

Naskah Publikasi

***MANUALLY BREWING COFFEE DALAM FOTOGRAFI
KOMERSIAL***



Disusun dan dipersiapkan oleh

Dimas Rangga Hartono Putra

NIM 1610117131

JURUSAN FOTOGRAFI

FAKULTAS SENI MEDIA REKAM

INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA

2022

Naskah Publikasi

***MANUALLY BREWING COFFEE DALAM FOTOGRAFI
KOMERSIAL***

Disusun dan dipersiapkan oleh

Dimas Rangga Hartono Putra

NIM 1610117131

Telah dipertahankan di depan para penguji

pada tanggal 05 Januari 2022

Mengetahui

Pembimbing I



M. Fajar Apriyanto, M.Sn.

Pembimbing II



Adya Arsita, M.A

Dewan Redaksi Jurnal *Specta*



Adya Arsita, M.A

spectā

Journal of Photography,
Arts, and Media

Volume X Nomor Y,
Bulan 20xx: yy-zz

MANUALLY BREWING COFFEE DALAM FOTOGRAFI KOMERSIAL

Dimas Rangga Hartono Putra

M. Fajar Apriyanto

Adya Arsita

S-1 Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni
Media Rekam

Jalan Parangtritis KM 6,5 Sewon Yogyakarta

Tlp. 088232688865

Surel: dimasrangguh@gmail.com

ABSTRAK

Melihat fenomena yang ada saat ini di Indonesia, tingkat konsumsi kopi dari tahun ke tahun terus mengalami peningkatan. Banyak kedai kopi yang menawarkan pilihan menu kopi, salah satunya adalah dengan menyeduh kopi dengan cara manual atau yang sering disebut manual *brewing* dengan berbagai metode dan pilihan biji kopi yang bermacam-macam. Tujuan dari penciptaan karya seni fotografi dalam tugas akhir ini adalah menampilkan produk manual *brewing* kopi dalam bentuk karya fotografi komersial yang diselaraskan dengan bentuk dan karakter dari produk. Selama ini, produk manual *brewing* kopi hanya dipublikasikan dengan sederhana tanpa penerapan teknik *lighting* secara fotografi sehingga gambar yang dihasilkan cenderung monoton dan kurang menarik perhatian di antara pilihan menu lainnya. Fotografi di sini berperan sangat penting dalam dunia periklanan agar mendapatkan visual yang menarik guna menarik minat pada calon konsumen. Metode penciptaan karya digunakan untuk menghasilkan karya yang sesuai dengan tujuan yang ingin disampaikan. Proses eksplorasi dan improvisasi dengan objek manual *brewing* kopi akan dikolaborasikan tanpa menghilangkan aspek fungsional utamanya. Melalui tugas akhir penciptaan karya fotografi produk ini dihasilkan foto komersial yang mampu membuat masyarakat luas dapat lebih mengenal produk-produk manual *brewing* kopi yang biasanya tersedia di kedai-kedai kopi.

Kata kunci: manual *brewing*, fotografi komersial, kopi

ABSTRACT

MANUALLY BREWING COFFEE IN COMMERCIAL PHOTOGRAPHY. *Seeing the current phenomenon in Indonesia, The level of coffee consumption from year to year continues to escalation. Many coffee shops offered coffee menu choices, one of which is a tool for brewing coffee manually or what is often called manually brewing with various methods and choices of coffee beans. The purpose of creating a photographic work of art in this final project is to present manual coffee brewing products in the form of commercial photographic works that are aligned with the shape and character of the product. So far, manually coffee brewing products are published simply without the application of photographic lighting techniques so that the resulting images tend to be monotonous and less attractive among other menu options. Photography have a role very important in the world of advertising in order to get attractive visuals to attract potential consumers. The method of creating works is used to produce works that are in accordance with the objectives to be delivered. The process of exploration and improvisation with manually coffee brewing objects will be collaborated without losing the main functional aspects. Through this final project of creating a product photography work, a commercial photo was produced that was able to make the wider community more familiar with manual coffee brewing products which are usually available in coffee shops.*

