

BAB II

PROFIL DAN PROGRAM PEMASARAN BILD PHOTOSPOT

Bab ini menguraikan gambaran umum mengenai profil BILD Photospot sebagai sebuah brand yang bergerak di bidang jasa fotografi dan studio foto. Pembahasan dalam bab ini mencakup latar belakang berdirinya BILD Photospot, karakteristik brand, serta layanan yang ditawarkan kepada konsumen. Berdasarkan tren fotografi saat ini, terdapat perubahan selera visual yang mempengaruhi tren pada tahun 2025 hingga saat ini di antara lainnya adalah fotografi minimalis, penggunaan AI dalam proses edit foto, fotografi lingkungan, fotografi *virtual reality (VR)*, *street* fotografi, fotografi dengan warna neon, dan fotografi potret dengan elemen sinematik (Kompas.com, 2025). Aktifitas fotografi saat ini tidak lagi hanya sekadar dokumentasi atau merekam momen akan tetapi menjadi bagian dari ekspresi diri, *personal branding*, hingga kebutuhan konten visual di media sosial.

Perkembangan tersebut mendorong munculnya berbagai studio foto yang menawarkan konsep yang beragam dan kreatif untuk memberikan pengalaman yang berbeda bagi pelanggan. BILD Photospot hadir sebagai salah satu studio foto yang berada di Kota Semarang dengan layanan yang beragam mulai dari berbagai pilihan *background real setting*, *lighting*, konsep foto yang fleksibel. BILD Photospot berupaya dalam memberikan pengalaman atau esensi foto yang tidak hanya bagus secara visual atau hasilnya saja akan tetapi dapat memberikan pengalaman dari proses pengambilan hingga hasil akhir yang merepresentasikan karakter dan cerita dari setiap individu yang datang.

2.1 Profil BILD Photospot

BILD Photospot merupakan sebuah usaha yang bergerak di bidang jasa studio foto yang berdiri sejak pertengahan tahun 2013 dan berlokasi di Jalan Rinjani No. 3A, Bendungan, Kecamatan Gajahmungkur, Kota Semarang, Jawa Tengah 50231 dan terletak pada satu lokasi yang sama dengan Kopi Susu Bu Lurah. BILD Photospot hadir sebagai studio foto modern yang menawarkan

pengalaman pemotretan dengan konsep foto *indoor* maupun *outdoor*, baik untuk kebutuhan individu atau kelompok. BILD Photospot buka setiap hari dari pukul 10.00 hingga 19.00 WIB dengan menyesuaikan kebutuhan konsumen, BILD Photospot berupaya memberikan pelayanan terbaik melalui kemudahan akses bagi pelanggan untuk menentukan waktu pemotretan.



Gambar 2.1 Halaman depan BILD Photospot

Sumber: Dokumentasi pribadi

BILD Photospot pada awal berdirinya hanya menyediakan *rent space* studio bagi para fotografer yang ingin mengembangkan usaha fotografinya. Konsep usaha berawal dari kondisi dimana tempat tersebut sebelumnya seringkali digunakan sebagai *photostudio* tanpa dikenakan biaya apapun. Melihat kondisi tersebut, Mas Rodra selaku *owner* melihat sebuah peluang bisnis yang dapat dimanfaatkan dengan memulai konsep *rent space studio* agar para fotografer baik yang baru ataupun yang sudah berpengalaman dapat menggunakan fasilitas studio tanpa harus memiliki studio foto sendiri. Dengan *target market* para fotografer, BILD Photospot memulai *positioning*-nya sebagai “*created life dreams photostudio*”. Seiring dengan perkembangan dari *demand market* yang terus melonjak, pada tahun 2015 BILD Photospot melakukan perubahan konsep usaha dengan mulai menyediakan layanan jasa *photostudio*-nya sendiri secara langsung kepada konsumen. Perubahan ini pun berpengaruh pada perubahan *target market* menjadi lebih luas seperti masyarakat umum

dan juga fotografer. *Positioning*-nya pun berubah menjadi “*creative photostudio*”.

