

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT. Sahabat Mitra Indotama adalah perusahaan nasional yang berbasis di Jakarta, Indonesia yang menyediakan produk & layanan untuk solusi perbaikan untuk semua jenis segmen pasar. Perusahaan ini berafiliasi dengan Sahabat Group Company yang telah berdiri lebih dari 40 tahun yang telah bergerak dalam bisnis suku cadang untuk pertanian dan alat berat dan perusahaan ini juga merupakan anak perusahaan Mitra Cipta Sarana yang bergerak di bidang Lighting, Mechanical & Electrical Engineering, Automation & Water Treatment.



Gambar2 1Logo Perusahaan
Sumber : Dokumen Perusahaan

PT. Sahabat Mitra Indotama ini bertanggung jawab dalam penjualan dan pemasaran untuk beberapa produk dari group holding Indonesia. Inter Holding Company kami terdiri dari:

1. PT. Mitra Cipta Sarana: Produk Lampu (Philips, Ros Wood dll)
2. PT. Aneka Perkasa Elektrindo : Rantai Distribusi & Produk Lampu Ritel

Otomatisasi

3. PT. Sahabat Agritama: Distribusi rumput dan peralatan golf dan membawa jangkauan

kelas dunia, produk bermerek seperti: Jacobsen Textron, E-Z-GO Textron, Rainbird, Redexim Verti-Drain / Knife, Maruyama, Ryan, Turfco, Smithco, TruTurf dan Pupuk & Kimia Anderson.

4. PT. Satrindo Mitra Utama: Distributor eksklusif untuk Pertanian “John Deere” Traktor Roda, Sany Excavator, Tailift & GC Power Forklift.

5. PT. Multifield Internusa: Selang Hoyu, pengolahan air industri, Shue Yue Produk Industri

6. Dan perusahaan grup dengan cabang

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.2 Struktur Organisasi
Sumber : Dokumen Perusahaan

2.3 Tinjauan Pustaka

Menurut (Priharto, 2020) Marketing adalah kegiatan untuk memenuhi beragam kebutuhan serta kepuasan konsumen dengan melakukan beragam cara.

Mulai dari membuat produk, tempat penjualan, menentukan harga, serta melakukan promosi produk. Dalam pengertian lain, marketing merupakan kombinasi aktivitas yang saling berhubungan di dalam suatu usaha agar tahu kebutuhan konsumen. Sehingga, perusahaan bisa mengembangkan harga, produk, layanan, serta promosi untuk memenuhi kebutuhan dan memperoleh keuntungan.

Dengan adanya marketing, konsumen bisa lebih mudah dalam memenuhi kebutuhannya. Yang dilakukan konsumen hanya perlu menukarkan berbagai produk dan jasa dari produsen dengan uang. Sehingga, apabila marketing bisa berjalan dengan optimal, maka bisa menghasilkan keuntungan yang maksimal kepada perusahaan. Secara umum menurut (Putra, 2020), tujuan marketing adalah untuk memperkenalkan produk kepada konsumen. Tujuan tersebut dapat dirinci lebih lanjut dalam tiga tujuan spesifik berikut ini:

- Konsumen dapat mengetahui produk (barang/jasa) yang ditawarkan secara detail dan sebaliknya, produsen mampu menyediakan produk sesuai permintaan dan kebutuhan konsumen.
- Perusahaan dapat menjelaskan secara rinci seluruh kegiatan yang berhubungan dengan aktivitas pemasaran, mulai dari deskripsi, desain, promosi, dan iklan produk hingga komunikasi dengan konsumen serta pengiriman produk.
- Perusahaan bisa mengenali dan memahami konsumen dengan baik sehingga produk yang dihasilkan sesuai dan bisa “menjual dirinya sendiri”, artinya akan selalu dibeli konsumen tanpa perlu dilakukan upaya pemasaran lagi.

Selain memiliki tujuan yang jelas, marketing juga memiliki fungsi-fungsi lain yang menunjang aktivitas bisnis. Fungsi-fungsi tersebut bisa dibedakan menjadi enam macam dengan penjelasan sebagai berikut,

1. Fungsi Promosi

Promosi harus dilakukan dengan cara dan media yang tepat dengan memperhatikan target konsumen. Jika target pemasaran produknya adalah remaja atau dewasa muda, promosi dilakukan melalui kerja sama dengan para influencer di media sosial.

2. Fungsi Perantara

Setelah produk dikenal, harus ada pihak yang bisa menjadi perantara agar produk bisa sampai ke tangan konsumen. Dalam hal ini, pihak marketer yang menjadi penghubung antara perusahaan dan konsumen dengan cara mencari informasi, mengelompokkan produk, dan sebagainya.

