

Naskah Publikasi

**VISUALISASI PRODUK E-LIQUID MOREVAPOR
DALAM FOTOGRAFI KOMERSIAL**



Disusun dan dipersiapkan oleh
Irfan Widyanugroho
NIM 1510068131

PROGRAM STUDI S-1 FOTOGRAFI
JURUSAN FOTOGRAFI
FAKULTAS SENI MEDIA REKAM
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2022

Naskah Publikasi

**VISUALISASI PRODUK E-LIQUID MOREVAPOR
DALAM FOTOGRAFI KOMERSIAL**

Disusun dan dipersiapkan oleh

Irfan Widyanugroho
NIM 1510068131

Telah dipertahankan di depan para
penguji pada tanggal 05 Januari 2022

Mengetahui,

Pembimbing I



Oscar Samaratunga, SE., M.Sn.

Pembimbing II



Syaifudin, S.Sn., M.Ds.

Dewan Redaksi Jurnal *specta*



Nico Kurnia Jati, M.Sn.



Volume Nomor ,
Februari 2022:

VISUALISASI PRODUK *E-LIQUID* MOREVAPOR DALAM FOTOGRAFI KOMERSIAL

Irfan Widyanugroho
Oscar Samaratungga, SE., M.Sn.
Syarifudin, S.Sn., M.Ds.
Program Studi S-1 Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam,
Institut Seni Indonesia Yogyakarta
Jl. Parangtritis Km. 6,5 Sewon, Bantul, Yogyakarta
Tlp. 0895372260007
Surel: Bobngadino@gmail.com

ABSTRAK

Skripsi tugas akhir dengan Judul 'Visualisasi Produk *E-liquid* Morevapor dalam Fotografi Komersial' bertujuan untuk memvisualisasikan produk *liquid* dari Morevapor yang merupakan produk asli Kota Yogyakarta. Beberapa tahun belakangan di Indonesia sudah ramai mengkonsumsi rokok elektrik, baik sekedar untuk meningkatkan popularitas atau mengikuti *trend* di era globalisasi serta gaya hidup. Semakin banyaknya pengguna vape, tentunya meningkatkan permintaan terhadap *e-liquid* dan menimbulkan persaingan antar produsen. Dilihat dari kacamata fotografi, banyak sekali foto komersial produk *e-liquid* yang tidak dikemas dengan baik. Hal ini memberikan ide bagi penulis untuk memvisualisasikan foto produk *e-liquid* Morevapor dengan menerapkan fotografi *still life*. Metode yang diterapkan adalah mengaplikasikan teori fotografi komersial dan teori fotografi *still life* serta pemanfaatan elemen *geometris* untuk membantu terrealisasikannya ide dan konsep secara tepat dan menjadi sebuah bentuk visual imaji. Proses perwujudan seperti eksplorasi, dan eksperimen diterapkan guna mendapatkan kesesuaian dengan ide dan konsep visual. Visualisasinya berupa produk *e-liquid* Morevapor dikombinasikan dengan elemen-elemen geometris yang dikemas dalam fotografi *still life*. Melalui visualisasi produk *e-liquid* Morevapor dalam fotografi komersial, diharapkan dapat menghadirkan referensi baru dalam dunia fotografi terutama komersial serta memberi informasi bahwa terdapat produk *e-liquid* lokal asli Kota Yogyakarta yang memiliki kualitas tinggi.

Kata kunci: *E-liquid*, *still life*, fotografi komersial

ABSTRACT

The final project, titled 'Visualization of the Morevapor's *E-liquid* Product in Commercial Photography,' aims to illustrate Morevapor's *liquid* product, which is an original Yogyakarta product. Indonesia has been consuming *e-cigarettes* in recent years, either to gain popularity or to keep up with globalization and lifestyle trends. Of course, as the number of vape users grows, so does the demand for *e-liquids*, resulting in increased rivalry among manufacturers. There are a lot of commercial photographs of *e-liquid* products that aren't packed properly from a photographic standpoint. This inspired the author to use *still life* photography to portray the snapshot of the Morevapor *e-liquid* product. The method used is to combine the theory of commercial photography with the theory of *still life* photography, as well as the usage of geometric aspects, to aid in the proper implementation of ideas and concepts, resulting in visual imagery. In order to achieve conformance with visual ideas and notions, embodiment procedures such as exploration and experimentation are used. The Morevapor *e-liquid* product is blended with geometric features packed in *still life* photos to create the visualization. It is believed that through visualizing the Morevapor *e-liquid* product in commercial photography, new references in the field of photography, particularly commercial photography, will be presented, as well as information that there are high-quality local *e-liquid* products available in Yogyakarta City.

