

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Fotografi merupakan media seni yang memiliki kelebihan tersendiri dibanding media seni lainnya. Foto dapat kita gunakan untuk membuat sesuatu yang tadinya biasa saja menjadi sebuah karya visual yang berbeda dan menarik. Layaknya cabang seni lainnya, fotografi juga memperhatikan berbagai hal seperti aspek teknis dan dukungan peralatan, yang juga diperkaya dengan adanya ekspresi, makna, dan fungsi. Bidikan dalam aktivitas memotret merupakan sebuah proses perekaman objek yang ada di sekitar fotografer untuk menghasilkan karya visual yang menarik. (Ajidarma, 2002).

Kata fotografi awal mula berasal dari bahasa Yunani yang terbentuk dari kata *Photos* yang berarti mencatat atau melukis dan *Graphos* yaitu cahaya. Sehingga fotografi berarti penggambaran dengan cahaya atau sinar. Oleh karena itu, fotografi berarti menggambarkan dengan cahaya. Dengan cara ini, dapat dijelaskan bahwa fotografi adalah melukis di bawah cahaya. Telah lama diketahui bahwa fotografi adalah kamera dan film fotografi yang peka cahaya yang digunakan di masa lalu. Secara umum, fotografi mengacu pada proses atau metode menghasilkan gambar atau foto suatu objek dengan merekam pantulan cahaya yang mengenai objek pada media fotosensitif. Fotografi secara umum digambarkan sebagai kegiatan atau proses yang dimana kita menghasilkan suatu seni gambar/foto melalui media cahaya dengan alat yang disebut dengan kamera untuk maksud dan tujuan tertentu. Fotografi juga merupakan gambar atau foto merupakan alat visual yang efektif yang dapat memvisualisasikan sesuatu secara lebih detail. Prinsip fotografi adalah memfokuskan cahaya dengan bantuan pembiasan sehingga mampu membakar medium penangkapan cahaya. Secara

filosofis fotografi juga mempunyai banyak definisi maupun pengertian, entah dipandang secara objektif maupun subjektif (Bianca, 2011).

Pada dasarnya tujuan hakekat fotografi adalah komunikasi. Suatu karya fotografi dapat disebut memiliki nilai komunikasi ketika dalam penampilan subjeknya digunakan sebagai medium penyampaian pesan atau merupakan ide yang terekspresikan kepada pemirsanya sehingga terjalin suatu kontak pemahaman makna. Dalam hal ini karya foto tersebut juga dapat dikatakan sebagai medium yang memiliki nilai guna fungsional dan sekaligus sebagai instrumen karena dijadikan alat dalam proses komunikasi penyampaian pesan/ide si pencipta karya foto (Soedjono, 2007).

Karya foto merupakan rekaman visual atas benda, hal, kejadian atau peristiwa melalui teknik fotografi. Karya foto selain memberi informasi yang cermat, otentik, juga memiliki nilai dokumenter yang tinggi. Pengguna fotografi dapat dengan cepat dan mudah mengekspresikan gagasan karena sifat mekanis dari fotografi yang tidak terlalu menuntut pengoperasian yang tinggi serta hampir semua objek di sekitar kita dapat dijadikan subjek dalam karya fotografi secara cepat dan personal (Wibowo, 2015). Bidikan dalam aktivitas memotret merupakan sebuah proses perekaman objek yang ada di sekitar fotografer untuk menghasilkan karya visual yang menarik (Ajidarma, 2002).

Begitu pula seperti halnya @mooto_graphy dalam mengabadikan momen pertandingan sepak bola. Dimana pengambilan gambar dilakukan disaat objek sedang bergerak dengan menggunakan Teknik *freezing* (membekukan gambar saat sedang bergerak), agar mendapatkan suatu gambar yang memiliki informasi sebagai bentuk ekpresi dari para pemain sepak bola.

