

## FOTO PRODUK *BRAND SPOTLESS* SEBAGAI MEDIA PROMOSI *INSTAGRAM*

Aria Putra Mahendra,<sup>1</sup> Silviana Amanada Tahalea,<sup>2</sup> Erlina Novianti,<sup>3</sup> Ratih Candrastuti<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Program Studi Fotografi, Fakultas Seni Rupa dan Desain  
Universitas Trisakti  
E-mail: [silvia.tahalea@gmail.com](mailto:silvia.tahalea@gmail.com)

### ABSTRAK

Foto produk adalah *genre* fotografi yang bertujuan untuk menjual dan menarik perhatian para-audience yang melihat foto tersebut, berkembang dengan sosial media pada saat ini yang sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat. Sosial media merupakan sebuah alat yang memudahkan masyarakat untuk mengakses informasi dan berkomunikasi. Fungsi *Instagram* memberikan layanan untuk mengunggah foto atau video yang dibagikan ke sesama pengguna. *Spotless* merupakan salah satu bisnis yang memanfaatkan sosial media sebagai bentuk promosi barang yang ditawarkan. *Spotless* adalah sebuah brand yang berfokus menjual barang perawatan sepatu. Salah satu bentuk promosi yang dilakukan oleh *Spotless* adalah menggunakan foto produk. Foto produk yang diunggah oleh *Spotless* tidak memvisualkan informasi dari produk yang difoto dan tidak berkonsep. Oleh karena itu, penulis akan mengangkat foto produk *Spotless* dengan konsep memvisualkan informasi dari produk yang menunjukkan mudah, aman dan nyaman yang pada akhirnya akan di unggah ke *Instagram @spotless\_id* sebagai bentuk promosi. Metode penelitian yang digunakan adalah observasi beserta wawancara dan studi literatur. Tujuan penelitian untuk mempromosikan produk *Spotless* sehingga dapat menjual atau menarik perhatian *audience*. Dari hasil penelitian ini, bahwa foto produk harus menyampaikan informasi produk yang difoto, dan menarik secara konsep serta visual, sehingga pada akhirnya *audience* akan tertarik dan mengetahui informasi terkait produk yang difoto.

**Kata kunci:** foto produk, *Instagram*, produk sepatu, *spotless*.

### ABSTRACT

***Spotless Brand Product Photos As Instagram Promotional Media.*** *Product photography is a genre of photography that aims to sell and attract the attention of the audience who sees the photo, growing with social media nowadays which has become part of people's lifestyles. Social media is a tool that makes it easier for people to access information and communicate. The function of Instagram provides a service to upload photos or videos that are shared with fellow users. Spotless is a business that uses social media as a form of promotion of the goods offered. Spotless is a brand that focuses on selling shoe care items. One form of promotion carried out by Spotless is using product photos. Product photos uploaded by Spotless do not visualize the information of the product being photographed and have no concept. Therefore, the writer will raise Spotless product photos with the concept of visualizing product information that shows easy, safe and convenient which will eventually be uploaded to Instagram @spotless\_id as a form of promotion. The research method used is observation along with interviews and literature studies. The purpose of the research is to promote Spotless products so that they can sell or attract the attention of the audience. From the results of this study, that product photos must convey information about the product being photographed, and be conceptually and visually attractive, so that in the end the audience will be interested and know information related to the product being photographed*

**Keywords:** *anxiety, identity, non-precious material jewelry, socialite urban women, uncertainty*

## 1. Pendahuluan

Fotografi produk merupakan salah satu genre fotografi yang memiliki kemiripan dengan fotografi *still life*. Melalui foto produk, para *audience* yang melihat dapat mengerti tujuan dan fungsi produk yang difoto (Tahalea, 2016). Berkembang dengan adanya media sosial yang dapat memberikan layanan terhadap masyarakat untuk mengakses informasi dengan mudah (Junawan & Laugu, 2020). Para pelaku bisnis memanfaatkan media sosial sebagai media promosi karena melalui media sosial, produk atau jasa yang ditawarkan dapat disebarluaskan secara efektif (Puspitarini & Nuraeni, 2019). Melalui sosial media, pelaku bisnis dapat menciptakan jaringan antara pembeli atau sesama pembisnis (Sanggabuwana & Andriani, 2018). Salah satu media sosial yang memiliki banyak pengguna adalah *Instagram*. Fungsi *Instagram* sendiri memberikan layanan untuk berbagi foto atau video ke sesama penggunanya (Fujiawati & Raharja, 2021). Dengan media sosial *Instagram* yang fungsinya dapat membagikan foto atau video dan dapat menyebarkan informasi dengan efektif, salah satu *brand* yang menggunakan *Instagram* sebagai media promosinya yaitu *Spotless*.