3. Fungsi Pertukaran

Marketing memungkinkan terjadinya pertemuan antara produsen dengan konsumen dengan pendekatan yang sesuai dan disukai konsumen. Jika sudah merasa mengenal dan membutuhkannya, konsumen akan bersedia menukarkan sejumlah uang untuk mendapatkan produk tersebut.

4. Fungsi Distribusi

Agar bisa sampai ke tangan konsumen, sebuah produk harus didistribusikan dengan cara dipindahkan, diangkut, dan disimpan. Marketing harus menentukan lokasi-lokasi yang potensial, yaitu tempat barang/jasa tersebut banyak dicari.

5. Fungsi Riset

Untuk menentukan target pasar yang tepat, tim marketing harus melakukan riset terlebih dahulu sehingga akan mendatangkan hasil yang diinginkan. Riset biasanya dilakukan melalui survei, lalu dianalisis untuk menghasilkan kesimpulan.

6. Fungsi Penjualan

Marketing juga memiliki fungsi penjualan langsung kepada konsumen untuk membantu tim sales untuk mencapai target. Hal ini disebabkan fungsi utama marketing, yaitu promosi, berkaitan secara langsung dengan penjualan.

2.3.1 Digital Marketing

Digital Marketing adalah sebuah kegiatan yang mencakup branding akan sebuah produk ataupun sebuah perusahaan, yang menggunakan media berbasis internet seperti website, sosial media, email maupun digital ads. Dengan mempertimbangkan ide konsep yang digunakan, harga, promosi dan distribusi sebuah produk (Sanjaya, Ridwan, & Tarigan, 2009). Menurut (Gunawan, 2019) Digital Marketing adalah sebuah upaya yang dilakukan untuk memasarkan suatu produk ke target market dengan menggunakan teknologi internet, sehingga bisa terjadi interaksi secara langsung antara perusahaan atau seller dengan konsumen atau target market. Banyak cara yang bisa digunakan untuk melakukan digital marketing contohnya adalah website, blog, media sosial, interactive video (Youtube, Netflix), interaktif audio (Spotify, Apple Music) dan display ads.

(Cinthya, 2020) mengatakan bahwa Digital marketing adalah upaya pemasaran produk dan jasa/layanan melalui media online atau Internet. Dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional atau konvensional, metode digital ini lebih diminati karena return of investment (ROI) yang cukup tinggi. Dengan biaya murah, marketing jenis ini memberikan hasil memuaskan. Serupa dengan metode pemasaran tradisional seperti melalui TV, radio, papan reklame, telepon, iklan di majalah atau koran, dan materi cetak seperti poster dan brosur digital marketing juga bertujuan meningkatkan visibilitas, tingkat paparan, dan kemudahan akses pelanggan dan prospek pelanggan ke bisnis. Namun demikian, berbeda dengan pendahulunya

tersebut, digital marketing menawarkan kemudahan dan fleksibilitas interaksi antara pelanggan atau calon pelanggan dan usaha.

(Cinthya, 2020) menjelaskan ada beberapa jenis digital marketing yang bisa diterapkan, di antaranya:

➤ Situs Online

Keberadaan situs online dapat membuktikan eksistensi bisnis. Bukan hanya itu, calon pelanggan cenderung menilai keabsahan dan kelayakan suatu bisnis dari kualitas situs yang dimiliki. Kesan pertama pelanggan diperoleh dari penjelajahan situs. Selain itu, situs online juga dapat digunakan sebagai alat bantu tim sales untuk meyakinkan calon pelanggan terkait produk dan layanan yang disediakan oleh bisnis.

➤ Search Engine Optimization (SEO)

Search Engine Optimization (SEO) merupakan upaya meningkatkan kemungkinan agar tautan ke situs bisnis muncul pada halaman pertama hasil pencarian Google, misalnya. Bukan hanya di halaman pertama, spesialis SEO bahkan menargetkan agar situsnya menjadi urutan pertama atau teratas. Dengan itu, kemungkinan situs tersebut dibuka dan dibaca oleh calon pelanggan menjadi lebih tinggi. SEO dilakukan secara organik, yaitu dengan menyisipkan kata kunci yang relevan pada artikel tertentu di situs tersebut.

➤ Pay-per-Click (PPC)

Metode Pay-per-Click (PPC), atau bayar per klik, memastikan situs unggul di antara situs-situs lain dengan kata kunci pencarian yang sama. Google Ads merupakan salah satu contoh penyedia layanan ini. Namun demikian, media sosial seperti Facebook, Twitter, dan LinkedIn pun saat ini sudah menyediakan PPC sebagai sarana pemasaran bisnis yang dapat dipertimbangkan.

