

**ANALISIS KOMPOSISI FOTOGRAFI IKLAN PRODUK  
AKUN INSTAGRAM ERIGO-X**



**SKRIPSI  
TUGAS AKHIR PENGKAJIAN SENI FOTOGRAFI**

**Andrian Rohmad Kurniawan**  
1710849031

**PROGRAM STUDI S-1 FOTOGRAFI  
JURUSAN FOTOGRAFI  
FAKULTAS SENI MEDIA REKAM  
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2023**

**ANALISIS KOMPOSISI FOTOGRAFI IKLAN PRODUK  
AKUN INSTAGRAM ERIGO-X**



**SKRIPSI  
TUGAS AKHIR PENGKAJIAN SENI FOTOGRAFI**

untuk memenuhi persyaratan derajat sarjana  
Program Studi Fotografi

**Andrian Rohmad Kurniawan**  
1710849031

**PROGRAM STUDI S-1 FOTOGRAFI  
JURUSAN FOTOGRAFI  
FAKULTAS SENI MEDIA REKAM  
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2023**

# ANALISIS KOMPOSISI FOTOGRAFI IKLAN PRODUK

## AKUN INSTAGRAM ERIGO-X

Diajukan oleh  
**Andrian Rohmad Kurniawan**  
1710849031

Skripsi pengkajian karya seni fotografi telah dipertahankan di depan tim penguji Tugas Akhir Program Studi Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, pada tanggal. 05 JUL 2023.....

Pembimbing I / Ketua Penguji

**Zulisah Maryani, M.A.**

NIDN. 0019077803

Pembimbing II / Anggota Penguji

**Pamungkas Wahyu Setiyanto, M.Sn.**

NIDN. 0007057501

Cognate / Penguji Ahli

**Kurniawan Adi Saputro, S.I.P, M.A. Ph.D.**

NIDN. 0011057803

Ketua Jurusan

**Oscar Samaratunga, SE. M.Sn.**

NIP. 19760713 200812 1 004

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Seni Media Rekam



**Dr. Irwandi, M.Sn**

NIP. 1977127200312 1 002

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : **Andrian Rohmad Kurniawan**

No. Mahasiswa : **1710840021**

Program Studi : **S-1 Fotografi**

Judul Skripsi : **Analisis Komposisi Fotografi Iklan Produk Akun Instagram Eriqo X**

Menyatakan bahwa dalam Skripsi/Karya Seni Tugas Akhir saya tidak terdapat bagian yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi mana pun dan juga mendapat hasil karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh pihak lain sebelumnya, kecuali secara tertulis saya sebutkan dalam daftar pustaka.

Saya bertanggung jawab atas Skripsi/Karya Seni Tugas Akhir saya ini, dan saya bersedia menerima sanksi sesuai aturan yang berlaku, apabila di kemudian hari diketahui dan terbukti tidak sesuai dengan isi pernyataan ini.

Yogyakarta,



**Andrian Rohmad K**

“

*Ayah dan Ibu tercinta sebagai tanda bakti, hormat, dan rasa terima kasih yang tiada terhingga kupersembahkan tulisan kecil ini kepada Ayah dan Ibu yang telah memberikan kasih sayang, segala dukungan, dan cinta kasih yang tiada terhingga yang tiada mungkin dapat kubalas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata cinta dalam kata persembahan. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat Ayah dan Ibu bahagia karna kusadar, selama ini belum bisa berbuat yang lebih.*

“

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa dengan Rahmat dan kuasa-Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Komposisi Fotografi Iklan Produk Akun Instagram Erigo-X”. Skripsi pengkajian ini menjadi bukti dari proses studi menjadi mahasiswa fotografi selama dua belas semester di Jurusan Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Terima kasih kepada seluruh pihak yang terkait membantu dan memberikan dukungan serta doa dalam proses penyusunan skripsi pengkajian ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT atas segala Rahmat dan Karunia-Nya;
2. Kepada Ayah, Ibu dan Adik serta segenap keluarga, saudara yang telah memberikan dukungan yang terbaik dan luar biasa untuk anaknya;
3. Dr. Irwandi, M.Sn., selaku Dekan Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta;
4. Oscar Samaratunga, S.E., M.Sn., selaku Ketua Jurusan Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta;
5. Kusrini, S.Sos., selaku Sekretaris Program Studi Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta;
6. Kurniawan Adi Saputro, S.I.P., M.A., Ph.D., selaku *cognate*
7. Zulisah Maryani, S.S., M.A., selaku Dosen Pembimbing I yang banyak memberikan saran, masukan, koreksi, dan bimbingan dalam penulisan skripsi;

