



## MENINGKATKAN KUALITAS KONTEN FOTOGRAFI INSTAGRAM BUNGA BALI CRAFT

Muhamad Thomas Irsyad<sup>1</sup>, I Komang Arba Wirawan<sup>2</sup>, I Made Bayu Pramana<sup>3</sup>  
<sup>1,2,3</sup>Institut Seni Indonesia Denpasar  
<sup>1</sup>*m.thomas.irsyad@gmail.com*

### Abstrak

Proyek kemanusiaan ini dilaksanakan untuk meningkatkan kualitas konten fotografi media sosial Bunga Bali Craft (Yayasan Bunga Bali), sebagai media publikasi kepada masyarakat. Media sosial merupakan sarana berkomunikasi di era digital yang dapat dimanfaatkan untuk promosi usaha dan media publikasi. Instagram, dengan fiturnya dapat memudahkan setiap orang untuk ber swafoto maupun upload video. Instagram dapat dipergunakan untuk memajang produk dengan konten berupa foto yang menarik, video dengan visual yang indah dan *caption* (deskripsi) produk tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengimplementasikan ilmu pengetahuan fotografi yang diperoleh selama di bangku perkuliahan sebagai solusi permasalahan kualitas konten fotografi di media sosial Bunga Bali Craft. Publikasi foto produk di Instagram bisa menjadi sebuah usaha promosi untuk mempertahankan eksistensi maupun meningkatkan penjualan kerajinan oleh penyandang disabilitas Yayasan Bunga Bali. Metode penelitian ini dilakukan dengan deskriptif kualitatif, melakukan wawancara kepada informan, observasi, analisis data, menentukan ide, konsep dan teknis pemotretan fotografi. Hasil wawancara dan observasi di analisa permasalahannya untuk kemudian di cari solusi. Hasil yang didapatkan dalam penelitian ini berupa akun Instagram baru Bunga Bali Craft disertai konten visual menarik, pemotretan katalog produk dan edukasi pemanfaatan Instagram kepada Bunga Bali Craft. Adapun pesan yang disampaikan dalam penelitian ini, agar setiap usaha baik kecil maupun besar dapat terbuka wawasannya untuk memanfaatkan media sosial sebagai alat berkomunikasi maupun publikasi kepada masyarakat luas sebab cara tersebut relatif murah dan efisien. Konten berupa foto dengan visual menarik, merupakan bagian penting yang tidak bisa dilewatkan begitu saja. Sebab, apa yang kita tampilkan di media sosial adalah yang kita komunikasikan kepada publik.

Kata Kunci : Konten Fotografi, Media Sosial, Instagram, Bunga Bali Craft

### Abstract

*This humanitarian project was implemented to improve the quality of the photographic content of the Bunga Bali Craft social media (Bali Bunga Foundation), as a publication medium for the public. Social media is a means of communicating in the digital era that can be used for business promotion and publication media. Instagram, with its features, can make it easier for everyone to take selfies or upload videos. Instagram can be used to display products with content in the form of attractive photos, videos with beautiful visuals and captions (descriptions) of the product. This study aims to implement the photography knowledge gained during lectures as a solution to the problem of the quality of photographic content on Bunga Bali Craft's social media. Publication of product photos on Instagram can be a promotional effort to maintain the existence and increase sales of handiCrafts by people with disabilities at the Bunga Bali Foundation. This research method is descriptive qualitative, conducting interviews with informants, observing, analyzing data, determining ideas, concepts and techniques for photographing photography. The results of interviews and observations analyzed the problem to then find a solution. The results obtained in this study are in the form of a new Bunga Bali Craft Instagram account accompanied by interesting visual content, product catalog photos and education on the use of Instagram for Bunga Bali Craft. The message conveyed in this research is that every business, both small and large, can open their horizons to use social media as a means of communication and publication to the wider community because this method is relatively cheap and efficient. Content in the form of photos with attractive visuals is an important part that cannot be missed. Because, what we display on social media is what we communicate to the public.*