➤ Media Sosial

Gratisnya pembuatan akun menyebabkan media sosial seperti Facebook dan Instagram menjadi media yang paling populer. Kemudahan pembuatan dan publikasi materi, didukung dengan basis pengikut dalam jumlah besar, mendongkrak efektivitas pemasaran melalui media tersebut. Yang harus secara berkala dipersiapkan adalah materi menarik untuk meningkatkan interaksi pengikut terhadap bisnis, produk, maupun layanan yang ditawarkan.

➤ Video Online

Video yang informatif, menarik, dan berkualitas dapat menjadi media yang efektif untuk menyampaikan atau meyakinkan calon pelanggan terhadap kualitas bisnis, produk, dan layanan. Video dapat ditayangkan melalui situs, media sosial, maupun platform video online seperti YouTube. Metadata dengan kata kunci yang relevan pun dapat dilekatkan pada video online sebagai salah satu strategi SEO.

➤ Afiliasi/Iklan Online

Pemasaran secara afiliasi memanfaatkan popularitas rekanan untuk meningkatkan pemasaran bisnis, produk, dan layanan. Pemasangan iklan, artikel, atau video pada situs, blog, maupun media sosial yang tepercaya dan memiliki banyak pengikut merupakan metode efektif untuk meningkatkan paparan terhadap bisnis. Rekanan afiliasi biasanya memperoleh bayaran atas setiap referensi pelanggan yang diberikan.

➤ Pemasaran E-mail/SMS/WhatsApp

Meskipun sering diterapkan, broadcasting e-mail, SMS, atau WhatsApp sering dinilai intrusif oleh penerima materi. Apabila sangat mengganggu, penerima bahkan dapat memblokir pengirim atau melakukan otomatisasi pemindahan kiriman ke Spam atau Trash. Oleh karena itu, tugas utama

pengguna metode ini adalah untuk memastikan bahwa materi yang dikirimkan dinilai bermanfaat oleh penerima. Salah satu cara untuk mengurangi intrusi adalah dengan memberikan opsi berlangganan, secara gratis maupun berbayar, kepada target penerima materi.

2.3.2 Social Media

(Astuti, 2021) mengatakan bahwa Social Media adalah media online yang menduduki interaksi sosial. Social media menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Ada beberapa jenis social media yang pada umumnya dimiliki masyarakat Indonesia adalah Facebook, Twitter, Instagram, hingga TikTok. Hampir semua masyarakat Indonesia dari berbagai kalangan memiliki social media bahkan lebih dari satu.

Selain itu terdapat fungsi dari social media, yaitu sebagai berikut:

1. Media sosial adalah media yang didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia menggunakan internet dan teknologi web.
2. Media sosial berhasil mentransformasi praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke banyak audience (one to many) menjadi praktik komunikasi dialogis antara banyak audience (many to many).
3. Media sosial mendukung demokratisasi pengetahuan dan informasi. Mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri.

Social media memiliki manfaat di dalam kehidupan sehari-hari. Seperti yang di jelaskan (Oktaviana, 2022) sebagai berikut:

➤ **Untuk Bersosialisasi**

Sesuai dengan namanya, manfaat media sosial tentu tidak akan jauh-jauh digunakan sebagai sarana bersosialisasi. Bedanya, sosialisasi yang dilakukan dalam media sosial adalah secara digital dan bukan bertemu

secara langsung. Di dalam media sosial, kita bisa saling berbicara meskipun lokasinya berjauhan. Hanya dengan membutuhkan kuota serta jaringan yang baik dengan begitu kita bisa melakukan komunikasi secara lancar di mana saja dan kapan saja.

➤ Untuk Bertemu dengan Teman Lama

Manfaat media sosial berikutnya adalah untuk bertemu dengan teman lama. Bagi sahabat yang sudah lulus sekolah dan berpisah dengan teman-teman sekolah dahulu, di zaman sekarang bukan menjadi hal yang sulit untuk mencari tahu keberadaan mereka. Karena dengan adanya media sosial, kita bisa dengan mudah menemukan teman-teman lama. Apalagi di media sosial juga menjadi sarana untuk membagikan foto dan biasanya pemilik akun juga memberikan foto profilnya. Sehingga bisa mengetahui teman yang sedang kita cari tersebut.

