

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Tinjauan terhadap Studi Terdahulu

Untuk membantu perancangan ini, maka diperlukan tinjauan terhadap beberapa artikel. Tinjauan pertama dilakukan pada artikel dengan judul “Perancangan Karya Fotografi Fashion Kain Tenun Insana Dari Pulau Timor Nusa Tenggara Timur” oleh Sulayman, C. M., Karnadi, H., & Renaningtyas, L. (2017). Tujuan dari perancangan ini untuk memperkenalkan tenun Insana dan objek wisata yang berada di Pulau Timor kepada masyarakat Indonesia sebagai warisan budaya yang dimiliki Indonesia.

Kedua, dengan judul “Perancangan Buku Wisata Kota Larantuka, Nusa Tenggara Timur dengan media fotografi” oleh Tanay, B. R. C. (2015). Pada artikel ini memberikan informasi tentang Kota Larantuka, Flores memiliki keindahan alam dan budaya yang indah namun banyak masyarakat yang belum mengetahui akan hal tersebut. Karena itu Kota Larantuka memerlukan sebuah media yang berfungsi untuk membantu agar keindahan alam dan budaya Kota Larantuka, Flores dikenal secara luas yaitu dengan mempromosikan objek wisata alam dan budaya.

Ketiga, “Perancangan Media Sosial Fotografi Wisata Alam Lombok Timur” oleh Liana, L. L., Hagijanto, A. D., & Christianna, A. C. (2016). Perancangan ini menggunakan metode kualitatif dengan teknis pengumpulan data. Tujuan dari perancangan ini yaitu melakukan perancangan media sosial berupa fotografi wisata alam Lombok Timur yang dimana kegiatan promosi ini memanfaatkan media sosial Instagram, Facebook dan Twitter sebagai media promosi untuk menarik minat wisatawan agar dapat berkunjung.

Keempat, “Fotografi sebagai media promosi pariwisata Kabupaten Ponorogo Propinsi Jawa Timur” oleh Putranti, R. C. (2010). Tujuan dari perancangan artikel ini untuk mempromosikan pariwisata kabupaten ponorogo provinsi Jawa Timur melalui media berupa foto karena media fotografi sangat baik untuk dijadikan sebagai sarana untuk mempromosikan daerah dengan obyek wisata karena fotografi terlihat lebih simpel, nyata, modern serta mudah

dipahami dan menarik indera penglihatan manusia. Selain itu artikel ini juga menyebutkan bagaimana teknik pelaksanaan dan proses pengerjaan media promosi.

Yang terakhir, “Perancangan Media Promosi Wisata Alam Aku Cantik Campground Kota Sukabumi” oleh Handika, M. M., Arumsari, R. Y., & Triani, A. R. (2021). Tujuan dari perancangan artikel ini adalah untuk mempromosikan wisata alam aku cantik campground kota sukabumi melalui media promosi menggunakan media cetak, media online dan media pendukung berupa *website*.

2.1.2 Buku Referensi

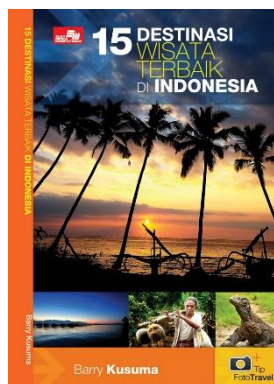
Pertama, buku mengenai fotografi secara umum, buku yang digunakan berjudul “Fotografi” (Karyadi, 2017) buku ini memiliki 5 bab yang menjelaskan teori-teori dasar fotografi meliputi: sejarah fotografi, unsur-unsur yang terdapat pada fotografi, jenis-jenis fotografi, komposisi ketika mengambil sebuah foto, jenis kamera dan bagian kamera. Buku ini menjelaskan tentang cara untuk menjadi seorang fotografer, tentunya disertai dengan dasar-dasar dan teknik fotografi.