Keywords: *manually brewing, commercial photography, coffee*

PENDAHULUAN

Melihat fenomena yang ada saat ini di Indonesia tingkat konsumsi kopi dari tahun ke tahun terus mengalami peningkatan, hal ini bisa dilihat dari banyaknya kedai kopi yang terus bermunculan dengan pengunjung yang relatif ramai. Banyak kedai kopi yang menawarkan alat menyeduh kopi dengan berbagai metode dan pilihan biji kopi yang bermacam-macam namun kurangnya informasi tentang perbedaan satu metode menyeduh kopi dengan metode lainnya sering membuat pengunjung kebingungan untuk memilih. Menurut Banks (Banks et al., 2011) menjelaskan bahwa teknik manual *brewing* adalah penyeduhan bubuk kopi dengan menggunakan alat tanpa menggunakan alat otomatis atau energi listrik dan teknik penyeduhan manual menggunakan tangan manusia.

Melihat hal ini muncullah gagasan untuk menciptakan karya fotografi sebagai sarana untuk memperkenalkan alat-alat seduh manual *brewing* kopi kepada khalayak umum dan media promosi untuk memberikan informasi yang mampu meningkatkan penjualan produk.

Penciptaan karya fotografi ini bertujuan untuk memperkenalkan manual *brewing* kopi kepada khalayak atau audiens melalui media fotografi komersial dan dapat digunakan sebagai media promosi. Sedangkan manfaat dari penciptaan karya fotografi ini diharapkan dapat menjadi media memperkenalkan dan promosi alat seduh manual *brewing* kopi sehingga pada tahapan selanjutnya dapat meningkatkan penjualan produk.

Menurut Tjin dan Mulyadi (Tjin & Mulyadi, 2014), fotografi komersial adalah jenis fotografi yang bertujuan untuk kebutuhan komersial seperti mempromosikan sebuah produk atau jasa. Karya seni fotografi lahir karena adanya ide dan konsep dari seorang fotografer. I Komang Sudarma (Sudarma, 2014) menjelaskan bahwa fotografi sebagai salah satu media komunikasi, yakni media yang bisa digunakan untuk menyampaikan pesan/ide kepada orang lain. Dalam mewujudkan ide penciptaan karya yang diinginkan oleh pengkarya yaitu ide membuat karya fotografi komersial dengan fokus pada produk-produk manual *brewing* kopi beserta properti-properti pendukung lainnya dan background berwarna yang mengimplementasikan rasa dari kopi tersebut.

Warna mempunyai peranan penting dalam kehidupan dan juga dalam fotografi. Menurut Krisnawati (Krisnawati, 2005), warna mencerminkan suatu arti yang tersirat, yang ingin di komunikasikan. Begitu juga dalam fotografi, sebuah foto akan memunculkan selera atau perasaan tertentu jika diberi sentuhan warna yang berbeda. Dalam penciptaan karya tugas akhir ini penggunaan warna memiliki karakter masing-masing yang sangat banyak jika ditelaah lebih lanjut.

Warna	Karakter
<i>Pink</i> (merah muda)	Lembut, Halus
Hijau	Alami, Natural

Kuning	Lembut, Halus
Orange	Alami, Natural
Coklat	Alami, Natural
Biru	Stabil, Konsisten
Peach	Manis

Tabel 1 Karakter warna

Sumber: website www.goodminds.com/arti warna dalam psikologi warna, diakses pada hari Selasa, 11 November 2021 pukul 01.34 WIB

Warna memiliki peranan penting dalam suatu produk, pemilihan warna untuk suatu produk dapat mempengaruhi minat para konsumen meskipun pada umumnya konsumen melihat suatu produk berdasarkan kegunaannya. Selain itu, fungsi dari suatu produk dapat juga dimunculkan melalui karakter warna pada produk tersebut.

Karya foto yang digunakan sebagai tinjauan karya dalam penciptaan ini adalah



Karya Michael Derahap

Sumber: Instagram @michael_derahap, diakses pada hari Sabtu, 4 September 2021 pukul 08.00 WIB

Foto ini merupakan salah satu karya dari Michael Derahap yang dikenal sebagai fotografer makanan dan kopi. Pada karya ini yang akan menjadi acuan adalah tampilan visual foto yang memunculkan tangan sebagai objek tambahan untuk digunakan dalam proses pemotretan. Sedangkan perbedaan karya penciptaan ini terletak pada objek dan konsep yang diterapkan.



