

Peran Foto Produk Sebagai Media Promosi Makanan Kemasan

Raihan Alfa Rizki¹

1. Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, ISI Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta, 55188, Indonesia

E-mail: raihanalfarizki242@gmail.com

Abstract

In the ever-evolving digital era, social media has become one of the main means for business people to build brand presence and reach a wider audience. One of the visual elements that plays a major role in digital marketing strategies is product photography. This study discusses the importance of product photography in increasing visual appeal, strengthening brand identity, and building consumer trust, especially in the context of packaged food promotions. Product photos not only function as visual presentation tools, but also as a communication medium that is able to convey the value, function, and advantages of the product effectively. With attractive, informative, and high-quality visuals, consumers can more easily imagine how the product is relevant to their lives, thereby increasing the chances of a purchase.

This study was conducted using a library research method by reviewing relevant literature that discusses the relationship between product photos and the effectiveness of promotions on social media. The results of the literature analysis show that the success of a product photo is greatly influenced by several important factors, such as a mature visual concept, the use of adequate equipment, proper lighting, attractive composition, and an image editing process that maintains the authenticity of the product. In the context of packaged food products, appetizing and informative visualizations have been shown to increase the perception of product quality and encourage purchasing interest. Therefore, product photos are not only a means of aesthetics, but also an important strategy in building competitive advantage in today's digital market.

Keywords: Commercial photography

PENDAHULUAN

Fotografi adalah proses atau metode untuk menghasilkan gambar atau foto dari suatu objek dengan cara merekam pantulan cahaya yang mengenai objek tersebut pada media yang peka cahaya. Fotografi Komersial adalah istilah umum yang merujuk pada gambar yang digunakan untuk mempromosikan atau menjual produk atau layanan, atau untuk mendukung bisnis, organisasi, atau influencer. Konten visual yang menarik memiliki dampak besar dalam meningkatkan keterlibatan di platform media sosial. Gambar berkualitas tinggi dapat menarik perhatian pengguna, meningkatkan jumlah like, komentar, dan berbagi, yang pada gilirannya memperluas jangkauan merek Anda. Membangun bisnis bukan hanya tentang menjual layanan atau produk kepada pelanggan. Ini tentang membangun identitas merek yang mampu mengembangkan dan mempertahankan hubungan dengan audiens targetnya.

Foto produk punya kontribusi besar dalam membangun dan memperkuat identitas produk di media sosial. Dengan memasukkan elemen visual ke dalam foto produk, bisa memperkuat identitas unik merek mereka dan membedakan diri dari pesaing. Foto produk membantu membangun pengenalan dan ingatan merek di kalangan pengguna media sosial, yang pada akhirnya memperkuat kehadiran merek. Foto produk berfungsi untuk memperkenalkan apa yang ditawarkan suatu merek. Dengan menyajikan produk yang menarik secara visual dan informatif, bisnis dapat mengkomunikasikan proposisi nilai mereka secara efektif kepada audiens. Gambar beresolusi tinggi yang menyoroti detail utama produk, menunjukkan fungsionalitas, atau mengilustrasikan penggunaan produk dapat memengaruhi keputusan pembelian secara signifikan. Ketika pengguna media sosial dapat memvisualisasikan bagaimana suatu produk cocok dengan kehidupan mereka, mereka cenderung terlibat dengan merek tersebut dan mempertimbangkan untuk melakukan pembelian Makanan yang dijual dalam wadah, seperti kotak, botol, kaleng, atau tas, dan siap untuk dimakan. Makanan kaleng, air minum dalam kemasan, permen, makanan panas, dan makanan siap saji adalah beberapa contoh makanan kemasan. Makanan kemasan umumnya tahan lama, dapat disimpan di lemari es, dan di bekukan.

Foto produk yang berkualitas berfungsi sebagai medium untuk berkomunikasi dengan audiens, membangun kepercayaan, dan akhirnya, memperkuat identitas brand, Yang mengambil gambar secara profesional dengan tujuan khusus untuk mempromosikan dan menjual barang atau jasa. Menggunakan visual dengan komposisi yang menarik, foto ini dirancang untuk menarik perhatian dan memikat calon pembeli. Foto produk adalah alat naratif, memberikan cerita tanpa kata, menggugah imajinasi dan keinginan, dan pada akhirnya mengubah penonton menjadi pembeli. Setiap foto produk yang cermat dibuat adalah undangan untuk melihat lebih dekat, untuk merasakan tekstur yang tak terlihat dan mengalami warna yang lebih hidup daripada kehidupan nyata. Di masa digitalisasi yang saat ini berkembang pesat, media sosial sudah mempengaruhi kehidupan sehari-hari. Hal ini juga muncul sebagai platform yang kuat bagi bisnis untuk terhubung dengan target audiens mereka dan membangun kehadiran merek yang kuat. Salah satu elemen kunci dalam menciptakan citra merek yang berdampak di media sosial adalah penggunaan foto produk secara efektif.

