

# Perancangan Stok Foto Untuk Publikasi dan Promosi Media Sosial Udinus Semarang

Daniar Wikan Setyanto<sup>1</sup>, Dzuha Hening Yanuarsari<sup>2</sup>, Gilang Rizky Gardianto<sup>3</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Dian Nuswantoro Semarang

<sup>3</sup>PSDKU Universitas Dian Nuswantoro Kediri

daniarwikan@dsn.dinus.ac.id<sup>1</sup>, dzuha.yanuarsari@dsn.dinus.ac.id<sup>2</sup>,

gilang.rizky@dsn.dinus.ac.id<sup>3</sup>

## ABSTRACT

*Dian Nuswantoro University (UDINUS) Semarang is one of the best universities ranked first in Central Java according to UniRank. Currently Udinus has 6 faculties and 23 study programs. As a university, of course UDINUS must have means of publication and promotion which are carried out regularly on social media. One of the most popular social media in Indonesia is Instagram. Because the scope of promotions related to Udinus is very large and social media account management must be sustainable, it is necessary to design stock photos that can be used for various publication and promotional purposes. The purpose of creating stock photos is to meet the needs for design content material that will be displayed on the official UDINUS account regularly. This design will use the MDLC (Multimedia Development Life Cycle) method. This research will produce stock photo works that can be implemented in various kinds of design content for UDINUS publications, promotions and advertisements in general.*

**Keywords:** *Stock Photography, Udinus Semarang, MDLC (Multimedia Development Life Cycle), Social Media, Instagram*

## ABSTRAK

Universitas Dian Nuswantoro (UDINUS) Semarang merupakan perguruan terakreditasi Unggul yang menempati ranking pertama di Jawa Tengah versi UniRank. Saat ini Udinus memiliki 6 Fakultas dan 23 Program studi. Sebagai sebuah PTS tentunya harus memiliki sarana publikasi dan promosi yang dilakukan secara berkala di sosial media. Salah satu sosial media paling populer di Indonesia adalah Instagram. Namun karena cakupan promosi yang berkaitan dengan Udinus cukup luas dan pengelolaan akun media sosial harus bersifat berkelanjutan, maka perlu adanya sebuah perancangan stok foto yang bisa digunakan untuk berbagai keperluan publikasi dan promosi. Tujuan dibuatnya stok foto adalah untuk memenuhi kebutuhan materi konten desain yang akan ditayangkan di akun resmi UDINUS secara berkala. Perancangan ini akan menggunakan metode MDLC (*Multimedia Development Life Cycle*). Penelitian ini akan

menghasilkan karya stok foto yang bisa di implementasikan di berbagai macam konten desain publikasi, promosi dan iklan UDINUS secara umum.

**Kata Kunci** : Stok Fotografi, Udinus Semarang, MDLC (*Multimedia Development Life Cycle*), Media Sosial, Konten Instagram

## PENDAHULUAN

Universitas Dian Nuswantoro (UDINUS) Semarang merupakan salah satu perguruan tinggi swasta yang telah terakreditasi unggul di Jawa tengah. Udinus didirikan pada tahun 1986 awalnya merupakan lembaga kursus komputer bernama institut Manajemen Komputer dan Akuntansi (IMKA). Pada tahun 2021, IMKA telah berkembang pesat dan bergabung dengan beberapa lembaga pendidikan lain lalu berubah nama menjadi Universitas Dian Nuswantoro Semarang. Dian Nuswantoro merupakan akronim dari bahasa Jawa "*Dumununging Ingsun Angrakso Nagoro Nuswantoro*" yang berarti "*Bersemayam di atas, Menerangi Dunia dan Nusantara*". Saat ini Udinus memiliki 6 Fakultas yaitu Fakultas Ilmu Komputer, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Fakultas Ilmu Budaya, Fakultas Kesehatan, Fakultas Teknik dan Fakultas Kedokteran.

