

**VISUALISASI PRODUK *SKINCARE* AVOSKIN BEAUTY  
DALAM FOTOGRAFI KOMERSIAL**



**SKRIPSI  
TUGAS AKHIR PENCIPTAAN SENI FOTOGRAFI**

**Muh Reza  
1710155131**

**JURUSAN FOTOGRAFI  
FAKULTAS SENI MEDIA REKAM  
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA  
2022**

**VISUALISASI PRODUK *SKINCARE* AVOSKIN BEAUTY  
DALAM FOTOGRAFI KOMERSIAL**



**SKRIPSI  
TUGAS AKHIR PENCIPTAAN SENI FOTOGRAFI**

Untuk memenuhi persyaratan derajat sarjana Program Studi Fotografi

**Muh Reza  
1710155131**

**JURUSAN FOTOGRAFI  
FAKULTAS SENI MEDIA REKAM  
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA  
2022**

# VISUALISASI PRODUK *SKINCARE* AVOSKIN BEAUTY DALAM FOTOGRAFI KOMERSIAL

Diajukan oleh:

**Muh Reza**

NIM 1710155131

Skripsi dan Pameran Karya Seni Fotografi telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Skripsi Tugas Akhir Jurusan Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, pada tanggal 28 DEC 2022.....

Pembimbing I/ Ketua Penguji

  
**M. Fajar Apriyanto, M.Sn.**

NIDN. 0029047608

Pembimbing II/ Anggota Penguji

  
**Adva Arsita, M.A.**

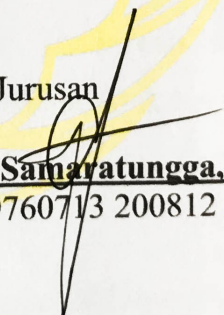
NIDN. 0002057808

Cognate/ Penguji Ahli

  
**Johnny Hendarta, Hon. E.FPSI.**

NIDN.

Ketua Jurusan

  
**Oscar Samaratunga, S.E., M.Sn.**

NIP 19760713 200812 1 004



## HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : **Muh Reza**

No Mahasiswa : **1710155131**

Program Studi : **S-1 Fotografi**

Judul Skripsi : **Visualisasi Produk *Skincare* Avoskin Beauty dalam Fotografi Komersial**

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 tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh pihak lain sebelumnya, kecuali secara tertulis saya sebutkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan saya bersedia menerima sanksi apapun apabila dikemudian hari diketahui tidak benar.

Yogyakarta, 08 Desember 2022

Yang membuat pernyataan,

Muh Reza

**HALAMAN PERSEMBAHAN**



*Tak ada yang pantas dipersembahkan*

*kecuali kata dalam doa*



## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Puji syukur khadirat Allah yang Maha Esa yang telah melimpahkan Rahmat-nya sehingga dapat menyelesaikan laporan tugas akhir penciptaan karya seni fotografi ini secara baik dan benar.

Atas segala dukungan yang diberikan dalam pembuatan laporan ini yang bertujuan untuk memenuhi tugas akhir penciptaan karya seni fotografi yang berjudul “ Visualisasi Produk Skincare Avoskin Beauty dalam Fotogrfi Komersial”

Ucapan terimakasih sebesar-besarnya disampaikan kepada:

1. Kedua orang tua yang telah mendukung dan mengingatkan serta keluarga besar yang sudah memberi dukungan selama ini;
2. Dr. Irwandi, M.Sn., selaku Dekan Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, dan juga selaku Dosen Wali;
3. Oscar Samaratunga, S.E., M.Sn., selaku Ketua Jurusan Fototgrafi Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta;
4. Kusrini, S.Sos., M.Sn., selaku Sekretaris Jurusan Fotografi;
5. M. Fajar Apriyanto, M.Sn., selaku Dosen Pembimbing I tugas akhir penciptaan karya seni;
6. Adya Arsita, M.A., selaku Dosen Pembimbing II tugas akhir penciptaan karya seni;
7. Segenap Dosen dan Pengajar beserta staff dan karyawan Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta;
8. Avoskin Beauty yang sudah mengizinkan penggunaan merek dagang untuk kepentingan penciptaan karya tugas akhir;
9. Putri Ayunda yang sudah senantiasa membantu dan menemani saya selama proses penciptaan karya tugas akhir penciptaan seni;
10. Teman-teman Kafir yang sudah membantu selama proses perkuliahan dan penciptaan tugas akhir ini;