Keywords: *E-liquid*, *Still Life*, Commercial Photography

PENDAHULUAN

Kebiasaan merokok di Indonesia menjadi suatu pemandangan yang sudah tidak asing lagi. Merokok merupakan salah satu kekhawatiran terbesar yang dihadapi dunia kesehatan saat ini karena menyebabkan lebih dari 5 juta orang meninggal karena menghisap langsung rokok, sedangkan 600 ribu orang lebih meninggal karena terpapar asap rokok, (Istiqomah, 2016: 203). Merokok merupakan kecanduaan yang sangat sulit diberhentikan yang dapat menyebabkan kematian. Pada masa peralihan cara apapun digunakan hingga benar-benar bisa melepaskan rokok.

Salah satu cara yang tengah populer di kalangan anak muda baik di negara-negara maju maupun di Indonesia adalah menggunakan rokok elektrik atau *Electronic Nicotine Delivery System (ENDS)* atau dikenal dengan vape. Rokok yang selama ini menggunakan gulungan tembakau yang dibungkus dengan kertas, saat ini telah berkembang menggunakan tenaga baterai berbentuk *ENDS* seperti batang rokok pada umumnya, (Istiqomah, 2016:205). Berdasarkan larangan merokok ditempat – tempat umum yang disebabkan karena asapnya tidak sehat bagi para perokok pasif, maka rokok elektrik mengaku sebagai rokok yang lebih sehat dan

ramah lingkungan dari pada rokok tembakau. Rokok ini khusus dibuat untuk para perokok yang ingin berhenti atau mengurangi merokok tembakau dengan cara yang nyaman dan aman bagi tubuh. Di Indonesia, beberapa tahun belakangan ini sudah ramai mengonsumsi rokok elektrik atau vape, baik sekedar untuk meningkatkan popularitas atau mengikuti *trend* di era globalisasi serta gaya hidup remaja.

Menurut Simbolon (2019:2), vape adalah suatu elektronik atau alat pengganti rokok konvensional, vape memiliki rasa berbeda-beda yang berasal dari *e-liquid*. *E-liquid* merupakan kombinasi cairan khusus yang terdapat di dalam tangki cairan (*cartridge*) rokok elektrik, dimana akan dipanaskan sehingga menghasilkan uap. Cairan yang dapat diisi ulang tersebut memiliki beraneka cita rasa dan aroma dengan varian rasa *e-liquid*, mulai dari yang *juicy* dan *creamy*. Bahan baku yang terdapat pada *e-liquid* adalah perasa, *PG (Propylene Glycol)*, *VG (Vegetable Glycerin/gliserin nabati)*, Nikotin ataupun non nikotin. Vapers atau konsumen bisa membeli *e-liquid* yang beredar di masyarakat dengan berbagai level standar pencampuran dan konsentrasi nikotin yang berbeda-beda pula. Pada umumnya, 80-90% bahan baku yang terkandung dalam *e-liquid* adalah

kombinasi perasa manis yaitu VG (*Vegetable Glycerin*), PG (*Propylene glycol*) sisanya adalah perasa (*flavour*) dan nikotin sebagai opsional, (Istiqomah dkk, 2016: 204).

Rokok elektrik atau biasa dikenal dengan vape adalah sebuah inovasi dalam merokok yang lebih modern dibandingkan dengan rokok konvensional yang menggunakan bahan tembakau. Vape terdiri dari beberapa komponen, yaitu driptip (*drip*), atomizer (wadah cairan *e-liquid*), *e-liquid* (cairan isi ulang penghasil uap vape), MOD (badan atau rangka vape), dan baterai, (<https://www.merdeka.com/gaya/harga-vape-klm.html>, diakses pada Rabu, 3 Februari 2021 pukul 01.25 WIB). Seiring berkembangnya vape, cairan isi ulang atau *e-liquid* menjadi barang yang tidak dapat dipisahkan, karena vaper untuk bisa menggunakannya harus memiliki *e-liquid*.

E-liquid sebagai cairan isi ulang dari vape saat ini menjadi barang bisnis bagi para produsen. Hal tersebut telah menyebar di Yogyakarta terbukti dari mulai banyaknya toko vape, salah satunya toko Morevapor. Semakin banyaknya pengguna vape, tentunya meningkatkan permintaan terhadap *e-liquid* dan secara tidak langsung semakin tinggi tingkat persaingan baik produsen maupun pemasar. Melihat dari pasang

surutnya pasar, para produsen dan pemasar *e-liquid* harus sangat memperhatikan apa yang diinginkan oleh para konsumennya. Selain itu, kualitas serta rasa tidak kalah penting dengan tujuan untuk mempertahankan pelanggan tetap dan menarik pelanggan baru dengan cara memasarkan melalui sebuah visual foto produk *e-liquid* yang dibuat semenarik mungkin.