*Spotless* merupakan sebuah *brand* yang menawarkan barang atau produk yang berfokus pada perawatan sepatu. Promosi yang dilakukan oleh *Spotless* adalah salah satunya menggunakan foto produk sebagai bentuk promosinya. Penulis melakukan analisa terhadap beberapa foto produk yang diunggah oleh *Spotless*. Foto produk yang diunggah oleh *Spotless* cenderung hanya menampilkan produknya saja tanpa memvisualkan informasi dari produk yang difoto dan hanya mengejar nilai estetis foto. *Insight* yang didapat tidak banyak menarik perhatian *audience*. Maka dari itu, melalui fotografi produk penulis akan membuat foto produk *Spotless* dengan konsep yang memvisualkan informasi pada produk yang difoto yaitu “nyaman, mudah dan aman”.

## 2. Metode

Metode yang digunakan untuk penelitian ini adalah observasi dengan melakukan wawancara dan

studi literatur. Wawancara dilakukan dengan Prabadika Hadyan Romadhona atau yang biasa dipanggil dengan iyan. Prabadika Hadyan Romadhona (iyan) merupakan pemilik dari *brand Spotless*. Wawancara dilakukan untuk mengetahui perkembangan promosi yang dilakukan oleh *Spotless*.

Studi literatur, penulis membaca beberapa jurnal dan buku yang dibaca oleh penulis sebagai panduan untuk membuat sebuah foto produk yang dapat menjual atau menarik perhatian *audience*.

## 3. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan Prabadika Hadyan Romadhona atau yang biasa dipanggil dengan Iyan. *Spotless* pada tahun 2015 merupakan sebuah jasa cuci sepatu. Lalu, *Spotless* sempat berhenti beroperasi dari tahun 2017 sampai pada tahun 2018, *Spotless* kembali berdiri dengan fokus menjual produk perawatan sepatu. Pada saat kembali berdirinya *Spotless*, promosi yang dilakukan adalah dengan mengikuti *event offline*. Setelah itu *Spotless* mulai masuk ke sosial media *Instagram* untuk melakukan promosinya. Alasan menggunakan *Instagram* karena *platform* tersebut sangat *user friendly* dan memiliki banyak pengguna. Foto produk merupakan salah satu bentuk promosi *Spotless* yang diunggah dalam *Instagram*.

Gambar 1 dan Gambar 2 menunjukkan bahwa penulis akan menggunakan produk *Spotless Starter Kit* karena produk tersebut merupakan salah satu produk yang *best seller* dan penulis ingin membuat foto produk dengan konsep nyaman, mudah, dan aman untuk memvisualkan informasi yang terdapat pada produk. Dalam pembuatan foto produk, terdapat beberapa teori fotografi yang digunakan oleh penulis diantaranya adalah (1) **Fotografi Produk**. Fotografi produk merupakan bagian dari fotografi *still life*, karena objek yang difoto adalah benda mati. Perbedaan dengan ke-2 genre tersebut adalah dari segi fungsinya. Fotografi produk ditujukan untuk menjual dan menarik perhatian *audience* akan produk yang difoto (Hicks and Schultz, 1995:13-14). (2) **Komposisi**. Komposisi fotografi dapat diaplikasikan dalam pembuatan foto produk sehingga foto pada akhirnya akan