11. Alip Daeng, Akmal Abuy, Daffa Bungsu, Mas Alfa, Adjie Dikdoyo, Habib Emul, Kuping Iar, Gus Fajar, Rizky Kiboy, Pace Nugroho yang sudah menemani dan memberi semangat dalam proses penciptaan karya tugas akhir;
12. Keluarga Besar Fotografi 2017 yang sudah menemani selama lima tahun proses perkuliahan;

Disadari bahwa penciptaan karya skripsi tugas akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun selalu diharapkan demi kesempurnaan. Semoga penciptaan skripsi tugas akhir ini membawa inspirasi dan kebahagiaan untuk semua.

Yogyakarta, 19 Desember 2022

Muh Reza



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR KARYA.....	xii
DAFTAR SKEMA LIGHTING.....	xiii
Abstrak .....	xiv
<i>Abstract</i> .....	xv
BAB 1. PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Penciptaan.....	1
B. Penegasan Judul .....	4
1. Visualisasi .....	5
2. Produk .....	5
3. <i>Skincare</i> .....	5
4. Avoskin Beauty.....	6
5. Fotografi Komersial .....	6
C. Rumusan Ide.....	7
D. Tujuan dan Manfaat .....	7
E. Metode Pengumpulan Data.....	8
BAB 2. IDE DAN KONSEP PERWUJUDAN.....	9
A. Latar Belakang Timbulnya Ide.....	9
B. Landasan Teori.....	11
1. Fotografi Komersial .....	11
2. Fotografi Produk .....	11
3. <i>Still Life</i> .....	12
4. Simbol .....	13
C. Tinjauan Karya.....	14
D. Ide dan Konsep Perwujudan.....	16
BAB 3. METODE / PROSES PENCIPTAAN .....	18
A. Objek Penciptaan .....	18
1. <i>Facial Wash</i> .....	19

2.	<i>Toner</i> .....	20
3.	<i>Essence</i> .....	21
4.	<i>Moisturizer</i> .....	22
5.	<i>Serum</i> .....	23
6.	<i>Sunscreen</i> .....	24
B.	Metode Penciptaan .....	26
1.	Eksplorasi .....	26
2.	Observasi .....	26
3.	Perancangan <i>Moodboard</i> .....	26
4.	Perwujudan .....	27
C.	Proses Perwujudan .....	27
	Bahan dan Alat .....	27
a.	Bahan .....	27
b.	Alat .....	28
1)	Kamera .....	28
2)	Lensa .....	29
3)	Kartu Memori .....	30
4)	<i>Flash</i> .....	31
5)	<i>Light Stand</i> .....	32
6)	<i>C – Stand</i> .....	33
7)	<i>Softbox</i> .....	34
8)	<i>Wireless Triger</i> .....	35
9)	<i>Reflector</i> .....	36
10)	<i>Snoot</i> .....	37
11)	Laptop .....	38
12)	<i>Tripod</i> .....	39
13)	Adobe Photoshop .....	40
D.	Tahap Perwujudan .....	41
1.	Rancangan Visual .....	41
2.	Proses Perwujudan Karya .....	41
3.	Tahap Persiapan .....	41
4.	Pemotretan .....	41
5.	Seleksi .....	42
6.	Pengolahan .....	42
7.	Konsultasi Karya .....	42
8.	Tahap Penyajian .....	42
E.	Bagan Rencana Pembuatan Karya .....	43
F.	Biaya Produksi .....	44
BAB 4.	ULASAN KARYA .....	44
A.	Ulasan Karya .....	45
B.	Penerapan Karya Foto .....	116
BAB 5.	PENUTUP .....	117