➤ Untuk Menemukan Teman Baru

Sosial media tidak hanya mempermudah untuk menemukan teman lama, tetapi juga bisa untuk menemukan teman baru. Ada ribuan bahkan jutaan orang yang memiliki akun media sosial. Nah, di situlah kita bisa memilih mana yang ingin kita jadikan sebagai teman dan dirasa cocok. Tentu menjadi hal yang menyenangkan bisa memiliki teman baru dan mengobrol dengan mereka. Bahkan teman baru tersebut juga bisa dari lain negara. Jadi, hal ini akan semakin memperluas jaringan pertemanan dan pengalaman. Tetapi, kita tetap harus berhati-hati saat memilih teman baru.

➤ Menggantikan Fungsi Buku Diary

Menulis di buku diary sudah berlangsung cukup lama dan mungkin masih ada yang melakukannya hingga saat ini. Tetapi di zaman sekarang sepertinya sudah tidak sebanyak dulu lagi. Hal ini karena keberadaan

media sosial yang menggantikan fungsi dari buku diary. Tak sedikit orang yang sekarang menuliskan curhatannya di media sosial. Sehingga hal ini bukan lagi menjadi rahasia karena di media sosial membuat curhatan dengan mudah dibaca oleh siapa saja. Sehingga orang lain akan mengetahui kondisi perasaan saat ini.

➤ Untuk Menyalurkan Hobi

Di zaman sekarang ini bukan hal yang sulit bagi siapapun untuk bisa menyalurkan hobinya. Hal ini karena adanya media sosial yang bisa menjadi sarana untuk mengeksplorasi diri. Bagi pecinta musik, bisa bergabung dengan komunitas musik di media sosial. Walaupun jarak berjauhan, hal tersebut tidak menghalangi untuk saling berbagi pengalaman masing-masing. Lalu untuk yang hobi mendesain, bisa memposting hasil desainnya di akun media sosial yang disertai caption menarik. Desain tersebut bisa mendapatkan penilaian dari orang lain melalui like serta komentar yang diberikan.

➤ Sebagai Media Hiburan

Manfaat media sosial yang tak kalah penting adalah sebagai media hiburan. Mengingat bahwa kita yang sudah lelah beraktivitas seharian, setelah itu inginnya bersantai sambil menikmati hal-hal yang membuat hati dan pikiran senang. Nah, media sosial bisa menjadi pilihan yang tepat. Di media sosial ada banyak sekali foto maupun video-video lucu yang mengocok perut. Ini akan kita lebih rileks dan sejenak melupakan kesibukan dan kelelahan yang sebelumnya dihadapi. Bahkan kita bisa membuka media sosial sembari berbaring.

➤ Media untuk Mencari Uang

Manfaat media sosial lainnya adalah untuk mencari uang. Saat ini sudah banyak sekali yang memanfaatkan media sosial sebagai media untuk

menghasilkan uang. Di mana mereka berjualan secara online, membuat video di YouTube, dan sebagainya yang bisa menghasilkan uang dalam jumlah banyak. Bahkan dengan menggunakan media sosial, seseorang tidak akan dipungut pajak sehingga bisa lebih bebas untuk menjalankan bisnisnya dan mengumpulkan uang sebanyak-banyaknya. Tentunya perlu juga untuk dibekali skill marketing yang baik serta terus berinovasi agar bisnisnya bisa terus berjalan lancar.

Bagi sebagian orang, mendapatkan like di media sosial mungkin bukan jadi hal yang penting. Namun, lain halnya jika kita sedang membangun personal branding atau bisnis daring. Mau nggak mau, kita harus memperhitungkan jumlah like agar viewer di social media semakin percaya dengan bisnis atau usaha kita. Untuk meraih banyak engagement di social media, banyak hal yang harus diperhatikan. Selain konten yang bagus, waktu posting juga menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan. Untuk itu, penting bagi kita untuk tahu waktu terbaik mengunggah konten agar dilihat oleh banyak orang. Seperti contoh yang diberikan (Lyliana, 2022) sebagai berikut:

➤ Waktu Terbaik Posting di Instagram



Gambar2 3Instagram Time
Sumber : (Lyliana, 2022)

Supaya konten dibanjiri banyak like, kita perlu memperhitungkan target audience terlebih dahulu. Apakah bekerja, sekolah, atau profesi lainnya. Setelah itu, perhatikan anjang-ancang waktu posting berikut untuk mendukung strategi kita agar berjalan lancar.