terlihat menarik dengan 3 ketentuan, yaitu *roll of third*, yaitu (a) komposisi dasar dalam fotografi yang menempatkan objek pada titik persimpangan dari dua garis horizontal dan garis vertikal. Komposisi *rule of third* memberikan kesan keseimbangan dalam sebuah foto (Zakia and David 2010:12); (b) *framing*, yaitu komposisi yang membuat objek dalam foto seolah membingkai. Bingkai dapat tercipta dari benda benda yang mengitari objek dalam foto. Komposisi *framing* dapat menarik mata para *audience* untuk langsung melihat objek (Zakia and David 2010:91); dan (c) *leading line*, yaitu komposisi yang membentuk garis dari satu titik ke titik lain. Garis yang terbentuk biasa berbentuk horizontal, vertikal, diagonal atau garis lengkung. Komposisi ini dapat menjadi panduan untuk *audience* melihat objek dan objek pendukung dalam foto (Zakia and David 2010:20). (3) **Pencahayaan**. Pencahayaan yang digunakan dalam proses pemotretan ini adalah *available lighting*. *available lighting* merupakan sumber cahaya yang tersedia dilokasi seperti matahari, lampu ruangan, lampu jalanan dan lain-lain (Prakel 2007:72) Adapun *available lighting* yang sumber cahayanya berasal dari jendela yaitu *window lighting*. cahaya yang masuk melalui jendela tersebar dikarenakan kaca dari jendela yang berperan sebagai *diffuser* (Fiandra and Sudaryat, 2019:351). Adapun arah pencahayaan yang dapat berpengaruh terhadap objek yang difoto adalah (a) *Front Light* (Cahaya Depan). *Front Light* merupakan cahaya yang berasal dari depan objek. Pencahayaan ini dapat memberikan detail terkait warna produk yang difoto (Muhairini and Listiana, 2019:7); (b) *Top Light* (Cahaya Atas). *Top Light* merupakan cahaya yang berasal dari atas objek. Pencahayaan ini dapat memisahkan antara objek dengan *background* (Muhairini & Listiana, 2019:8); dan (c) *Back Light* (Cahaya Belakang). *Back light* merupakan cahaya yang berasal dari belakang objek. Pencahayaan ini dapat dimanfaatkan sebagai *fill light* dan pemisah antara *background* dengan objek (Muhairini & Listiana, 2019:9).

Selain adanya teori fotografi yang digunakan oleh penulis, adapun hal yang perlu diperhatikan

ketika akan memotret produk, yaitu properti pendukung. Penulis menggunakan properti sepatu *Nike Air Jordan 1 x Travis Scott* yang ditujukan untuk meyakinkan para audiens bahwa produk *Spotless* aman digunakan (Gambar 3). Alasan digunakannya sepatu tersebut dikarenakan *Nike Air Jordan 1 x Travis Scott* merupakan sepatu yang bergensi dan mahal sehingga dengan sepatu



Gambar 1. Spotless Starter Kit  
(Sumber: Instagram @Spotless\_id)



Gambar 2. Produk dalam Starter Kit  
(Sumber: Instagram @Spotless\_id)

tersebut foto produk dapat lebih menarik dan juga membuat audiens semakin yakin untuk menggunakan produk dari *Spotless*. Penulis juga memilih properti pendukung sepatu-sepatu bersih yang ditujukan untuk menginformasikan bahwa



Gambar 3. Nike Air Jordan 1 x Travis Scott  
(Sumber : [www.google.com](http://www.google.com))



Gambar 4. Sepatu bersih  
(Sumber : [www.google.com](http://www.google.com))



Gambar 5. *Spotless Cleaner* dan *Standard Brush*  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

produk dari *Spotless* dapat membuat sepatu kembali bersih tanpa noda, bahkan dapat terlihat seperti sepatu baru Kembali (Gambar 4).

Setelah itu, penulis menggunakan model remaja laki laki sebagai subjek pendukung pada foto produk *Spotless* yang ditujukan untuk informasi bahwa produk *Spotless* cocok digunakan oleh masyarakat kalangan muda. Penulis akhirnya menciptakan 6 karya foto produk untuk *brand Spotless* yang nantinya diunggah ke dalam *Instagram Spotless*, yaitu *Spotless Cleaner* dan *Standard Brush*, *Spotless Starter Kit*, *Standard Brush*, Bersihkan Sepatumu, Bersih dan Siap Untuk Pergi!, dan Sedia Selalu *Spotless!*

### *Spotless Cleaner dan Standard Brush*

Gambar 5 menunjukkan bahwa konsep foto ditujukan untuk promosi dan juga menginformasikan produk. Foto menunjukkan sebuah botol cairan dari *Spotless* dan *Standard Brush* yang merupakan sikat dari *Spotless*. Komposisi foto menggunakan *rule of third* dan *leading line* dengan tujuan untuk memberikan kesan bahwa setelah menggunakan produk sepatu dapat bersih kembali. Pencahayaan menggunakan *available light* dengan arah cahaya *front light* dan *top light* yang ditujukan untuk menimbulkan detail warna dari produk dan memberikan bentuk pada produk. Gambar 5 menceritakan bahwa dengan menggunakan produk *Spotless* sepatu dapat bersih kembali seperti tanpa noda.

### *Spotless Starter Kit*

Gambar 6 menunjukkan bahwa konsep dari foto ditujukan untuk promosi dan juga menginformasikan produk apa saja yang ada didalam paket *Starter Kit*. Komposisi menggunakan *Framing* untuk menfokuskan masing masing objek yang ada difoto. Pencahayaan menggunakan *available light* dengan arah *front light* untuk mengeluarkan detail warna. Gambar 6 menginformasikan bahwa terdapat beberapa produk didalam paket *Starter Kit* yaitu *Spotless Mult Purpose Cleaner*, *Standard Brush*, Handuk *Micro Fiber*, dan kemasan *Starter Kit*.