Sebagai perguruan tinggi swasta, tentunya UDINUS memerlukan upaya marketing supaya bisa menjaring mahasiswa baru setiap tahunnya. Salah satu upaya marketing yang dilakukan oleh UDINUS adalah kegiatan promosi dan publikasi lewat sosial media. Promosi dan publikasi lewat sosial media cukup penting karena memiliki beberapa keunggulan yaitu : (1) Jangkauan

luas, Sosial media bisa menjangkau wilayah geografis dan segmentasi yang sangat luas. Jangkauan sosial media tidak hanya dibatasi kota tertentu namun bisa seluruh Indonesia bahkan global. (2) Target audiens tersegmentasi secara jelas. Platform sosial media memiliki fitur yang bisa menspesifikasi audiens secara tajam. Hal tersebut membuat berbagai konten yang ada pada sosial media bisa diakses oleh sasaran yang tepat. Kriteria segmen sosial media sangat beragam seperti usia, jenis kelamin, minat, lokasi bahkan kalangan ekonomi tertentu. (3) Keterlibatan langsung audiens. Dengan sosial media, target audiens bisa berpartisipasi langsung di setiap konten yang telah dibuat. Keterlibatan tersebut bisa berupa komentar, testimoni, penilaian bahkan berkomunikasi langsung dengan admin lewat fitur yang disediakan. (4) Memiliki sistem analisis kinerja. Sosial media memiliki fitur yang bisa menganalisis kinerja setiap konten yang telah ditayangkan. Dengan fitur tersebut, kita bisa memantau berapa banyak audiens yang telah mengunjungi, mengomentari, dan berinteraksi dengan konten yang telah ditayangkan. (5) Biaya murah. Sosial media memungkinkan kita bisa melakukan promosi dan publikasi dengan biaya murah bahkan gratis. (6) Fleksibel dan Cepat. Dengan sosial

media kita bisa memproduksi promosi dan publikasi secara cepat dan fleksibel. Lewat sosial media kita juga bisa memantau segala sesuatu yang sedang tren/viral sehingga kita bisa menentukan strategi secara cepat dan sesuai dengan kebutuhan/*feedback* dari sasaran anda. (Luik, 202).

Salah satu platform media sosial yang populer di Indonesia adalah Instagram. Menurut data yang dikutip dari *katadata.co.id* pengguna Instagram per April 2023 di Indonesia telah mencapai 100juta orang, terbanyak ke-4 di dunia. Karena itulah UDINUS juga melakukan promosi dan publikasi lewat Instagram. Kelebihan Instagram diantaranya adalah (1) Lebih fokus ke visual, Instagram fokus pada konten visual berupa foto maupun video, hal tersebut memungkinkan Instagram menjadi lebih artistik dan menarik bagi semua kalangan. (2) *Engagement* Tinggi, Rasio keterlibatan dan interaksi Instagram cenderung lebih tinggi daripada *platform* lainnya sehingga memungkinkan interaksi lebih banyak dengan audiens. (3) Kaya Fitur, Instagram merupakan salah satu platform yang memiliki banyak fitur yang memudahkan para pengguna menggunakan secara langsung tanpa harus mengakses aplikasi lainnya. Beberapa fitur *filter* dan *editing tools* untuk foto dan video cukup efektif dalam meringkas waktu pengguna dalam membagikan kontennya. (4) Hastag dan algoritma, lewat hastag dan algoritma pengguna bisa menjangkau target sasaran secara tepat sehingga setiap konten yang telah dibagikan bisa dinikmati oleh

audiens yang memang membutuhkannya. (5) *Cross-platform*, salah satu fitur canggih yang dimiliki oleh Instagram adalah *cross-platform* yang memungkinkan pengguna dalam sekali upload bisa membagikan konten ke berbagai platform media sosial sekaligus. Dibalik berbagai keunggulan sosial media Instagram ada tuntutan yang harus dipenuhi para penggunanya, tuntutan itu adalah sebuah ketersediaan konten yang konsisten dan berkala. Konten yang akan digunakan sebagai promosi publikasi di sosial media Instagram harus bersifat konsisten dan berkala karena sosial media memiliki sifat “sementara” atau mudah “tenggelam”. Hal tersebut karena ada jutaan konten diproduksi dan dibagikan di sosial media setiap harinya. Apabila konten tidak konsisten dan berkala maka lambat laun konten tersebut akan kalah dari konten-konten lain yang sejenis. (Puspitarini & Nuraeni, 2019)