Gambar 2.1 Buku Fotografi
(Sumber: Google Books)

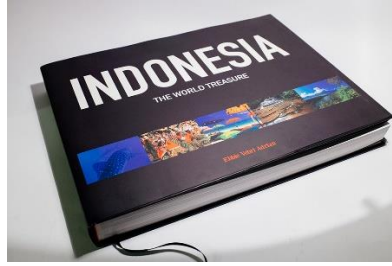
Kedua, “Buku 15 Destinasi Wisata Terbaik di Indonesia”. Barry Kusuma merupakan salah satu fotografer sekaligus *traveler* yang telah mengelilingi Indonesia sejak mulai duduk di bangku kuliah hingga sekarang. Buku dengan judul 15 Destinasi Wisata Terbaik di Indonesia merupakan salah satu buku yang merangkum kekayaan alam dan budaya yang dimiliki Negara Indonesia yang di buat oleh Kusuma Barry pada tahun 2012. Buku dengan judul 15 Destinasi ini secara detailnya menjelaskan tentang destinasi-destinasi dan *event* budaya yang jarang diketahui oleh orang-orang dan tidak pernah kunjungi. Tujuan utama dari

buku ini adalah ingin menginspirasi para *traveler* dan fotografer yang ingin berkeliling Indonesia. Buku ini dibuat dengan konsep yang dapat membantu dan memberikan informasi secara detail tentang destinasi wisata yang ada di Indonesia dan juga untuk membantu para *travelers* yang ingin belajar memotret yang hasilnya akan dibuat sebagai kebutuhan blog, majalah, maupun sosial media. Kelebihan dari buku ini adalah menerangkan cara "*How To Get There*" secara lengkap dan Detail dan informasi destinasi wisata di Indonesia yang masih jarang dikunjungi.



Gambar 2.2 Buku 15 Destinasi Wisata Terbaik
(Sumber: Goodreads)

Ketiga, Buku yang berjudul “*INDONESIA A WORLD OF TREASURES*” karya Ebbie Adrian pada tahun 2014. Buku ini beisikan potongan foto keindahan dari surga bernama atau dikenal dengan “Indonesia” Buku dengan ketebalan 543 halaman ini berisi 1.300 foto alam dan budaya serta flora fauna yang berada di 34 propinsi di Indonesia. Buku dengan ketebalan 543 halaman ini tersusun dari Timur ke Barat, dari Marauke ke Sabang. Penyusunan buku ini mempunyai pandangan akan pembangunan Indonesia selama ini dimulai dari barat ke timur harus diubah dengan mengubah paradigma masyarakat dan menegaskan bahwa Indonesia bagian timur yang eksotis dan juga membutuhkan perhatian. Buku ini berisikan kekayaan alam dan budaya yang dimiliki oleh Indonesia. Melalui buku yang dibuat, Ebbie memiliki misi khusus yaitu mengajak orang-orang untuk menjaga alam dan budaya Indonesia.

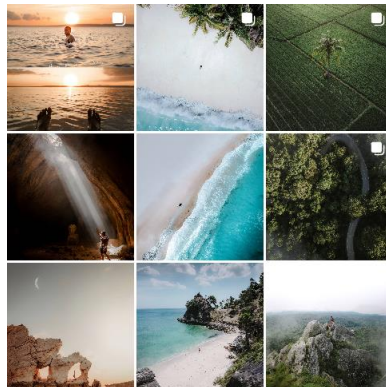


Gambar 2.3 Indonesia A World of Treasures
(Sumber: Phinemo)

2.1.3 Tinjauan Sumber Ide Perancangan

Beberapa karya foto yang menjadi sumber ide perancangan penelitian yang berjudul “Perancangan Konten Media Sosial Instagram Berbasis Fotografi Tentang Kekayaan Alam Dan Budaya Pulau Timor Untuk Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan” yaitu sebagai berikut:

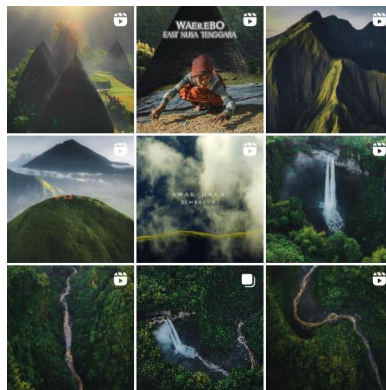
1. Sumber ide pengambilan gambar berasal dari fotografer dan videografer bernama Jhoy Saekoko. Instagram @jhoysaekoko_ merupakan Instagram fotografi *landscape* di Nusa Tenggara Timur yang berfokuskan pada alam. @jhoysaekoko_ menggunakan *tone* warna dingin yang didukung oleh cahaya alam. Selain *tone* warna adapun teknik pengambilan foto yang digunakan yaitu teknik *Aerial Photography* atau teknik pengambilan gambar menggunakan *drone*. Pada perancangan ini akan menggunakan instagram @jhoysaekoko_ sebagai inspirasi dalam menentukan *style* fotografi alam, serta teknik yang akan digunakan.