Beberapa visualisasi produk *e-liquid* lokal, hanya menampilkan atau menonjolkan foto produk *e-liquid* dengan latar belakang polos serta arah pencahayaan yang kurang bervariasi. Kesannya hanya sekedar foto saja yang penting produk terlihat jelas tanpa adanya ide atau konsep yang mana tujuan foto tersebut untuk menyampaikan informasi kepada para konsumen atau calon konsumen.

Fotografi menjadi media yang berperan penting dalam memvisualisasikan produk yang akan diiklankan. Fotografi dalam iklan digital bermanfaat untuk memperluas pemasaran produk agar semakin dikenal masyarakat luas sehingga calon konsumen yang berada di luar daerah tetap dapat melihat dan bertransaksi. Jenis fotografi yang digunakan sebagai konsep penciptaan media penyampaian pesan adalah fotografi *still life*.

Fotografi *still life* merupakan

kumpulan benda mati yang diatur sedemikian rupa sehingga membawa keindahan. Pengaturan dapat berupa pencahayaan dan komposisi. Fotografi *still life* memberikan peranan tersendiri yang dapat dieksplorasi dari ide dasar ke implementasi dengan peralatan dan teknik fotografi, (Akyuwen & Analen, 2020). Dalam percobaan fotografi *still life* tidak jarang objek difoto beberapa kali dari sudut yang berbeda, tujuannya untuk mendapatkan berbagai foto dengan keindahan yang berbeda dan dapat memberikan beberapa pilihan foto terbaik. Selain penggunaan konsep fotografi *still life*, eksplorasi warna juga digunakan dalam penciptaan ini untuk memberikan sentuhan menarik dalam setiap karya foto. Hasil karya ini ditunjukkan sebagai media promosi pada media sosial seperti Instagram.

Pada era digital saat ini, sebuah foto produk menjadi sangat wajib dimiliki oleh pelaku usaha. Foto produk tersebut tidak hanya berupa visualisasi yang bagus saja, namun juga informatif sehingga memudahkan pelanggan atau pembeli untuk mendapatkan informasi melalui sebuah visualisasi. Foto produk yang terdapat pada akun sosial media Morevapor terutama produk *e-liquid*-nya dinilai kurang menarik, karena hanya menggunakan latar belakang polos saja dan pencahayaan yang

random. Dengan demikian, dapat dirumuskan suatu permasalahan yakni bagaimana visualisasi produk *e-liquid* Morevapor melalui fotografi komersial dengan menerapkan fotografi *still life* dalam pembuatan karya.

Tujuan dari penciptaan karya ini adalah memvisualisasikan produk *e-liquid* Morevapor melalui fotografi komersial untuk menunjang dalam media promosi serta memberikan informasi kepada publik tentang produk *e-liquid* Morevapor dan lebih mencintai produk lokal.

Tinjauan karya dilakukan agar proses penciptaan karya memiliki acuan visual yang dapat membantu visualisasi dari ide dan konsep yang sudah dirancang. Tinjauan karya dilakukan dengan melihat karya fotografer yang memiliki kesamaan tema, objek maupun konsep serta menghindari kesamaan dalam hal proses kreatif. Evaluasi karya menjadi tujuan dari meninjau sebuah karya untuk menghindari plagiarisme atau kesamaan dalam penciptaan karya. Pertama adalah Chistine Blackburne seorang fotografer produk di *New YorkCity*.



Gambar 1. Victoria Secret Pink
Fotografer: Christine Blackburne
Sumber:
[Instagram.com/cblackburnephoto](https://www.instagram.com/cblackburnephoto)
(diakses pada hari Rabu, 27 Januari 2021
pukul 22:33 WIB).

Gambar tersebut merupakan foto produk kecantikan dari Victoria Secret yang berupa parfum, Christine menunjukkan kekreatifannya melalui pengaturan tata letak properti serta kombinasi warna dari latar belakang yang digunakan pada foto. Selain ditinjau, karya tersebut juga diacu dalam penggunaan kertas sebagai properti pendukung dalam merealisasikan foto produk berkonsep *still life*. Perbedaan karya Christine dengan karya yang dibuat yaitu foto menggunakan produk *e-liquid* sebagai objek utama dalam pembuatan karya serta pengaturan tata letak *properti*.

Kedua, Kate merupakan fotografer produk berasal dari

Queensland tepatnya di Australia yang hasil karya foto Kate merupakan foto *advertising*.