Manusia secara alami tertarik pada rangsangan visual, dan foto produk memberikan cara yang menarik secara visual untuk menampilkan penawaran suatu merek. Foto produk berkualitas tinggi dan disusun dengan baik menarik perhatian pengguna media sosial, menciptakan hubungan instan antara audiens dan merek. Foto produk yang menarik berpotensi mendorong keterlibatan dan berbagi di media sosial. Ketika pengguna menemukan gambar produk yang menarik dan menarik secara visual, mereka cenderung bereaksi, berkomentar, dan membagikannya ke jaringan mereka. Keterlibatan organik ini tidak hanya meningkatkan visibilitas merek tetapi juga menciptakan rasa keaslian dan validasi sosial terhadap merek tersebut.

Kompleksitas visual menjadi salah satu elemen penting dalam melakukan promosi melalui Instagram. Kompleksitas visual mengacu pada banyaknya elemen pada sebuah objek atau gambar dan detail dari sebuah informasi yang hendak disampaikan melalui objek atau gambar tersebut (Deng dan Poole, 2010). Studi mengenai kompleksitas visual dalam industri pemasaran memiliki sebagian besar fokus pada respon konsumen terhadap produk atau kemasan (Orth dan Crouch, 2014). Dengan kata lain, sebuah iklan atau gambar dikatakan memiliki kompleksitas visual yang tinggi apabila terdapat banyak objek dengan urutan yang tidak teratur maupun teratur baik dalam bentuk, warna, ukuran, tekstur atau objek dengan lebih banyak detail seperti fine edges, tekstur yang rumit, warna yang bervariasi atau objek yang diatur tidak simetris maupun acak. Sebaliknya, sebuah foto dikatakan memiliki kompleksitas visual yang rendah apabila didalamnya tidak terdapat banyak objek serta informasi yang diberikan tidak detail baik dari segi warna maupun bentuk. edges, tekstur yang rumit, warna yang bervariasi atau objek yang diatur tidak simetris maupun acak. Sebaliknya, sebuah foto dikatakan memiliki kompleksitas visual yang rendah apabila didalamnya tidak terdapat banyak objek serta informasi yang diberikan tidak detail baik dari segi warna maupun bentuk.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kepustakaan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana foto produk bisa menjadi salah media yang ampuh untuk merepresentasikan suatu brand melalui Fotografi komersial. Metode ini dipilih karena memungkinkan pengumpulan informasi dari berbagai sumber literatur yang relevan dan terkini. Metode tinjauan literatur memberikan kerangka yang kuat untuk mengeksplorasi pemahaman dari perspektif sastra dan landasan yang kuat untuk penelitian lebih lanjut di bidang ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari beberapa literatur kepustakaan yang sudah penulis kumpulkan, bisa dikatakan bahwa peranan fotografi produk menjadi media promosi makanan kemasan cukup berhasil. Dalam hal ini, hasil analisis literatur mengenai fotografi produk menjadi media promosi makanan kemasan menunjukkan, dengan visual yang menarik fotografi produk bisa meningkatkan harga penjualan. Mengutip dari data Weebly, foto yang menarik menjadi indikator penting untuk menarik minat pembeli.



