

OPTIMALISASI *FOOD PHOTOGRAPHY* DI MEDIA SOSIAL UNTUK BISNIS F&B

Septia Winduwati¹, Adeline Felice Gunawan², Giacinta Clara Vivianny³, Gidhea Graciella⁴

¹Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara

Email: septiaw@fikom.untar.ac.id

²Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara

Email: Adeline.915200015@stu.untar.ac.id

³Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara

Email: Giacinta.915200020@stu.untar.ac.id

⁴Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara

Email: Gidhea.915200017@stu.untar.ac.id

ABSTRACT

Sometimes in the application of an advertisement there is a meaning that is presented not too mature, in the delivery of advertisements there must be a product that is the main role and cannot be separated from the camera's point of view (Photography) and Design Feeds, especially on advertisements on social media. Photography consists of good camera angles in order to influence the meaning or message conveyed by an advertisement. ZukiZuka is a partner engaged in Food and Beverages in social media, namely Instagram, ZukiZuka produces various kinds of food (Ricebowl) which is the main focus of ZukiZuka. Therefore, ZukiZuka really needs Food Photography and Design Feeds in publishing advertisements resulting from previous advertisements that ZukiZuka has conveyed are not too mature. In the process, the goal in this Community Communication Service is that the Food Photography and Design Feeds method can increase engagement on ZukiZuka's Instagram social media. With the Food Photography and Design Feeds methods that have been worked on, ZukiZuka managed to get an increase in engagement and visual structure in ad serving on social media, namely ZukiZuka's Instagram. It can be said that the camera point of view (Food Photography) and Design Feed have a very important role in delivering advertisements on social media, especially on Instagram so that the meaning presented is conveyed properly and maturely according to the target market on social media, namely Instagram.

Keywords: Advertising, Instagram, product

ABSTRAK

Terkadang dalam penyampaian sebuah iklan terdapat makna yang disajikan tidak terlalu matang, dalam penyampaian iklan pasti ada produk yang menjadi peran utamanya dan tidak terlepas dari sudut pandang kamera (Photography) dan Design Feeds, terutama pada iklan di sosial media. Photography tersusun dari sudut kamera yang baik agar dapat mempengaruhi makna atau pesan yang disampaikan oleh sebuah iklan. ZukiZuka adalah mitra yang bergerak di bidang Food and Beverages dalam sosial media yaitu Instagram, ZukiZuka memproduksi berbagai macam makanan mangkuk (Ricebowl) yang menjadi sorotan utama ZukiZuka. Maka dari itu ZukiZuka sangat memerlukan Food Photography dan Design Feeds dalam penyampaian iklan produknya dikarenakan sebelumnya iklan yang telah ZukiZuka sampaikan tidak terlalu matang. Pada prosesnya, Tujuan dalam Pengabdian Komunikasi Masyarakat ini adalah metode Food Photography dan Design Feeds dapat meningkatkan engagement pada sosial media Instagram ZukiZuka. Dengan adanya metode Food Photography dan Design Feeds yang telah dikerjakan, ZukiZuka berhasil mendapatkan peningkatan engagement dan struktur visual pada penyampaian iklan di sosial media yaitu Instagram ZukiZuka. Dapat dikatakan sudut pandang kamera (Food Photography) dan Design Feeds memiliki peran yang begitu penting dalam penyampaian iklan di sosial media terutama di Instagram supaya makna yang disajikan tersampaikan dengan baik dan matang kepada target pasaran di sosial media yaitu Instagram.

Kata Kunci: Iklan, Instagram, Produk

1. PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Teknologi saat ini terus berkembang dan manfaat penggunaan internet terasa bagi para pemakainya. Beberapa orang merasa ketergantungan dengan adanya internet, termasuk aktivitas Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam memanfaatkan teknologi

informasi untuk menjalankan usahanya khususnya pada era Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Strategi bisnis yang paling relevan dan mampu menjawab tantangan kompetisi pasar yang semakin meningkat adalah strategi dalam aspek pemasaran menggunakan alat digital atau dikenal dengan digital marketing, yaitu metode pemasaran yang dilakukan menggunakan bantuan instrumen digital, utamanya internet beserta beragam aplikasi yang terdapat di dalamnya dan peralatan yang mendukung penggunaan media tersebut, yang memungkinkan terciptanya sebuah jaringan atau keterhubungan dengan banyak pihak, dalam hal ini antara produsen/penjual dengan pelanggan, tanpa dibatasi oleh jarak, waktu, dan tempat (Ryan, 2014:5). Pemasaran digital menjadi sangat penting karena mendorong tindakan dan penganjuran. Selain itu pemasaran digital lebih akuntabel daripada pemasaran tradisional yang lebih memperkarsai interaksi dengan pelanggan (Philip Kotler dalam Kertajaya dan Setiawan 2018:49). Maka dengan itu, dapat diketahui bahwa digital marketing memudahkan pelaku UMKM untuk memberikan informasi dan berinteraksi secara langsung dengan konsumen, memperluas pangsa pasar, meningkatkan kesadaran dan meningkatkan penjualan bagi pelaku UMKM.