*Keywords: Photography Content, Social Media, Instagram, Bunga Bali Craft*

## PENDAHULUAN

Berbagai permasalahan kemanusiaan selalu ada di setiap daerah di Indonesia, tidak terkecuali di Bali. Telah banyak upaya yang dilakukan pemerintah maupun masyarakat yang inisiatif untuk memecahkan permasalahan kemanusiaan. Beberapa usaha tersebut diantaranya adalah didirikannya lembaga/yayasan/organisasi negeri maupun swasta yang bergerak di bidang kemanusiaan. Adapun salah satu kebijakan baru yang dibuat oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi adalah kebijakan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM). Kebijakan tersebut memberikan hak kepada mahasiswa untuk mencari ilmu di luar program studi yang ditekuni dengan tujuan agar kompetensi dasar baik *softskill* maupun *hardskill* dapat meningkat dan lebih siap pada kebutuhan zaman. Mahasiswa diharapkan mampu mengembangkan wawasannya serta mampu beradaptasi pada perkembangan zaman yang sangat cepat saat ini.

Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi menawarkan 8 pilihan program yang bisa dipilih mahasiswa yaitu, Magang/Praktik Kerja, Wirausaha, Membangun Desa/Kuliah Kerja Nyata Tematik (MD/KKNT), Penelitian atau Riset, Studi atau Proyek Independen, Proyek Kemanusiaan, dan Asistensi Mengajar Di Satuan Pendidikan. Proyek Kemanusiaan merupakan salah satu dari 8 program tersebut. Program ini membuka kesempatan bagi para mahasiswa untuk berpartisipasi dan belajar langsung tentang kegiatan kemanusiaan, baik secara mandiri maupun melalui yayasan atau organisasi yang aktif di bidang kemanusiaan. Dalam program ini, mahasiswa dituntut untuk lebih aktif dalam mencari solusi yang hadir dalam permasalahan kemanusiaan melalui kompetensi yang dimiliki.

Provinsi Bali memiliki banyak Yayasan/Organisasi yang bergerak pada kegiatan peduli kemanusiaan, salah satunya adalah Yayasan Bunga Bali yang beralamat di Jl. Prof. Ida Bagus Mantra No. 111, Kesiman, Denpasar Timur. Yayasan Bunga Bali

berfokus pada pemberdayaan kaum penyandang disabilitas. Didirikan pada tahun 2000, 6 orang memiliki peran penting pada berdirinya yayasan tersebut, orang-orang tersebut adalah Drs. Dewa Made Beratha, I Gusti Bagus Alit Putra, SH., S.Sos., M.Si, Dr. I Gusti Lanang M. Rudiarta, MHA, I Nengah Arnawa, S.Sos., MM, Drs. I Nyoman Dana. M.Erg, dan I Nengah Latra. Sampai saat ini, Yayasan Bunga Bali masih terus aktif memberikan pelayanan dan bantuan kemanusiaan kepada para penyandang disabilitas.

Para penyandang disabilitas yang telah diberikan pelatihan dan pemberdayaan oleh Yayasan Bunga Bali akan dilepas untuk kembali pulang kerumahnya sehingga dapat hidup mandiri jika mereka sudah merasa sanggup. Diharapkan kedepannya, para penyandang disabilitas tersebut mampu untuk menghidupi diri sendiri atau bahkan orang lain dan sesama. Sudah ada beberapa yang berhasil hidup mandiri dan keluar dari Yayasan dengan mencari pekerjaan yang mereka sukai dan memiliki skillnya. Tidak sedikit juga dari mereka yang sudah mampu hidup mandiri dan membiayai hidup orang lain. Hal diatas merupakan sisi positif yang bisa menjadi contoh dan penyemangat bagi para penyandang disabilitas lainnya. Juga menandakan bahwa memiliki semangat hidup dan juang untuk bisa berhasil itu diperlukan untuk semua orang, agar bisa terus menjadi lebih bermanfaat.

Selain itu, Yayasan Bunga Bali memiliki sebuah rumah kerajinan bernama Bunga Bali *Craft* yang merupakan sebuah perusahaan yang membuat mainan anak-anak. Misi dari terciptanya Bunga Bali *Craft* adalah untuk membuat para penyandang disabilitas dapat diterima dan dihargai di masyarakat seperti manusia normal pada umumnya. Juga untuk membuat para penyandang disabilitas memiliki kemampuan dan berperan dalam perekonomian. Usaha ini banyak membantu para penyandang disabilitas yang di asuh untuk bisa berpartisipasi dalam proses kreatif dan pembuatan. Tidak hanya itu, usaha ini

juga menghasilnya cukup banyak uang yang nantinya akan menjadi hak/penghasilan dari pada penyandang disabilitas yang ikut bekerja di usaha tersebut.