Gambar 2. Skincare
Fotografer: Kate
Sumber:

[Instagram.com/Aestheticsosialmedia](https://www.instagram.com/Aestheticsosialmedia)
(diakses pada Rabu, 15 September 2021
pukul 15:27 WIB)

Karya foto tersebut merupakan produk kecantikan, persamaan dengan karya foto yang akan dibuat yaitu pada pemanfaatan properti berupa persegi, lingkaran, persegi panjang, oval, bujur sangkar, garis lurus yang terbuat dari kayu, MDF (*medium density fiber*), akrilik berwarna sebagai pendukung foto produknya. Perbedaannya karya Kate dan karya yang dibuat yaitu pada objek atau produk yang di foto serta pencahayaan yang diterapkan. Penerapan *smooth lighting* pada karya Kate, dapat dilihat dari bayangan tipis yang dihasilkan pada sekitaran objek utama. Karya Kate tersebut diacu dari penambahan serta pemilihan warna properti yang sesuai dengan kemasan produk yang akan dipromosikan.

Ketiga, Yi Joo Hyuk dibawah naungan Agency Neo yang berasal dari Seoul, Korea.



Gambar 3. Parfum
Fotografer: Yi Joo Hyuk
Sumber: www.agency-n.co.kr.
(diakses pada Minggu, 4 April 2021 pukul 01:15 WIB).

Karya *still life* Yi Joo Hyuk tersebut, menerapkan warna panas seperti warna *orange*, merah, dan kuning. Menerapkan pencahayaan *hard lighting* dapat dilihat dari bayangan yang mempertegas produk dalam foto agar terlihat hidup. Karya Yi Joo Hyuk diatas menjadi acuan serta persamaan dalam penciptaan ini, yaitu penerapan sumber cahaya *hard lighting* untuk mendapatkan *shadow* tajam seperti pada karya tersebut. Perbedaanya terdapat pada objek yang difoto serta konsep yang diterapkan.

Landasan penciptaan mencakup teori-teori yang dapat

memperkuat ide serta konsep dalam menciptakan karya. Landasan inilah yang dijadikan sebagai dasar fotografer untuk menciptakan karya sesuai konten yang akan dibahas. Teori tersebut adalah fotografi komersial dan fotografi *still life*.

Fotografi Komersial

Fotografi komersial merupakan jenis fotografi yang memiliki tujuan untuk komersial seperti mempromosikan produk atau jasa (Enche Tjin dan Erwin Mulyadi, 2014:76). Pendapat lain menurut Giwanda (2002:57), fotografi komersial adalah pemotretan khusus untuk mengomunikasikan informasi produk yang bertujuan agar konsumen tertarik untuk mencoba dan membelinya.

“Fotografi komersial adalah foto-foto yang berhubungan dengan dunia periklanan, seremonial, perindustrian, dan lain-lain. Pada fotografi komersial, sang fotografer biasanya memotret objek benda hidup dan benda mati sesuai dengan permintaan klien. Dalam memotret benda mati atau yang sering disebut *still life photography*, sang fotografer harus bisa membuat objek diam tersebut agar terlihat hidup dan memiliki cita rasa seni yang cukup tinggi. Pada fotografi komersial, fotografer juga diharuskan jeli dan teliti dalam mengemas konsep foto. Biasanya fotografer komersial akan didampingi art director agar hasil fotonya dapat maksimal dan dapat memuaskan klien”, (Kiki, 2011: 12).

Fotografi berperan sebagai media penyampaian pesan yang efektif

dan media promosi untuk menarik minat serta memperoleh kepercayaan penikmat foto terhadap suatu objek. Terbukti dengan banyaknya cabang fotografi komersial yang berkembang hingga saat ini. Fotografi komersial merupakan pengambilan gambar untuk keperluan atau penggunaan komersial, yang berarti bisnis, untuk penjualan, untuk menghasilkan uang, fotografi ini sering kali berhubungan dengan iklan-iklan, brosur, *product placement*, hingga *merchandise*, (Headshot London Photography, 2012).

Tujuan dari fotografi komersial yaitu untuk mempromosikan atau memperkenalkan suatu produk, merek, maupun individu melalui fotografi. Fotografi komersial juga digunakan pada brosur, katalog, sampai dengan media lainnya untuk memasarkan produk tertentu. Adanya fotografi komersial, maka penyampaian esensi dari suatu produk dapat tersampaikan dalam bentuk gambar yang lebih menarik dan tidak membosankan, serta produk yang dipasarkan terlihat dengan jelas ciri-ciri khas yang dimiliki.

Menurut R. Amien Nugroho (2006: 316) dalam bukunya *Kamus Fotografi* bahwa:

“Fotografi komersial merupakan cabang dari fotografi profesional, lebih banyak bekerja untuk memenuhi

kebutuhan industri periklanan, penjualan, peragaan, untuk kebutuhan media massa ataupun publikasi khusus. Jiwa foto ini tidak hanya sekedar menyajikan data, tetapi juga diberi bumbu agar lebih menarik. Seringkali memanipulasi percetakan, warna atau penggambaran yang berlebihan.”