ZukiZuka merupakan bisnis makanan yang bergerak dalam bidang digital (Media sosial Instagram). ZukiZuka didirikan oleh 2 insan mahasiswa dan mahasiswi Universitas Tarumanegara yaitu Cavin Andrianus dan Christina. ZukiZuka menjual berbagai macam *Ricebowl* (Nasi dalam mangkuk) dengan rasa dan topping yang bervariasi. Berawal dari sepasang kekasih yang berniat menjalankan bisnis bersama, Cavin & Christina akhirnya memutuskan untuk memproduksi nasi mangkuk (*Rice bowl*). Namun, dikarenakan aktivitas mereka sebagai mahasiswa yang dapat dikatakan padat, Cavin dan Christina berpikir untuk mencari jalan keluar terbaik agar bisnis yang telah mereka rancang dapat berjalan dan berkembang. Maka dengan itu, Cavin & Christina telah sepakat untuk menjalankan bisnisnya dalam platform sosial media yaitu Instagram. Selain itu, agar perkuliahan dan bisnis mereka tidak terganggu, mereka menerapkan sistem PO (*Preorder*) yang dimana akan ada jeda waktu beberapa hari dari waktu pemesanan. Mereka juga merancang dan membuat akun *Instagram* semenarik mungkin untuk mempromosikan ZukiZuka.id.

Di dalam perjalanan usaha Zukizuka ada kendala yang dihadapi oleh Zukizuka, yaitu foto makanan yang di tampilkan di media sosial Instagram terlihat kurang menarik dan juga design feeds Instagram yang di unggah tidak langsung menarik mata yang menyebabkan engagement media sosial Instagram Zukizuka tidak berkembang. Hal ini sangat disayangkan karena dengan adanya media sosial sekarang seharusnya dapat memasarkan produk dengan mudah dan terlebih lagi sekarang Instagram sudah banyak sekali fitur untuk mendukung Bisnis yang dipasarkan secara online atau digital.

2. METODE PELAKSANAAN

Tahap pertama yang kami lakukan dalam PKM ini adalah kami melakukan identifikasi masalah terhadap mitra kami dengan kami melakukan wawancara dengan mitra kami, yaitu Zukizuka melalui aplikasi chat, yaitu *LINE*. Kami menganalisis bagaimana Zukizuka mengalami kendala dalam memasarkan produknya di media sosial Instagram terutama di bidang *food photography* dan design feeds Instagram Zukizuka. Setelah kami melakukan wawancara tersebut kami mengetahui apa saja yang dibutuhkan untuk mengatasi masalah tersebut.

Materi yang kami gunakan dalam membedah permasalahan yang didapat yaitu menggunakan teknik dasar dari fotografi, dimana dalam teknik dasar tersebut sudah mencakup teori-teori

yang dapat digunakan untuk memotret makanan. Beberapa teori nya seperti komposisi dalam fotografi, dan pencahayaan dalam fotografi.

Komposisi dalam fotografi adalah pengaturan objek yang akan diambil gambarnya. Tidak hanya mengandalkan cahaya dan angle foto kami juga menggunakan aspek non teknis yang menitik beratkan pada warna, bentuk geometris, angle dan perspektif dalam foto (Dinata & Intan, 2021). Dalam food photography tentunya harus memperhatikan aspek estetika tersebut agar menghasilkan foto yang menarik. Itulah mengapa kami memilih latar foto yang sesuai dengan tema Zukizuka yaitu dengan menggunakan latar berwarna merah dan kuning. Selain food photography tentunya kami juga membuat design feeds untuk sosial Instagram Zukizuka. Karena dengan adanya tampilan feeds Instagram yang menarik pastinya akan meningkatkan *engagement* media sosial Instagram Zukizuka.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