Selama ini, metode penjualan produk Bunga Bali *Craft* bertumpu pada *offline store* atau penjualan yang dilakukan dengan menampilkan barang di toko. Bunga Bali *Craft* memiliki sebuah toko yang berlokasi di Nusa Dua, yang mana merupakan area turis. Mengingat turis luar Bali yang sangat sedikit berada di Bali untuk berlibur, penjualan dari usaha tersebut menurun. Bahkan produksi sempat dihentikan sementara untuk menekan uang operasional. Hal ini sangat disayangkan, karena uang saku karyawan yang bekerja di rumah produksi berasal dari hasil penjualan produk-produk Bunga Bali *Craft*. Pada kondisi seperti inilah media sosial diperlukan untuk memperkenalkan produk ataupun sebuah usaha kepada masyarakat luas. Karena masyarakat bisa mengenal produk ataupun Bunga Bali *Craft* tanpa harus datang ke toko. Jika berbicara terkait media sosial, tentu tidak lepas dari yang namanya penyuguhan konten berupa teks, visual ataupun audio. Adapun salah satu contoh media sosial ini adalah instagram.

Karena kurangnya pemanfaatan Instagram sebagai media sosial untuk menginformasikan terkait produk-produk yang ada di Bunga Bali *Craft*, kecenderungan masyarakat umum secara luas untuk mengetahui produk-produk tersebut menurun disaat pandemi. Jika dikaitkan dengan masalah penelitian, maka pemanfaatan disini berarti menggunakan atau memakai suatu hal yang berguna, dalam hal ini adalah menggunakan Instagram sebagai media sosial pemasaran dalam menyampaikan informasi kepada publik. Dari pemanfaatan Instagram sebagai media sosial dalam menyampaikan informasi dan konten-konten menarik kepada publik, diharapkan dapat memberikan hasil berupa publik yang semakin atau tetap mengetahui eksistensi dari Bunga Bali *Craft* ataupun produknya.

Melihat permasalahan yang telah terurai pada fenomena tersebut dan sisi positif dari

pemanfaatan Instagram sebagai media untuk memberikan informasi dan berkomunikasi. tercipta sebuah inisiatif penulis yang ingin melakukan 2 buah program untuk meningkatkan kualitas konten fotografi di Bunga Bali *Craft*, yaitu Memotret Foto Katalog Produk Bunga Bali *Craft* dan Memotret Produk Bunga Bali *Craft* Sebagai Konten Untuk Promosi di Media sosial.

Program tersebut dilaksanakan dengan tujuan sebagai bahan media untuk mereka memperkenalkan produk kepada masyarakat. Upaya terhadap solusi yang dihadirkan pada permasalahan diatas dipraktikkan dengan merencanakan sebuah tujuan akhir yaitu terbentuknya Instagram Bunga Bali *Craft* dengan suguhan konten-konten yang menarik khususnya fotografi. Dengan harapan, masyarakat yang melihat dapat tertarik untuk mengetahui lebih dalam tentang Bunga Bali *Craft* melalui Instagram tersebut.

Atas dasar fenomena di atas, rumusan masalah pada tulisan ini antara lain :

1. Bagaimana konten media sosial yang sudah ditampilkan Bunga Bali *Craft* ke masyarakat luas?
2. Bagaimana permasalahan yang dihadapi Bunga Bali *Craft* terkait pemanfaatan media sosial?
3. Bagaimana pengaruh pemanfaatan fotografi untuk media sosial Instagram?

## TINJAUAN SUMBER TERTULIS

Tinjauan sumber tertulis bertujuan memberi pemahaman dan pengetahuan lebih mengenai karya pencipta. Sebagai referensi tertulis didapatkan dari kepustakaan, observasi, dan dokumentasi terkait penciptaan yang dimaksudkan. Menurut acuan yang melandasi tulisan ini, ada beberapa referensi yang dipergunakan, antara lain :

Menurut Ahmad Setiadi (2016 : 1), Banyaknya jumlah pengguna media sosial di Indonesia tentu saja memunculkan kesempatan untuk mengoptimalkan kehadiran media sosial sebagai media komunikasi, sehingga kemudian memunculkan pertanyaan, bagaimana penggunaan media sosial untuk

mengefektifkan cara berkomunikasi di dalam masyarakat, baik dalam bidang pemasaran, bidang politik maupun dalam bidang pembelajaran.