Gambar 2.4 Referensi Foto
(Sumber: https://www.instagram.com/jhoysaekoko_/)

2. Instagram @hendriwlsss

Instagram @hendriwlsss merupakan Instagram videografer dan fotografer alam atau *landscape*, yang berfokus pada videografi alam yang ada di Indonesia. @hendriwlsss menggunakan *tone* warna yang natural. Selain *tone* warna adapun teknik pengambilan foto dan video yang digunakan yaitu Teknik *Aerial Photography* atau teknik pengambilan gambar menggunakan *drone*. Perancangan ini akan menggunakan instagram @hendriwlsss sebagai inspirasi dalam menentukan *tone* warna, pengambilan video serta teknik yang akan digunakan.

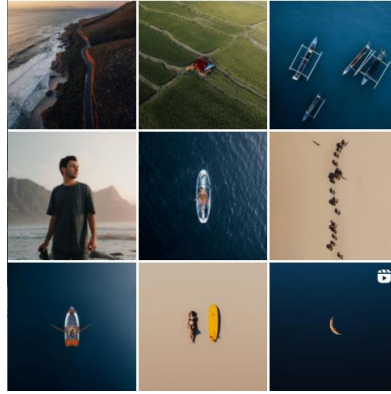


Gambar 2.5 Referensi Foto

(Sumber: <https://www.instagram.com/hendriwlsss/>)

3. Instagram @hoehen_flug

Instagram @hoehen_flug merupakan instagram fotografer alam yang berasal dari Germany. Instagram @hoehen_flug merupakan instagram fotografi yang berfokuskan pada fotografi alam yang ada di luar negeri serta sesekali memotret alam di Indonesia. @hoehen_flug menggunakan *tone* warna yang dingin dan hangat. Selain *tone* warna Adapun komposisi yang digunakan sehingga *visual impact* atau kemampuan gambar dapat tersampaikan dengan baik kepada orang yang melihat. Teknik pengambilan foto yang digunakan yaitu Teknik *Aerial Photography* atau teknik pengambilan gambar menggunakan *drone*. Perancangan ini akan menggunakan instagram @hoehen_flug sebagai inspirasi dalam menentukan komposisi serta teknik yang akan digunakan.



Gambar 2.6 Referensi Foto

(Sumber: https://www.instagram.com/hoehen_flug/)

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Fotografi

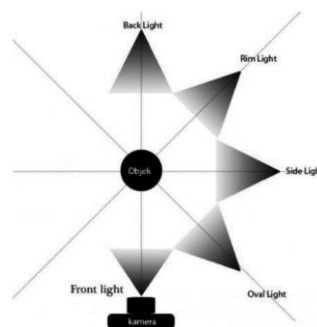
Fotografi berasal dari kata Yunani "Grafos", yang berarti melukis, dan "Photos", yang berarti cahaya. Secara umum, fotografi adalah teknik untuk mengambil gambar atau foto dari sebuah objek melalui pantulan cahaya yang menyinari objek tersebut dan direkam pada media yang peka terhadap cahaya. benda tersebut adalah kamera. (Karyadi, 2017, p.6).

2.2.2 Fungsi Fotografi

Fotografi melihat dunia tanpa ilusi, tanpa menambah atau mengurangi objek; mereka berfungsi sebagai mediator yang mampu menyampaikan dan berkomunikasi tentang kebenaran dan realitas visual (Rusli, 2016).

2.2.3 Unsur-Unsur Fotografi

Ada empat unsur penting sebagai dasar fotografi, yaitu:



Gambar 2.7 Dasar Percahayaan

(Sumber : Qubisa)

a. Pencahayaan

Sumber cahaya yang digunakan dalam fotografi antara lain cahaya alam seperti matahari, bulan dan cahaya buatan seperti *blitz*, lampu studio, lilin, senter dan api.