Karya Silva Sandiarini

Sumber: Instagram @silva.sandiarini, diakses pada tanggal diakses pada hari Sabtu, 4 September 2021 pukul 08.00 WIB

Silva Sandiarini atau yang biasa dipanggil Silva adalah seorang fotografer komersial yang bergerak di bidang *food* dan *product photography*. Pada karya ini yang akan menjadi acuan adalah tampilan visual foto yang minimalis dan pemilihan *background* berwarna sesuai dengan karakter dari produk. Sedangkan

perbedaan karya penciptaan ini terletak pada objek yang digunakan beserta properti pendukung lainnya.

METODE PENCIPTAAN

Menggali dan menemukan sebuah ide dan konsep adalah hal yang paling pertama dilakukan. Awal penemuan dan pengembangan sebuah ide penciptaan berawal dari ketertarikan pribadi yang senang mengonsumsi kopi dan kesehariannya yang sering terlibat dalam proses penyiapan kopi itu sendiri mulai dari menyeduhnya hingga membuat konten-konten promosi untuk sebuah kedai kopi. Objek yang digunakan dalam penciptaan ini adalah produk-produk alat seduh manual kopi atau yang biasa disebut manual *brewing* kopi.

Pembuatan pada karya ini menekankan pada produk-produk manual *brewing* kopi beserta properti-properti pendukung lainnya, serta *background* berwarna yang akan disesuaikan dengan representasi yang diwakilkan rasa kopi yang dihasilkan.

Dalam proses penciptaan karya seni fotografi diperlukan suatu metode untuk menjabarkan tahapan - tahapan yang dilakukan dalam menciptakan karya yang merepresentasikan dengan yang dikehendaki. Mencari beberapa referensi sumber visual, buku dan jurnal secara daring maupun luring tentang karakter warna, dan pose sangat dianjurkan untuk menunjang tiap konsep dalam menciptakan sebuah karya.

Tahapan pertama yang dilakukan yaitu eksplorasi yang dilakukan dengan cara memilih alat seduh manual kopi yang akan difoto dan pencarian data-data yang berkaitan dengan perkembangan kopi

saat ini. Setelah itu membuat rancangan konsep dengan objek yang telah diklasifikasi secara fungsi, jenis, warna, dan material. Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) Eksplorasi adalah proses pencarian atau penjelajahan yang bertujuan untuk menemukan sesuatu. (<https://kbbi.kemendikbud.go.id/entri/eksplorasi>). Diakses pada 15 November 2021, pukul 17.34 WIB). Hal tersebut akan dirangkum menjadi sebuah *storyboard* yang berperan sebagai acuan dalam perwujudan karya. *Storyboard* yang disusun akan dikuatkan dengan *mood board* yang berupa ekspresi atau tanda apa yang ditonjolkan sehingga dapat mewakili pesan yang ingin disampaikan.

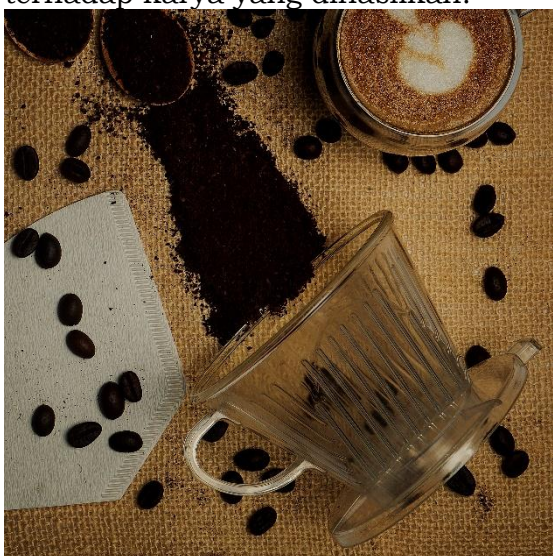
Tahap kedua observasi yang dilakukan adalah mencari informasi-informasi tentang kopi kepada pelaku usaha kedai kopi dan konsumen penikmat kopi. Selain itu juga pengamatan secara langsung terhadap objek dan konsumen sangat penting karena memberikan informasi yang akurat.