@mooto_graphy merupakan sebuah perusahaan fotografi yang mengabadikan berbagai acara seperti *Wedding*, *Prewedding*, olah raga Sepak Bola dan berbagai kegiatan lainnya. manajemen kreatif dengan divisi *photography* dan *cinematography* yang memulai usaha industry kreatifnya pada tahun 2017 di Kota Bekasi. Perusahaan- perusahaan atau *Event Organizer* fotografi memang sudah sangat banyak sekali, mulai dari dokumentasi acara pernikahan, ulang tahun, atau pun mendokumentasikan sebuah instansi lembaga-lembaga besar. Dari berbagai kegiatan yang sudah disebutkan @mooto_graphy lebih fokus dalam mendokumentasikan kegiatan olah raga sepak bola. Berdasarkan dengan hasil yang sangat memuaskan dan terjangkau bagi kalangan menengah atas @mooto_graphy menjadi solusinya.



Gambar 1. 1 Hasil Foto Dari @mooto_graphy

Sumber : Instagram @mooto_graphy 2022

Bicara tentang sepak bola merupakan permainan beregu yang paling populer di dunia dan bahkan telah menjadi permainan nasional bagi setiap Negara di Dunia. Sepakbola mempunyai daya tarik sendiridibandingkan dengan olahraga lainnya. Daya tarik sepakbola

adalah keterampilan memperagakan kemampuan mengolah bola, penampilan dengan penuh perjuangan, gerakan yang dinamis, disertai dengan kejutan taktik yang membuat penonton kagum melihatnya. Permainan sepak bola merupakan olahraga yang sangat digemari dan populer saat ini, terbukti hampir diseluruh belahan dunia memainkan olahraga ini. Olahraga ini sangat berguna sebagai pendidikan, sarana rekreasi, maupun sebagai tujuan pembentukan prestasi. Permainan sepak bola membutuhkan kerja sama tim yang kompak. Di samping itu, variasi dan kombinasi teknik-teknik dasar juga diperlukan dalam permainan ini (Augustyn, 2012).

Sepak bola adalah bisnis, identitas, politik, dan keyakinan yang termodifikasi melalui penyelenggaraan suatu perayaan yang penuh dengan kegembiraan. Sepak bola menjadi sedemikian besar, kuat dan berpengaruh karena sepak bola dapat membantu, mulai dari perseorangan hingga negara, merasa menjadi bagian sesuatu yang lebih besar di luar dirinya. Ini semacam proses identifikasi diri, sosial, dan kebudayaan. Perasaan bagian dari suatu yang lebih besar di luar dirinya ini merupakan sumber energi tersembunyi yang menyimpan rasa percaya diri dan kepuasan tertentu. Percaya diri dan kepuasan yang hanya bisa diperoleh jika menjadi bagian dari suatu yang lebih besar di luar dirinya tersebut. Semuanya bergumul dalam suatu mesin raksasa bernama industri sepak bola (Syahputra, 2016).

Istilah industri dalam sepak bola dapat dijelaskan sebagai sebuah pasar di mana produk dan jasa yang mirip atau berhubungan ditawarkan pada konsumen. Industri sepak bola melibatkan seluruh suplier produk dan jasa yang memuaskan kebutuhan konsumen olahraga. Konsumen olahraga adalah masyarakat dari berbagai kalangan yang tidak mengenal usia, suku, agama, ras, maupun adat istiadat (Syahputra, 2016). Branding menjadi salah satu jalan bagi industri sepak bola di Indonesia untuk membangun citra klub sepak bola itu sendiri. Istilah strategi sudah

menjadi istilah yang sering digunakan oleh masyarakat untuk menggambarkan berbagai makna seperti suatu rencana, taktik, maupun cara untuk mencapai apa yang diinginkan. Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan *manajemen* (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya (Effendy, 2007).