Menurut Karyadi (2017), terdapat 5 arah cahaya yang dimana setiap arah pencahayaan memiliki fungsinya tersendiri antara lain:

a. *Front Light* (Cahaya Depan)

Fotografi menggunakan teknik front light untuk menghasilkan foto yang relatif tanpa bayangan dari objek yang dipotret. Efek ini dapat mengurangi tekstur dari objek atau benda yang dipotret, sehingga objek atau benda yang dipotret terlihat datar atau rata.

b. *Oval Light*

Teknik pencahayaan oval light menggunakan arah pencahayaan dari sudut 45°, atau sekitar tiga perempat dari posisi objek yang difoto. Teknik cahaya oval ini memungkinkan penampilan dimensi baru pada objek tanpa kehilangan karakternya. Untuk memotret, biasanya menggunakan reflector.

c. *Side Light* (Cahaya Samping)

Teknik pencahayaan side light adalah metode pencahayaan dari samping yang menonjolkan bentuk dan permukaan objek foto. Pencahayaan ini membuat objek terpisah dari latar belakang dan menciptakan kesan tiga dimensi.

d. *Rim Light*

Teknik rim light adalah variasi dari teknik pencahayaan yang memanfaatkan arah cahaya yang datang dari belakang dengan sudut setengah dari objek yang dipotret, sehingga bagian depan objek terlihat gelap. Tujuan dari teknik ini sendiri adalah untuk menampilkan kontur atau bentuk garis yang dapat dilihat dengan jelas serta kilauan cahaya yang datang dari bagian tepi belakang objek yang dipotret.

e. *Back Light* (Cahaya Belakang)

Teknik back light biasanya digunakan untuk memotret foto siluet karena memanfaatkan arah cahaya yang datang tepat dari belakang objek yang akan difoto.

b. Efek Gerak

Dalam dunia fotografi, gerakan lambat (show action), gerakan yang mengikuti objek (panning), dan gerakan cepat yang membuat objek membeku disebut stop action. Dengan adanya efek gerak, karya fotografi menjadi seolah-olah objek yang dipotret "hidup". (AP Gunawan, 2014, p.31).



Gambar 2.8 Efek Gerak
(Sumber : snapshot)

c. Fokus & Ruang Tajam

Ruang tajam dan fokus dapat menampilkan gambar yang lebih baik. Fokus akan menunjukkan apa yang menjadi fokus pembicaraan dalam sebuah karya foto. Fokus dapat memberikan kesan kedalaman pada foto dengan membuat efek blur pada latar depan dan latar belakang. Mengatur kedalaman ruang juga dapat membantu pembentukan dimensi gambar. Dengan fokus yang baik dan tepat, kita dapat mengatur ketajaman gambar, sehingga subjek yang ditunjukkan lebih menarik dan memiliki ekspektasi yang lebih baik. (AP Gunawan, 2014, p.36).

d. Komposisi

Dalam fotografi, komposisi memiliki arti yaitu susunan gambar dalam batas ruang atau bagaimana cara menyusun elemen-elemen penting dari objek foto secara keseluruhan. Tujuan komposisi adalah untuk menciptakan suasana hati dalam foto sehingga seimbang dengan objeknya. Dengan mengatur komposisi foto, dapat melatih kepekaan mata untuk menangkap berbagai elemen dan unsur selama pemotretan (Karyadi, 2017).

Beberapa elemen komposisi fotografi yang dapat diterapkan dalam pengambilan foto agar hasil foto terlihat lebih menarik, diantaranya :

1. *Point Of Interest*

POI adalah titik utama foto yang sangat menarik sehingga fotografer tahu apa yang ingin difoto. Untuk mendapatkan POI dari sebuah foto, gunakan *Rule of Third*, yang membagi foto menjadi tiga bagian, lalu meletakkan objek pada garis atau titik potong dari *grid*.



Gambar 2.9 *Rule of Third*
(Sumber: lightroompresets)

2. *Depth of Field*

Depth of Field, atau ketajaman ruang, adalah komposisi yang meningkatkan kekuatan suatu objek yang menjadi pusat foto. DOF sempit dan DOF luas dipengaruhi oleh *F-number*.