- Pukul 10.00 hingga 15.00 merupakan waktu terbaik, karena biasanya pagi hari kebanyakan orang sibuk beraktivitas.
- Pukul 19.00 hingga 21.00 juga merupakan waktu terbaik, karena pada pukul ini orang sedang bersantai dan menelusuri social media.
- Hindari mengunggah konten di hari Senin, karena saat itu orang tengah sibuk sekolah dan bekerja.
- Minggu juga merupakan hari yang perlu dihindari, karena kebanyakan orang sedang sibuk menikmati akhir pekannya

➤ Waktu terbaik upload di Facebook



Gambar2 4Facebook Time

Sumber : (Lyliana, 2022)

Umumnya, 75 persen engagement unggahan Facebook akan terjadi dalam lima jam pertama. Untuk mendapatkan like yang optimal, berikut waktu terbaik untuk mengunggah konten Facebook:

- Berbeda dengan Instagram, waktu terbaik untuk menunggah konten Facebook justru ketika jam kerja sedang produktif, yakni Senin hingga Jumat antara pukul 13.00 hingga 16.00.
- Untuk tujuan komersial, waktu terbaiknya ialah di hari Rabu antara pukul 11.00 hingga 13.00, Kamis antara pukul 14.00 hingga 16.00 dan Jumat pukul 10.00 hingga 15.00.
- Akhir pekan adalah hari dengan engagement rate yang buruk karena orang sibuk menghabiskan waktu liburannya.

➤ Waktu Terbaik posting Twitter



Gambar2 5Twitter Time
Sumber : (Lyliana, 2022)

Untuk bisa berinteraksi secara maksimal dengan orang lain, perhitungkan waktu posting terbaik supaya unggahan ramai.

- Posting terbaik di Twitter adalah setiap hari antara pukul 12.00 hingga 15.00.
- Khusus yang lagi jualan atau bisnis, waktu terbaik adalah hari Sabtu pukul 13.00.
- Waktu terburuk untuk posting konten Twitter ialah pada hari Jumat di atas pukul 15.00 dan Minggu pukul 20.00 ke atas, saat seorang sedang beristirahat untuk memulai awal pekannya.

➤ Waktu posting terbaik di LinkedIn



Gambar2 6LinkedIn Time
Sumber : (Lyliana, 2022)

LinkedIn merupakan jejaring sosial profesional yang digunakan oleh perekrut, wiraniaga dan pebisnis. Platform ini justru ramai digunakan saat jam kerja. Berikut detail waktu mengunggah konten LinkedIn agar unggahan kita dilihat oleh perekrut:

- Disarankan untuk mulai aktif di LinkedIn sekitar pukul 09.00 hingga 15.00, saat kebanyakan orang sedang sibuk bekerja.
- Puncak trafik LinkedIn naik pada hari Selasa hingga Kamis.
- Tidak disarankan untuk megunggah konten LinkedIn setiap hari di setelah pukul 22.00 hingga 06.00 pagi.

➤ Waktu terbaik upload di Youtube



Gambar2 7Youtube Time
Sumber : (Lyliana, 2022)

Kalau ingin sukses banyak viewers dan subscribers sertajuga dikunjungi banyak orang, waktu posting berikut bisa menjadi pertimbangan:

- Waktu terbaiknya ialah saat sore hari antara pukul 15.00 hingga 18.00.
- Malam menjelang tidur sekitar pukul 21.00 hingga 22.00 juga menjadi waktu terbaik untuk mengunggah konten.
- Sebagian besar penonton YouTube akan menikmati tayangannya saat akhir pekan, sehingga mengunggah konten di hari Sabtu dan Minggu di

pagi hari sekitar pukul 09.00 hingga 11.00 bisa jadi alternatif.

Memantau medsos secara teratur dapat membantu menganalisis waktu terbaik untuk mengunggah konten di sosial media tersebut. Tapi perlu diingat, selain soal waktu, kita juga perlu membuat konten yang menarik agar mengundang banyak like dan perhatian.

2.3.3 Content Creation

Content Creation terdiri dari dua kata dalam bahasa Inggris yaitu Content yang berarti konten dan Creation adalah pembuatan. Content Creation merupakan suatu karya yang dibuat dalam bentuk audio, visual maupun teks melalui media digital atau internet (Dasilva, 2018). Agar konten tersebut menarik diperlukan beberapa langkah-langkah seperti yang dijelaskan (Adieb, 2021) sebagai berikut:

1. Melakukan Riset Konten



Gambar 2.8 Riset Konten

Sumber : (Kompas.com, 2022)

Dalam pembuatan konten, gagasan konten yang dibuat menentukan apakah konten tersebut akan diingat oleh audiens atau dilupakan begitu saja. Dengan demikian, sangatlah penting dalam melakukan riset konten terlebih dahulu supaya dapat menemukan konten yang tepat untuk dibuat. Memahami tren juga merupakan suatu hal yang harus dilakukan dalam riset konten tersebut. Selain tren, peminatan audiens juga dapat berpengaruh dalam audiens memilah konten yang akan dinikmati oleh mereka. Tidak lupa juga untuk memantau konten kompetitor sebagai bahan perbandingan apakah berkualitas atau apakah menarik.