Tahap ketiga perwujudan yang Menurut Mariyanti (Mariyanti, 2019), tahap perwujudan adalah proses awal pembuatan karya mulai dari persiapan alat dan bahan, hingga tahap akhir. Pada tahap ini diawali dengan mempersiapkan *wardrobe*, aksesoris, dan *lighting* yang akan digunakan pada proses penciptaan karya fotografi ini sesuai dengan *mood board* yang telah dibuat agar makna yang disampaikan divisualkan sesuai konsep.

PEMBAHASAN

Karya-karya fotografi yang diciptakan merupakan karya fotografi komersial yang fokus pada produk-produk manual *brewing* kopi. Pembahasan karya ini memaparkan

perwujudan karya fotografi secara teknis dan non-teknis agar dapat dinilai kesesuaiannya dengan tema penciptaan karya ini. Pemaparan tentang teknis yang dimaksud adalah *ISO*, *speed*, *diafragma* pada lensa yang digunakan, serta *lighting*. Selain pembahasan teknis, karya juga akan diulas dari penggunaan properti sebagai pendukung terciptanya karya. Kesesuaian terhadap ide, konsep, teori, dan teknik yang digunakan sangat berpengaruh terhadap karya yang dihasilkan.



Karya Foto 1
"Art of Coffee"
Digital Print in Photo Paper
45 x 45 cm, 2021

Pada karya fotografi ini menampilkan produk manual *brewing* kopi bernama *Flat Bottom*. Pada proses penciptaan karya ini pemotretan dilakukan di dalam ruangan menggunakan teknik *flat lay* fotografi dengan mengatur sejumlah objek yang diletakkan di atas bidang datar dan difoto dari *top angle*. Lampu yang digunakan pada pemotretan karya ini hanya satu yaitu di letakkan pada atas objek dengan menggunakan aksesoris *softbox*. Pemilihan *background*

berwarna coklat bertujuan untuk mengibaratkan karakter rasa kopi yang dihasilkan dari produk ini cenderung alami dan natural.



Karya Foto 2
"Coffee Press"
Digital Print in Photo Paper
30 x 45 cm, 2021

Pada karya fotografi ini menampilkan produk manual *brewing* kopi bernama *Aeropress*. Pada pemotretan ini dilakukan di dalam ruangan dengan menggunakan dua *set lighting*. Pertama pada sudut 270° menggunakan aksesoris *softbox* sebagai *main light* dan kedua sebagai *fill in light* berada pada sudut 45° . Pemilihan *background* berwarna hijau untuk mengibaratkan karakter rasa kopi yang dihasilkan dari produk ini cenderung alami dan natural.

Konsep dari pemotretan karya foto ini juga berfokus tentang

bagaimana alat itu digunakan yaitu dengan menekan menggunakan tangan pada bagian atas secara perlahan-lahan sehingga bubuk kopi yang telah dimasukan dan diisi air dapat keluar secara perlahan-lahan. Properti tambahan lainnya berupa biji kopi juga dimaksudkan untuk memperjelas bahwa produk tersebut merupakan produk manual *brewing* kopi.



Karya Foto 3
 “Menetes”
 Digital Print in Photo Paper
 30 x 45 cm, 2021

Pada karya fotografi ini menampilkan produk manual *brewing* kopi bernama Vietnam Drip. Dalam proses pemotretan karya ini dilakukan di dalam ruangan dan menggunakan dua lampu yang berfungsi berbeda-beda. Lampu pertama yang diletakkan pada sudut

270° sebagai *main light* dengan aksesoris *softbox* dan lampu kedua yang diletakkan di atas objek sebagai *fill in light*. Pemilihan warna *background* berwarna coklat bertujuan untuk mengibaratkan karakter rasa kopi yang dihasilkan dari produk ini cenderung alami dan natural.

Konsep pemotretan pada karya ini berfokus pada bagaimana produk tersebut digunakan. Dalam foto ini ditambahkan unsur tangan yang sedang memegang produk bertujuan untuk memperlihatkan produk terlihat lebih detail. Sedangkan properti tambahan biji kopi untuk memperjelas bahwa produk tersebut merupakan produk manual *brewing* kopi.