### Standard Brush

Gambar 7 menunjukkan bahwa konsep dari foto ditujukan untuk promosi dan menginformasikan produk yang difoto. Komposisi menggunakan *framing* ditujukan untuk



Gambar 6. Spotless Starter Kit  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 7. Standard Brush  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 8. Bersihkan Sepatumu  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

menfokuskan kembali objek utama pada foto. Pencahayaan menggunakan *available light* serta *window light* untuk memberikan detail pada produk dan menyeimbangkan cahaya yang masuk pada kamera. Gambar 7 menginformasikan bahwa produk dari *Spotless* sangat aman digunakan pada bagian sepatu yang dianjurkan. Produk *Standard brush* ditujukan untuk penggunaan *midsole* dan *outsole*.

Tabel 1. Data Teknis Pemotretan *Spotless Cleaner* dan *Standard Brush*

No.	Data Teknis Pemotretan	
1.	Lokasi Pemotretan	Jakarta Pusat
2.	Tahun Pemotretan	2021
3.	ISO	200
4.	Aperture	f/2
5.	Shutter Speed	1/200

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Tabel 2. Data Teknis Pemotretan *Spotless Starter Kit*

No.	Data Teknis Pemotretan	
1.	Lokasi Pemotretan	Jakarta Pusat
2.	Tahun Pemotretan	2021
3.	ISO	2000
4.	Aperture	f/5.6
5.	Shutter Speed	1/125

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Tabel 3. Data Teknis Pemotretan *Standard Brush*

No.	Data Teknis Pemotretan	
1.	Lokasi Pemotretan	Jakarta Pusat
2.	Tahun Pemotretan	2021
3.	ISO	2000
4.	Aperture	f/2.5
5.	Shutter Speed	1/125

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Tabel 4. Data Teknis Pemotretan Bersihkan Sepatumu

No.	Data Teknis Pemotretan	
1.	Lokasi Pemotretan	Jakarta Pusat
2.	Tahun Pemotretan	2021
3.	ISO	2000
4.	Aperture	f/2.5
5.	Shutter Speed	1/125

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

### Bersihkan Sepatumu

Gambar 8 menunjukkan bahwa konsep foto ditujukan untuk promosi dan mengilustrasikan penggunaan produk dari *Spotless* yang menunjukkan kenyamanan dan kemudahan. Komposisi menggunakan *rule of third* untuk menginformasikan bahwa objek sedang di dalam ruangan. Pencahayaan menggunakan *available light* dan *window light* dari arah *backlight* dan *front light*. Gambar 8 mengilustrasikan bahwa produk dari *Spotless* dapat dengan mudah dan nyaman digunakan. Penggunaan model remaja laki-laki juga menunjukkan bahwa produk dapat digunakan oleh masyarakat kalangan muda.



Gambar 9. Bersih dan Siap Untuk Pergi!  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

### Bersih dan Siap Untuk Pergi!

Gambar 9 menunjukkan bahwa konsep foto ditujukan untuk promosi dan meyakinkan para audiens. Komposisi menggunakan *framing* yang ditujukan seolah model sedang bercermin dan bersiap untuk pergi. Pencahayaan menggunakan *available light*. Gambar 7 menginformasikan dan meyakinkan audiens bahwa setelah menggunakan produk *Spotless*, sepatu dapat bersih kembali layaknya sepatu baru yang tanpa noda dan dapat meningkatkan kepercayaan diri karena sepatu yang digunakan sudah bersih seperti baru kembali.



Gambar 10. Sedia Selalu *Spotless!*  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

### Sedia Selalu *Spotless!*

Gambar 10 menunjukkan bahwa konsep di foto ditujukan untuk promosi dan juga meyakinkan para audiens. Komposisi menggunakan *framing* ditujukan untuk seolah disimpan di dalam lemari. Pencahayaan *available light*. Gambar 7 menginformasikan bahwa setelah menggunakan produk dari *Spotless*, konsumen dapat menyimpan kembali dengan waktu yang lama (kecuali cairan sabun).

Dari ke 6 karya foto tersebut, terdapat 3 foto yang lolos kurasi dari *Spotless* untuk diunggah ke akun instagram *@spotless\_id*. Tabel 7, 8, dan 9, menunjukkan data *insight Instagram* sebagai respon audiens yang didapat pada karya foto yang dibuat oleh penulis.