Gambar 2.10 *Depth of Field*
(Sumber: cartoonize)

3. *Background*

Latar belakang adalah komponen pendukung dari foto yang diambil yang relevan dengan POI yang ingin disampaikan. Cahaya dan objek sekitar mempengaruhi latar belakang.



Gambar 2.11 *Background*
(Sumber: youtooproject)

4. *Colour*

Salah satu komponen terpenting dari foto adalah warna, yang dapat memberikan objek daya tarik dan kedalaman rasa.



Gambar 2.12 *Colour*
(Sumber: expertphotography)

5. *Pattern*

Pattern (bentuk) adalah bentuk yang terdiri dari garis, pola, atau tekstur yang menarik.



Gambar 2.13 *Pattren*
(Sumber: theschoolofphotography)

6. *Framing*

Framing, juga dikenal sebagai "bingkai", adalah menambahkan bingkai pada sebuah objek foto untuk membuatnya lebih menarik. Framing biasanya menggunakan objek lain sebagai bingkai dari objek foto utama.



Gambar 2.14 *Framing*
(Sumber: nyip.edu)

7. *Horizontal dan Vertical*

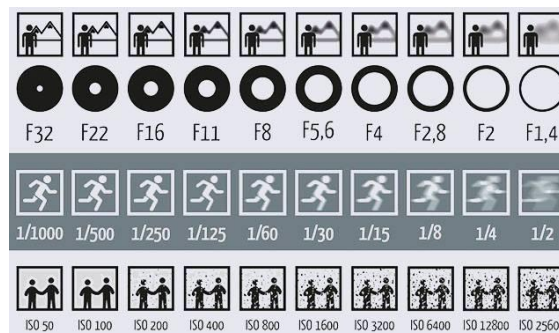
Horizontal dan *Vertical* merupakan posisi suatu kamera dalam pengambilan sebuah gambar atau foto. Dimana posisi ini berupa *portrait (Vertical)* dan *landscape (Horizontal)*.



Gambar 2.15 *Horizontal dan Vertical*
(Sumber: kapwing)

2.2.4 Prinsip Fotografi

Prinsip utama fotografi adalah memfokuskan cahaya dengan pembiasan sehingga mampu membakar medium dari penangkap cahaya. Medium yang dibakar dengan intensitas cahaya yang tepat dapat menghasilkan bayangan dengan cahaya yang memasuki medium pembiasan. Lightmeter adalah alat bantu untuk mengukur intensitas cahaya. Fotografer dapat mengatur ISO, Aperture, Shutter, dan Exposure setelah mendapatkan ukuran cahaya yang diinginkan (Karyadi (2017),



Gambar 2.16 Segitiga *Exposure*
(Sumber : kelasfotografi)

Fotografi memiliki beberapa aturan atau prinsip yang harus diterapkan pada setiap foto atau karya yang dibuat agar foto tersebut terlihat lebih menarik dan nyaman dipandang. Fotografi memiliki beberapa prinsip, diantaranya sebagai berikut:

a. *Balance* (keseimbangan)

Beberapa elemen seni yang dapat memberikan rasa keseimbangan dan

kepuasan kepada penonton adalah keseimbangan. Untuk mencapai keseimbangan, unsur-unsur seni dapat diatur secara sistematis atau asimetris dengan penempatan unsur-unsur secara acak, kanan-kiri, atas-bawah, yang tidak sama tetapi terlihat seimbang (Sulistyo E. T, 2005: 98).



Gambar 2.17 Keseimbangan
(Sumber : fineartamerica)

b. Kesatuan

Kesatuan yang dimaksudkan adalah karya yang menunjukkan sifat yang begitu utuh secara keseluruhan, tanpa cacat, yang berarti tidak ada yang kurang atau berlebihan (Jelantik (1999:42),. Kesatuan didefinisikan sebagai kohesi, konsistensi, keutuhan, dan isi pokok dari komposisi, efek yang dicapai dalam satu susunan atau komposisi di antara hubungan elemen pendukung karya sehingga menampilkan kesan yang utuh secara keseluruhan (Dharsono, 2004: 117).