Fotografi *Still Life*

Fotografi *still life*, yaitu pemotretan benda mati yang menjadikan foto tersebut tampak lebih hidup atau bermakna. Saat ini pemotretan *still life* banyak sekali dilakukan dengan bukan hanya sekedar untuk hobi, namun kini mengarah pada pemotretan komersial.

Fotografi *still life* menciptakan sebuah gambar dari benda mati agar tampak jauh lebih hidup dan berbicara, seperti makanan terlihat hangat, dingin atau lembut. Kata *still* berarti benda diam atau mati, sedangkan *life* berarti hidup dan memberikan konteks “tampak hidup” pada benda tersebut, (Paulus & Lestari, 2012:11). Dalam hal ini, *still life* sebagai komunikasi visual dalam konteks komersial dengan tujuan mencapai akhir foto yang artistik dan bermakna. *Still life* merupakan sebuah seni dalam membuat benda mati menjadi “hidup” dan memiliki sebuah cerita. Membuat foto *still life* bukan hanya sekedar memindahkan objek dalam bentuk asli ke dalam sebuah

frame foto, namun diperlukan pengetahuan dalam memahami arah cahaya.

Berdasarkan penjelasan di atas, disimpulkan maksud dari tugas akhir ini sebagai penciptaan karya foto produk *e-liquid* Morevapor di Yogyakarta dengan tujuan sebagai media untuk mempromosikan produk lokal yang dikemas dengan gaya fotografi *still life*.

METODE PENCIPTAAN

Proses perwujudan sebuah karya fotografi disebut sebagai proses kreatif, selain sebagai upaya merepresentasikan apa yang dikehendaki juga untuk mewujudkan karya seni yang dapat dipertanggungjawabkan. Berikut metode penciptaan yang diperlukan dalam proses penciptaan karya. Pertama-tama melakukan eksperimen yaitu suatu tindakan atau percobaan sebagai rencana yang harus dilakukan agar mendapatkan hasil yang sesuai dengan keinginan. Eksperimen biasanya dilakukan beberapa kali saat pemotretan untuk mendapatkan hasil yang maksimal sehingga tidak jarang dalam proses eksperimen ini terdapat beberapa kesalahan ataupun hasil yang kurang baik. Dilakukannya eksperimen ini selain untuk mendapatkan hasil maksimal juga bisa sebagai sarana untuk

mengembangkan ide selama proses pemotretan berlangsung. Pada proses awal menggunakan fotografi *still life* dengan memfokuskan pada kombinasi dan keselarasan warna.

Pertama, eksplorasi yaitu melakukan sebuah penjajakan, penjelajahan dengan tujuan memperoleh pengetahuan dan pengalaman. Sumber dari lahirnya sebuah ide mampu merangsang lahirnya sebuah kreasi. Penciptaan pada tahap ini adalah proses pemahaman suatu konsep yang akan direalisasikan dalam karya fotografi produk yang dikemas secara fotografi *still life*. Proses ini berdasar karakter rasa atau varian *e-liquid* yang dipilih dari Morevapor, kemudian dibuat rancangan konsep dengan objek tersebut.

Kedua, tahap perwujudan dilakukan sesuai dengan konsep yang telah disusun. Pada perwujudan karya ini dilakukan di dalam ruangan dengan membuat studio mini dengan *Background waterproof* berbagai macam warna sebagai latar belakang, persegi, lingkaran, persegi Panjang, oval, bujur sangkar, garis lurus yang terbuat dari kayu, mdf (*medium density fiber*), akrilik berwarna sebagai properti pendukung dan kertas hvs berukuran A4 yang dibentuk. Setelah perwujudan selesai sesuai dengan rencana yang telah disusun lalu akan

memasuki proses editing.

Karya yang telah dipilih akan memasuki tahap editing menggunakan aplikasi Adobe Photoshop. Editing dilakukan untuk mengkoreksi *tone* warna untuk mendapatkan keselarasan warna pada visual yang diinginkan sesuai dengan konsep.

PEMBAHASAN

Pembahasan karya merupakan uraian yang menjelaskan lebih detail mengenai karya tugas akhir tentang visualisasi produk *e-liquid* Morevapor, dikemas ke dalam fotografi komersial yang menerapkan teori fotografi *still life*. Penyajian hasil akhir berupa foto tunggal yang dibahas secara teknis maupun non-teknis. Teknis yang dimaksud adalah penggunaan ISO, diafragma, kecepatan rana, dan arah pencahayaan, sedangkan non-teknis yaitu pembahasan mengenai maksud dari karya tersebut. Penggunaan lensa Sony FE 50 mm f/1.8 diterapkan bertujuan mendapatkan dimensi pada foto, dikarenakan selain menjadi fotografer, juga berperan sebagai *stylist* objek. Properti berbentuk geometris menjadi ide utama terciptanya karya fotografi tugas akhir yang akan memberikan inovasi baru karena belum adanya penciptaan karya dengan objek *e-liquid*, khususnya di Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia

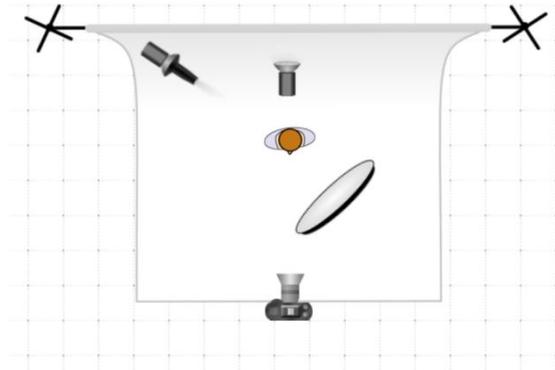
Yogyakarta.

Pencahayaan menggunakan lampu *flash* dengan aksesoris *softbox*, *softbox long strip*, *snoot*, dan *standard reflector*, untuk mendukung kesan hidup dan variasi karakter cahaya pada foto. Ulasan karya penciptaan karya ini menggunakan landasan fotografi komersial, warna, dan pencahayaan agar hasilnya sesuai dengan konsep dan ide yang diinginkan. Semua karya tugas akhir ini diproduksi pada tahun 2021 begitu juga proses kreatifnya. Dalam proses pembuatannya terdapat beberapa kendala dalam pengaturan posisi letak objek, yang mana harus memadukannya dengan benda-benda berbentuk geometris atau unsur-unsur geometris.



Foto 1
“*FcuKin’ Jam – Blueberry Jam Toast*”
2021
60 cm x 40 cm
Cetak digital pada kertas *glossy*

Karya foto pertama yang berjudul “Fcukin’ Jam – *Blueberry Jam Toast*”. Pemilihan tema berwarna biru untuk memberikan informasi bahwa *e-liquid* tersebut memiliki rasa *blueberry*. Objek pada foto diletakan diatas balok kayu yang berwarna biru serta dibagian kanan dan kiri objek ditambahkan kayu persegi untuk mengisi ruang kosong. Latar pada bagian belakang objek menggunakan *background waterproof*, pemilihan warna latar disesuaikan dengan warna kemasan produk. Pemotretan ini menggunakan satu lampu *flash* dengan tambahan aksesoris *snoot* yang diletakan pada sudut 215° sebagai *main light* untuk memberikan *shadow* agar foto terlihat lebih berdimensi. Lampu *flash* kedua diletakan pada sudut 180° memberikan cahaya pada *background*. Pencahayaan pada latar menggunakan *reflector* dengan sudut 45° untuk memantulkan *main light* agar produk pada sisi kanan tetap terlihat terang namun pantulan tersebut tetap halus. Proses *editing* dilakukan dengan mengganti warna *background*, warna persegi, kubus. mengatur *brightness* dan *contras* untuk menampilkan unsur 3D pada foto.



Gambar 4. Skema *lighting* pemotretan

Keterangan:

A = Produk

B = *Standard Reflector (Background Light)*

C = *Reflector*

D = Kamera

E = *Snoot (Main Light)*

Data Teknis

Kamera : Sony A7ii

Lensa : Sony FE 50mm f/1.8

Shutter Speed : 1/125

Diafragma : f/9

ISO : 100



Foto 2

“Elpo Cado – Avocado Chocolate”

2021

45 cm x 45 cm

Cetak digital pada kertas *glossy*

Karya foto ke-2 “Elpo Cado – Avocado Chocolate” produk *e-liquid*

yang memiliki rasa alpukat dan coklat. Pemilihan latar berwarna kuning di ibaratkan isi dari buah alpukat. Produk diletakan diatas kayu berbentuk persegi, dibagian depan diberikan akrilik berwarna putih susu dengan ukuran 50cm x 40cm yang memiliki lubang berbentuk lingkaran. Akrilik dilaser agar tercipta lingkaran yang dijadikan sebagai *frame*. Produk lainnya di pegang dan tangan lainnya memegang mod atau alat vapor dan botol *e-liquid* meneteskan cairan ke alat vapor sehingga terciptanya uap.

Pencahayaan bagian depan botol produk menggunakan lampu *flash* pada sudut 45° ditambah aksesoris *snoot* diposisikan sedikit rendah. Pada sudut 115° terdapat lampu *flash* dengan tambahan aksesoris *softbox* sebagai *main light*. Sudut 215° diletakkan lampu *flash* dengan aksesoris *softbox long strip* sebagai *fill in* untuk memberikan *rimlight* pada *e-liquid*. Terakhir pada sudut 315° ditambahkan *sterofoam* untuk menambahkan cahaya pada area sekitar yang dirasa kurang terang. Proses *editing* pada foto ini di *clone stamp tool* untuk membersihkan noda pada *background* dan objek foto.



