal itu, penelitian ini difokuskan untuk menyediakan media yang dapat mencakup informasi tersebut secara efektif, sekaligus menumbuhkan *brand awareness* dari studio weldphotograph di mata para calon klien dengan target pasar yang lebih luas, hal tersebut bisa dicapai dengan cara pembuatan *website* yang menginformasikan tentang weldphotograph secara lebih rinci terutama konten tentang jasa apa saja yang tersedia beserta biaya yang perlu dikeluarkan oleh calon klien untuk jasa tersebut. *Website* tersebut juga dijadikan wadah untuk menunjukkan portofolio dari pekerjaan weldphotograph sebelumnya, dengan pendekatan yang interaktif dan kreatif. Selain untuk mempermudah proses negosiasi dengan klien, hal ini juga dilakukan untuk meningkatkan *brand awareness* sekaligus meningkatkan profesionalitas dan kredibilitas dari studio Weldphotograph dimata calon klien.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka identifikasi masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Weldphotograph membutuhkan *platform* media informasi digital untuk meningkatkan *brand awareness* dan mencakup target pasar yang lebih luas meliputi wilayah Jawa Barat dan Jabodetabek.
2. Weldphotograph masih belum memiliki media informasi digital yang lengkap untuk mempermudah klien dalam mencari info seputar harga dan jasa.
3. Weldphotograph terkendala dalam pendistribusian portofolio pada calon klien baru dan media informasi yang belum efektif.

1.3 Rumusan Masalah

Sesuai dengan identifikasi dari masalah diatas, maka dapat ditarik rumusan masalahnya sebagai berikut:

Bagaimana cara merancang media informasi dan promosi digital, dikerucutkan pada perancangan *Website* yang bisa menjelaskan tentang Weldphotograph secara rinci, lengkap dengan info harga dan jasa, sekaligus tempat calon klien melihat portofolio weldphotograph dengan lebih mudah melalui pendekatan yang interaktif dan kreatif.

1.4 Ruang Lingkup

Ruang lingkup dari pengerjaan tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian tugas akhir ini akan difokuskan pada perancangan *website* untuk media informasi dan promosi digital studio fotografi Weldphotograph.
2. Proses perancangan akan dimulai dari penelitian dan pencarian data seputar studio fotografi Weldphotograph, kemudian dilanjutkan pada proses sketsa, *wireframe*, dan pembuatan *prototipe website*.
3. Hasil perancangan akan dijadikan *mockup* untuk pembuatan *website* yang sebenarnya.

4. Target pemirsa utama dari perancangan *website* Weldphotograph ini adalah kalangan menengah dengan rentang usia 23-33 tahun, pria atau wanita, yang sedang/akan mengadakan sebuah *event* baik itu perseorangan maupun kelompok, data tersebut diambil dari mayoritas klien sebelumnya dari Weldphotograph.

1.5 Tujuan Penelitian/Perancangan

Tujuan dari penelitian tugas akhir ini adalah untuk menghasilkan rancangan *website* yang informatif seputar Weldphotograph, dengan tujuan untuk meningkatkan *brand awareness* studio Weldphotograph.

1.6 Cara Pengumpulan Data dan Analisis Data

1.6.1 Metode pengumpulan yang dipakai adalah :

Metode pengumpulan data utama yang dipakai adalah *mixed method*, Hermawan (2019:153) menjelaskan bahwa metode penelitian *mixed method* adalah metode gabungan antara kualitatif dan kuantitatif,

Metode kualitatif adalah penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis, lazimnya penelitian kualitatif menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dokumentasi dan juga *focus group discussion* (Hermawan, 2019:100&146). dan metode kualitatif yang dipakai dalam penelitian ini adalah:

a. Metode Observasi

Observasi berarti mengamati dan mencatat imaji atau gambar (Soewardikoen, 2019:49), metode ini dilakukan dengan cara pengamatan secara langsung di lapangan untuk mengetahui sistem kerja dan juga aset apa saja yang sudah dimiliki oleh Weldphotograph.

b. Metode Wawancara

wawancara adalah percakapan yang bertujuan untuk penggalian pemikiran, konsep, pengalaman pribadi, pendirian, atau pandangan dari

narasumber (Soewardikoen, 2019:53), metode ini dilakukan dengan cara wawancara langsung kepada salah satu founder dari Weldphotograph yaitu saudara Azmi Luthfi Hidayat, untuk mengetahui profil perusahaan, cara kerja, katalog produk, dan juga aset digital yang sudah tersedia.