Kegiatan Pengabdian Komunikasi Masyarakat berjalan dengan baik, dan berlangsung pada hari Rabu, 7 September 2022 sampai dengan Kamis, 22 September 2022, dan kegiatan Pengabdian Komunikasi Masyarakat ini dilakukan secara daring. Dalam kegiatan ini, didiskusikan melalui aplikasi *Line* dengan pemilik dari UMKM ZukiZuka yaitu dua mahasiswa aktif Universitas Tarumanagara mengenai konsep *food photography* dan *Design Feeds* yang diinginkan oleh pemilik ZukiZuka. Karena adanya *Food Photography* dan *Design Feeds*, maka juga ada hubungannya dengan desain komunikasi visual, dan salah satu teorinya adalah Teori Visual Layout. Menurut Rustan (2009) Layout merupakan tata letak elemen – elemen desain terhadap suatu media untuk mendukung konsep/ pesan, yang pada perkembangannya proses layouting/ melayout. Menurut Lia dan Kirana (2016), proses layout merupakan salah satu hal utama dalam suatu desain komunikasi visual, sebuah desain harus memiliki layout yang terpadu. Lokasi ZukiZuka terletak di Taman Malaka Selatan blok B4 no 8 gang 3C, Duren Sawit, Jakarta Timur yang berjarak 25 km dari Universitas Tarumanagara. Dengan demikian keduanya berada dalam radius kurang dari 300 km dari Universitas Tarumanagara.

B. Pembahasan

Di dunia bisnis, setiap produk pasti membutuhkan fotografi dan juga design feeds yang menarik. Dari kegiatan tersebut, dapat menarik konsumen dan memberikan kesan yang baru dan unik di dalam pikiran konsumen. Karena hal ini, beberapa orang yang belum paham dibidang bisnis, menganggap bahwa fotografi dan design feeds adalah hal yang sangat mudah. Fotografi dan Design Feeds adalah salah satu peran penting dalam dunia bisnis, dari dua hal tersebut membantu suatu produk menarik untuk konsumen. Dengan adanya kemajuan teknologi, Instagram adalah salah satu platform sosial media yang dapat membantu dunia bisnis terutama UMKM. Instagram juga adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto dan video dan sangat dimanfaatkan untuk membuka bisnis karena target audiens jauh lebih luas karena siapa saja bisa melihat konten / feeds yang sudah diunggah, dan juga bisa membantu menaikkan engagement audience serta tidak membutuhkan modal yang besar, karena siapapun bisa mengunggah konten secara gratis.

Menurut Kusrianto (2007:2) Desain Komunikasi visual didefinisikan sebagai berikut :

“Desain komunikasi visual adalah suatu disiplin ilmu yang bertujuan mempelajari konsep-konsep komunikasi serta ungkapan kreatif melalui berbagai media untuk menyampaikan pesan dan gagasan secara visual dengan mengelola elemen- elemen grafis

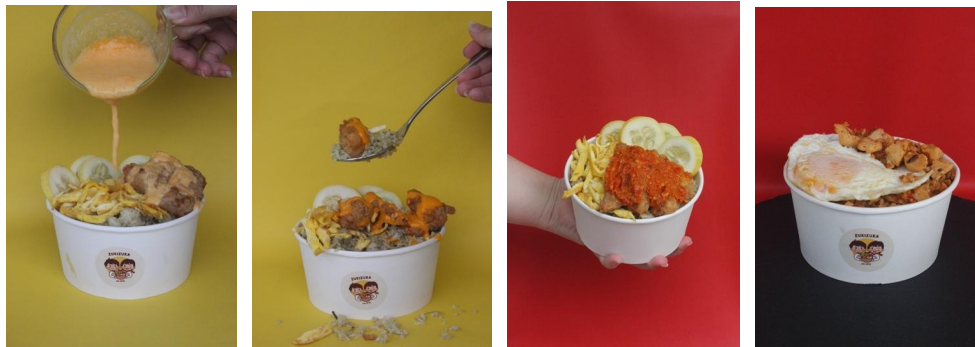
yang berupa bentuk dan gambar, tatanan huruf, serta komposisi warna dan layout (tata letak/perwajahan). Dengan demikian gagasan bisa diterima oleh orang atau kelompok yang menjadi sasaran penerima pesan”.

Maka dari itu , dalam mempromosikan suatu produk ZukiZuka , pasti tidak jauh dari Food Photography dan desain feeds, Food Photography adalah salah satu cabang dalam fotografi dalam memotret dan menata makanan untuk membuat makanan yang diabadikan tampak menarik serta menggugah selera (JPT,2019). Melalui fotografi makanan, produk ZukiZuka menampilkan produk yang dapat memberikan gambaran pada calon pembeli setelah diunggah di Instagram, juga melalui fotografi makanan ini dapat menonjolkan kelebihan yang terdapat pada produk ZukiZuka. Feeds adalah salah satu fitur Instagram yang dapat digunakan untuk membagikan foto atau video yang dilengkapi dengan fitur like, comment, hashtag, serta caption. Caption yaitu teks deskripsi tentang konten diunggah. Maka dengan itu, dalam pelaksanaan *Design feeds* maupun *Food Photography*, banyak hal dan struktur yang harus diperhatikan agar tanda (*sign*) yang ingin di sampaikan dapat di realisasikan dengan baik kepada target.