Menurut Tito Siswanto (2013 : 82), Sosial media sejatinya memang sebagai media sosialisasi dan interaksi, serta menarik orang lain untuk melihat dan mengunjungi tautan yang berisi informasi mengenai produk dan lain-lain. Jadi wajar jika keberadaannya dijadikan sebagai media pemasaran yang paling mudah dan murah (*lowcost*) oleh perusahaan

Menurut Dinda Sekar Puspitarini dan Reni Nuraeni (2019 : 72), Dalam komunikasi pemasaran terdapat bauran pemasaran, salah satunya adalah promosi. Alasan utama seseorang melakukan promosi adalah agar produk yang dipasarkan semakin dikenal banyak orang.

Penyandang disabilitas juga memiliki potensi untuk memiliki keterampilan dan menghasilkan produk-produk kerajinan yang menarik. Andy Aulia Prahardika dan Abisatya Yogi Pradika dalam *Made By Difabled: Program Pengembangan Potensi Difabel Berbasis Ekonomi Kreatif dan Ramah Lingkungan di Panti Asuhan Bina Remaja Yogyakarta* ( tanpa tahun : 3) menyatakan :

“Kaum penyandang disabilitas di Indonesia tentu tidak hanya dapat bekerja sebagai karyawan di suatu perusahaan namun juga dapat membangun usaha sendiri seperti Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang tentunya dapat memberikan penghidupan yang layak bagi diri sendiri dan orang lain serta secara tidak langsung dapat mendukung kebijakan inkubasi pemerintah. Tidak sedikit dari para penyandang disabilitas yang memiliki keterampilan dalam berwirausaha dan kreatifitas dibidang lain yang dapat bernilai ekonomi. Dalam membangun suatu Usaha Kecil dan Menengah (UKM) saat ini sangat membutuhkan kreatifitas dan strategi yang tinggi untuk bersaing dengan wirausahawan lainnya baik di tingkat lokal maupun nasional.”

Melalui penelitian penulis, belum

ditemukan adanya jurnal ataupun penelitian diatas yang membahas tentang pentingnya sebuah konten fotografi untuk memperkenalkan sebuah usaha ataupun produk-produk yang dibuat oleh para penyandang disabilitas. Sehingga, penulis merencanakan untuk membahas tentang menaikkan kualitas konten fotografi pada media sosial sebuah usaha pembuatan produk kerajinan yang dihasilkan oleh para penyandang disabilitas, dengan cara meneliti dan mengobservasi permasalahan yang terjadi di lapangan dan kemudian merumuskan solusi yang bisa dicapai pada permasalahan tersebut.

## LANDASAN TEORI

### Teori Estetika Dalam Fotografi

Moch. Abdul Rahman dalam jurnalnya yang berjudul *Estetika Dalam Fotografi Estetik* menyatakan bahwa setiap karya fotografi memiliki tujuan serta konsep penciptaan. Fotografi sebagai salah satu domain seni visual tidak terlepas dari nilai-nilai dan kaidah estetika yang berlaku, yaitu setiap genre memiliki nilai dan kosa estetika maka fotografi dengan parsial genre-nya juga tidak terlepas juga dengan kosa estetikanya. Setiap bentuk karya yang dihasilkan dari fotografi tidak lain mempunyai tujuan serta konsep penciptaan yang bermula dari ide dasar yang berkembang menjadi implementasi praksis dengan dukungan peralatan dan teknik ungkap melalui bahasa visual. Lebih jauh, melalui eksperimen dan eksplorasi terhadap target bidik (*expose*) serta proses penghadirannya hingga menjadi subjek (*subject matter*) karya fotografi. Tidak menutup kemungkinan bila objek yang dijadikan subjek (*subject matter*) perlu diambil berulang kali sebagai alternatif dengan eksperimentasi dari berbagai sudut pandang (*angle*) maupun varian optik berupa lensa pendukung sekaligus perlakuan eksplorasi pencahayaan yang memadai (*lighting exposure*). Ditunjang dengan kepekaan dan keterampilan memainkan fasilitas instrumentasi yang ada pada kamera dan peralatan, tujuannya tidak lain adalah

mencapai berbagai varian alternatif tampilan yang memiliki nilai estetika sehingga tampilan yang dihasilkan fotografi sesuai dengan kebutuhan yang diharapkan. Tentunya, masalah itu terkait erat dengan masalah ideasional berupa tataran konsep terhadap ide-ide fotografi yang dihasilkan serta tataran aspek teknis berupa permainan secara keteknisan untuk mewujudkan ide-ide tersebut (Moch Abdul Rahman, 2008 : 3). Dalam bukunya yang berjudul *Pot Pourri Fotografi*, Soeprpto Soedjono menyatakan bahwa ada dua aspek tataran estetika dalam fotografi yang harus diperhatikan, yaitu :