Sebagai sebuah perguruan tinggi maka UDINUS Semarang memiliki cakupan informasi yang sangat luas dan bergerak cepat. Setiap saat informasi harus dibagikan oleh UDINUS agar tetap menjaga eksistensinya di dunia maya. Informasi dan publikasi yang dikelola oleh akun Instagram UDINUS tersebut harus bisa mencakup semua fakultas, program studi, kegiatan mahasiswa, event-event dan hal-hal lain yang berkaitan dengan penerimaan mahasiswa baru (PMB). Dengan cakupan konten yang sedemikian luas maka dibutuhkan sebuah media gambar yang bisa digunakan secara fleksibel yang bisa diimplementasikan ke segala jenis konten untuk sosial media (Saraswati, 2021). Untuk

menjawab persoalan tersebut maka perlu dibuat adanya perancangan stok fotografi untuk keperluan promosi dan publikasi berbagai konten sosial media Instagram yang dimiliki oleh UDINUS. Berikut adalah urgensi dari perlunya adanya perancangan stok fotografi : (1) Stok foto dibutuhkan karena nantinya harus mudah di edit (*editable*) untuk segala keperluan konten publikasi dan promosi UDINUS di sosial media Instagram, (2) stok foto dibutuhkan karena bersifat fleksibel, bisa diterapkan pada tema apapun seperti topik fakultas, program studi, kegiatan mahasiswa, event-event dan hal-hal lain yang berkaitan dengan penerimaan mahasiswa baru (PMB). (3) Stok foto dibutuhkan karena menggunakan model dari mahasiswa/mahasiswi asli dari UDINUS Semarang. (4) stok foto dibutuhkan karena memiliki “umur” yang relatif panjang sehingga masih bisa dipakai setidaknya sampai 2 tahun kedepan.

## METODE

Metode perancangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode MDLC (*Multimedia Development Life Cycle*) adalah suatu pendekatan atau metodologi yang biasanya digunakan dalam pengembangan produk multimedia, namun ini juga bisa digunakan untuk konteks perancangan desain komunikasi visual. Metode MDLC ini menggambarkan serangkaian langkah atau tahapan yang harus diikuti untuk merancang, mengembangkan, dan mengimplementasikan proyek multimedia dengan efektif (Roedavan

et al., 2022). Berikut tahapan dalam MDLC : (1) Konsep (*Concept*): Tahap ini melibatkan pembuatan ide atau rencana awal untuk proyek multimedia dan desain. Ini termasuk menentukan tujuan, tema, pesan yang ingin disampaikan, dan memahami audiens target. Konsep ini akan membentuk dasar untuk pengembangan lebih lanjut. Dalam tahap tema/konsep utama harus ditentukan dahulu sebagai *starting point* dari proses penciptaan karya. (2) Perancangan (*Design*): Pada tahap ini, tim mengambil konsep awal dan mengembangkannya menjadi desain konsep yang lebih rinci dan tajam. pengembangan ini akan membantu dalam menentukan cakupan desain visual, struktur konten, dan navigasi. Desain ini akan menjadi panduan untuk tahap pengembangan selanjutnya. (3) Pengumpulan Materi (*Material Collecting*): Di tahap ini, tim mengumpulkan semua elemen yang diperlukan untuk proyek fotografi, multimedia, termasuk gambar, video, audio, teks, dan konten lainnya. (4) Pembuatan (*Assembly*): Tahap ini melibatkan penggunaan perangkat lunak dan alat untuk menggabungkan dan mengatur semua elemen multimedia yang telah dikumpulkan. Ini termasuk proses editing, animasi, dan pengaturan konten sesuai desain yang telah dirancang sebelumnya. (5) Pengujian (*Testing*): Setelah produk multimedia selesai dibuat, tahap pengujian dilakukan untuk memastikan bahwa semuanya berfungsi dengan baik. Pengujian mencakup memeriksa fungsionalitas, kualitas, dan kompatibilitas produk dengan berbagai perangkat atau