2. Melakukan Riset Keyword



Gambar2 9Riset Keyword

Sumber : (Sakjose.com, 2020)

Untuk bersaing dengan kompetitor, jangan lupa untuk melakukan riset keyword setelah membuat ide konten yang menarik. Dikarenakan, banyak orang berlomba-lomba untuk membuat konten dengan kemasan yang sangat

menarik dan menghibur selain untuk menyampaikan informasi. Orang-orang tersebut juga berlomba-lomba agar kontennya dapat muncul di halaman pertama Google. Untuk melakukan riset keyword, dapat dilakukan dengan menggunakan berbagai tools seperti, SEMrush, Ahrefs, Ubersuggest, dan tools lainnya.

3. Fokus untuk membuat Headline yang kuat

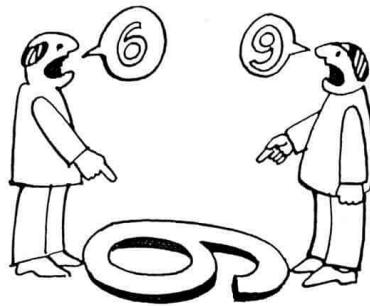


Gambar2 10ContohHeadline

Sumber : (dreambox.id)

Setelah menemukan ide konten yang menarik, serta kata kunci yang tepat di dalam pembuatan konten, sebaiknya kita fokus untuk membuat judul Headline yang kuat. Dengan memiliki judul Headline yang kuat dapat dipastikan akan menarik perhatian yang besar terhadap para audience. Namun jangan bersandar pada Headline yang kuat saja, melainkan mengemas dan dengan isi yang sama-sama berkualitas yang menarik agar audience menikmati konten yang dibuat.

4. Cari perspektif yang unik



Gambar2 11Perspektif

Sumber : (lifhack.org, 2022)

Saat membuat konten, sebisa mungkin cari cara untuk menemukan perspektif yang menarik. Hal tersebut digunakan untuk membuat perbedaan konten yang kita buat dengan konten yang lain. Dengan menunjukkan perspektif yang berbeda, konten tersebut dapat dibuat dengan menonjolkan beberapa bagian yang sekiranya berbeda atau bahkan tidak ada dalam konten lain. Dengan demikian konten tersebut dapat dipastikan akan menarik yang membuat orang akan menikmatinya. Kembali ke awal semakin sering melakukan riset kompetitor semakin sering juga dapat melihan perspektif yang berbeda dari konten yang ingin dibuat.

5. Memilih sumber informasi yang kuat



Gambar2 12Informasi yang kuat

Sumber : (sawalwalker.com)

Dengan memilih sumber informasi yang kuat dalam membuat konten, kita dapat terhindar dari masalah-masalah yang ditimbulkan. Jika tidak dengan cermat memilih sumber informasi, dapat berpotensi menurunkan reputasi dari konten kreator maupun perusahaan tempat bekerja. Usahakan dalam pembuatan konten memilih sumber informasi dengan cermat dengan kredibilitas yang tinggi dan akurat. Semakin tinggi kredibilitas informasi yang dipilih, semakin juga para audiens percaya lewat informasi-informasi yang disajikan di dalam konten kita tersebut.

6. Kemas konten dengan menarik



Gambar2 13Konten yang menarik

Sumber : (Adieb, 2021)

Dengan mengemas konten yang menarik, para audiens dapat menikmatinya dengan ekspresif. Cara mengemas konten tersebut adalah dengan membuat konten yang interaktif. Dengan memberikan pertanyaan melibatkan audiens di dalam konten dapat membuat para audiens menikmatinya. Selain itu juga sisipan beberapa storytelling. Kebanyakan audiens menyukai konten yang bersifat cerita tentang pengalaman, fiksi maupun cerita dari orang lain.