Gambar 5. Skema *lighting* pemotretan

Keterangan:

A = Produk

B = *Softbox (Main Light)*

C = *Snoot (Fill in Light)*

D = Kamera

E = *Reflector*

F = *Softbox Long Strip (Fill in Light)*

Data Teknis

Kamera : Sony A7ii

Lensa : Sony FE 50mm f/1.8

Shutter Speed : 1/125

Diafragma : f/9

ISO : 100



Foto 3
“Merlin”
 2021

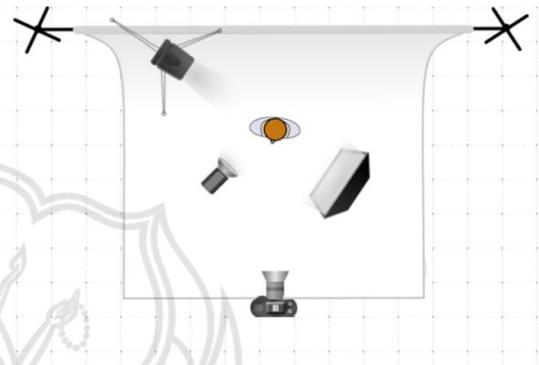
40 cm x 60 cm

Cetak digital pada kertas *glossy*

Pada pemotretan foto ke-3 menggunakan properti media *black glass* untuk memberikan efek refleksi pada objek. Pemilihan tema berwarna *orange* untuk memberikan informasi bahwa *e-liquid* tersebut memiliki rasa jeruk. Objek pada foto diletakkan diatas *black glass* untuk memantulkan bayangan objek dan penambahan properti dibagian kanan dan kiri objek ditambahkan kayu persegi sebagai *framing*.

Proses pemotretan menggunakan tiga lampu *flash* dengan tambahan aksesoris *softbox* yang diletakkan pada sudut 45° sebagai *main light*. Lampu

flash kedua diletakkan pada sudut 215° untuk menciptakan *highlight* tipis pada sisi belakang objek. Pada sudut 205° menggunakan aksesoris *standard reflector* sebagai cahaya *fill in* untuk mengurangi bayangan yang terlalu tebal. Dilakukan proses *editing* membersihkan debu pada *property* agar terlihat *clear and clean*.



Gambar 6. Skema *lighting* pemotretan

Keterangan:

A = Produk

B = *Softbox (Main Light)*

C = Kamera

D = *Standard Reflector (Fill in Light)*

E = *Flash Speedlight (Fill in side)*

Data Teknis

Kamera : Sony A7ii

Lensa : Sony FE 50mm f/1.8

Shutter Speed : 1/125

Diafragma : f/11

ISO : 100

SIMPULAN

Objek penciptaan karya tugas akhir dengan judul “Visualisasi Produk *E-Liquid* Morevapor dalam Fotografi Komersial” merupakan karya penciptaan fotografi produk berkonsep *still life* yang ber-*genre* fotografi

komersial. Penciptaan karya fotografi ini bertujuan memvisualkan produk *e-liquid* milik Morevapor yang memiliki macam varian rasa serta desain kemasan yang menarik sebagai nilai tambah estetis karya seni dalam bentuk visual yang patut ditonjolkan ke dalam fotografi komersial. Produk yang dihasilkan melalui keahlian dan kreativitas untuk menciptakan berbagai macam varian rasa dengan bahan di *mix and match*, merupakan sebuah karya seni yang turut diapresiasi dari awal proses pembuatan hingga berhasil menjadi sebuah produk siap dinikmati. Penciptaan karya fotografi ini diharapkan mampu menghadirkan referensi baru bagi dunia fotografi terutama komersial dan menginformasikan bahwa terdapat produk *e-liquid* asli lokal Yogyakarta yang memiliki kualitas tinggi.

Penggunaan fotografi sebagai media promosi memiliki peran yang penting dalam menggambarkan suatu produk atau jasa dalam melakukan kegiatan pemasaran pada era serba digital seperti saat ini. Berbagai macam dan bentuk visual dengan rancangan konsep yang diterapkan untuk diaplikasikan ke dalam sebuah karya fotografi komersial dengan tujuan utama untuk menarik minat konsumen, dengan merepresentasikannya semenarik mungkin.

