

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Memvisualisasikan makanan tradisional Bandung dalam fotografi komersial merupakan salah satu sarana yang dapat dimanfaatkan untuk turut menjaga kelestarian makanan tradisional Bandung. Sebab beberapa jenis makanan tradisional saat ini semakin jarang ditemui. Proses penciptaan karya ini memiliki metode yang berurutan mulai dari eksplorasi, perancangan, sampai perwujudan. Penerapan konsep untuk memvisualisasikan makanan tradisional Bandung dalam fotografi komersial diantaranya yaitu, dari segi teknik digunakan cahaya samping dari sudut 45°; 90°; 125°; 225°; 270°; dan 325° tujuannya adalah untuk menciptakan karakter foto yang berdimensi, menggunakan sudut pengambilan gambar *high angle*, ruang tajam sempit, menciptakan gaya tradisional dari pemilihan *background* kayu; alas kayu; properti dari bahan tanah liat, kayu, dan anyaman bambu, serta menghadirkan aktivitas tangan untuk menciptakan interaksi yang lebih aktif antara fotografer dan *audience*. Kemudian dari segi estetik dilakukan dengan cara mengatur komposisi foto yang sebagian besar menggunakan komposisi *rule of third*, menampilkan bagian terbaik dan menarik dari setiap makanan, serta menyajikan makanan secara jelas sesuai dengan aslinya

Karya seni fotografi yang dibuat menyajikan imaji wujud makanan tradisional Bandung yang layak ditampilkan sebagai media promosi, sebab terkandung pesan konotasi berkaitan dengan makanan yang ditampilkan, dan

nilai kearifan lokal masyarakat Bandung. Serta mewujudkan imaji fotografis yang bersifat jelas mudah dipahami *audience*. Saat praktik pemotretan beberapa tantangan terjadi disebabkan oleh berbagai hal. Beberapa contoh dari tantangan dan penyelesaiannya yaitu, ruangan yang terlalu sempit membuat jarak antara *background* dan objek menjadi terlalu dekat dan sulit jika ingin menciptakan *background* yang lebih gelap, hal tersebut dapat diatasi dengan penggunaan *blocker*. Kemudian beberapa makanan tradisional memiliki tampilan luar yang kurang menarik, diatasi dengan cara dibelah dan memperlihatkan bagian isi. Terakhir beberapa makanan tradisional Bandung yang sulit dijumpai, akhirnya dimasak sendiri sebab prosesnya mudah dan menggunakan bahan-bahan sederhana di lingkungan sekitar.

Dalam pelestarian makanan tradisional Bandung melalui media fotografi komersial, terdapat beberapa upaya untuk memaksimalkannya yaitu, penyusunan konsep yang jelas dengan menghadirkan nilai-nilai kearifan lokal dari masyarakat dan makanan yang ditampilkan, serta melakukan kegiatan publikasi karya melalui media sosial dan pameran seni fotografi, yang membuat karya-karya foto dapat dijangkau lebih banyak orang.

B. Saran

Berdasarkan kegiatan pemotretan yang sudah dilakukan terdapat beberapa kendala yang dialami, dan pada bagian ini dipaparkan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan dan dilakukan untuk mencegah terjadinya kendala saat proses pemotretan, terutama dalam pemotretan makanan. Dalam

melakukan pemotretan makanan diperlukan rangkaian konsep penciptaan, yang dapat menentukan arah untuk mencapai ide penciptaan yang diinginkan. Berdasarkan konsep yang sudah dibuat perlu dipahami juga terkait jenis makanan yang dipilih sebagai objek, misalnya memperhatikan karakteristik makanan, bentuk, warna, dan ada tidaknya penanganan khusus untuk beberapa jenis makanan. Sebagai contoh seperti soto bandung yang apabila didiamkan terlalu lama dapat menimbulkan gumpalan lemak dari daging sapi. Sehingga proses pemotretan perlu dilakukan secara cepat. Kemudian mengetahui bagian-bagian yang menjadi kelebihan dari setiap makanan, untuk dapat dimunculkan dalam karya foto.

Selain itu perlu diperhatikan juga terkait cara memperoleh makanan yang ingin difoto. Karena ada beberapa makanan yang sifatnya musiman, ada juga makanan yang sifatnya tradisional dan cukup sulit untuk ditemukan, seperti contohnya pada pemotretan ini untuk memperoleh makanan jenis surabi bandung perlu menempuh perjalanan cukup lama sebab penjual surabi terdekat sudah tidak lagi menggunakan metode memasak dengan kayu bakar dan tungku dari tanah liat. Hal tersebut dapat berpengaruh pada bentuk, warna, dan rasa dari surabi. Kemudian yang terakhir terkait waktu pemotretan. Misalnya pemotretan makanan yang dilakukan pada bulan Ramadhan cukup sulit karena jarang ditemui pedagang yang berjualan saat bulan Ramadhan. Begitu pun dengan hari libur nasional seperti libur hari raya Idul Fitri.