A. Kesimpulan .....	117
B. Saran.....	119
LAMPIRAN.....	122



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data penjualan Avoskin tahun 2021 .....	2
Gambar 2. Data penjualan produk Avoskin Beauty tahun 2021.....	10
Gambar 3. Karya Johnny Hendarta.....	14
Gambar 4. Karya Johnny Hendarta.....	15
Gambar 5. Produk Avoskin.....	19
Gambar 6. Produk Avoskin.....	20
Gambar 7. Produk Avoskin.....	21
Gambar 8. Produk Avoskin.....	22
Gambar 9. Produk Avoskin.....	23
Gambar 10. Produk Avoskin.....	24
Gambar 11. Produk Avoskin Beauty .....	27
Gambar 12. Kamera Sony A6000 .....	28
Gambar 13. Lensa Sony E 18-105mm .....	29
Gambar 14. SD Card Lexar 32gb.....	30
Gambar 15. Flash External Godox TT600.....	31
Gambar 16. Light Stand .....	32
Gambar 17. C – Stand .....	33
Gambar 18. Softbox .....	34
Gambar 19. Wireless Trigger.....	35
Gambar 20. Reflector .....	36
Gambar 21. Snoot.....	37
Gambar 22. Macbook Pro Retina 13” .....	38
Gambar 23. Tripod Fotopro .....	39
Gambar 24. Adobe Photoshop .....	40
Gambar 25. Contoh penerapan karya foto .....	116

## DAFTAR KARYA

Karya 1 “ <i>Calm</i> ” .....	46
Karya 2 “ <i>Brightening &amp; Hydrating</i> ” .....	50
Karya 3 “ <i>Bright Eye Serum</i> ” .....	54
Karya 4 “ <i>Hydrating Toner</i> ” .....	57
Karya 5 “ <i>Cold</i> ” .....	61
Karya 6 “ <i>Disguise Fine Lines</i> ” .....	65
Karya 7 “ <i>Supple Skin</i> ” .....	68
Karya 8 “ <i>Night Cream</i> ” .....	72
Karya 9 “ <i>Bye, Dark Spot</i> ” .....	76
Karya 10 “ <i>Smooth Skin</i> ” .....	79
Karya 11 “ <i>Tight Skin</i> ” .....	83
Karya 12 “ <i>Smooth &amp; Light</i> ” .....	86
Karya 13 “ <i>Disguise Pores</i> ” .....	89
Karya 14 “ <i>Regeneration</i> ” .....	93
Karya 15 “ <i>Goo Out!!</i> ” .....	97
Karya 16 “ <i>Oil Control</i> ” .....	101
Karya 17 “ <i>Facial Cleanser</i> ” .....	104
Karya 18 “ <i>Bye Acne</i> ” .....	107
Karya 19 “ <i>New Skin</i> ” .....	110
Karya 20 “ <i>Timeless</i> ” .....	113

## DAFTAR SKEMA LIGHTING

Skema <i>Lighting</i> 1 .....	49
Skema <i>Lighting</i> 2 .....	53
Skema <i>Lighting</i> 3 .....	56
Skema <i>Lighting</i> 4 .....	60
Skema <i>Lighting</i> 5 .....	64
Skema <i>Lighting</i> 6 .....	67
Skema <i>Lighting</i> 7 .....	71
Skema <i>Lighting</i> 8 .....	75
Skema <i>Lighting</i> 9 .....	78
Skema <i>Lighting</i> 10 .....	82
Skema <i>Lighting</i> 11 .....	85
Skema <i>Lighting</i> 12 .....	88
Skema <i>Lighting</i> 13 .....	92
Skema <i>Lighting</i> 14 .....	96
Skema <i>Lighting</i> 15 .....	100
Skema <i>Lighting</i> 16 .....	103
Skema <i>Lighting</i> 17 .....	106
Skema <i>Lighting</i> 18 .....	109
Skema <i>Lighting</i> 19 .....	112
Skema <i>Lighting</i> 20 .....	115

# VISUALISASI PRODUK *SKINCARE* AVOSKIN BEAUTY DALAM FOTOFRAFI KOMERSIAL

Oleh:

**Muh Reza**

**1710155131**

## Abstrak

Seiring berkembangnya zaman, mulai dari teknologi, gaya hidup, sampai kebutuhan hidup juga mengalami perkembangan tidak terkecuali pada sektor kosmetik dan perawatan tubuh. *Skincare* adalah salah satu produk perawatan tubuh khusus wajah yang saat ini sedang laris di pasaran. Tujuan dari penciptaan karya seni fotografi dalam tugas akhir ini adalah menampilkan produk *skincare* dalam bentuk karya fotografi komersial yang memuat nilai informasi dari produk tersebut. Dalam bidang fotografi, terdapat berbagai genre fotografi, salah satunya fotografi komersial yang kerap digunakan sebagai media beriklan suatu produk atau jasa. Banyaknya produk-produk *skincare* yang beredar dipasaran saat ini cukup membuat bingung calon konsumen dikarenakan visual dari iklan produk-produk yang biasa kita jumpai pada sosial media sering kali tidak memuat nilai informasi yang cukup bagi produk itu sendiri.