8. Pamungkas Wahyu Setiyanto, S.Sn., M.Sn., selaku Dosen Pembimbing II yang banyak memberikan saran, masukan, bimbingan dan arahan tentang pemahaman teori yang digunakan dalam penulisan skripsi;
9. Pitri Ermawati, M.Sn., selaku Dosen Wali yang telah banyak berjasa, menjadi penasehat, pembimbing yang baik selama awal perkuliahan hingga akhir;
10. Seluruh dosen di Jurusan Fotografi FSMR ISI Yogyakarta;
11. Seluruh staff di Jurusan Fotografi FSMR ISI Yogyakarta;
12. Seluruh teman-teman angkatan fotografi 2017 yang membantu, memberikan dukungan, semangat, kepedulian, waktu dan dalam bentuk apapun yang tidak dapat dituliskan satu persatu;
13. Seluruh teman-teman dari luar kampus yang ikut serta membantu dalam pengerjaan tugas mulai dari semester awal kuliah hingga akhir.

Dengan segala kesadaran dan kerendahan hati penulis menyadaei bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dalam penulisan maupun pengkajian. Oleh karena itu kritik dan saran akan penulis terima dengan senang hati. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis, pembaca, dan bagi peneliti selanjutnya. Terima kasih.

Yogyakarta,

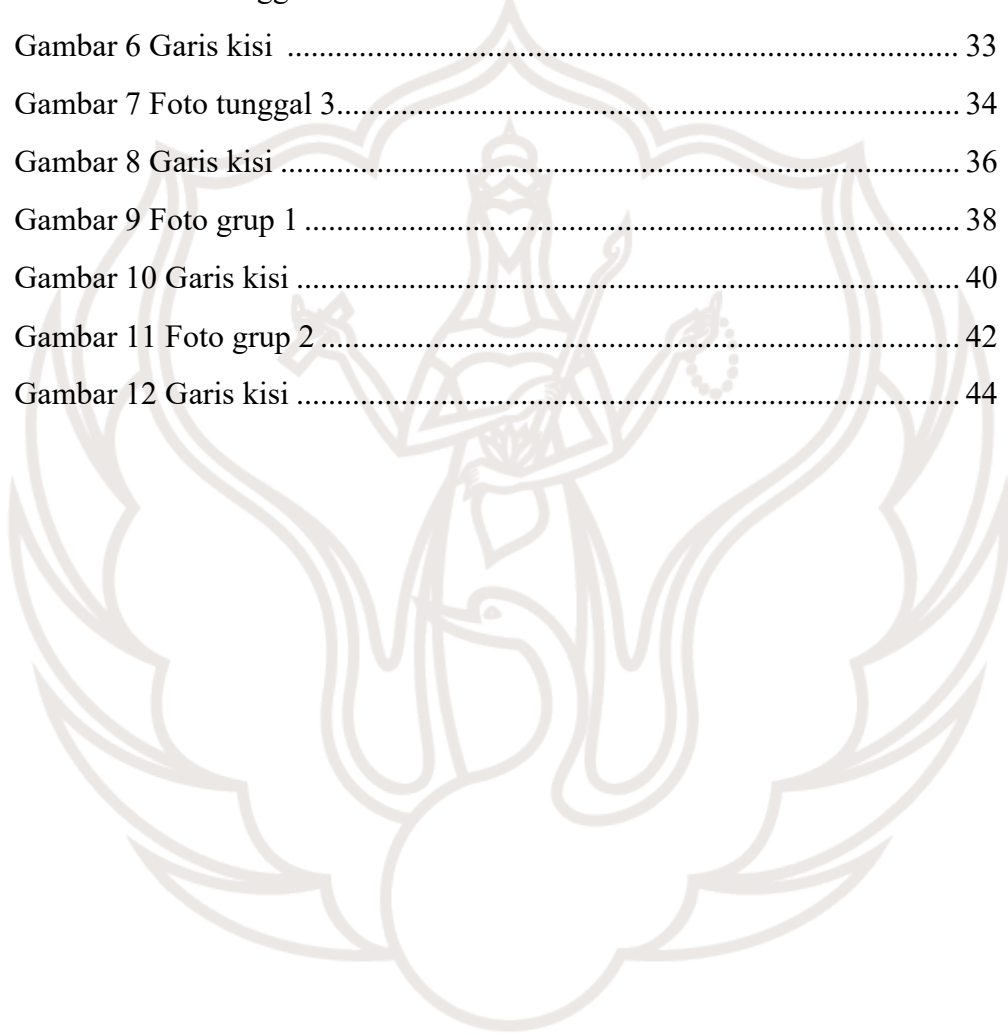
Andrian Rohmad K

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
ABSTRAK.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan dan Manfaat.....	5
BAB II LANDASAN PENGAJIAN.....	6
A. Landasan Teori .....	6
B. Tinjauan Pustaka .....	12
BAB III METODE PENELITIAN.....	15
A. Objek Penelitian .....	15
B. Metode Penelitian.....	16
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	24
A. Hasil Penelitian.....	24
B. Pembahasan .....	26
BAB V PENUTUP.....	46
A. Simpulan.....	46
B. Saran-Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA .....	51
LAMPIRAN.....	53
BIODATA PENULIS .....	57

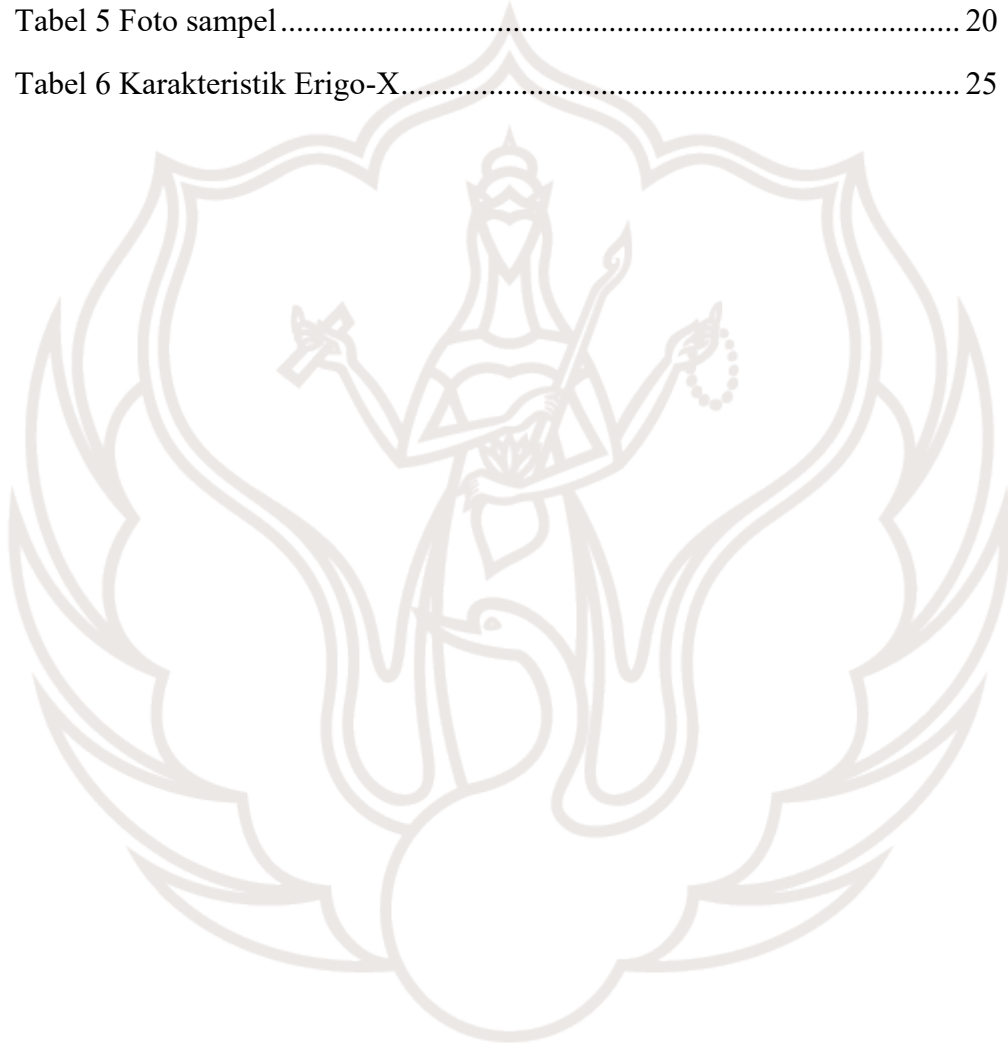
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Akun Instagram Erigo-X.....	15
Gambar 2 Komentar Instagram.....	26
Gambar 3 Foto tunggal 1.....	27
Gambar 4 Garis kisi .....	29
Gambar 5 Foto tunggal 2.....	30
Gambar 6 Garis kisi .....	33
Gambar 7 Foto tunggal 3.....	34
Gambar 8 Garis kisi .....	36
Gambar 9 Foto grup 1 .....	38
Gambar 10 Garis kisi .....	40
Gambar 11 Foto grup 2 .....	42
Gambar 12 Garis kisi .....	44



## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Populasi komposisi foto tunggal.....	17
Tabel 2 Populasi sudut dan teknik pengambilan gambar.....	18
Tabel 3 Populasi komposisi foto grup.....	18
Tabel 4 Populasi sudut dan teknik pengambilan gambar.....	19
Tabel 5 Foto sampel.....	20
Tabel 6 Karakteristik Erigo-X.....	25



# ANALISIS KOMPOSISI FOTOGRAFI IKLAN PRODUK AKUN INSTAGRAM ERIGO-X

**Andrian Rohmad Kurniawan**

**1710849031**

## **Abstrak**

Produk busana merek lokal Indonesia cukup beragam. Era digital mengubah strategi pemasaran ke media sosial. Instagram sebagai platform yang populer di kalangan masyarakat. Salah satu merek bernama Erigo menggunakan Instagram sebagai media untuk memasarkan produknya. Diawali pada tahun 2021 Erigo mengikuti ajang New York Fashion Week untuk kali pertama dari merek lokal Indonesia. Saat mengikuti acara tersebut, Erigo menciptakan akun Instagram baru bernama Erigo-X dengan menampilkan sebuah konsep, visual, dan konten dengan gaya internasional. Penciptaan visual iklan dalam unggahan Instagram Erigo-X sangat penting dalam visualisasi iklan produk. Visual produk didasari oleh unsur-unsur ilmu dari komposisi fotografi. Komposisi fotografi yang menarik dan kreatif akan meningkatkan suatu minat dan ketertarikan bagi konsumen mengambil keputusan dalam pembelian suatu produk.

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, menghitung populasi, dan menentukan sampel. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi foto dengan rentang waktu unggahan Maret hingga September 2021. Ditemukan data populasi sejumlah 120 foto unggahan dengan mengklasifikasi kembali menggunakan kategori dari teori komposisi fotografi. Objek penelitian ini mengambil sejumlah lima karya foto yang mewakili dari segi unsur visual untuk dianalisis dan dikaji.

Hasil dari penelitian analisis foto sampel mewakili teori komposisi fotografi dari segi garis, yaitu horizontal, vertikal, dan diagonal. Dari komposisi warna terdapat pakaian mencolok untuk segmen remaja dan busana warna gelap bagi segmen dewasa. Komposisi menggunakan pola pengulangan, sudut dan teknik pengambilan gambar bervariasi seperti rata mata, sudut tinggi dan rendah. Akan tetapi terdapat kekurangsesuaian dalam konsistensi dan variasi penciptaan visual iklan dari keseluruhan jumlah populasi. Perbedaan dengan merek induknya Erigo, Erigo-X merek busana bergaya semi formal.

**Kata kunci:** komposisi fotografi, iklan produk, Instagram, Erigo-X

# ***ANALYSIS OF PHOTOGRAPHIC COMPOSITION OF PRODUCT ADVERTISEMENTS ERIGO-X INSTAGRAM ACCOUNT***

**Andrian Rohmad Kurniawan**

**1710849031**

## ***Abstract***

*Indonesia's local fashion brands are quite diverse. The digital era has shifted marketing strategies to social media. Instagram as a platform is popular among the public. One brand called Erigo uses Instagram as a medium to market its products. Starting in 2021, Erigo participated in the New York Fashion Week event for the first time from a local Indonesian brand. While participating in the event, Erigo created a new Instagram account called Erigo-X by displaying a concept, visuals, and content with an international style. The creation of advertising visuals in Erigo-X's Instagram posts is very important in the visualization of product advertising. Product visuals are based on the elements of the science of photographic composition. An attractive and creative photographic composition will increase interest and interest for consumers to make decisions in purchasing a product.*