Gambar 2.18 Kesatuan
(Sumber : fineartamerica)

c. Harmoni

Harmoni adalah kombinasi elemen yang dekat satu sama lain. Jika unsur-unsur estetik digabungkan secara bersamaan atau berdampingan, maka suatu kombinasi tertentu akan timbul dan menghasilkan keserasian (Dharsono, 2004: 113). Dalam keselarasan antara komponen atau bagian yang disusun untuk menjadi satu kesatuan bagian, tidak ada yang saling bertentangan; mereka semua cocok dan terpadu (Djelantik, 1999: 46).



Gambar 2.19 Harmoni
(Sumber : editpapa)

d. Kontras (*contras*)

Kontras adalah kombinasi elemen yang berbeda tajam. Suatu pertentangan yang dieksistensikan dapat menarik perhatian karena tanggapan yang licin, kasar, dan halus. Menurut Dharsono (2004), kontras memiliki kemampuan untuk menghidupkan foto, dan kontras juga merupakan komponen komposisi yang diperlukan untuk menghasilkan bentuk.



Gambar 2.20 *Contras*
(Sumber : katebackdrop)

e. *Simplicity*

Kesederhanaan atau simplisitas, didefinisikan sebagai penyederhanaan yang cermat dan selektif dari elemen artistik dalam foto (Dharsono 2004: 121).



Gambar 2.21 *Simplicity*
(Sumber : photoworkout)

f. *Emphasis* (Aksentuasi)

Emphasis adalah titik berat untuk menarik perhatian (*centre of interest*). Aksentuasi mengarahkan mata ke objek atau tempat yang menjadi pusat perhatian, mewujudkan pusat perhatian di salah satu aspek foto yang mungkin paling menarik (Dharsono, 2004:122).



Gambar 2.22 *Emphasis*
(Sumber : alamy)

2.2.5 Camera Angle

Dalam fotografi angle kamera merupakan sudut pengambilan foto, setiap angle tentunya akan menghasilkan suatu foto yang berbeda-beda. *Angle* pada setiap foto akan menghasilkan foto yang menarik, berikut beberapa *angle* kamera yang digunakan pada fotografi:

a. *Bird Eye*

Bird eye merupakan pengambilan foto dari sudut pandang dari titik ketinggian sehingga memiliki pandangan yang sangat luas dan termasuk perspektif objek.



Gambar 2.23 *Bird Eye*
(Sumber: Seeker.io)

b. *Eye Angle*

Eye angle adalah sudut pandang yang dimana lensa kamera dibidik layaknya mata melihat objek secara biasa atau setara dengan mata. *Angle* ini biasanya

gunakan untuk memotret manusia dan beserta aktifitasnya.



Gambar 2.24 *Eye Angle*
(Sumber: bhamalumni.org)

c. *Low Angle*

Sudut pandang ini, kamera diposisikan lebih rendah dari objek, sehingga fotografer perlu sedikit menunduk agar mendapatkan hasil yang memuaskan. Biasanya teknik ini digunakan untuk menunjukkan kesan yang tangguh, elegan dan megah.



Gambar 2.25 *Low Angle*
(Sumber: Kreativv)

d. *High Angle*

High angle biasanya digunakan untuk memperlihatkan kesan yang luas pada objek, biasanya *High Angle* digunakan untuk memotret pemandangan.



Gambar 2.26 *High Angle*
(Sumber: The Avenger)

e. *Frog Eye*

Ketika menggunakan sudut pandang *frog eye* maka kamera akan disejajarkan dengan tanah, biasanya *frog eye* digunakan untuk memotret objek yang posisinya tepat diatas tanah.



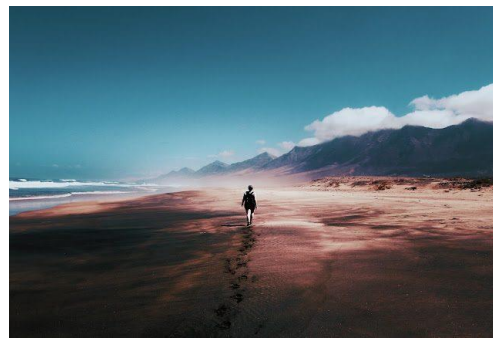
Gambar 2.27 *Frog Eye*
(Sumber: Pixel.web.id)

2.2.6 *Camera Shot*

Menurut Justin Dise (2016), kamera *angle* meupakan bidikan kamera untuk mengambil sebesar apa objek di dalam sebuah *frame*, antara lain:

a. *Extreme Long Shot*

Untuk menampilkan subjek dari kejauhan, jenis kamera shot ini sangat berguna untuk menentukan waktu dan tempat objek, serta hubungan fisik atau emosional karakter dengan lingkungan dan komponennya.