Sedangkan metode kuantitatif adalah suatu metode penelitian yang bersifat induktif, objektif dan ilmiah, penelitian ini berlangsung secara ilmiah dan sistematis dimana pengamatan yang dilakukan berhubungan dengan objek penelitian. Metode kuantitatif yang dipakai dalam penelitian ini adalah:

a. Metode Kuesioner

Kuesioner adalah cara untuk memperoleh data dalam waktu yang relatif singkat, karena sekaligus banyak orang dapat diminta mengisi pilihan jawaban tertulis yang disediakan (Soewardikoen, 2019:59). Kuesioner ini akan disebarakan kepada klien Weldphotograph, dan kepada para anak muda yang beranjak menikah untuk mencari urgensi dari perancangan *website* studio Weldphotograph, dan juga informasi apa yang perlu dimuat didalamnya.

b. Studi Pustaka

Metode ini dilakukan dengan proses pengumpulan data dan teori dari buku maupun artikel yang relevan dengan topik, menurut Soewardikoen (2019:20), membaca buku penting karena memberikan pemahaman dan ide-ide yang lengkap. metode ini dipakai untuk menjadi dasar pemikiran ketika proses perancangan *website* studio Weldphotograph.

1.6.2 Metode analisis data yang dipakai adalah :

a. Analisis Matriks

Analisis Matriks adalah kumpulan jukstaposisi atau membandingkan dengan cara menjajarkan. Matriks membantu mengidentifikasi bentuk penyajian

yang lebih seimbang, matriks sangat berguna untuk membuat perbandingan seperangkat data, misalnya, mengidentifikasi persamaan dan perbedaan dalam data penelitian, ketika penyajian hasil analisis melalui sebuah matriks dapat ditambahkan kolom dan baris berisi gambar yang dianalisis dan informasi-informasi ringkas (Soewardikoen, 2019:104-105).

b. Matriks Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan dapat dilakukan secara generalisasi, yaitu penarikan kesimpulan yang dianggap meyakinkan. Dapat juga dilakukan dengan cara pengambilan kesimpulan dari satu atau beberapa fakta, dengan melakukan perumusan konsep, proposisi, dan teoretis setelah hasil penelitian, tabel analisis matriks dapat juga digunakan untuk menarik kesimpulan dari hasil triangulasi, hal ini untuk memberikan gambaran yang lebih objektif dan lengkap dari penarikan kesimpulan (Soewardikoen, 2019:111).

1.7 Kerangka Penelitian



Gambar 1.1 Kerangka Penelitian
(Sumber : Data Pribadi)

1.8 Pembabakan

1.8.1. Bab I

Berisi tentang pendahuluan, yang memuat informasi awal dari penulisan laporan, terdiri dari latar belakang, ruang lingkup, tujuan dan manfaat, waktu dan tempat pelaksanaan, metodologi, dan sistematika penulisan.

1.8.2 Bab II

Berisi tentang landasan teori yang mendukung penelitian, sekaligus kerangka teori serta asumsi sementara dari teori yang didapat.

1.8.3 Bab III

Berisi tentang gambaran umum perusahaan, yang mencakup tentang profil perusahaan, jenis produk yang ditawarkan, data hasil wawancara, data hasil kuesioner, analisis pesaing, penarikan kesimpulan dari data yang didapat

1.8.4 Bab IV

Menjelaskan konsep perancangan *website* studio fotografi Weldphotograph, dimulai dari konsep pesan, konsep kreatif, konsep media, dan konsep visual serta hasil dari rancangan yang dibuat.

1.8.5 Bab V

Berisi tentang kesimpulan dan saran pada saat sidang.