Berikut elemen-elemen dalam fotografi makanan (*Food Photography*) dan desain *Feeds* :
Warna yang identik

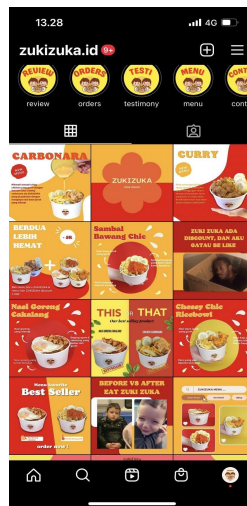
Warna khas dari ZukiZuka adalah merah dan kuning, merah dan kuning adalah warna yang terang, dan juga diartikan berani dan keceriaan. Dari Warna merah dan kuning memberikan sebuah kesan yang elegan, dinamis dan menarik pada sebuah foto dan *feeds* apabila dikomposisikan dengan baik. Kadang kala komposisi warna dapat pula memberikan kesan anggun serta mampu dengan sempurna memunculkan *mood color* atau keserasian warna-warni dari sebuah foto yang ingin menonjolkan unsur keindahan

Gambar 1. *Food Photography* ZukiZuka yang baru



Sumber : Dokumentasi Pribadi

Gambar 2. *Feeds Instagram* ZukiZuka yang baru



Sumber : Instagram @zukizuka.id

Shape

Untuk membuat shape menonjol, anda harus mampu memisahkan shape tersebut dari lingkungan sekitarnya atau dari latar belakang yang terlalu ramai. Komposisi ini biasanya dipakai dalam food photography untuk memberikan penekanan secara visual kualitas abstrak terhadap sebuah objek foto

Gambar 3. *Food Photography ZukiZuka yang baru*



Sumber : Dokumentasi Pribadi

Patterns

Rahasia penggunaan pattern adalah menemukan variasi yang mampu menangkap perhatian pemerhati. Pattern biasanya paling baik diungkapkan dengan merata. Walaupun pencahayaan dan sudut bidikan kamera membuat sebuah gambar cenderung kurang kesan kedalamannya dan memungkinkan sesuatu yang berulang kali menjadi menonjol

Gambar 4. *Food Photography ZukiZuka yang baru*



Sumber : Dokumentasi Pribadi

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dan saran yang dapat kami tarik dari pembahasan di atas adalah dalam sebuah iklan, fotografi dan desain *feeds* merupakan peran penting dalam dunia bisnis, dari fotografi dan desain *feeds*, untuk meningkatkan engagement dalam sosial media, penyampaian iklan haruslah maksimal. Food photography & design feeds yang baik adalah peran utama dalam peningkatan engagement dan minat dari para target. Jika suatu produk memiliki tampilan foto yang baik dan menarik, maka daya tarik dari suatu produk pun akan bertambah. Jika tampilan lama profil suatu sosial media memiliki struktur visual yang rapih dan menonjol, hal tersebut akan membuat penyampaian iklan suatu mitra semakin matang dan maksimal.

Ucapan Terima Kasih

Puji dan syukur panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan kasih karunia-Nya yang memberikan Kesehatan dan kesempatan sehingga Pengabdian Komunikasi Masyarakat ini terjalani dengan baik. Dalam menyusun makalah ini, penulis tidak luput dari berbagai kesulitan dan hambatan, namun atas bantuan dan dorongan dari berbagai pihak akhirnya makalah ini dapat terselesaikan dengan baik. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar besarnya dan penghargaan setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah membantu serta mendukung penulis dalam menyusun dan menyelesaikan makalah ini, yaitu kepada FIKom Untar dan mitra ZukiZuka.id.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Dinata, Ramanda Dimas Surya & A. A. Sagung Intan Pradnyanita. 2021. *Foto Prewedding Bali Dalam Kategori Wacana Estetika Postmodern*.
Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional ke Digital*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
Priansa, Donni Juni. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia

Jurnal

- OJS/PKP. *Proceeding Institut Desain Dan Bisnis Bali*.
<https://eprosiding.idbbali.ac.id/index.php/se>

Febriyantoro, MT. Arisandi, D. *Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi ASEAN.*

<https://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/JMD/article/view/175/128>

Halim, B. Yulius, Y. *Food Photography Pada Iklan Di Instagram Vol. 6 No. 1, 14 – 22.*