Gambar 2.28 *Extreme Long Shot*
(Sumber: bhphotovideo)

b. *Long Shot*

Long shot merupakan teknik pengambilan gambar dari jarak jauh sehingga dapat menampilkan banyak orang secara seluruh badan dalam satu *frame* yang sama.



Gambar 2.29 *Long Shot*
(Sumber: bhphotovideo)

c. *Full Shot*

Menampilkan karakter atau objek dari kepala hingga ujung kaki, dengan subjek memenuhi bingkai. Penekanannya cenderung lebih pada tindakan dan gerakan dari pada keadaan emosi karakter.



Gambar 2.30 *Full Shot*
(Sumber: bhphotovideo)

d. *Medium Long Shot*

Menengah antara *Full Shot* dan *Medium Shot*. Menunjukkan subjek dan objek dari lutut ke atas.



Gambar 2.31 *Medium Long Shot*
(Sumber: bhphotovideo)

e. *Medium Shot*

Medium shot adalah teknik pengambilan gambar yang mengambil beberapa bagian dari objek atau kata lain tidak mengambil secara keseluruhan dari bagian objek. Teknik ini biasa dilakukan untuk menampilkan gambar orang dengan jelas.



Gambar 2.32 *Medium Shot*
(Sumber: bhphotovideo)

f. *Medium Close Up*

Menengah di antara *Medium Shot* dan *Close-Up*, umumnya terlihat subjek dari dada atau bahu ke atas.



Gambar 2.33 *Medium Close Up*
(Sumber: bhphotovideo)

g. *Close Up*

Teknik pengambilan gambar yang menampilkan hasil gambar yang jauh lebih dekat. Teknik ini diperoleh bagian bahu sampai bagian atas kepala.



Gambar 2.34 *Close Up*
(Sumber: bhphotovideo)

h. *Choker*

Sebuah tampilan dari *Close-Up*, memotret objek wajah dari atas alis hingga di bawah mulut.



Gambar 2.35 *Choker*
(Sumber: bhphotovideo)

i. *Extreme Close Up*

Teknik pengambilan dari jarak yang sangat dekat. Teknik *extreme close up* biasanya digunakan untuk mengambil gambar bagian-bagian tertentu secara terpusat dan sangat jelas.



Gambar 2.36 *Extreme Close Up*
(Sumber: bhphotovideo)

j. *Aerial*

Teknik memotret permukaan bumi, atmosfer, dan hidrosfer menggunakan kamera yang dipasang di pesawat terbang, roket, drone, dan satelit yang mengorbit di luar angkasa, termasuk teleskop, balon udara, burung, dan lainnya. Seorang fotografer atau videografer dapat mengontrol kamera ini dari jarak jauh atau otomatis.



Gambar 2.37 *Aerial*
(Sumber: Pixel)

2.3 Social Media Konten Marketing

2.3.1 Sosial Media

Media sosial telah membuat orang-orang terhubung di seluruh dunia. Para pengguna media sosial selalu terhubung dan berbicara dengan teman-teman mereka tentang hal-hal baru. Media sosial, menurut Evans (2008), mengacu pada percakapan autentik yang dihasilkan sendiri antara individu tentang topik tertentu yang menjadi minat bersama. Percakapan ini dibangun di atas pemikiran dan pengalaman individu yang terlibat. Media sosial, menurut Touchette dan Schanski (2015), didefinisikan sebagai metode komunikasi yang melibatkan dua atau lebih pihak, termasuk penerbit web dan pengguna, yang dimana memberikan kesempatan bagi para pengguna untuk berinteraksi dan berpartisipasi secara kolektif. Oleh karena itu, tujuan utama dari media sosial adalah untuk menghubungkan setiap orang melalui internet.