Karya Foto 4
 “Catch a Coffee”
 Digital Print in Photo Paper
 30 x 45 cm, 2021

Pada karya fotografi ini menampilkan produk manual *brewing* kopi bernama *French Press*. Proses pemotretan karya ini dilakukan di dalam ruangan dan menggunakan dua lampu yang diletakkan pada sudut yang berbeda-beda. Pada sudut 225° berfungsi sebagai *main light* dan juga untuk menciptakan *highlight* pada objek. Selain itu, lampu lainnya diletakkan pada sudut 135° yang berfungsi sebagai *fill in light*. Kedua lampu tersebut sama-sama menggunakan aksesoris *softbox* agar cahaya yang dihasilkan menjadi lembut.

Penggunaan *background* berwarna hijau pada karya ini diibaratkan untuk menunjukkan karakter rasa kopi yang dihasilkan dari produk ini cenderung alami dan natural. Konsep pemotretan karya ini bertujuan untuk memperlihatkan bagaimana kopi tersebut biasa disajikan dengan menuangkannya ke dalam sebuah gelas kopi atau yang biasa disebut *server*.

SIMPULAN

Ide dalam tugas akhir ini berawal dari ketertarikan pribadi yang senang mengonsumsi kopi dan kesehariannya yang sering terlibat dalam proses penyiapan kopi itu sendiri mulai dari menyeduhnya hingga membuat konten-konten promosi untuk sebuah kedai kopi. Ketertarikan tersebut menjadi sebuah keinginan yang kuat untuk membuat karya fotografi komersial khususnya pada fotografi produk.

Penciptaan karya fotografi ini diharapkan mampu membuat masyarakat maupun konsumen dapat lebih mengenal produk-produk manual *brewing* kopi yang biasanya tersedia di kedai-kedai kopi.

Pemilihan produk hingga konsep foto telah disesuaikan dengan tujuan foto ini dibuat dimana nantinya akan diaplikasikan ke dalam media promosi seperti *e-commerce* atau media sosial khususnya Instagram. Hasil karya ini nantinya selain digunakan dalam media promosi *online* maupun *offline*, dapat diterapkan juga ke dalam menu sebuah kedai kopi agar konsumen menjadi lebih tertarik dan dapat meningkatkan penjualan produk manual *brewing*. Selain itu juga hasil pemotretan ini akan digunakan sebagai stok foto untuk kebutuhan kedai kopi. Karya-karya fotografi yang diciptakan merupakan karya fotografi produk yang difokuskan pada produk manual *brewing* dengan tambahan beberapa properti pendukung. Penggunaan *background* berwarna juga memiliki makna dari karakter rasa kopi yang dihasilkan dari produk.

Dalam penciptaan karya fotografi komersial, teknik cahaya dan penggunaan warna-warna sangat berperan penting dalam menghasilkan karya yang menarik. Pemilihan warna pendukung disesuaikan dengan objek yang akan digunakan. Pengolahan secara digital juga dilakukan untuk menambah daya tarik foto mengoreksi gelap terang, menghilangkan unsur-unsur yang mengganggu, dan mempertajam detail pada visual foto.

KEPUSTAKAAN

Banks, M., McFadden, C., & Atkinson, C. 2011. *The World Encyclopedia of Coffee: The Definitive Guide to Coffee, from Simple Bean to Irresistible Beverage*. UK: Hermes Hoouse, Anness Publishing Ltd.

<https://.goodminds.com/arti/warna/dalam/psikologi/warna>. Diakses pada hari Selasa, 11 November 2021 pukul 01.34 WIB

Kamus Besar Bahasa Indonesia
(<https://kbbi.kemendikbud.go.id/entri/eksplorasi>. Diakses pada 24 Mei 2021, pukul 17.34 WIB).

Krisnawati, C. 2005. *Terapi Warna dalam Kesehatan*. Yogyakarta: *Curiosita*.

Mariyanti, K. (2019). *Penciptaan Tas Kulit Wanita Dengan Kombinasi Rajutan Bermotif Dewi Saraswati*. (Skripsi). Surakarta. Institut Seni Indonesia Surakarta.

Sudarma, I. K. 2014. *Fotografi*. Yogyakarta: *Graha Ilmu*.

Tjin, E., & Mulyadi, E. 2014. *Kamus Fotografi*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