Memperkenalkan dan membangun brand (merek) juga sangat penting untuk mencapai pertumbuhan di masa depan dan keberhasilan jangka panjang yang bertahan lama. Pada sisi lain, komunikasi pemasaran terpadu turut memainkan peran dasar dalam menciptakan brand yang positif dan membangun sebuah loyalitas (Shimp, 2014). Strategi komunikasi pemasaran berperan penting walaupun terkadang seringkali tidak di prioritaskan. Pemasaran tidak hanya sekedar menjual saja, pemasaran memiliki fungsi bagaimana suatu produk tersebut di informasikan ke konsumen mulai dari kelebihan produk, informasi detail, hingga fitur produk dapat di informasikan ke konsumen. Panjang pendeknya jangka waktu bisnis bisa didukung oleh strategi pemasaran, tidak hanya jangka waktu bahkan strategi pemasaran dapat menjaga pertumbuhan bisnis tersebut. Bisnis dalam jangka panjang akan sangat ditentukan oleh kekuatan merek, kualitas produk, serta komunikasi pemasaran yang berkelanjutan (Belch & Belch 2001).

Fokus penelitian ini dimaksudkan untuk membatasi studi kualitatif sekaligus membatasi penelitian guna memilih mana data yang relevan dan mana yang tidak relevan (Moleong, 2010). Pembatasan dalam penelitian kualitatif ini berkaitan dengan penurunan pemakaian jasa @mooto_graphy dari tahun 2019 hingga 2020. Penurunan tersebut menjadi perhatian penting karena berdampak pada kinerja bisnis dan pertumbuhan perusahaan. Menghadapi permasalahan ini, perusahaan

perlu mengidentifikasi dan memahami penyebab penurunan tersebut, serta merumuskan strategi pemasaran yang efektif untuk mempertahankan produk dan meningkatkan daya saing bisnis.

Penurunan pemakaian jasa disebabkan oleh beberapa faktor, seperti perubahan preferensi dan kebutuhan konsumen, peningkatan persaingan di industri fotografi olahraga, atau perubahan tren dalam dunia olahraga dan dokumentasi. Oleh karena itu, penting bagi @mooto_graphy untuk melakukan analisis mendalam terhadap pasar dan konsumen, termasuk menganalisis tren dan preferensi konsumen, serta mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan pesaing di industri ini.

Dalam konteks yang lebih luas, persaingan di industri fotografi olahraga semakin ketat, dengan banyaknya pesaing yang menawarkan layanan serupa. Untuk tetap bertahan dan berkembang, @mooto_graphy perlu mengidentifikasi keunggulan kompetitif yang dimiliki dan bagaimana mengkomunikasikannya kepada target pasar. Strategi pemasaran yang efektif diperlukan untuk memposisikan merek @mooto_graphy sebagai pilihan yang unggul dan menggugah minat konsumen.

Dengan adanya permasalahan tersebut maka yang dihadapi dalam penelitian ini yaitu bagaimana @mooto_graphy melakukan strategi pemasaran dalam mempertahankan suatu produk yang dia miliki, demi menjaga persaingan usaha agar terus bertahan dan berkembang. Penelitian ini akan difokuskan pada “Strategi Pemasaran @mooto_graphy Sebagai Dokumentator Sepak Bola” yang objek utamanya merupakan @mooto_graphy yang ada di Kota Bekasi. Maka dari penjelasan di atas, terbentuklah latar belakang yang melandasi minat penulis untuk meneliti strategi pemasaran @mooto_graphy sebagai dokumentator sepak bola.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan maka rumusan masalah yang peneliti buat adalah :

Bagaimana Strategi Pemasaran @Mooto_Graphy Sebagai Dokumentator Sepak Bola ?

1.3. Tujuan penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah di jelaskan, maka tujuan dari penelitian ini adalah : Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran @mooto_graphy sebagai dokumentator sepak bola.

1.4 Manfaat penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang dikemukakan diatas, hasil penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan yang positif dalam dunia strategi komunikasi pemasaran khususnya pada bidang dokumentator sepak bola.

2. Manfaat Praktis

Pada penelitian ini, penulis mengharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi acuan dalam startegi komunikasi pemasaran media serupa khususnya pada bidang sepak bola.