Tabel 5. Data Teknis Pemotretan Bersih dan Siap Untuk Pergi!

No.	Data Teknis Pemotretan	
1.	Lokasi Pemotretan	Jakarta Pusat
2.	Tahun Pemotretan	2021
3.	<i>ISO</i>	800
4.	<i>Aperture</i>	f/1.8
5.	<i>Shutter Speed</i>	1/80

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Tabel 6. Data Teknis Pemotretan Sedia Selalu *Spotless!*

No.	Data Teknis Pemotretan	
1.	Lokasi Pemotretan	Jakarta Pusat
2.	Tahun Pemotretan	2021
3.	<i>ISO</i>	800
4.	<i>Aperture</i>	f/1.8
5.	<i>Shutter Speed</i>	1/80

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Tabel 7. Insight Foto *Spotless Cleaner* dan *Standard Brush* (lihat Gambar 5)

No.	Insight pada Instagram		
1.	Likes	173	
2.	Comment	2	
3.	Share	46	
4.	Save	647	
5.	People Reach	99,778	
6.	Content Interaction	868	

(Sumber: Instagram @spotless\_id)

Tabel 8. Insight Foto *Starter Kit* (lihat Gambar 6)

No.	Insight pada Instagram		
1.	Likes	157	
2.	Comment	11	
3.	Share	119	
4.	Save	1509	
5.	People Reach	109,444	
6.	Content Interaction	1,796	

(Sumber: Instagram @spotless\_id)

Tabel 9. Insight Foto Bersih dan Siap Untuk Pergi! (lihat Gambar 9)

No.	Insight pada Instagram		
1.	Likes	389	
2.	Comment	5	
3.	Share	52	
4.	Save	1053	
5.	People Reach	300,525	
6.	Content Interaction	1,499	

(Sumber: Instagram @spotless\_id)

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan latar belakang, pembahasan dan hasil, dapat disimpulkan bahwa sebuah foto produk memiliki tanggung jawab untuk menyampaikan pesan informasi terkait produk yang difoto dan memiliki visual yang menarik. Kedua hal tersebut dapat dicapai dengan menentukan komposisi, pencahayaan dan properti pendukung yang memiliki korelasi dengan produk. Maka dari itu pesan yang disampaikan dapat tercapai dan dapat menarik para audiens.

#### Ucapan Terima Kasih

Terima kasih penulis ucapkan kepada dosen mata kuliah Seminar Erlina Novianti, S.Sn, M.Ds dan Silviana Amanada Tahalea, S.Sn, M.S.Sn serta Dra Ratih Candrastuti, M.Ds selaku dosen mata kuliah Metode Penciptaan Seni yang telah membantu membimbing penulisan ini.

#### Daftar Pustaka

- Fiandra, Y., & Sudaryat, Y. (2019). Window Lighting sebagai Pembentuk Dimensi dan Karakter Objek Model dalam Fotografi Potret Hitam Putih. *Waca Cipta Ruang*, 5(1), 349–356. <https://doi.org/10.34010/wcr.v5i1.1646>
- Fujiawati, F. S., & Raharja, R. M. (2021). Pemanfaatan Media Sosial ( Instagram ) Sebagai Media Penyajian Kreasi Seni Dalam Pembelajaran. *Jurnal Pendidikan Dan Kajian Seni*, 6(1), 32–44.
- Hicks, R., & Schultz, F. (1995). *Product Shot (Pro Lighting)*. Rotovision.
- Junawan, H., & Laugu, N. (2020). Eksistensi Media Sosial, Youtube, Instagram dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia. *Baitul 'Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 4(1), 41–57. <https://doi.org/10.30631/baitululum.v4i1.46>
- Muhairini, & Listiana, S. (2019). *Fotografi Makanan untuk Pemula*. Yogyakarta: Trans Idea Publishing.
- Prakel, D. (2007). *Basic Photography: Lighting*. Ava Publishing.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/COMMON.V3I1.1950>
- Sanggabuwana, D., & Andriani, S. (2018). Dampak Media Sosial terhadap Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Sentra Industri Keramik Plered, Kabupaten Purwakarta. *InterKomunika*, 2(2), 172. <https://doi.org/10.33376/ik.v2i2.37>
- Tahalea, S. (2016). *Fotografi Produk Sebagai*

*Sarana Promosi Produk.*  
Zakia, R. D., & David, A. P. (2010). *Photography*

*Composition A Visual Guide.* Focal Press.