Keinginan untuk memiliki fotografer atau dokumentalis, marketing communication Dan presenter

Pertama keinginan saya untuk menjadi fotografer dan dokumentasi terbentuk pada saat saya masih duduk di bangku SD, saat itu saya melihat program televisi yang bernama BBC knowledge dengan ayah saya. BBC knowledge merupakan saluran televisi yang tersedia di berbagai negara di luar Inggris Raya , menampilkan program hiburan faktual dan non-fiksi dari BBC dan rumah produksi independen di Inggris.

Saat itu BBC knowledge menayangkan sebuah program tentang dokumenter kehidupan berbagai hewan disitulah saya mulai kagum pada fotografer di BBC. Banyak video-video dokumenter yang sangat menarik seperti video yang menyangkan seekor burung yang berterbangan dengan berkelompok untuk mencari makan pada anak-anak mereka. Tidak hanya sebuah koloni burung bahkan seekor hewan yang berada hampir di puncak seperti Himalaya mereka dokumentasikan serta kehidupan bawah laut pun juga mereka dokumentasikan. Semua video dokumentasi itu sangat menarik bahkan kualitas video pun jernih bagaikan film.

Tidak hanya itu di BBC knowledge pun menampilkan dokumenter tentang kehidupan dari berbagai negara, seperti bagaimana kehidupan orang-orang yang hidup disekitar sungai Gangga India. Itu sangat menarik bagiku saya video dokumenter seperti itu, maka dari itu saya berkeinginan menjadi fotografer atau dokumentalis karena dengan menjadi itu saya dapat menambah wawasan saya tentang dunia yang belum saya ketahui, seperti mengunjungi tempat terindah di dunia ini untuk didokumentasikan serta sampai tempat yang paling menegangkan di dunia ini. Maka dari itu saya Althaf Rizqullah Suharto memasuki IAIN Jember yang sekarang sudah menjadi UIN khas jurusan komunikasi dan penyiaran Islam untuk dapat mempelajari publik relations atau bisa disebut PR bagian fotografer atau dokumentasi.

Memang kebanyakan orang pada bertanya apa sih hubungannya fotografer dengan publik relations? Mereka tidak ada hubungannya dengan apa yang dimaksud dengan publik relations. Mungkin ada benarnya, kamera jaman sekarang sudah canggih, tinggal jepret hasilnya sudah bagus dengan sendirinya dan banyak software edititing instan yang menawarkan kemudahaan dalam mengedit foto, tapi apakah hanya sebatas kualitas foto yang bagus? Dalam kegiatan media relations tentu kita akan membuat press release, news letter atau kegiatan publisitas PR lainnya yang memerlukan foto. Menurut Frank Jefkins di dalam buku public relation foto berfungsi untuk memperkuat isi tulisan dan tentunya membuat press release atau news letter tersebut menjadi lebih menarik, ada kata- kata seperti "1 Foto menceritakan ribuan kata" dimana fungsi foto untuk memprejelas agar kita tau situasi, kondisi dan apa yang digambarkan tanpa harus mengeluarkan banyak kata. Jadi kegiatan fotografer di publik relations sangat penting karena mungkin itu dapat memperkuat sebuah tulisan.

Untuk kemampuan marketing communication dan presenter saya juga membutuhkan karena dengan mempelajari kemampuan tersebut saya dapat berdiri sendiri. Maksud dari berdiri sendiri itu saya dapat menjual hasil video dokumenter saya ke perusahaan televisi maka dari itu saya ingin mempelajari kemampuan marketing communication. Dengan kemampuan tersebut saya dapat mempelajari cara mengiklankan dan mempromosikan produk saya dengan benar. Selain itu dalam mempelajari marketing communication saya bisa mempelajari skill seperti menulis, publik speaking, kepekaan dan empati, dan design grafis. Karena untuk mempelajari kemampuan marketing communication syarat minimal harus menguasai skill tersebut.

Selain yang dijelaskan di atas alasan lain marketing communication sangat penting untuk dipelajari sebagai berikut :

Hal pertama yang membuat marketing communication penting adalah menciptakan brand awareness untuk masyarakat. Ini berlaku untuk perusahaan baru maupun yang sudah lama berdiri.

Kedua, marketing communication atau komunikasi pemasaran berperan sebagai pengubah persepsi masyarakat. Hal tersebut dilakukan karena terkadang, kesalahpahaman sering terjadi di masyarakat terkait sebuah produk atau jasa dari sebuah perusahaan.

Untuk yang ketiga adalah memotivasi pembeli untuk membeli lagi. Ini biasanya dilakukan melalui iklan persuasif, yang menekankan manfaat yang lebih besar pada produk atau jasa yang dijual ketimbang kompetitor.