2.3.4 Fotografi

Ansel Adam mengatakan bahwa fotografi merupakan media untuk berekspresi serta berkomunikasi yang kuat dan menawarkan banyak interpretasi, persepsi serta eksekusi yang tidak terbatas. Pengertian fotografi menurut Ansel Adam ini memang tidak bisa dipungkiri lagi. Pada kenyataannya, fotografi memang merupakan bagian dari cabang seni rupa yang termuda. Sedangkan menurut Elliot Erwitt, fotografi

merupakan cara menemukan sesuatu yang menemukan di tempat biasa. Maksud dari pengertian fotografi ini adalah dibutuhkan ketelitian untuk menemukan serta mencari sebuah objek yang dijadikan kunci dalam seni fotografi. Pada dasarnya, fotografi merupakan kombinasi dari desain visual dengan imajinasi, keterampilan serta kemampuan untuk organisasi praktis (Anastasya, 2021). Adapun berbagai Jenis Fotografi yaitu:

- Portrait Fotografi



Gambar2 14Contoh Portrait Fotografi

Sumber : (antaranews.com, 2021)

Dari sekian banyak jenis, potrait menjadi jenis yang paling populer. Kekuatan utama dari jenis fotografi ini adalah kepribadian serta karakteristik unik dari setiap orang. Bukan hanya sekedar menampilkan foto manusia, namun portrait photography yang bagus juga harus bisa menangkap mimik, ekspresi, kepribadian atau suasana hati seseorang supaya foto yang dihasilkan bisa berkesan. Untuk mendapatkan itu semua, maka wajah seseorang dijadikan fokus utama supaya kesan emosional bisa ditampilkan.

- Landscape Fotografi



Gambar2 15Contoh Landscape Fotografi

Sumber : (saveeva.com)

Landscape photography memiliki fokus objek pemandangan alam seperti gunung atau pantai. Supaya hasilnya bisa baik, maka momen yang tepat untuk memotret harus dipertimbangkan. Contohnya seperti ketika matahari terbit atau terbenam ketika suasananya sedang cerah.

- Human Interest Fotografi



Gambar2 16Contoh Human Interest Fotografi

Sumber : (pixel.web.id, 2022)

Hampir sama seperti portrait photography, objek utama pada human interest photography adalah manusia. Akan tetapi, perbedaan dari kedua jenis fotografi ini adalah portrait photography yang fokus menangkap ekspresi manusia menjadi objek. Sedangkan human interest photography lebih kepada sisi kehidupan serta interaksi manusia dengan lingkungan sekitar di kesehariannya. Tujuannya adalah untuk membangkitkan perasaan simpati atau empati dari para penikmat foto.

- Aerial Fotografi



Gambar2 17Contoh Aerial Fotografi

Sumber : (pixel.web.id, 2022)

Aerial photography adalah objek foto yang diambil yang seakan-akan terlihat dari sisi atas. Penikmat foto yang melihat jenis fotografi ini seolah seperti mata burung yang bisa melihat banyak hal dari ketinggian. Jenis fotografi ini memiliki segi unik yakni dari cara pengambilan foto yang dilakukan dari atas atau high angle.

- Stage Fotografi



Gambar2 18Stage Fotografi

Sumber : (gensindo.sindonews.com, 2020)

Jenis fotografi selanjutnya adalah stage photography dengan objek orang di atas panggung sehingga cocok digunakan ketika pertunjukkan atau konser musik. Tantangan dari jenis fotografi ini adalah objek bergerak yang sulit diprediksi dan juga lighting atau tata lampu yang juga sering berubah. Untuk itu, ketepatan serta kecepatan mengambil momen menjadi hal terpenting yang harus dikuasai dalam jenis fotografi ini.

- Macro Fotografi



Gambar2 19Contoh Macro Fotografi

Sumber : (lensmagazine.net)

Macro photography memiliki objek berukuran kecil seperti bunga atau serangga yang biasanya luput dari perhatian. Keistimewaan dari jenis fotografi ini adalah bisa membuat objek berukuran kecil bisa terlihat sangat dekat untuk mendapatkan detail yang bagus. Untuk melakukan macro photography, maka anda butuh kamera yang memiliki fitur zoom yang baik supaya bisa memperoleh detail objek yang berukuran kecil.

- Journalism Fotografi



Gambar2 20Contoh Journalism Fotografi

Sumber : (thejakartapost.com, 2017)

Tujuan utama dari journalism photography adalah memberikan foto yang mengandung cerita atau nilai berita. Foto yang diambil nantinya akan dipakai untuk kebutuhan penayangan berita dan publikasi pada media massa. Objek yang diambil dalam journalism photography adalah kejadian atau hal yang terjadi di sekitar namun dengan prinsip utama menghasilkan foto dari kejadian sebenarnya tanpa ada rekayasa serta memihak.