#### 1. Estetika Pada Tataran *Ideational*

Secara ide wacana fotografi berkembang dan kesadaran manusia sebagai makhluk yang berbudi/berakal yang memiliki kemampuan lebih untuk merekayasa alam lingkungan kehidupannya. Dalam konteks fotografi hal ini terlihat bagaimana manusia menyikapi setiap fenomena alam dengan menemukan “sesuatu” dan mengungkapkannya dalam berbagai bentuk konsep, teori dan wacana (Soedjono, 2007:8). Dalam pemotretan produk Bunga Bali *Craft*, penulis memanfaatkan estetika dalam tataran *ideational* untuk menghasilkan foto-foto dengan konsep yang selaras pada keperluan dibuatnya akun Instagram baru Bunga Bali *Craft*. Melalui pemotretan yang dilakukan, penulis bermaksud untuk memperkenalkan dan mempromosikan produk Bunga Bali *Craft* kepada masyarakat luas.

#### 2. Estetika Pada Tataran Teknis

Wacana estetika fotografi juga meliputi hal-hal yang berkaitan dengan berbagai macam teknik baik itu yang bersifat teknis peralatan maupun yang bersifat teknik praxis-implimentatif dalam menggunakan peralatan yang ada guna mendapatkan hasil yang sesuai dengan yang diharapkan (Soedjono, 2007:14). Estetika pada tataran teknis penulis memanfaatkan untuk mendukung proses pemotretan produk-produk Bunga Bali *Craft*. Adapun teknik yang penulis maksud disini adalah yang berkaitan dengan teknik pemotretan, teknik pencahayaan dan teknik pengolahan gambar

## METODE PENCIPTAAN

Dalam proses penciptaan karya, dimulai dengan proses pengumpulan data yaitu dengan metode observasi langsung di lapangan dan wawancara. Data-data yang didapatkan tersebut tentu akan memudahkan penulis dalam menuangkan ide dan strategi kedalam karya foto yang bertujuan sebagai media untuk memperkenalkan produk dan sebuah usaha melalui media sosial.

### 1. Metode Observasi

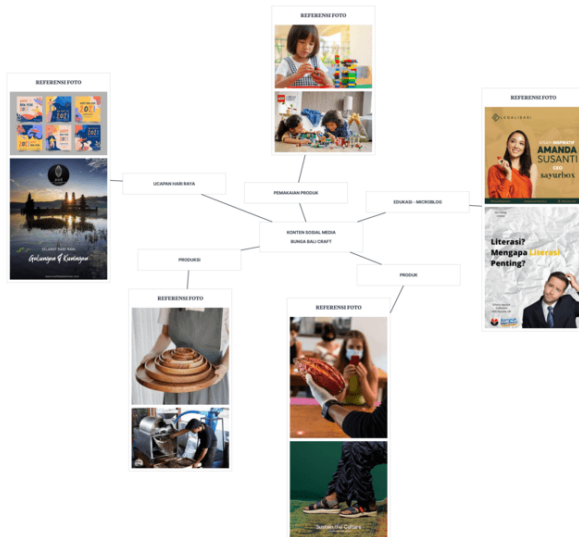
Observasi hakikatnya merupakan kegiatan dengan menggunakan pancaindera, bisa penglihatan, penciuman, pendengaran, untuk memperoleh informasi yang diperlukan untuk menjawab masalah penelitian. Hasil observasi berupa aktivitas, kejadian, peristiwa, objek, kondisi atau suasana tertentu, dan perasaan emosi seseorang. Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran riil suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan penelitian (Mudjia Rahardjo, 2011 : 3). Lokasi yang menjadi objek penelitian dan kegiatan ini adalah Bunga Bali *Craft*, yaitu sebuah usaha kerajinan tangan berupa *puzzle* anak-anak yang dimiliki oleh Yayasan Bunga Bali. Observasi penulis lakukan dengan mengamati fenomena yang terjadi dan juga mencari data informasi melalui wawancara dengan beberapa narasumber, salah satunya adalah Bapak I Nyoman Dana selaku pendiri Bunga Bali *Craft*.