Selain itu, BILD Photospot pun memiliki *unique selling point* dibandingkan dengan para kompetitornya yang berada di Semarang. Salah satu keunggulan yang sulit untuk dikejar para kompetitornya adalah memiliki fasilitas area studio foto *indoor* dan *outdoor* dalam satu lokasi yang sama, sehingga memberikan pilihan yang lebih variatif bagi para konsumen. Pada bagian *indoor*, BILD Photospot memiliki pilihan *background real setting* yang variatif bagi konsumen, seperti memiliki studio Limbo yang jarang dimiliki oleh kompetitornya dan menjadi salah satu yang terbesar juga di Semarang. Dengan pengalaman operasional sejak tahun 2012, BILD Photospot juga dikenal sebagai salah satu *photostudio* yang cukup lama berdiri di Semarang, sehingga memiliki pengalaman yang cukup panjang dan lama di bidang fotografi. Melalui konsep studio yang variatif, BILD Photospot berusaha untuk memberikan pengalaman fotografi yang bukan hanya berfokus pada hasil, tetapi juga pada kenyamanan dan pengalaman langsung konsumen dalam fotografi.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Rodra Ciptaning, selaku *owner* dari BILD Photospot, latar belakang berdirinya BILD Photospot berawal dari ketertarikan beliau terhadap dunia fotografi. Selain itu, lokasi studio ini sebelumnya merupakan tempat tinggal *owner* yang memiliki berbagai sudut dengan potensi visual yang menarik dan kerap dimanfaatkan oleh fotografer sebagai lokasi untuk melakukan sesi pemotretan. Pada awal berdirinya BILD Photospot di Kota Semarang, masih terbatas studio foto yang menawarkan konsep visual berbasis *real setting* dan *background*, seperti penggunaan ruang perpustakaan asli maupun taman outdoor sebagai latar pemotretan. Kondisi tersebut kemudian menjadi landasan dasar bagi *owner* untuk mengembangkan BILD Photospot dengan menghadirkan konsep yang berbeda sebagai bentuk strategi diferensiasi dalam industri studio foto.

Terkait identitas visual, nama merek BILD Photospot diambil dari bahasa Jerman yang berarti “*pictures*” atau gambar. Pemilihan nama ini bertujuan untuk menciptakan diferensiasi ditengah dominasi penggunaan dalam penamaan merek sejenis. Meskipun menggunakan bahasa asing yang relatif tidak umum, penyebutan “BILD” dinilai tetap mudah untuk dilafalkan sehingga memudahkan audiens dalam mengenali dan mengingat merek. Pada tahap awal berdirinya, identitas visual BILD Photospot hanya berupa *typeface* saja dengan bentuk tulisan BILD saja. Elemen ikonik berupa *logotype* baru ditambahkan pada tahun 2014 untuk memperkuat identitas merek seiring berkembangnya usaha studio foto dan tim didalamnya. Ikon utama BILD ini merupakan gabungan garis yang mengeja huruf-huruf penyusun nama “B-I-L-D”. Garis-garis tersebut kemudian disusun dengan sedemikian rupa hingga membentuk simbol menyerupai *love*. Simbol ini memiliki makna filosofis sebagai bentuk representasi dari awal berdirinya bisnis BILD Photospot yang hanya berfokus pada fotografi *pre-wedding* dan *wedding* saja hingga saat ini menjadi studi foto yang lengkap dan menawarkan berbagai pelayanan.



Gambar 2.2 Logo BILD Photospot

Sumber: Internal BILD Photospot

Berdasarkan filosofi tersebut, visi BILD Photospot adalah menjadi studio foto kreatif yang mengusung pendekatan kontemporer serta mampu menghadirkan pengalaman visual yang berbeda dibandingkan studio foto lainnya. Dalam proses pengembangannya,

BILD Photospot melakukan survei ke sejumlah studio foto ternama sebagai acuan awal, khususnya dalam hal kualitas layanan dan standar visual. Namun demikian, BILD Photospot hadir dengan upaya menciptakan nilai keunggulan melalui penyediaan beragam spot foto seperti foto *indoor* dan *outdoor* yang *real* dan unik serta tidak dimiliki oleh studio lainnya. Dengan kualitas seperti itu, BILD Photospot terus berkomitmen untuk menghadirkan inovasi dalam konsep studio foto untuk memenuhi kebutuhan pelanggan agar mendapatkan pengalaman visual yang kreatif, modern, dan relevan dengan tren atau perkembangan zaman. Berikut ini berbagai fasilitas spot foto yang ditawarkan BILD Photospot pada gambar dibawah ini:



Gambar 2.3 Spot-spot foto BILD Photospot

Sumber: Dokumentasi pribadi

Dalam praktik operasional dan strategi pemasarannya, BILD Photospot memiliki dua *market* yang berbeda yaitu *classic market* dan *new market*. *Classic market* merujuk pada segmen pelanggan yang telah menjadi kontributor utama dalam transaksi layanan di BILD Photospot, segmen ini mencakup layanan kebutuhan yang bersifat umum dan berulang dilakukan seperti foto wisuda, foto keluarga, serta foto *group* siswa sekolah menengah dan mahasiswa. Konsumen dalam segmen ini umumnya lebih mengutamakan dokumentasi untuk momen penting saja. Sementara itu, *new market* lebih mengarah pada segmen konsumen yang didominasi oleh generasi muda, khususnya

Gen Z yang memiliki preferensi terhadap konsep foto yang lebih kreatif, unik, dan mengikuti tren visual terkini. Pada segmen ini, aktifitas studio foto tidak hanya berfungsi sebagai sarana untuk dokumentasi saja akan tetapi sebagai sarana ekspresi diri serta produksi konten visual untuk kebutuhan media sosial.

2.2 Produk BILD Photospot

BILD Photospot menawarkan dua jasa dalam bentuk yang berbeda yaitu *studio rent* dan *photoshoot package* dengan konsep serta ketentuan yang bisa disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan. Layanan *studio rent* ditujukan bagi pelanggan yang ingin menggunakan fasilitas secara mandiri dan kebebasan penuh untuk memanfaatkan berbagai spot foto yang tersedia sesuai dengan konsep yang diinginkan, sehingga cocok digunakan oleh fotografer profesional atau konten kreator yang membutuhkan ruang produksi visual secara fleksibel. Sedangkan untuk layanan *photostudio package* merupakan layanan foto lengkap yang mencakup penggunaan studio, fotografer, serta arahan selama proses pemotretan. Paket ini dirancang untuk memudahkan pelanggan yang menginginkan hasil foto yang profesional tanpa perlu mempersiapkan

aspek teknis secara mandiri. Berikut ini merupakan layanan-layanan yang ditawarkan:

Studio Rent

Indoor
Two Hours : 800.000 IDR
Three Hours : 900.000 IDR

Indoor - Outdoor / Only Outdoor
Two Hours : 800.000 IDR
Three Hours : 900.000 IDR

Extra Hours : 300.000 IDR/ Hours

Family

Family A
400.000 IDR
15 Minute
Max 10 Photos
3 Edited Photos
All Files Free

Family B
600.000 IDR
30 Minute
Max 15 Photos
3 Edited Photos
1 Print 10R + Frame
Booking Time
All Files Free

Family C
800.000 IDR
45 Minute
Max 18 Photos
3 Edited Photos
1 Print 10R + Frame
Booking Time
All Files Free

Extra Photos 30.000 IDR

Graduation

Graduation A
300.000 IDR
30 Minutes
3 Background
Max 5 Photos
3 Edited Photos
All Files Free

Graduation B
350.000 IDR
30 Minutes
2 Background
Max 5 Photos
3 Edited Photos
Booking Time
All Files Free

Photo Session 30.000 IDR

Group

Standard
100.000 IDR
30 Minutes
Max 10 Photos
3 Edited Photos
All Files Free

Special
150.000 IDR
30 Minutes
Max 15 Photos
3 Edited Photos
All Files Free

Extra

Extra Background 100.000 IDR
1 Hour 150.000 IDR
2 Hours 200.000 IDR

Extra Photos 30.000 IDR
Extra Print 10R 10.000 IDR
Extra Print 15R 15.000 IDR
Extra Print 20R 20.000 IDR
Extra Print 25R 25.000 IDR
Extra Print 30R 30.000 IDR
Extra Print 35R 35.000 IDR
Extra Print 40R 40.000 IDR
Extra Print 45R 45.000 IDR
Extra Print 50R 50.000 IDR

BIG GROUP

Package A 700.000 IDR
45 Minute
10 Photos
3 Edited Photos
All Files Free

Package B 400.000 IDR
30 Minute
10 Photos
3 Edited Photos
All Files Free

Package C 500.000 IDR
30 Minute
10 Photos
3 Edited Photos
All Files Free

Package X 1.000.000 IDR
60 Minute
20 Photos
3 Edited Photos
All Files Free

Package Y 800.000 IDR
45 Minute
15 Photos
3 Edited Photos
All Files Free

Package Z 600.000 IDR
30 Minute
10 Photos
3 Edited Photos
All Files Free

Extra Photos 30.000 IDR (Include 3 Print 10R & 1 Print 10R)