Hal tersebut yang mendorong untuk menciptakan karya fotografi komersial yang cukup memuat nilai informasi didalamnya. Metode penciptaan karya digunakan untuk menghasilkan karya yang sesuai dengan yang ingin disampaikan. Proses eksplorasi dan improvisasi dilakukan dengan objek *skincare* sesuai dengan tujuan yang ingin disampaikan tanpa mengesampingkan kegunaan dari produk tersebut.

Melalui tugas akhir penciptaan karya fotografi produk ini dihasilkan foto komersial yang memuat nilai informasi yang cukup terhadap produk itu sendiri sehingga calon konsumen tidak bingung dalam memilih produk yang akan dibeli. Untuk mempermudah penyampaian informasi tentang produk, digunakan simbol-simbol dengan pendekatan semiotika yang mudah dipahami calon konsumen.

Kata kunci: visualisasi, avoskin beauty, *skincare*, fotografi komersial

# **VISUALIZATION OF AVOSKIN BEAUTY SKINCARE PRODUCTS IN COMMERCIAL PHOTOS**

By:

**Muh Reza  
1710155131**

## ***Abstract***

*Along with the development of the times, starting from technology, lifestyle, to the necessities of life also experienced developments, including the cosmetic and body care sector. Skincare is one of the most popular facial care products currently on the market. The purpose of creating photographic works of art in this final project is to display skincare products in the form of commercial photographic works that contain the informational value of the product. In the field of photography, there are various genres of photography, one of which is commercial photography which is often used as a media to advertise a product or service. The number of skincare products on the market today is quite confusing to potential consumers because the visuals of product advertisements that we usually encounter on social media often do not contain sufficient information value for the product itself. This is what drives us to create commercial photography works that contain sufficient information value in them. The work creation method is used to produce work that is in accordance with what you want to convey. The process of exploration and improvisation is carried out with skincare objects according to the objectives to be conveyed without neglecting the usefulness of the product. Through this final project of creating product photography works, commercial photos are produced which contain sufficient information value about the product itself so that potential consumers are not confused in choosing the product to buy.*

*Keywords: visualization, avoskin beauty, skincare, commercial photography*



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Penciptaan

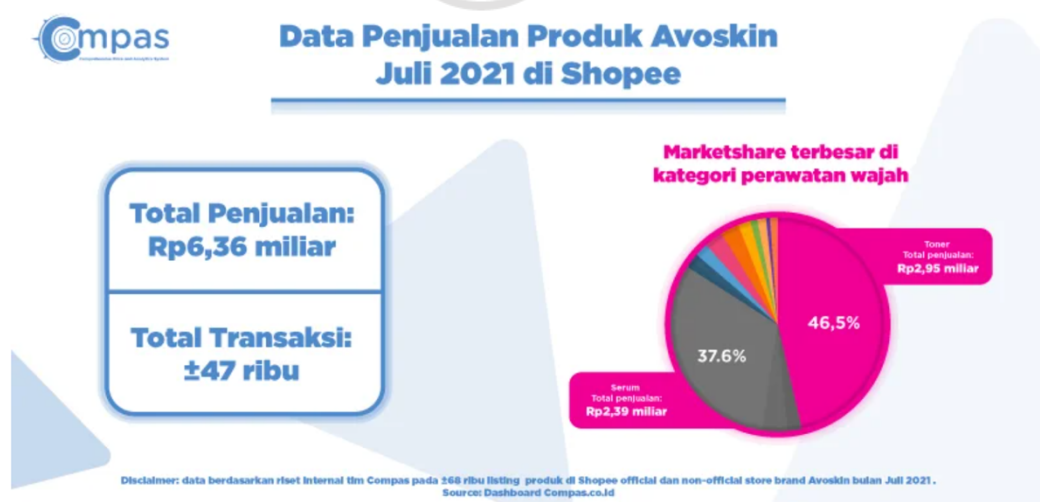
Seiring dengan berkembangnya zaman yang semakin pesat, masyarakat juga dituntut untuk lebih modern. Salah satu tuntutan modern tersebut adalah penampilan fisik, di mana penampilan fisik dapat digunakan sebagai modal untuk bersosialisasi dengan masyarakat umum. Pada wanita khususnya, kecantikan merupakan salah satu faktor yang cukup penting dalam menunjang penampilannya. Dalam melakukan perawatan tersebut mereka banyak menggunakan produk kecantikan yang dimaksudkan untuk mendapatkan suatu penampilan fisik yang lebih baik.