### 2. Pengumpulan Data

Penulis melakukan pengumpulan data dengan penelusuran melalui akun media sosial lama Bunga Bali *Craft* berupa Facebook dan Instagram. Langkah selanjutnya yang penulis lakukan adalah melakukan analisis permasalahan pada media sosial tersebut baik dari segi pengelolaan maupun konten fotografi yang dipublikasikan. Sehingga foto-foto yang dihasilkan dapat merepresentasikan produk-produk Bunga Bali *Craft* ataupun usaha itu sendiri dengan kaidah-kaidah visual yang ada. Dengan begitu, foto yang dihasilkan tidak hanya informatif namun juga menarik.

### 3. Tahap Pemotretan

Setelah data terkumpul, penulis menentukan bagaimana foto-foto yang akan dihasilkan dengan membuat sebuah kerangka ide untuk konten-konten yang akan ditampilkan pada Instagram baru Bunga Bali *Craft*.



**Gambar 1. Kerangka Konten Yang Akan Dibuat**  
(Sumber: Muhamad Thomas Irsyad, 2021)

Pada tahap pemotretan, penulis lebih banyak fokus untuk menentukan bagaimana sudut pandang yang akan diambil, siapa objek yang difoto dan teknik apa yang akan dimanfaatkan dalam pemotretan baik dari segi eksplorasi alat fotografi maupun komposisi. Setelah semua direncanakan dengan baik, barulah pemotretan dilaksanakan dengan mengambil foto produk Bunga Bali *Craft* dengan cerita yang berbeda-beda.

## VISUALISASI DAN ANALISIS KARYA

### Karya foto yang berjudul “Aktivitas Produksi”



**Foto 1. “Aktivitas Produksi”, 2022**  
(Sumber: Muhamad Thomas Irsyad)

Melalui karya berjudul Aktivitas Produksi, penulis ingin memberikan sebuah cerita dan penekanan bahwa produk-produk di Bunga Bali *Craft* memang dibuat oleh penyandang disabilitas yang punya keterampilan. Adanya pemotretan yang penulis lakukan sebagai media komunikasi latar belakang sebuah usaha melalui foto seperti ini bertujuan untuk mengonfirmasi sebuah cerita yang ada. Sehingga masyarakat menjadi lebih tahu dan yakin terhadap usaha Bunga Bali *Craft*. Pada Bunga Bali *Craft*, seluruh karyawannya adalah penyandang disabilitas. Sehingga foto dengan objek seorang penyandang disabilitas yang sedang melakukan proses pembuatan tentu akan menjadi sebuah foto deskriptif yang berbicara. Karya foto ini dibuat menggunakan lensa 35mm dengan memanfaatkan cahaya matahari yang menembus jendela. Foto yang diambil kemudian diolah dengan aplikasi *editing* yang bernama Snapseed. Proses *editing* yang dilakukan hanya sebatas kontras, *brightness* dan *texture*.



### Karya foto yang berjudul “Puzzle Bentuk Paus”



Foto 2. “Puzzle Bentuk Paus”, 2022  
(Sumber: Muhamad Thomas Irsyad)

Karya berjudul *Puzzle Bentuk Paus* ini penulis potret menggunakan lensa 35mm dengan memanfaatkan cahaya matahari dari jendela. Foto ini diambil menggunakan *angle bird eye view*. Pemotretan foto produk ini dilakukan untuk menarik minat masyarakat terhadap produk-produk *Bunga Bali Craft* yang dibuat dengan kayu. Dengan menampilkan produk secara lebih dekat dan eksklusif pada suatu foto, penulis bertujuan untuk memberikan detail bagaimana produk *Bunga Bali Craft* dari segi warna, bentuk dan bahan. Pada saat pemotretan, penulis memanfaatkan cahaya matahari yang menembus jendela dengan tambahan *fill in light* yang dipantulkan dari sebuah kain putih pada bagian kiri bawah. Menggunakan teori estetika, penulis secara *ideational* menciptakan karya bernilai seni dan kreatifitas dengan memperhatikan sudut pandang yang unik dan elemen-elemen tambahan pada foto sehingga terlihat menarik. Secara *technical* penulis menggunakan teknik *framing* dengan menempatkan objek utama dikelilingi elemen-elemen yang berkaitan. Dari segi warna terlihat warna yang muncul pada objek utama dan menjadi pusat perhatian dikarenakan warna objek-objek di sekelilingnya tidak dominan. Foto yang diambil kemudian diolah dengan aplikasi *editing* yang bernama *Snapseed*. Proses *editing*

yang dilakukan hanya sebatas kontras, *brightness* dan *texture*.