platform. (Pratama & Antonio, 2022)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Stok fotografi merupakan gambar atau foto yang telah diambil oleh seorang fotografer untuk keperluan bank gambar. Stok foto biasanya dipotret menggunakan foto studio untuk menghasilkan kualitas gambar dan pencahayaan maksimal. Stok foto umumnya tersedia secara online untuk digunakan oleh orang lain, biasanya dengan membayar lisensi atau biaya tertentu. Stok foto ini dapat digunakan untuk berbagai tujuan, seperti desain grafis, pemasaran, publikasi, situs web, periklanan dan proyek kreatif lainnya. Berikut adalah beberapa hal yang perlu diketahui tentang stok foto:

1. Lisensi Penggunaan: Penggunaan stok foto memerlukan lisensi dari pemilik hak cipta, fotografer atau penyedia platform stok foto. Lisensi ini dapat bervariasi dan mengatur cara penggunaan, durasi penggunaan, dan wilayah geografis di mana foto tersebut dapat digunakan. Penggunaan stok foto (khususnya yang berbayar) tanpa izin bisa memiliki konsekuensi hukum karena stok foto berlisensi biasanya telah memiliki HAKI atau paten. Meskipun stok foto dapat digunakan dalam berbagai proyek, hak cipta tetap berada pada fotografer atau pemilik foto aslinya. Pengguna tidak berhak menjual atau mendistribusikan stok foto tanpa izin. Namun dalam kasus tertentu bisa saja fotografer

dibayar/dikontrak untuk proyek stok foto tertentu sehingga semua karya yang dihasilkan oleh fotografer tersebut secara otomatis menjadi hak dari klien yang telah membayarnya. (Banindro, 2018)

2. Kualitas dan Resolusi Tinggi: Stok foto biasanya tersedia dalam resolusi tinggi dan kualitas baik, memungkinkannya digunakan dalam berbagai konteks termasuk cetakan berkualitas tinggi. Karena itulah dalam perancangan stok foto umumnya menggunakan perlengkapan kamera beresolusi tinggi dan menggunakan teknik foto studio. (Dharsito, 2015)
3. Mudah dan Fleksibel: Stok foto dapat digunakan dalam berbagai konteks dan aplikasi media, termasuk desain web, brosur, periklanan, media sosial, presentasi, dan banyak lagi. Stok foto juga dapat diubah atau disesuaikan sesuai dengan kebutuhan proyek. Menggunakan stok foto dapat menghemat waktu dan biaya yang terkait dengan pengaturan dan pelaksanaan sesi foto. Pembuatan stok foto juga memungkinkan akses cepat ke berbagai gambar berkualitas. Dalam satu proyek stok foto biasanya akan diambil beberapa konsep secara bersamaan dan menghasilkan banyak foto. Stok foto biasanya juga dibuat sedemikian rupa supaya mudah diedit dan diganti backgroundnya (*editable*). (Pratama & Antonio, 2022)