Ditinjau dari aspek teknis fotografi, pemotretan karya tugas akhir ini menerapkan konsep fotografi *still life* yang dipadu-padankan dengan berbagai bentuk elemen geometris, warna, dan teknik pencahayaan untuk menghasilkan karya foto lebih hidup. Elemen-elemen geometris berasal dari bahan akrilik, kayu, kertas, *polymer foam*, *medium density fibreboard* dan pemanfaatan *software* desain grafis. Karya yang dihasilkan memunculkan berbagai komposisi elemen geometris yang berbeda dan gestur bervariasi dengan tujuan tiap karya memiliki nilai tersendiri. Setiap elemen geometris yang digunakan berbeda-beda seperti balok terbuat dari bahan kayu, tabung terbuat dari bahan kertas hvs warna, gobo lingkaran, dan lain sebagainya. Dalam melakukan eksperimen menyesuaikan dengan karakter rasa dari produk tersebut. Setelah itu, melakukan tahap *pasca-produksi* dengan melakukan *editing* seperti mengatur *exposure*, kontras, saturasi warna, teknik *composite*, *masking* dan menghilangkan bermacam gangguan yang tidak diinginkan dalam visual seperti noda, goresan, dan debu pada properti maupun objek.

Kendala-kendala yang dihadapi selama proses penciptaan karya tugas akhir ini adalah dalam melakukan *styling* atau penataan objek yang

didalamnya terdapat properti berelemen geometris. Kurangnya sumber-sumber referensi karya penciptaan maupun karya ilmiah yang berhubungan dengan *e-liquid* atau vapor juga menjadi kendala tersendiri, karena minimnya informasi yang didapatkan melalui sumber-sumber jelas.

KEPUSTAKAAN

- Akyuwen, Ardiles & Analen, Cininta. 2020. *The Aesthetics of Still Life Photography at Home During Covid-19 Pandemic: Designing Mobile Photographic Works*. International Conference of Innovation in Media and Visual Design (IMDES 2020): Atlantis Press.
- Andriani, Z. 2013. *Peningkatan Pemahaman Bentuk Geometri Melalui Pembelajaran Berbasis Multimedia Pada Anak Kelompok B TK KKLKMD KUWON BAMBANGLIPURO BANTUL*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Elinawati, Monika. 2020. *Gambaran Faktor-Faktor Yang Melatarbelakangi Penggunaan Rokok Elektrik (Vape) di Komunitas Hexohm Kota Malang*. Malang: Diploma (D3) thesis, Poltekkes RS dr. Soepraoben.
- Giwanda, Griand. 2004. *Panduan Praktis Fotografi Digital*. Jakarta: Puspa Swara, Anggota IKAPI.
- Irwandi & Apriyanto, F. 2012. *Membaca Fotografi Potret*. Yogyakarta: Gama Media.
- Istiqomah dkk. 2016. *Gaya Hidup Komunitas Rokok Elektrik Semarang Vaper Corner*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Kiki. 2011. *Tips Praktis Bisnis Fotografi*. Jakarta: Grasindo.
- Krüseemann, Erna J Z, et al. 2019. *An E-Liquid Flavor Wheel: A Shared Vocabulary Based on Systematically Reviewing E-Liquid Flavor Classifications in Literature*. Oxford University Press.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2009, *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Indeks.
- Kotler Philip dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua Belas*. Jilid 1, dialihbahasakan oleh Benjamin Molan. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid II. Edisi Kesebelas. Alih Bahasa Benyamin Molan. Jakarta: Indeks.
- Monica & Laura Christina Luzar. 2011. *Efek Warna Dalam Dunia Desain dan Periklanan*. Jurnal Humaniora, Volume: 02 (02). ISSN 2087-1236.
- Nugroho, R. Amien. 2006. *Kamus Fotografi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Paulus, Edison dan Laely Indah Lestari. 2012. *Buku Saku Fotografi: Still Life*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sassano, dkk. 2018. *Evaluation of e-liquid toxicity using an open-source high-throughput screening assay*. PLoS Biol 16(3): e2003904.

Sadiman, dkk. 1990. *Media Pendidikan*. Jakarta: Rajawali.

Sanyoto, S.2009. *Nirmana Elemen-Elemen Seni dan Desain*. Yogyakarta: Jalasutra, Anggota IKAPI.

Simbolon, Yogi Satria. 2019. *KOMUNITAS VAPE: Studi Etnografi Gaya Hidup Pengguna Vape Pada Komunitas Vape di Kota Medan*. Medan: Universitas Sumatera Utara.

Tim Penyusun 2014. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta Balai Pustaka.

Tjin, Enche & Erwin Mulyadi. 2014. *Kamus Fotografi*. Jakarta: PT. Elec Media Komputindo.

Pustaka Laman

Headshot London Photography. (2012, Mei 30). What is Commercial Photography? Retrieved March 16, 2014, from London Photographers:<http://www.londonphotographers.org/what-is-commercial-photography/>
<http://mahasiswaberceloteh.blogspot.co.id/2012/11/mengenal>.

<https://www.merdeka.com/gaya/harga-vape-klm.html>, diakses pada Rabu, 3 Februari 2021 pukul 01.25 WIB.

<https://kbbi.web.id/visualisasi>, diakses 20 Januari 2021 pukul 23.15 WIB.