*This research uses a qualitative research approach, calculates the population, and determines the sample. The data collection technique used photo observation with a time span of uploads from March to September 2021. Population data was found to be 120 uploaded photos by reclassifying using categories from photographic composition theory. The object of this research takes a number of five representative photographs in terms of visual elements to be analyzed and studied.*

*The results of the sample photo analysis research represent the theory of photographic composition in terms of lines, namely horizontal, vertical, and diagonal. From the color composition, there are flashy clothes for the teenage segment and dark clothes for the adult segment. The composition uses repetition patterns, angles and varied shooting techniques such as eye level, high and low angles. However, there is a lack of consistency and variety in the visual creation of advertisements from the overall population. In contrast to its parent brand Erigo, Erigo-X is a semi-formal fashion brand.*

***Keywords:*** *photographic composition, product advertisement, Instagram, Erigo-X*

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pada saat ini iklan sudah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat. Dari zaman sebelum internet berjaya, dulunya iklan seringkali dijumpai di media cetak seperti surat kabar, majalah, baliho dan siaran televisi dan radio. Pada zaman modern ini internet berkembang pesat sehingga iklan-iklan sering dijumpai di berbagai sosial media mana pun. Sejak kehadiran internet, banyak perusahaan komersial mengubah strategi pemasarannya ke media digital, atau biasa disebut dengan istilah pemasaran digital. Salah satu platform sosial media yang cukup populer adalah Instagram. Instagram kini tidak hanya sebagai sosial media untuk membangun citra suatu perusahaan komersial, namun juga sebagai wadah untuk berjualan dan memasang fitur iklan berbayar maupun organik (algoritma Instagram). Siapa pun dapat memiliki akun di Instagram sehingga perusahaan-perusahaan saling berlomba memasarkan produknya dengan semenarik mungkin.

Salah satu perusahaan pakaian merek lokal bernama Erigo memiliki gaya visual iklan sendiri untuk menarik audiens dan para calon konsumennya. Erigo merupakan merek lokal yang cukup bergengsi di Indonesia; didirikan pada tahun 2011 oleh Muhammad Sadad dan teman-temannya. Sadad mulai dengan bermodalkan Rp 50 juta dan meninggalkan sekolah untuk membuka bisnis. Saat itu nama produknya bernama Selected & Co yang kemudian menjadi Erigo seperti yang dikenal saat ini. Erigo menargetkan pasarnya ke

anak-anak muda dengan konsep gaya kekinian. Erigo cukup dikenal di kalangan masyarakat khususnya anak-anak muda dengan harga yang masih terjangkau. Desain produk Erigo adalah pakaian-pakaian kasual dan sering memadukan desain ala oriental dan Hawaiian yang tidak hanya diminati oleh masyarakat Indonesia, tetapi meluas ke Malaysia, Singapura, Filipina, Thailand, dan saat ini sampai ke USA. Maka dari itu, dalam menyajikan sebuah visual produk harus sesuai, menarik, dan tersampaikan kepada calon konsumen. Dengan demikian, produk dapat laku terjual di pasaran. Erigo menampilkan visual iklan dengan model, latar belakang dan properti tambahan sebagai pendukung dari produk pakaian yang dijual. Dalam pemotretan produk Erigo terdapat beberapa macam konsep seperti busana jalanan, petualangan, nongkrong dan acara formal.

Erigo memiliki tiga akun Instagram sebagai media promosinya berdasarkan target dan strategi pemasaran. Akun Instagram Erigo Apparel (@erigostore) adalah sebuah akun resmi Erigo yang sudah lama sejak Erigo berdiri. Sementara itu, Erigo-X (@erigo.x) adalah akun Erigo yang targetnya ingin bersaing di pasar internasional, terlihat dari visual kontennya berlatar belakang luar negeri dan menggunakan model warga negara asing. Meskipun terdapat juga warga Indonesia yang menjadi model namun pemotretan di luar negeri. Akun ketiga adalah Erigo Tour (@erigotour). Akun ini digunakan sebagai media promosi melalui acara tur ke berbagai kota dan provinsi di seluruh Indonesia.

