

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Penciptaan karya berjudul “Warna sebagai Elemen Penunjang Visual pada Foto Produk Hermit *Jewellery* dalam Fotografi Komersial” ini dibuat dengan menerapkan elemen warna sebagai salah satu aspek untuk menunjang visual foto agar tampak lebih menarik. Karya fotografi ini diharapkan dapat menginformasikan pentingnya foto produk dalam penjualan *online*, tidak hanya sebagai media promosi *online* namun juga untuk membangun citra toko.

Penerapan elemen warna dipertimbangkan dengan melakukan observasi pada produk perhiasan yang akan dipotret, hal tersebut perlu dilakukan untuk menciptakan konsep yang sesuai dan memiliki korelasi dengan produk. Dalam karya ini, elemen warna dihadirkan dengan maksud untuk merepresentasikan warna dari batu manik kuarsa yang terdapat pada perhiasan *handmade*. Selain itu, properti tambahan lainnya seperti kertas remuk, dan batu tawas dihadirkan untuk merepresentasi bentuk asli dari batu kuarsa yang masih alami. Kemudian agar karya foto tidak monoton, elemen warna dihadirkan dengan beberapa variasi tidak hanya sebagai latar belakang foto namun juga sebagai aksen estetika. Salah satunya seperti memanfaatkan bias dari gelas kaca untuk menghadirkan warna. Beberapa aspek tersebut menghasilkan visual foto produk yang lebih menarik dan memiliki ciri khas sehingga dapat membangun citra toko

yang mudah dikenali oleh konsumen. Penggunaan *lighting* dalam pemotretan disesuaikan dengan kebutuhan konsep yang akan diterapkan pada tiap foto, sehingga *artificial light* maupun *available light* dapat diterapkan. Lalu karya foto dikoreksi lagi melalui proses edit sebagai penyempurnaan.

B. Saran

Menciptakan karya foto produk sebagai media promosi tentu tidak serta merta dihadirkan dengan asal-asalan, beberapa aspek seperti konsep perlu dipertimbangkan dalam pembuatannya. Sehingga antara produk yang akan difoto dengan konsep memiliki korelasi. Proses pemotretan hingga edit foto memang memerlukan kesabaran ekstra khususnya untuk produk yang memiliki ukuran serta detail yang kecil seperti perhiasan, selain itu pantulan bayangan yang terkadang muncul di bagian perhiasan juga perlu diperhatikan. Foto komersial juga dapat dioptimalkan dengan memerhatikan aspek persuasif, sehingga pesan yang terdapat dalam foto dapat tersampaikan dengan baik pada konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, Feni Dwi, Imam Hardjanto, Ainul Hayat. 2013. "Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitas Pihak Eksternal dan Potensi Internal (Studi Kasus Pada Kelompok Usaha 'Emping Jagung' Di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing, Kota Malang)." *Jurnal Administrasi Publik* 1(6): 1286-1295.
- Barthes, Roland. 1977. *Image Music Text*. London: Fontana Press.
- Ernestivita, G., & Subagyo. (2020). "Media Promosi Produk UMKM dengan Menggunakan EPIC Model". *Efektor* 7(1): 1–14.
- Gienger, Michael. (2005). *Healing Crystals*. (Roselle Angwin, translated). German: Chinwendu Uzodike.
- Gunawan, Agnes Paulina. 2012. "Peranan Warna dalam Karya Fotografi". *Humaniora* 3(2): 540–548.
- Hoffmann, Nilman. 2010. *Aksesoris Pengantin: Membuat Sendiri Dengan Teknik Wire Working*. Jakarta: Dian Rakyat.
- Hsu, Yi dan Ahn Nguyen Ngoc. 2016. "The Handmade Effect: What is Special about Buying Handmade?" *IRMBR Journal* 5(2): 594–609.
- Leung, Chi hong. 2019. "Is Usage of Visual Image in Online Marketing Effective?". *Asian Journal of Empirical Research* 9(6): 147-156.
- Luzar, Monica Laura Christina. 2011. "Efek Warna dalam Dunia Desai dan Periklanan". *Humaniora* 3(2): 1084-1096.
- Nugroho, Yulius Widi. 2020. *Khazanah Fotografi dan Desain Grafis*. Yogyakarta: DeepPublish.
- Peter, Charpentier, Johan Den Ouden, Jan Visser. 1993. *Motif Untuk Foto Anda*. Semarang: Dahara Prize.
- Sanyoto, Sadjiman Edi. 2010. *Nirmana : Elemen-elemen Seni dan Desain* (2nd ed.). Yogyakarta: Jalsutra.
- Setiadi, Teguh. 2023. *Fotografi Periklanan Produk dan Jasa*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.
- Soedjono, Soeprapto. 2006. *Pot-Pourri Fotografi*. Jakarta: Universitas Trisakti.
- Triadi, Darwis. 2014. *Color Vision: Panduan Bagi Fotografer dalam Memahami dan Menggunakan Warna*. edited by A. Ariadi. Jakarta: Penerbit Buku Kompas.
- Yuliadewi, Leslie. 2000. "Komposisi Dalam Fotografi". *Nirmana* 2(1): 48-60.

PUSTAKA LAMAN

- Christ dan Stuart. 2008. “Gemstone Information”,
(<https://www.firemountaingems.com/resources/encyclopedia/gem-notes/gmstnprprtssnwf>, diakses pada 4 Maret 2023)
- Fadhillah, Karni. 2020. “Strategi Visual Marketing untuk Meningkatkan Minat Customer”, (<https://www.jojonomic.com/blog/strategi-visual-marketing/>, diakses pada 7 Januari 2024)
- Herawati, Annisa. “Visual Marketing: Definisi, Manfaat, Jenis, dan Tips untuk Tingkatkan Prospek”, (<https://kledo.com/blog/visual-marketing/>, diakses pada 7 Januari 2024)
- Jack. “Crystal Meaning”,
(<https://trulyexperiences.com/blog/?s=crystal+meaning>, diakses pada 11 November 2023)
- Riveron, Julien Divert dan Sebastien. 2007. “Akatre Creative Studio”,
(<https://www.akatre.com/>, diakses pada 18 Januari 2023)
- Tjin, Enche. 2009. “Jenis file: RAW & JPG”,
(<https://www.infofotografi.com/blog/2009/07/jenis-file-raw-jpg/>, diakses pada 15 Maret 2023)