- Fashion Fotografi



Gambar2 21Contoh Fashion Fotografi

Sumber : (hamstech.com, 2022)

Fokus utama dari jenis fotografi ini adalah keindahan dari desain sebuah pakaian baik gaun atau aksesoris fashion yang lain. Untuk itulah peran model peraga fashion sangat penting untuk mendapatkan hasil foto terbaik. Karena sama sama membutuhkan peran dari model peraga fashion, maka terkadang fashion photography menjadi bias dengan portrait photography. Keduanya memang dapat hadir pada waktu bersamaan, akan tetapi fashion photography lebih menekankan pada fokus desain pakaian untuk menarik minat pembeli.

- Street Fotografi



Gambar2 22Contoh Street Fotografi

Sumber : (andrewstuder.com, 2020)

Fokus utama dari street fotografi adalah realitas yang terjadi di jalan. Jika dilihat, jenis fotografi ini serupa dengan jenis lainnya yakni journalism photography dan juga human interest fotografi. Akan tetapi, jenis fotografi ini memiliki ciri yang khas yakni berusaha untuk tetap menampilkan realitas sesungguhnya yang terjadi pada ruang publik secara spontan.

- Architectural Fotografi



Gambar2 23Contoh Architectural Fotografi

Sumber : (architizer.com)

Jenis fotografi selanjutnya adalah architectural yang fokus pada keindahan dari bentuk sebuah gedung atau bangunan. Jenis fotografi ini harus bisa jeli ketika memperhatikan setiap sudut serta celah dari bangunan supaya bisa mendapatkan komposisi ritmis. Angle foto juga menjadi faktor yang tidak kalah penting untuk menghasilkan foto yang tidak terlihat statis. Architectural fotografi biasanya digunakan untuk kebutuhan komersil seperti promosi apartement, hotel, real estate dan bangunan lainnya.

- Sport Fotografi



Gambar2 24Contoh Sport Fotografi

Sumber : (klikmania.net)

Ketika olahraga sedang berlangsung, maka akan banyak momen dramatis yang terjadi sehingga sangat menarik untuk diabadikan ke dalam foto sehingga muncul jenis fotografi ini. Fokus utama dari sport fotografi adalah mengabadikan semua kejadian menarik yang terjadi di lintasan atau tengah lapangan. Agar bisa

menangkap objek terbaik, maka kamera yang digunakan harus dilengkapi dengan lensa tele.

- Food Fotografi



Gambar2 25Contoh Food Fotografi

Sumber : (photojaanic.com, 2021)

Dengan hanya menyajikan foto makanan yang tersaji, banyak orang yang melihatnya akan langsung merasa lapar. Dalam food photography dituntut untuk bisa menciptakan komposisi terbaik sekaligus menyajikan detail dan tekstur dari makanan. Supaya tekstur serta detail dari makanan bisa baik, maka pencahayaan sangat penting untuk diperhatikan.

Selain jenis-jenis fotografi adapun berbagai teknik di dalam dunia fotografi yang biasa dilakukan untuk menghasilkan variasi foto, yaitu sebagai berikut:

- Teknik Zoom



Gambar2 26Contoh Teknik Zoom

Sumber : (masterclass.com, 2021)

Zoom merupakan teknik untuk membuat objek utama terlihat lebih jelas namun latar belakangnya diburamkan. Teknik zoom dipakai untuk lebih menekankan objek serta membuatnya lebih mencolok. Untuk mengubah panjang fokus bisa dilakukan memakai lensa zoom dan memakai kecepatan yang tidak lebih dari 1/30 detik supaya bisa menghasilkan perasaan gerak.

- Teknik Panning



Gambar2 27Contoh Teknik Panning

Sumber : (iframerental.com, 2020)

Pada teknik panning, objek yang sedang bergerak akan terlihat lebih tajam sementara latar belakang yang diam akan terlihat kabur atau blur. Jika ingin mendapatkan hasil yang maksimal, maka objek harus terus diikuti dan biasanya memakai tripod dengan kecepatan rendah antara 8 hingga 60.

- Teknik Freezing



Gambar2 28Contoh Teknik Freezing

Sumber : (aldyputra.net, 2012)

Teknik freezing merupakan teknik dalam mengambil foto benda bergerak memakai kecepatan tinggi. Teknik ini akan terlihat seperti membekukan pergerakan dari objek dan hasilnya membuat objek terlihat lebih tajam ketika bergerak.

- Teknik Siluet



Gambar2 29Contoh Teknik Siluet

Sumber : (pixpa.com, 2021)

Siluet merupakan objek yang menutupi cahaya sehingga akan mendapatkan cahaya dari belakang. Aturan dasar dari foto siluet ini adalah objek harus bisa terlihat tajam sehingga tidak ada file cahaya yang rusak.