PERSONAL

MINIMALIS
IDR 700.000
30 Minutes
1 Concept
3 Edited Photos
3 Prints 10R

PREMIUM
IDR 1.200.000
60 Minutes
2 Concepts
10 Edited Photos
2 Prints 10R
1 Prints 15R + Frame
1 Prints 12R + Frame

Maternity

Couple Graduation

Gambar 2.4 Pricelist layanan BILD Photospot

Sumber: Website BILD Photospot

BILD Photospot menyediakan berbagai macam pilihan *photostudio package* yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan karakteristik pelanggan. Paket-paket tersebut meliputi sesi *graduation, family, group, personal*, hingga *big group* dengan variasi durasi pemotretan kurang lebih 30 menit sampai satu hari penuh, jumlah orang, serta *output* foto yang berbeda. Pada kategori *graduation*, BILD Photospot menawarkan paket sesi pemotretan yang dirancang untuk mengabadikan momen kelulusan dengan pilihan latar

dan konsep yang beragam. Sedangkan untuk kategori *family* dan *group* ditujukan untuk kebutuhan foto bersama baik dalam lingkup keluarga maupun pertamanan dengan kapasitas peserta yang disesuaikan serta hasil foto yang telah melalui proses kurasi dan proses edit.

Selain itu, terdapat juga kategori *personal* yang difokuskan untuk sesi pemotretan individu dengan konsep yang lebih eksploratif dan estetis. Sedangkan untuk kategori *big group* dirancang untuk mengakomodasi jumlah peserta dalam skala besar seperti komunitas atau organisasi, setiap paket umumnya dilengkapi dengan layanan tambahan seperti hasil foto yang sudah di edit, cetak foto dalam berbagai ukuran, dan akses terhadap seluruh *file* hasil pemotretan. Di luar paket utama, BILD Photospot juga menawarkan berbagai opsi tambahan yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan seperti penambahan durasi pemotretan, jumlah foto, hingga elemen pendukung lainnya. BILD Photospot juga menawarkan *photostudio package* khusus untuk *couple*, *maternity*, dan *pre-wedding*.