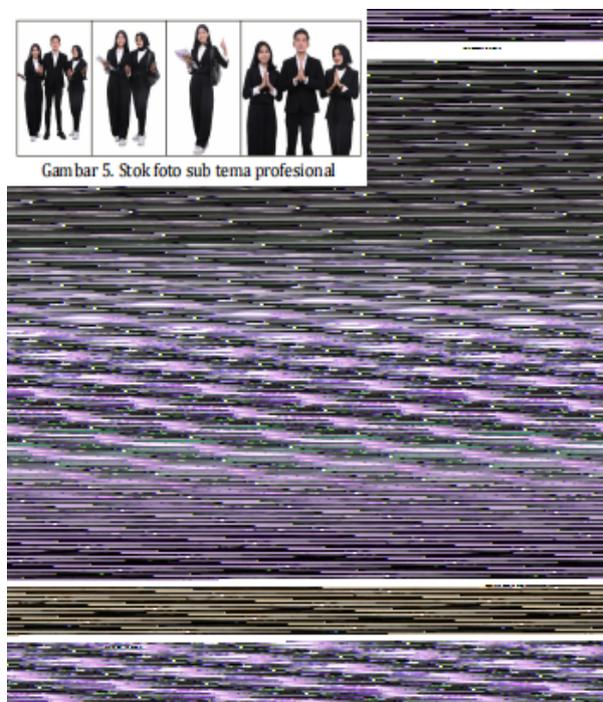
Penerapan tahap-tahap MDLC (*Multimedia Development Life Cycle*) pada proses penciptaan karya stok fotografi publikasi dan promosi UDINUS Semarang adalah sebagai berikut :

1. Konsep (*Concept*): pada tahap awal telah ditentukan konsep atau tema yang akan di nantikan dieksekusi menjadi karya foto. Tema tersebut adalah "pendidikan" karena stok foto yang dihasilkan harus bisa digunakan oleh UDINUS Semarang sebagai sebuah institusi pendidikan.
2. Perancangan (*Design*): Tema "Pendidikan" ini kemudian dibagi menjadi 5 sub tema kecil yang mewakili konsep dari proses belajar dari siswa/murid setelah lulus dari tingkat menengah yaitu: (1) Pelajar SMA/SMU, (2) Aktifitas kuliah, (3) Belajar bersama, (4) Bangga menjadi Dinusian, (4) Wisuda, dan (5) Menjadi profesional. Kelima konsep ini merupakan tahap awal dari proses perancangan yang akan membantu fotografer dalam menentukan material-material yang menjadi tahap berikutnya.
3. Pengumpulan Materi (*Material Collecting*): menentukan setiap kebutuhan material/properti yang dibutuhkan sebagai penunjang konsep yang telah ditentukan sebelumnya. Pada tahap ditentukan juga bahwa beberapa syarat menjadi model/talent stok foto yaitu : mahasiswa/mahasiswi aktif UDINUS, berprestasi, serta berpenampilan menarik. Sedangkan

untuk property yang dibutuhkan yaitu : Seragam SMA/SMU, baju kuliah casual rapi, jas almamater UDINUS, toga wisudawan, pakaian formal, tas ransel, tablet, dan alat tulis. Properti tersebut akan berfungsi sebagai jangkar semantik yaitu sebuah benda yang akan "mengunci" makna foto agar sesuai dengan tema dan sub tema yang telah ditentukan. (Setyanto, 2018)

4. Pembuatan (*Assembly*): Pada tahap ini ditentukan alat-alat penunjang dalam proses penciptaan stok foto seperti kamera Nikon DSLR D750 + lensa Tamron 24-70mm f2.8, dua lampu studio merk Pro 500e dengan asesoris softbox ukuran medium, satu buah reflektor dan kain background berwarna putih polos. Setiap alat tersebut telah dipilih sebagai penunjang untuk proses pemotretan dengan kualitas yang baik dan memiliki standar profesional. Untuk teknik pemotretan akan menggunakan teknik yang biasa juga digunakan untuk memotret pas photo yaitu teknik *key lighting*, yaitu teknik cahaya pengunci yang cenderung bersifat melebar dan lembut tanpa memunculkan bayangan. Teknik ini bisa didapatkan dengan cara menyusun lampu masing-masing dari depan kanan dan kiri dengan mengarah ke model (Yuliadewi, 1999). Penggunaan asesoris softbox diperlukan agar bisa mendapatkan pencahayaan halus yang akan membuat warna kulit terhindar dari *flare* yang tidak diinginkan.