Gambar 1. Rendang Neneku
Sumber: Instagram@laurasblackpepper



Gambar 2. Gambar 2. Japota
Sumber: Instagram@laurasblackpepper

Dengan adanya foto yang menarik jadi salah satu faktor bentuk penilaian buat calon pembeli. Sebelum memotret agar terlihat menarik ada beberapa hal yang harus di perhatikan, pastinya kita pertama akan menyiapkan konsep, mau seperti apa konsep foto yang akan kita foto, karna tanpa perencanaan dan konsep yang jelas, pasti bakal menghabiskan waktu yang banyak, setelah itu kita harus menyiapkan alat yang di butuhkan, dari kamera, tripod, lampu, dll. Dan jangan lupa untuk mengatur pencahayaan, karna pencahayaan penting buat menciptakan foto yang berkualitas. Pastikan buat memilih tempat yang terah atau bisa di tambahkan lampu, dan jangan lupa untuk mengatur komposisi terkait dengan bagaimana produk akan di susun atau di tampilin agar terlihat menarik, kamu bisa mencoba banyak komposisi untuk menentukan mana yang lebih menarik. Yang terakhir masuk ke pengeditan foto, hal ini untuk menyempurnakan hasil sebelum nya saat pengambilan gambar, tapi jangan terlalu menggunakan banyak mengubah gambar sampai mengubah produknya dari hasil yang sebenarnya, setelah itu tambahkan logo produk kamu.

SIMPULAN

Dalam pembahasan ini menjelaskan foto produk punya peran penting dalam mempromosikan produk, khususnya di media sosial. Dengan membuat visual yang menarik tidak hanya meningkatkan daya tarik suatu produk, tapi juga memperkuat citra merk, dan membangun kepercayaan pada calon pembeli. Melalui penyusunan konsep yang matang, mempersiapkan alat yang di butuhkan, dan pengaturan pencahayaan yang baik, dengan pengeditan yang tidak merubah bentuk asli dari suatu produk.

Penelitian ini dilakukan melalui metode studi kepustakaan, menjelaskan bahwa peran foto produk dalam makanan kemasan, tidak hanya bersifat estetis, tapi juga strategis, foto yang baik bisa menyampaikan narasi tanpa kata kata, membangun kepercayaan, oleh karena itu pemanfaatan fotografi produk menjadi langkah yang penting bagi pebisnis untuk menarik calon pembeli.

DAFTAR PUSTAKA

- <https://timesofindia.indiatimes.com/life-style/health-fitness/health-news/healthy-packaged-food-heres-what-that-means/articleshow/116544994.cms> Irabella, L., & Chatamallah, M. (2021).
Manajemen Krisis Public Relations PT. X Kota Pekanbaru pada Pengunduran Haji dan Umrah di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Riset Public Relations*, 1(2), 130–135. <https://doi.org/10.29313/jrpr.v1i2.420>
- <https://www.labamu.co.id/article/foto-produk-pengertian-jenis-dan-peran-penting-untuk-bisnis#:~:text=Apa%20itu%20Foto%20Produk%3F,perhatian%20dan%20memikat%20calon%20pe>m beli. Karim, I. Y., & Yulianita, N. (2021). Peran Instagram @greenarationid sebagai Media Kampanye Ramah Lingkungan. *Jurnal Riset Public Relations*, 1(2), 120–129. <https://doi.org/10.29313/jrpr.v1i2.418>
- <https://tapstudio.id/fotografi-komersial/?utm> Kurnia, S. S., Ahmadi, D., Karsa, S. I., Iskandar, D., & Firmansyah, F. (2020). Model of Disaster Information Cycle of West Java Television Journalists. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 5(2), 125–134. <https://doi.org/10.25008/jkiski.v5i2.415>
- <https://ojs.umm metro.ac.id/index.php/sinarsangsurya/article/view/3315/pdf> Priyono, A., & Ahmadi, D. (2021). Strategi Komunikasi Marketing Public Relations Barli Coffee. *Jurnal Riset Public Relations*, 1(1), 90–95. <https://doi.org/10.29313/jrpr.v1i1.306>
- https://ejournal.kreatifcemerlang.id/index.php/jbpmm/article/view/150?utm_source=chatgpt.com River, O. F. B., Sumatra, N., Harahap, A., Mahadewi, E. P., Ahmadi, D., & Tj, H. W. (2021). Conservation Science Monitoring of Macroinvertebrates Along Streams. 12(1), 247–258. https://doi.org/chrome-extension://efaidnbmnribpcajpcglclefindmkaj/https://ijcs.ro/public/IJCS-21-18_Harahap.pdf
- <https://www.jagoanhosting.com/blog/foto-produk/#manfaat-foto-produk>
- <https://kumparan.com/pengertian-dan-istilah/pengertian-fotografi-jenis-jenis-dan-tekniknya-218SS618M4X/1>
- <https://www.ivanmartinezphotography.com/articles/types-of-commercial-photography>
- <https://www.skywallphotography.com/the-power-of-commercial-photography-in-social-media-marketing/?utm>
- <https://blog.adobe.com/en/publish/2021/12/15/why-commercial-photography-is-essential-business-success?utm>