

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dalam dunia fotografi begitu pesat, dengan adanya perkembangan ini, fotografer memiliki banyak pilihan dalam mewujudkan representasi fotografis dalam berkarya (Irwandi, 2019, h.4) hal utama yang memacu perkembangan dalam dunia fotografi adalah dengan munculnya kamera digital pada awal tahun 2000 – an hal ini mendorong adanya variasi bentuk, gaya, penyajian karya fotografi. Hal itu merupakan awal munculnya studio fotografi potret berbasis digital di beberapa kota di Indonesia (Irwandi, 2019, h.4). Menurut Agung Budi Leksono (2019) foto studio termasuk jenis model ekonomi foto retail, fotografi studio merupakan fotografi yang dilakukan di dalam ruangan, yang dinamakan studio, studio biasanya dimanfaatkan untuk foto personal, ataupun foto kelompok (foto keluarga, foto wisuda, pas foto) dengan tujuan mengabadikan momen spesial. Dalam era yang maju ini, foto studio sudah sangat berkembang dan memiliki banyak variasi layanan yang diberikan, seperti *self-photo studio*, *photo box*, dan variasi lainnya. Bisnis foto studio yang berkembang pesat dikarenakan keberadaan sosial media dan luasnya ruang digital membuka kesempatan baru untuk fotografi semakin diminati (Ginanjar, P.A, 2024). Banyaknya foto studio yang bertambah saat ini, juga menambah daya saing antara satu foto studio dan foto studio lainnya. Dalam sebuah foto studio, terdapat beberapa aspek seperti lampu (pencahayaan), *background*, properti, kamera, dan hal pendukung lain yang dapat berguna dalam foto studio.

Salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa foto, ialah BD Photo Studio. BD Photo Studio merupakan sebuah foto studio yang bergerak pada bidang jasa fotografi selama lebih dari 30 tahun. Sejak awal berdirinya pada tahun 1984. Pada awalnya BD Photo Studio bergerak pada bidang jasa yang memberikan layanan fotografi *outdoor*, fotografi produk, dan fotografi momen. BD Photo Studio juga memberikan penawaran yang menarik bagi pelanggannya, dengan adanya

konsep *one stop*, dimana calon pelanggan tidak perlu repot dalam mempersiapkan hal yang diperlukan, dikarenakan pihak BD Photo Studio sudah mempersiapkan layanan seperti *make-up*, pakaian, dan juga properti yang memadai. BD Photo Studio sadar adanya kegiatan promosi menggunakan media interaktif dapat meningkatkan bisnis menjadi lebih serius dan profesional. Menurut Adya (2023) yang dilansir dari *Exabytes*, dengan adanya teknologi dan alat digital, sebuah bisnis mampu menciptakan berbagai pengalaman menarik dan pelanggan dapat terlibat dalam kegiatan interaktif tersebut. Dalam usahanya yang sudah berjalan selama kurang lebih 30 tahun BD Photo Studio menggunakan *platform* seperti Instagram, Facebook, dan juga Tiktok sebagai media untuk menunjukkan visibilitas jasa di mata publik.

Setelah melakukan penelitian berupa survei dan pengumpulan data, dengan hanya mengandalkan *platform* sosial media tersebut, dan dari segi lokasi yang BD Photo Studio miliki masih sulit untuk menggarap *market* dan membangun kepercayaan antar calon pelanggan, dilansir dari teori yang dikutip oleh HubSpot, yang menunjukkan bahwa tingkat konversi dari media sosial jauh lebih rendah dibandingkan dengan saluran lain. Maka sebuah *platform* khusus diperlukan BD Photo Studio agar dapat menampilkan *image* perusahaan yang kredibel (Rifandy, 2024). Dalam kegiatan promosi, media interaktif mampu berperan sebagai media persuasi hal ini dikarenakan masyarakat cenderung dapat lebih memahami suatu pesan yang disampaikan akibat terciptanya hubungan timbal balik antara media dengan manusia (Ananta & Waryanto, 2018). Dikutip dari artikel Dreambox, *Website company profile* adalah sebuah situs *web* yang dirancang untuk menginformasikan identitas, produk atau layanan, serta keunggulan perusahaan kepada calon pelanggan. Dari hasil analisa, dapat disimpulkan bahwa media promosi yang digunakan oleh BD Photo Studio belum dapat membangun kepercayaan dari calon *customer* terhadap BD Photo Studio. Oleh karena itu, berdasarkan hasil analisa teori yang digunakan, dapat disimpulkan bahwa jika BD Photo Studio terus melanjutkan promosinya menggunakan media yang kurang kredibel, BD Photo Studio tidak dapat dilihat sebagai perusahaan yang profesional, dan juga dapat terancam dalam segi bisnis kedepannya. Dikarenakan kesulitan yang

dialami, dalam segi promosi dan menggarap pelanggan, dengan media promosinya yang masih kurang terpercaya, maka dari itu, penulis menawarkan solusi desain perancangan *website company profile* sebagai media utama dari BD Photo Studio. Penggunaan *website company profile* dapat membantu calon pengguna dan juga dari segi BD photo studio, seperti penyajian informasi yang terstruktur dan terpercaya, maka dari itu *company profile* merupakan langkah yang kuat dalam mengatasi beberapa permasalahan yang ada.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan sebelumnya, berikut merupakan masalah yang ditemukan:

1. Sulitnya BD Photo Studio untuk memperluas target pasar.
2. Sulitnya calon pelanggan untuk membangun kepercayaan terhadap BD Photo Studio.
3. Kurangnya media yang kredibel dalam menyebarkan informasi bagi BD Photo Studio.

Sehingga penulis memutuskan rumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimana perancangan *website* interaktif BD Photo Studio?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah yang menjadi landasan pembentukan media perancangan adalah bagi masyarakat Indonesia yang terutama berada di Jabodetabek, dengan target usia utama yaitu 40 – 55 tahun yang termasuk generasi X dengan SES *middle to up* yakni SES B ke A1 dan memiliki ketertarikan mengabadikan momen bersama orang tersayang terutama pada *event* terpenting.

Perancangan ini ditujukan kepada orang dewasa yang sedang mencari foto studio, SES B sampai dengan SES A1, berdomisili di Jabodetabek, yang berkunjung untuk mengabadikan momen dengan berfoto, dengan fokus pembangunan media yang kredibel terhadap BD Photo Studio. Ruang lingkup perancangan akan dibatasi.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Dengan mempertimbangkan batasan atas permasalahan pada latar belakang, tujuan penulisan laporan tugas akhir ini adalah untuk membuat perancangan *website* promosi BD Photo Studio.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

1.5.1 Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan menjadi khazanah ilmu pengetahuan Desain Komunikasi Visual, khususnya membahas materi perancangan *website* promosi interaktif foto studio.

1.5.2 Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan menjadi khazanah ilmu pengetahuan Desain Komunikasi Visual, khususnya membahas materi perancangan *website* promosi interaktif foto studio.

1. Bagi Penulis

Penulis berharap, dengan adanya penelitian ini, diharapkan bisa menjadi salah satu sarana penulis untuk menerapkan pengetahuan yang telah diperoleh semasa menempuh studi sekaligus menambah pengetahuan dan pengalaman penulis dalam merancang solusi desain yang efektif.

2. Bagi peneliti

Hasil penelitian yang ditulis, diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti lain khususnya dalam bahasan materi perancangan *website* promosi interaktif foto studio.

3. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan juga dapat memperkaya referensi di perpustakaan Universitas Multimedia Nusantara yang dapat diakses oleh mahasiswa/i lainnya dengan topik terkait yang dibahas dalam Tugas Akhir ini.