Berikut adalah beberapa hasil dari sesi pemotretan stok fotografi untuk publikasi dan promosi UDINUS Semarang :



Gambar 5. Stok foto sub tema profesional



Gambar 5. Stok foto sub tema profesional

5. Pengujian (*Testing*): tahap terakhir merupakan tahap dimana setiap karya stok foto akan dicek satu-persatu. Apakah ada yang miss fokus, salah gaya, baju tidak rapi dan sebagainya. Tahap ini setiap stok foto akan dipilih mana saja foto yang tepat dan sesuai untuk bisa masuk ke proses desain dan dijadikan sebagai konten publikasi dan promosi media sosial instagram UDINUS Semarang.

## SIMPULAN

Kesimpulan yang bisa diambil setelah mengimplementasikan metode MDLC (*Multimedia Development Life Cycle*) adalah metode tersebut sangat membantu peneliti dalam membagi tahap perancangan dengan lebih sistematis dan terstruktur. Dari 5 tahap yang ada pada metode MDLC tahap ke-2 yaitu proses perancangan (*design*) merupakan tahap terpenting karena pada tahap tersebut akan menghasilkan kata kunci yang akan dijadikan sub tema dalam sesi pemotretan. Sedangkan tahap ke-4 yaitu pembuatan (*Assembly*) merupakan tahap penentuan sekaligus yang paling melelahkan secara teknis, karena pada tahap ini sesi pemotretan dilakukan secara marathon supaya bisa menghasilkan banyak karya foto stok dalam sekali sesi pemotretan. Namun setelah karya foto stok telah rampung, foto-foto tersebut akan siap digunakan untuk berbagai keperluan publikasi dan promosi di akun resi UDINUS Semarang. Penggunaan stok foto tersebut juga sangat fleksibel karena bisa dipakai untuk berbagai macam keperluan konten seperti topik-topik dengan topik yang lebih kecil seperti fakultas, program studi, event mahasiswa, penerimaan mahasiswa baru dan topik-topik spesifik lainnya.

\*\*\*

## REFERENSI

- Aurum, J. (2016). *Hampir fotografi*. Gramedia Pustaka Utama.
- Banindro, B. S. (2018). *KAPITA SELEKTA: Pengkajian Seni Rupa, Desain, Media dan Budaya*. Dwi- Quantum.
- Dharsito, W. (2015). *Dasar Fotografi Digital I: Pengenalan Kamera Digital*. Elex Media Komputindo.
- Gardianto, G. R., & Setyanto, D. W. (2019). KAJIAN JURNALISTIK DENGAN METODE EDFAT STUDI KASUS FOTO PILKADA 2015 HARIAN SUARA MERDEKA. *Gestalt*, 1(1), 39–58.
- Guy, N. K. (2016). *Mastering Canon EOS flash photography*. Rocky Nook, Inc. Luik, J. E. (2020). Media Baru: Sebuah Pengantar. In *Media Baru: Sebuah Pengantar*. Kencana, Prenada Media Group.
- Mulyanta, E. S. (2007). *Teknik Modern Fotografi Digital*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Pratama, J., & Antonio, K. (2022). Perancangan Dan Implementasi Photo Stock Di SMK Mhs Menggunakan Metode MDLC. *Prosiding National Conference for Community Service Project (NaCosPro)*, 4, 1052–1057.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80.
- Roedavan, R., Pudjoatmodjo, B., & Sujana, A. P. (2022). Multimedia Development Life Cycle (MDLC). *Tekno. Dan Inf., Multimedia*, 7.
- Saraswati, H. D. (2021). Analisis Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pada Perpustakaan Universitas Dian Nuswantoro. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 10(1), 17–30.
- Setyanto, D. W. (2017). Estetika Fotografi. In A. Setiawan, A. F. Yogananti, & T. Haryadi (Eds.), *Rupa-Rupa Komunikasi Visual Kekinian* (pp. 33–48). Suluhmedia.
- Setyanto, D. W. (2018). Teori Jangkar Semantik Pada Warna Serta Penerapannya Pada Fotografi Iklan. *Audience*, 1(2), 144–161.
- Yuliadewi, L. (1999). Mengenal Fotografi dan Fotografi Desain. *Nirmana*, 1(1).