Untuk mendapatkan penampilan yang lebih menarik ada beberapa cara yang sedang ramai digunakan pada saat ini salah satunya adalah merawat tubuh dengan cara pergi ke salon kecantikan, dokter kecantikan, dan klinik kecantikan. Adapun produk – produk perawatan tubuh yang akhir – akhir ini marak digunakan yaitu *skincare*. Ada banyak jenis *skincare* yang beredar di pasaran saat ini yang menawarkan berbagai khasiat mulai dari mencerahkan, menyamarkan noda hitam, mengencangkan kulit, melembabkan kulit, dan berbagai khasiat lainnya. Seiring berjalannya waktu produk *skincare* yang ada di pasaran mulai bertambah banyak dan para produsen di bidang kecantikan dan perawatan kulit mulai mengeluarkan produk – produk *skincare* mereka dengan menawarkan khasiat – khasiat tertentu kepada para konsumen. Ada beberapa jenis *skincare* yang banyak beredar dipasaran saat ini mulai dari jenis *toner*, *serum*, *essence*, *moisturizer*, dan *cream*.

Dalam artikel *online* (<https://industri.kontan.co.id/news/pasar-produk-perawatan-kulit-punya-potensi-berkembang>), Ketua Persatuan Kosmetik Indonesia (Perkosmi) Bapak Sancoyo, mengungkapkan bahwa produk *skincare* dan *make up* menjadi kategori pertumbuhan barang impor yang sangat cepat. Selain itu,

berdasarkan hasil riset dari SAC (*Science Art Communication*) Indonesia, saat ini produk *skincare* menjadi pasar terbesar dari kosmetik dan perawatan tubuh sepanjang tahun 2018. Pasar *skincare* memberikan kontribusi sebesar US\$2.022 juta untuk pasar kosmetik dan US\$5.502 juta untuk produk perawatan tubuh (Intan dan Husaini, 2019).

*Skincare* merupakan sebuah produk perawatan tubuh, khususnya kulit mulai dari kulit wajah sampai kulit badan. Pada saat ini ada banyak merek dan jenis *skincare* yang dapat ditemui di pasaran, contohnya di toko – toko kosmetik, mall, dan platform jual beli online seperti Shoope, Tokopedia, Bukalapak, dan lain sebagainya. Produk *skincare* yang beredar di pasaran saat ini sebagian merupakan produk import tetapi ada juga produk yang berasal dari dalam negeri, beberapa produk *skincare* import yang laris dipasaran saat ini antara lain Laneige, Innisfree, The Ordinary, Kiehl’s, SK-II, dan lain-lain sedangkan produk *skincare* yang berasal dari dalam negeri juga sangat berkembang beberapa tahun terakhir adapun merek-merek yang mendominasi penjualan *skincare* dalam negeri yaitu MS Glow, Avoskin, Scarlett, Somethinc, White Lab, Emina dan masih banyak lagi.



Gambar 1. Data penjualan Avoskin tahun 2021

Sumber: <https://compas.co.id/article/produk-avoskin-terlaris/>, diakses pada rabu 23 november 2022 pukul 21:09

Avoskin Beauty merupakan salah satu merek produk perawatan tubuh yang diproduksi oleh perusahaan PT. Avo Inovation & Technology, perusahaan yang berada di Yogyakarta tersebut telah menaungi berbagai macam merek produk kecantikan dan perawatan tubuh diantaranya adalah Lacoco, Looké, dan Avoskin Beauty. Adapun klaim yang sebutkan merek dagang ini yaitu “All About Your Beauty” yang berarti semua tentang kecantikanmu, dengan klaim tersebut Avoskin Beauty bermaksud bahwa mereknya menyediakan semua kebutuhan kecantikan yang diperlukan. Perusahaan tersebut telah sukses memasarkan produk – produk kecantikannya secara nasional dan internasional, menurut data, Avoskin Beauty telah berhasil menjual lebih dari 100 ribu produk *skincare* keseluruh penjuru negeri dan juga luar negeri.