Gambar 2.5 Pricelist layanan BILD Photospot

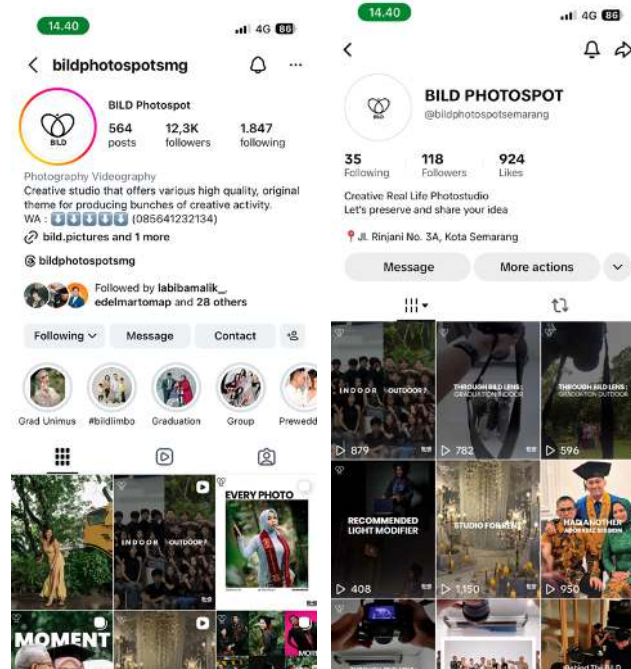
Sumber: Website BILD Photospot

Photostudio package khusus untuk kategori *couple* difokuskan pada pemotretan pasangan dengan visual yang intim dan estetik dengan konsep sederhana maupun eksploratif sesuai karakter pasangan. Sedangkan kategori *maternity* ditujukan untuk mendokumentasikan momen kehamilan dengan pendekatan nilai emosional dan kedekatan dalam keluarga. Adapun kategori *pre-wedding*, BILD Photospot menyediakan paket pemotretan dengan konsep yang profesional dan terencana baik dilakukan di dalam studio atau di lokasi *outdoor* untuk menghasilkan visual yang merepresentasikan cerita dan identitas pasangan sebelum memasuki tahap pernikahan. Secara umum, seluruh paket layanan ditawarkan oleh BILD Photospot memiliki harga yang variatif tergantung dari paket yang dipilih dengan harga mulai dari Rp 350.000 hingga Rp 6.000.000 dan semua paket ini dilengkapi dengan layanan fotografer profesional, konsep pemotretan, hasil foto yang sudah di kurasi, serta opsi tambahan yang dapat disesuaikan dengan pelanggan. Melalui penyediaan layanan ini, BILD Photospot tidak hanya berfokus pada aspek visual saja akan tetapi juga berupaya menghadirkan pengalaman yang berbeda untuk merepresentasikan nilai kedekatan dengan pelanggan.

2.3 Program Pemasaran BILD Photospot

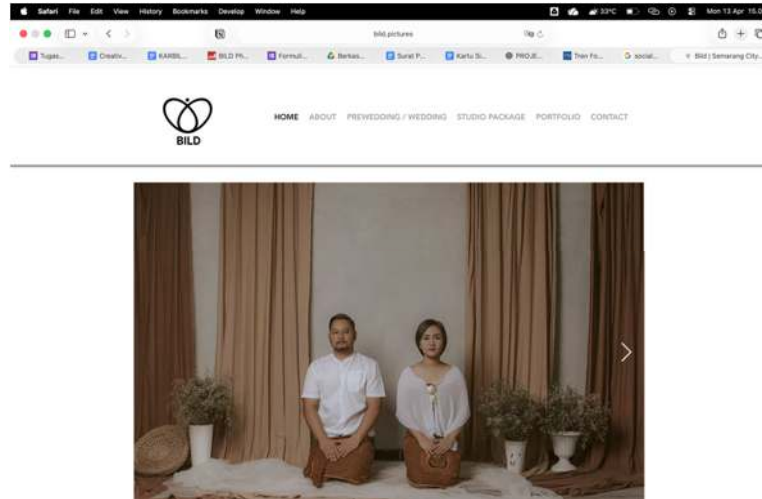
Dalam melakukan praktik strategi pemasaran, BILD Photospot memanfaatkan beberapa media sebagai tempat untuk melakukan komunikasi pemasaran meskipun pada implementasinya masih terbatas. Salah satu media utama yang sering digunakan adalah media sosial Instagram dengan nama akun @bildphotospotsmg. Pada *platform* ini, konten yang dipublikasikan berupa hasil foto dari berbagai *photoshoot* yang digunakan sebagai medium portofolio visual untuk menunjukkan hasil karya fotografi kepada para calon konsumen dan terak. Pendekatan ini secara tidak langsung menjadi strategi pemasaran visual dengan menggunakan hasil karya sebagai kekuatan visual. Selain itu, BILD Photospot pun sempat

menggunakan media sosial TikTok sebagai media komunikasi pemasarannya. Namun, aktifitas pada *platform* itu tidak berjalan secara konsisten. Pada Instagram, terakhir kali melakukan publikasi pada tanggal 8 November 2025 dengan engagement rate terakhir adalah 0,64% dan TikTok pada tanggal 17 Juli 2024.



Gambar 2.6 Akun Instagram dan TikTok BILD Photospot

BILD Photospot juga memiliki *website* resmi yang berfungsi sebagai media untuk informasi terkait layanan yang ditawarkan. *Website* tersebut juga memuat berbagai informasi mengenai paket *photoshoot*, konsep studio, dan portofolio hasil karya yang ditampilkan untuk *customer*. Namun, terakhir kali diperbarui di tahun 2020.



Gambar 2.7 Website BILD Photospot

Selain menggunakan media sosial Instagram, TikTok, dan *website* dalam berkomunikasi langsung dengan konsumen, BILD Photospot juga menggunakan WhatsApp untuk melakukan *inquiry* melalui media sosial sehingga media ini berguna sebagai sarana komunikasi secara langsung terkait paket layanan, jadwal pemotretan, hingga proses reservasi. Mas Rodra selaku *owner* mengatakan bahwa BILD Photospot masih sangat minim terkait dengan melakukan praktik komunikasi pemasaran sehingga konsumen cenderung lebih banyak datang dari relasi pegawai dan *owner* serta pemasaran tradisional yaitu *word of mouth* (WOM).