Selain jenis-jenis makanan tradisional Bandung yang sudah divisualisasikan pada penciptaan ini, masih terdapat beberapa jenis makanan

lainnya, dan jenis minuman tradisional khas Bandung yang dapat diangkat oleh pencipta karya berikutnya. Adapun topik penciptaan yang cocok diterapkan pada pemotretan makanan tradisional Bandung berikutnya adalah, menampilkan makanan tradisional dengan konsep penyajian makanan modern, sehingga menghasilkan wajah baru pada makanan tradisional. Dapat pula dilakukan secara lebih spesifik pada satu atau dua jenis makanan saja, yang objek pemotretannya juga mengangkat tempat produksi yang sudah berjalan puluhan tahun menjual makanan tradisional Bandung. Sehingga dapat diperoleh karya visual dengan nilai sejarah yang luas dibalik makanan.



DAFTAR PUSTAKA

- Adzkiyak, M. A. (2021). *Etnografi Kuliner: Makanan dan Identitas Nasional*, Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Afrin, S., Muniruzzaman. (2020). Image Becomes Language: Media and Capitalism in Barthes' Rhetoric of the Image. *European: Journal of Literary Studies*, 2(2), 1-10.
- Ambarsari, R. (2012). *Food Photography for Everyone*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Ambarwati, A. (2019). *Nusantara dalam Piringku*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Barthes, R. (1964). *Elements de Semiologie*, New York: Hill and Wang.
- Barthes, R. (1977). *Image Music Text*, London: Fontana Press.
- Fita, D., Mala, A. (2007). *The Food Traveler's Guide: Jajanan Spektakuler Bandung di bawah 15 Ribu*, Jakarta Selatan: Bukune.
- Ghufar, A.M., Suhandano. (2022). Leksikon Jajanan Pasar Jawa Barat: Kajian Etnosemantik. *Jurnal: Kabastra*, 1(2), 115-129.
- Gustami, S.P. (2007). *Butir-butir Mutiara Estetika Timur Ide Dasar Penciptaan Seni Kriya Indonesia*, Yogyakarta: Prasista.
- Hidayat, B., Lusi, T. (2013). *PETA 100 Tempat Jajan dan Makan Legendaris di Bandung*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Isnendes, C. R. (2013). Peuyeum Bandung Makanan Tradisional yang Terkenal (Folklor bukan Lisan dari Jawa Barat). *Konferensi Internasional Folklor Asia*.
- Krisdianto, L.D. (2018). *Kuliner Populer Khas Sunda*, Jakarta: Media Pressindo.
- Kurniawansyah, H. (2020). Food Photography Goodfellas Resto dengan Pendekatan Still Life. *Arty: Seni Rupa UNNES*, 9(1), 11-32.
- Nasrulloh, R. (2015). *Media Sosial Prosedur Tren dan Etika*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Pangestu, H.I. (2014). *Wirausaha Gerobak Terlaris*, N.p: Lembar Langit Indonesia.
- Rahman, S. (2021). *Pengembangan Industri Kuliner Berbasis Makanan Tradisional Khas Sulawesi*. Yogyakarta: CV Budi Utama.

- Santoso, U., Murdijati, G., & Eni, H. (2019a). *Makanan Tradisional Indonesia Seri 1*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- _____. (2019). *Makanan Tradisional Indonesia Seri 2*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- _____. (2023). *Ragam Kudapan Jawa*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- _____. (2018). *Soto Nikmat dari Indonesia untuk Dunia*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Singapurwa, N. M. (2022). *Sekilas Pangan Tradisional*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Soedjono, S. (2006). *Pot-Pourri Fotografi*, Jakarta: Universita Trisakti.
- Sudarmanto, B. A., & Salim, A. (2019). Makanan Tradisional, Bahasa, dan Revolusi Industri 4.0. *Prosiding Seminar Nasional Program Pascasarjana Universitas PGRI Palembang*, 12(1), 120-131.
- Suganda, H. (2011). *Wisata Parijs van Java: sejarah, peradaban, seni, kuliner, dan belanja*. Jakarta: PT Kompas Media Nusantara.
- Tinarbuko, S. (2009). *Semiotika Komunikasi Visual*, Yogyakarta: Jala Sutra.
- Triadi, D. (2011). *Secret Lighting*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Unus, S. (2001). Makanan Tradisi “Urang” Sunda. *Konferensi Internasional Budaya Sunda I*.
- Wibowo, F.A.W. (2023). Eksplorasi Penataan Makanan Gaya Rustik Oriental Untuk Pemasaran Jajanan Pangsit Melalui Foto Instagram. *Specta: Journal of Photography Art and Media*, 7(1), 45-58.
- Yuyun. (2007). *Bisnis Siomay & Pangsit*, Indonesia: Agro Media Pustaka.

PUSTAKA LAMAN

<https://dataindonesia.id/digital/detail/indonesia-miliki-9717-juta-pengguna-instagram-hingga-akhir-2022>, diakses pada 20 Maret 2022

<https://www.instagram.com/p/B-GbVWOnzs9/?igshid=MzRIODBiNWFIZA>, diakses pada 19 Mei 2023

<https://www.instagram.com/p/CngXPDzLJoY/?igshid=MzRIODBiNWFIZA>, diakses pada 19 Mei 2023

<https://www.instagram.com/p/CPra0JPLZnk/?igshid=MWMzM2Q4ZmE=>, diakses pada 1 Maret 2023

<https://www.slideshare.net/HaryDisappear/semiotika-denotasi-konotasi-mitos-60252217>, diakses pada 26 Februari 2023

<https://foodphotographycommunication.files.wordpress.com/2015/01/panzani.jpg>, diakses pada 16 April 2023