Dengan adanya internet, media sosial, dan toko jual beli *online* atau yang dikenal dengan sebutan *e-commerce* pada saat ini semakin memudahkan para produsen untuk memasarkan produknya. Tentunya hal ini sangat berkaitan dengan fotografi, adapun pada saat melakukan pemasaran secara online produsen diharuskan memiliki sebuah visual yang mendeskripsikan tentang produk yang ditawarkan. Pada saat ini perkembangan dalam dunia fotografi juga memiliki kemajuan besar mulai dari segi teknologi yang ada pada kamera sampai banyaknya layanan jasa yang menyediakan jasa fotografi untuk memudahkan kita mendapatkan sebuah visual yang bagus, baik untuk keperluan promosi penjualan ataupun untuk sekedar *personal branding*.

Fotografi berperan penting dalam pemasaran barang dan jasa, dengan fotografi calon konsumen bisa mendapat gambaran tentang produk yang akan dibeli nantinya. Periklanan dan fotografi sudah menjadi dua hal yang selalu beriringan, ada beberapa genre dalam fotografi yang paling dekat dengan media periklanan seperti contohnya fotografi komersial, seperti namanya fotografi komersial memiliki tugas yaitu menyampaikan maksud dan tujuan produk serta

mendeskripsikan sebuah produk dalam bentuk visual yang baik dan bertujuan untuk menarik calon pembeli.

Seperti yang dikatakan Nugroho, fotografi komersial lebih banyak digunakan untuk memenuhi kebutuhan industri. Jiwa dari foto ini tidak sekedar menyajikan data, tetapi juga diberi bumbu agar lebih menarik, beragam cara dilakukan mulai dari memanipulasi percetakan, warna, atau penggambaran yang berlebihan (2005:77). Pendapat lain mengatakan, Fotografi komersial adalah cabang fotografi yang membuat gambar/foto sebagai media promosi untuk menjual suatu produk, jasa pelayanan, promosi kandidat pemimpin, organisasi, perusahaan dan lain-lain, (Pranoto 2021:135)

Hal yang menarik perhatian sehingga terciptanya ide dalam pembuatan karya ini adalah banyaknya produk *skincare* yang beredar di pasaran saat ini, dalam visualnya kurang memberi deskripsi atau informasi kegunaan dari produk tersebut. Hal itu cukup membingungkan karena dari setiap produk tidak memiliki nilai informasi yang cukup dan ciri khas khusus untuk produk mereka terutama dalam hal visual. Pembuatan karya tugas akhir dengan judul Visualisasi Produk *Skincare* Avoskin Beauty dalam Fotografi Komersial ini memiliki tantangan tersendiri karena pada saat ini ada banyak merek dagang yang menawarkan produk – produk perawatan tubuh yang serupa. Tantangan dalam penciptaan karya ini adalah bagaimana menciptakan sebuah visual yang menarik dan juga memiliki nilai informasi yang baik.

## **B. Penegasan Judul**

Penegasan judul dalam tugas akhir ini untuk menghindari kesalahpahaman dalam memahami tentang tujuan yang ingin disampaikan. Berikut istilah-istilah yang digunakan dalam tugas akhir berjudul “Visualisasi Produk *Skincare* Avoskin Beauty dalam Fotografi Komersial”.

### 1. Visualisasi

Visualisasi merupakan bagian terpenting dalam penciptaan karya, adanya konsep yang matang namun tanpa visualisasi maka suatu karya tidak akan pernah ada bentuk nyata. Dijelaskan oleh Susanto (2002:89), visualisasi adalah pengungkapan suatu gagasan atau perasaan dengan menggunakan bentuk gambar; proses pengubahan konsep menjadi gambar untuk disajikan lewat karya seni visual.