Erigo menempati posisi ranking nomor 1 di Indonesia dengan kategori produk terlaris di pasar Shopee pada tahun 2021. Penjualan produknya mencapai angka lebih dari 10 ribu produk. Tak hanya Shopee, Erigo juga tersedia toko daring di platform lain seperti Tokopedia, Lazada, dan Zalora. Erigo juga memiliki laman resmi beralamat [www.erigostore.co.id](http://www.erigostore.co.id). Cara Erigo memasarkan produknya tidak hanya beriklan di sosial media dan pasar daring, Erigo juga mengadakan program bernama Erigo Tour. Kegiatan dari program tersebut adalah melakukan tur penjualan di berbagai daerah penjuru Indonesia dari berbagai provinsi, kota, dan pulau setiap beberapa minggu sekali dalam sebulan. Erigo akan memasang kios berdiri di mal-mal besar yang ditempati. Panggung berdiri dari Erigo selalu ramai dikerumuni oleh pengunjung, karena calon konsumen tahu akan informasi tersebut melalui akun Instagram Erigo. Setiap konsumen dari berbagai daerah menantikan kehadiran tur dari Erigo di kotanya masing-masing. Hal tersebut dapat dibilang bahwa Erigo laku keras dan layak diterima di masyarakat lokal maupun interlokal.

Pamornya semakin melejit dengan prestasinya mengikuti ajang internasional di New York Fashion Week pada tahun 2021, untuk menaikkan mutu dan identitas merek yang bergengsi. Masyarakat Indonesia dibuat tercengang khususnya para netizen di kalangan anak muda dengan adanya berita tersebut di berbagai media. Mereka menyuarakan dukungan penuh melalui sebuah komentar untuk Erigo mengikuti ajang tersebut sebagai merek lokal karya anak bangsa. Melalui akun Instagram Erigo-X (@erigo.x), Erigo mengemas konten visual Internasional dengan unggahan-unggahan foto dan

video menggunakan model luar negeri dan berlokasi di luar negeri khususnya New York, USA. Beberapa foto katalog dari acara NYFW 2021 juga dalam akun tersebut. Tidak hilang dari asalnya yaitu produk lokal dalam negeri, Erigo juga mendatangkan beberapa artis dari Indonesia ke New York untuk melakukan pemotretan.

Penciptaan visual iklan dalam unggahan Instagram Erigo-X sangat penting dalam visualisasi iklan produk. Visual produk didasari oleh unsur-unsur ilmu dari komposisi fotografi. Komposisi fotografi yang menarik dan kreatif akan meningkatkan suatu minat dan ketertarikan bagi konsumen dalam mengambil keputusan dalam pembelian suatu produk.

Pemaparan tersebut menarik bagi penulis untuk membahas dan membedah visual dengan kajian analisis komposisi fotografi iklan produk. Pengkajian hanya terfokus pada konten visual pada akun Instagram Erigo-X. Erigo berupaya meningkatkan mutu dan kualitas produknya supaya dapat lebih diterima di kalangan masyarakat Indonesia. Maka perlu diketahui apakah secara visual foto-foto produk Erigo-X di unggahan akun instagramnya sesuai dengan kesan dari publisitas.

## **B. Rumusan Masalah**

Penelitian ini untuk mendeskripsikan komposisi fotografi pada foto-foto busana Erigo-X dalam karya NYFW 2021 apakah menunjukkan ciri-ciri yang sesuai dengan ciri-ciri merek yang dikenal khalayak umum.

### **C. Tujuan dan Manfaat**

#### 1. Tujuan

- a) Mendeskripsikan komponen visual dari analisis komposisi fotografi pada merek Erigo-X.
- b) Mendeskripsikan ciri-ciri busana dari Erigo-X sebagai merek yang dikenal khalayak umum.

#### 2. Manfaat

- a) Menjadi salah satu acuan sarana penelitian terhadap merek lokal di Indonesia.
- b) Sebagai sarana belajar bagaimana menciptakan sebuah visual iklan dari fotografi produk.
- c) Memberikan wawasan kepada masyarakat luas khususnya Indonesia untuk lebih mengenal dan mencintai produk lokal Indonesia.