2.3.2 Media Sosial Konten Marketing

Menurut Content Marketing Institute (2015), konten marketing adalah pendekatan pemasaran strategis yang berfokus pada membuat dan mendistribusikan konten yang relevan, berharga, dan konsisten untuk menarik dan mempertahankan audiens yang jelas untuk mendapatkan keuntungan. Marketing sosial media (SMM) adalah jenis digital marketing yang memasarkan barang atau jasa yang dimiliki oleh sebuah perusahaan melalui platform media sosial. Menurut Herman dan Athar (2018) Marketing sosial media adalah usaha untuk membuat konten berupa gambar, tulisan, dan video yang menarik perhatian orang dan mendorong mereka untuk berinteraksi dan membaginya melalui jaringan sosialnya. Menurut Dahmiri (2020), sosial media marketing adalah sesuatu kebaruan di dunia marketing dan dapat digunakan

dalam perencanaan pemasaran untuk berkomunikasi. Jadi, saat ini perusahaan harus dapat membuat konten yang dapat menarik minat calon konsumen karena pertumbuhan pengguna media sosial saat ini semakin pesat.

Saat ini, ada banyak media sosial yang dapat digunakan untuk mempromosikan barang atau jasa. Orang-orang sering menggunakan media sosial untuk promosi, seperti menggunakan Line, Instagram, Tiktok, Facebook, dan Twitter. Dengan adanya media sosial seperti ini, suatu perusahaan dapat melakukan promosi dan memberikan informasi dengan sangat efektif ke target yang diinginkan. Setiap platform sosial media memiliki karakteristik dan fitur unik, seperti Instagram, yang berfokus pada video yang menarik melalui fitur *story*, *Reels*, dan *Feed*.

Saat ini, bisnis kecil maupun besar harus menggunakan media sosial sebagai bagian terpenting dari strategi pemasaran. Salah satu keuntungan menggunakan sosial media untuk sebuah bisnis adalah memungkinkan pengunjung atau followers untuk berbagi informasi. Oleh karena itu, sosial media harus digunakan dengan benar untuk target pasar yang dimaksud. Banyak merek menggunakan platform sosial media untuk memasarkan barang dan jasa mereka. Pemasaran konten dapat menciptakan kedekatan dengan audiens sehingga marketer lebih mudah mencapai tujuan komunikasi pemasaran merek.

Menurut Pertiwi & Gusfa (2018), desain, berita yang mudah dibaca, ketepatan waktu, dan keselarasan warna yang digunakan pada konten adalah komponen yang harus diperhatikan saat membuat pemasaran konten yang menarik dan kreatif. Pemasaran konten dapat membantu marketer mencapai tujuan komunikasi pemasaran karena membangun kedekatan dengan audiens.

Menurut Gunelius (2011:59-62) terdapat empat elemen yang bisa dijadikan sebagai variabel kesuksesan dalam pembuatan sosial media marketing, antara lain:

1. *Content Creation*: Untuk membuat target konsumen dapat mempercayai bisnis, konten yang dibuat harus menarik dan menunjukkan kepribadian perusahaan.
2. *Content Sharing*: Berbagi konten ke komunitas sosial dapat membantu memperluas jaringan dalam sebuah bisnis dan memperluas audience online. Bergantung pada jenis konten, berbagi konten juga dapat menghasilkan

peningkatan penjualan secara tidak langsung maupun secara langsung.

3. *Connecting*: Dengan menggunakan jejaring sosial, seseorang dapat bertemu dengan orang lain yang memiliki minat yang sama dan membangun jaringan yang kuat, yang pada gilirannya dapat menghasilkan lebih banyak bisnis.
4. *Community Building Web social*: sebuah komunitas online besar yang terdiri dari banyak orang yang tinggal di seluruh dunia yang berinteraksi melalui teknologi. Adanya social networking dapat memungkinkan pembentukan komunitas di internet yang memiliki minat yang sama.

2.3.3 Instagram

Pinaria, NWC, dan Sumartini, AR (2023). Instagram adalah platform media sosial di mana pemasar dapat berbagi informasi berupa teks, gambar, audio, dan video. Selain itu, memungkinkan pemasar untuk berkomunikasi dua arah atau lebih dengan calon pelanggan mereka, dan memungkinkan mereka untuk terhubung dengan platform media sosial lainnya seperti Facebook.