### 2. Produk

Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepada pasar guna memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Produk dapat meliputi barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi dan ide. (Sabran, 2009:4). Pendapat lain mengatakan produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepada produsen berupa benda berwujud maupun tidak berwujud kepada konsumen, bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen (Molan, 2007:4). Sedangkan menurut Kotler (2005:14), menyatakan produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan. Produk diperlukan untuk menghubungkan hasil perusahaan dengan permintaan, agar memberikan kepuasan konsumen sekaligus memberikan keuntungan bagi perusahaan. Dapat disimpulkan bahwa produk merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan di pasar untuk dipakai, dimiliki atau dikonsumsi sehingga memuaskan keinginan dan kebutuhan seseorang.

### 3. Skincare

*Skincare* merupakan produk perawatan kulit yang digunakan untuk merawat kulit khususnya kulit wajah yang memiliki berbagai jenis dan fungsi yang berbeda beda tergantung pada kandungan senyawa yang terdapat pada *skincare* tersebut (Nada, 2020:15).

#### 4. Avoskin Beauty

Avoskin Beauty merupakan salah satu merek produk perawatan tubuh yang diproduksi oleh perusahaan PT. Avo Inovation & Technology, perusahaan yang berada di Yogyakarta tersebut telah menaungi berbagai macam merek produk kecantikan dan perawatan tubuh di antaranya adalah Lacoco, Looké, dan Avoskin Beauty.

#### 5. Fotografi Komersial

Fotografi komersial merupakan jenis fotografi yang memiliki tujuan untuk komersial seperti mempromosikan produk atau jasa (Tjin & Mulyadi, 2014:76). Pendapat lain mengatakan, karya fotografi memiliki makna ekonomis bila karya tersebut menjadi produk komoditas yang bernilai karena diorientasikan bagi pencapaian tujuan komersial/finansial (Soedjono, 2007:124)

“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).

Dengan beberapa penjelasan yang sudah dirumuskan diatas maka bisa disimpulkan bahwa judul dari penciptaan karya ini bermaksud memvisualisasikan produk dari Avoskin Beauty kedalam bentuk visual fotografi yang mana nantinya hasil dari penciptaan tersebut akan dijadikan sebagai media promosi yang akan digunakan untuk kebutuhan periklanan dan penjualan.

### C. Rumusan Ide

Berdasarkan latar belakang yang disebutkan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa penciptaan karya tugas akhir ini memiliki rumusan ide sebagai berikut :

1. Bagaimana produk *skincare* Avoskin Beauty divisualisasikan melalui fotografi komersial ?
2. Bagaimana visualisasi produk *skincare* Avoskin Beauty dapat memberikan informasi tentang produk tersebut?

### D. Tujuan dan Manfaat

#### 1. Tujuan

Adapun tujuan dan manfaat dalam penciptaan karya tugas akhir yang berjudul “Visualisasi Produk *Skincare* Avoskin Beauty sebagai Media Promosi dalam Fotografi Komersial“ adalah sebagai berikut :

1. Menciptakan visual produk *skincare* Avoskin Beauty dalam bentuk karya fotografi komersial.
2. Menciptakan karya fotografi komersial yang dapat memenuhi nilai informasi terhadap produk itu sendiri.

#### 2. Manfaat

Adapun manfaat dalam penciptaan karya ini adalah :

1. Diharapkan hasil dari penciptaan karya ini bisa menambah referensi visual dalam dunia fotografi komersial terutama di bidang fotografi produk.
2. Diharapkan hasil dari penciptaan karya ini bisa menjadi sebuah visual baru yang mengandung nilai informasi yang baik.

## **E. Metode Pengumpulan Data**

Pembuatan karya tugas akhir ini menggunakan beberapa metode pengumpulan data bertujuan untuk lebih melengkapi bahan-bahan pelengkap data yang ada, antara lain:

### **1. Observasi**

Pengumpulan data dengan metode observasi dilakukan dengan cara terjun langsung ke lapangan untuk mencari bahan yang berkaitan dengan proses penciptaan karya ini seperti mencari informasi tentang objek penciptaan dan mencari berbagai referensi tulisan maupun visual yang bisa menunjang proses penciptaan.

### **2. Studi Pustaka**

Studi Pustaka dilakukan untuk mencari teori – teori yang sekiranya dapat menunjang proses penciptaan. Studi Pustaka dilakukan dengan cara membaca buku – buku, majalah, dan artikel ilmiah.