### Karya foto yang berjudul “Produk Bunga Bali Craft Dimainkan”



Foto 3. “Produk Bunga Bali Craft Dimainkan”, 2022  
(Sumber: Muhamad Thomas Irsyad)

Dalam karya fotografi berjudul *Produk Bunga Bali Craft Dimainkan* ini, penulis memperlihatkan bagaimana produk *Bunga Bali Craft* bisa menjadi sebuah mainan interaktif yang seru bagi anak-anak. Dengan menampilkan model berupa anak-anak, penulis bertujuan untuk memberikan cerita bahwa produk tersebut dibuat untuk anak-anak. Selain itu, melalui karya foto ini penulis ingin memberikan sebuah cerita bahwa hasil kerajinan yang dibuat oleh penyandang disabilitas bisa dinikmati anak-anak yang normal. Sehingga nilai dari sebuah produk tersebut dapat bertambah. Karya foto ini diambil menggunakan lensa 24-70mm untuk memberikan efisiensi jarak foto kepada penulis, sehingga tidak perlu bergerak maju dan mundur. Foto yang diambil kemudian diolah dengan aplikasi *editing* yang bernama *Snapseed*. Proses *editing* yang dilakukan hanya sebatas kontras, *brightness* dan *texture*.

### Karya foto yang berjudul “Proses Pembuatan Kerajinan”



Foto 4. “Proses Pembuatan Kerajinan”, 2022  
(Sumber: Muhamad Thomas Irsyad)

Dalam karya foto Proses Pembuatan Kerajinan, terlihat pengrajin sedang melubangi motif mainan yang sudah dipotong. Hal ini merupakan salah satu proses dalam membuat produk yang ada di Bunga Bali *Craft*. Melalui karya ini, penulis bertujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat tentang proses yang dilalui untuk membuat satu kerajinan di Bunga Bali *Craft*. Adanya pemotretan dengan ide seperti ini penulis lakukan untuk memberikan variasi konten di halaman Instagram, sehingga tidak terlalu monoton hanya foto-foto produk saja. Karya ini dibuat menggunakan lensa 35mm dengan diafragma f/5.6. Penggunaan diafragma f/5.6 bertujuan untuk memberikan area tajam yang lebih luas. Penulis juga menggunakan penempatan objek dengan komposisi *rule of thirds*. Foto yang diambil kemudian diolah dengan aplikasi *editing* yang bernama *Snapseed*. Proses *editing* yang dilakukan hanya sebatas kontras, *brightness* dan *texture*.

### Karya foto yang berjudul “Proses Pemotongan”



Foto 5. “Proses Pemotongan”, 2022  
(Sumber: Muhamad Thomas Irsyad)

Karya berjudul Proses Pemotongan ini menggambarkan proses pembuatan kerajinan Bunga Bali *Craft* oleh salah satu karyawan. Ide penulis untuk menampilkan ekspresi pada saat proses pembuatan muncul ketika penulis melihat karyawan ini kadang tersenyum bahkan tertawa ketika sedang membuat kerajinan. Dengan adanya situasi seperti itu, penulis berinisiatif untuk memotret proses produksi dengan tetap menampilkan wajah pengrajin. Ketika pemotretan dilakukan, penulis menggunakan lampu tambahan berupa *flash* untuk menerangi sisi kanan objek dikarenakan kurangnya pencahayaan dibagian kanan objek. Selain itu, pemilihan fokus utama pada tangan yang sedang melakukan kerajinan bertujuan untuk lebih menampilkan kegiatan produksi namun dengan tetap menampilkan ekspresi wajah yang tidak terlalu *blur* sehingga kedua pesan dapat tersampaikan. Foto yang diambil kemudian diolah dengan aplikasi *editing* yang bernama *Snapseed*. Proses *editing* yang dilakukan hanya sebatas kontras, *brightness* dan *texture*.



## KESIMPULAN

Melalui bagian akhir jurnal ini, penulis ingin memaparkan beberapa kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan pada temuan hasil penelitian. Bunga Bali *Craft* sebelumnya masih belum memaksimalkan pemanfaatan Instagram sebagai media publikasi, dengan adanya penelitian ini penulis memberikan sebuah solusi dan gambaran dasar tentang bagaimana sebuah media sosial mampu jadi sebuah alat untuk memperkenalkan produk kepada publik dengan cara yang relatif murah dan efisien. Karena tanpa perlu bertemu, calon pembeli ataupun masyarakat luas dapat melihat sebuah produk melalui konten yang dipublikasikan melalui halaman media sosial yang dalam penelitian ini adalah Instagram.

Sebelum dilaksanakannya penelitian ini, foto produk yang dimiliki Bunga Bali *Craft* belum mengandalkan ilmu pengetahuan fotografi. Adapun konten berupa foto dengan *visual* menarik, merupakan bagian penting yang tidak bisa dilewatkan begitu saja pada saat memanfaatkan media sosial. Sebab, apa yang kita tampilkan di media sosial adalah apa yang kita komunikasikan kepada publik. Pemotretan dengan memanfaatkan ilmu pengetahuan fotografi tentu mengubah bagaimana foto produk Bunga Bali *Craft* dihasilkan. Penelitian yang penulis lakukan pada Bunga Bali *Craft* menghasilkan foto produk yang lebih memperhatikan ilmu-ilmu terkait fotografi seperti teknik fotografi ataupun komposisi foto.

Publikasi foto produk Bunga Bali *Craft* sebelumnya memakai media sosial berupa *Instagram* dan *Facebook*, namun pemanfaatannya masih belum maksimal dikarenakan belum adanya staf yang bisa konsisten dan sanggup untuk mengoptimalkan media sosial tersebut hingga akhirnya akun tersebut tidak aktif. Adanya tulisan ini memberikan sebuah pemahaman baru untuk Bunga Bali *Craft* terkait bagaimana publikasi produk ataupun sebuah usaha itu sendiri melalui Instagram dengan cara yang lebih maksimal.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan data, penulis memperoleh kesimpulan yang dapat diambil sebagai berikut. Penyebab tidak terkelolanya media sosial Instagram Bunga Bali *Craft* adalah karena kurangnya staf yang mampu untuk bisa konsisten *update* terkait informasi dan konten pada akun tersebut. Dari konten yang sudah ditampilkan melalui akun Facebook dan Instagram, belum memiliki nilai informasi ataupun edukasi terkait produk di Bunga Bali *Craft*. Sehingga diperlukan mekanisme pengelolaan yang baru, baik berupa konte, penulisan deskripsi konten ataupun konsistensi *update* pada media sosial tersebut.

Pelaksanaan kegiatan pembuatan akun Instagram baru, memberikan sebuah kontribusi kepada Bunga Bali *Craft* sebagai alat untuk memperkenalkan produk ataupun Bunga Bali *Craft* itu sendiri kepada publik. Unggahan berupa foto yang menarik, desain informatif ataupun desain edukatif merupakan konten yang bisa menarik perhatian masyarakat. Sehingga bisa menjadi media informasi ataupun komunikasi kepada masyarakat tentang sebuah usaha itu sendiri.

## DAFTAR PUSTAKA

- Prahardika, A.A. and Pradika, A.Y., Made By Disabled: Program Pengembangan Potensi Difabel Berbasis Ekonomi Kreatif dan Ramah Lingkungan di Panti Asuhan Bina Remaja Yogyakarta.
- Puspitarini, Dinda Sekar & Nuraeni, Reni. 2019. "*Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi*" dalam *Jurnal Common Volume 3*, Nomor 1, Juni 2019 (hlm 71-80).
- Setiadi, A., 2016. Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 16(2).
- Siswanto, Tito. 2013. "*Optimalisasi Sosial Media Sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah*" dalam *Jurnal Liquidity Volume 2*, Nomor 1, Januari-Juni 2013 (hlm 80-86).
- Soedjono, Soeprapto. 2007. Pot-Pourri Fotografi. Jakarta Universitas Trisakti.

Rahardjo, M. (2011). Metode pengumpulan data penelitian kualitatif.

Rahman, A. (2008). Estetika dalam Fotografi Estetik. *Malang: Jurnal Seni dan Desain Fak. Sastra Universitas Negeri Malang.*