

**VISUAL PRODUK MINUMAN KOPI BIJI
SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM FOTOGRAFI
KOMERSIAL**



**Skripsi
Penciptaan Seni**

**Disusun oleh
Raden Raihan Yazid
1910945031**

**PROGRAM STUDI FOTOGRAFI
JURUSAN FOTOGRAFI
FAKULTAS SENI MEDIA REKAM
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2023**

**VISUAL PRODUK MINUMAN KOPI BIJI
SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM FOTOGRAFI KOMERSIAL**



**SKRIPSI
TUGAS AKHIR PENCIPTAAN SENI FOTOGRAFI**

Untuk memenuhi persyaratan derajat sarjana
Jurusan Fotografi, Program Studi Fotografi

Oleh:

Raden Raihan Yazid

1910945031

**PROGRAM STUDI S-1 FOTOGRAFI
JURUSAN FOTOGRAFI
FAKULTAS SENI MEDIA REKAM
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2023**

**VISUAL PRODUK MINUMAN KOPI BIJI SEABGAI MEDIA PROMOSI
DALAM FOTOGRAFI KOMERSIAL**

Diajukan oleh:
Raden Raihan Yazid
NIM 1910945031

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 **1...1...JAN 2024**

Pembimbing I/ Ketua Penguji



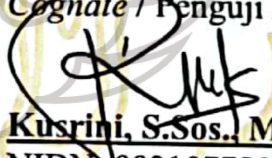
Oscar Samaratunga, S.E., M.Sn.
NIDN. 0013077608

Pembimbing II/ Anggota Penguji




Adva Arsita, M.A.
NIDN. 0002057808

Cognate / Penguji Ahli

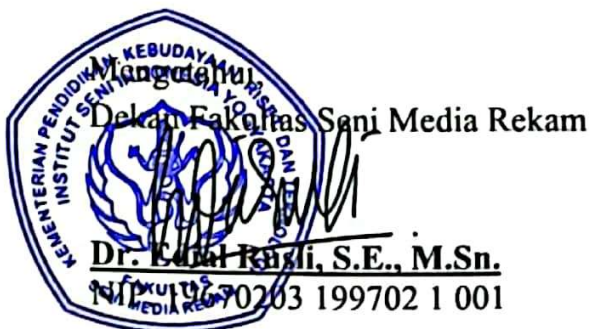


Kusriani, S.Sos., M.Sn.
NIDN. 0031077803

Ketua Jurusan



Kusriani, S.Sos., M.Sn.
NIP 19780731 200501 2 001



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Raden Raihan Yazid
Nomor Induk Mahasiswa : 1910945031
Program Studi : S-1 Fotografi
Judul Skripsi : Visual Produk Minuman Kopi Biji Sebagai
Media Promosi Dalam Fotografi Komersial

menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan sumbernya dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak mana pun. Apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran atas pernyataan ini, saya bersedia menerima dan menanggung segala akibat yang timbul.

Yogyakarta, 11 JANUARI 2024

Yang menyatakan,



Raden Raihan Yazid



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa karena dengan rahmatnya saya dapat menyelesaikan skripsi penciptaan karya seni fotografi. Skripsi ini dibuat sebagai bentuk pertanggungjawaban sebagai syarat dalam meraih gelar sarjana S-1 dalam Program Studi Fotografi di Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Skripsi ini berisikan bagaimana proses dan hasil yang dilalui dan dihasilkan selama melakukan penciptaan karya fotografi. Penulis mengucapkan rasa terima kasih atas dukungan yang diberikan dalam proses skripsi penciptaan karya seni fotografi yang berjudul **“Visual Produk Minuman Kopi Biji Sebagai Media Promosi Dalam Fotografi Komersial”**. Penulis meyakini jika tidak mendapat bantuan dari pihak-pihak tertentu, skripsi ini tidak dapat diselesaikan laporan dengan baik. Maka dari itu, pada kesempatan yang baik ini ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hikmat, karunia, serta hidayah-nya sehingga mahasiswa dapat menyelesaikan tugas akhir penciptaan fotografi ini dengan baik dan lancar;
2. Kedua orang tua, adik, serta keluarga yang telah memberikan doa dan dukungannya untuk menyelesaikan skripsi ini;
3. Dr. Edial Rusli, S.E., M.Sn. selaku Dekan Fakultas Seni Media Rekam, Insititut Seni Indonesia Yogyakarta dan Dosen Wali;
4. Kusrini, S.Sos., M.Sn. selaku Ketua Jurusan Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Insititut Seni Indonesia Yogyakarta dan *Cognate*/Penguji Ahli sidang skripsi;
5. Oscar Samaratunga, S.E., M.Sn. selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan banyak bimbingan dalam penulisan dan karya;
6. Adya Arsita, S.S., M.A. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan banyak bimbingan dalam penulisan dan karya;
7. Novan Jemmi Andrea, M.Sn. selaku Sekretaris Jurusan yang selalu membantu memberikan informasi selama masa perkuliahan;

8. Seluruh Dosen di Jurusan Fotografi Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta;
9. Seluruh Staff dan Karyawan Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta;
10. Restu Lestari, S.Kom. selaku pemilik Kopi Biji Ciamis yang telah mengizinkan dan memberikan banyak bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini;
11. Refi Nurdyan, S.Kom. selaku Manager Kopi Biji Ciamis yang telah memberikan banyak bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini;
12. Novia Kusuma Putri, selaku Kepala Konten Kreator Kopi Biji Ciamis yang telah membantu dalam penciptaan karya fotografi ini;
13. Seluruh staff di Kopi Biji Ciamis yang telah banyak membantu dan mendukung dalam penciptaan karya skripsi;
14. Seluruh teman dan pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah membantu dalam penciptaan karya skripsi;

Disadari selama proses dan penyusunan laporan skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan. Demi kesempurnaan skripsi ini dan ke depan agar lebih baik lagi, saran dan kritik yang membangun senantiasa diharapkan. Semoga laporan ini skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Yogyakarta, 1 Desember 2023

Raden Raihan Yazid

1910945031

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iii
PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR KARYA.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penciptaan.....	1
B. Rumusan Penciptaan	5
C. Tujuan dan Manfaat	6
BAB II LANDASAN PENCIPTAAN	
A. Landasan Teori.....	7
B. Tinjauan Karya.....	15
BAB III METODE PENCIPTAAN	
A. Objek Penciptaan	20
B. Metode Penciptaan	23
C. Proses Perwujudan	25
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Ulasan Karya.....	46
B. Contoh Penerapan	107
C. Pembahasan Refleksi	110
BAB V PENUTUP	
A. Simpulan	111
B. Saran.....	112
DAFTAR PUSTAKA	114



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hootsuite, 2023	3
Gambar 2.1 Hootsuite, 2023	10
Gambar 2.2 Hootsuite, 2023	11
Gambar 2.3 <i>Tropical Hibiscus Spritz Cocktail</i> oleh Shanna Schad.....	15
Gambar 2.4 <i>Cocktails Drinks</i> oleh Ivan Nikolett.....	16
Gambar 2.5 <i>Strawberry Milk</i> oleh Nurman Adi Tama	17
Gambar 3.1 Logo perusahaan Kopi Biji	20
Gambar 3.2 Kamera A7C.....	27
Gambar 3.3 Lensa Sony FE 85mm F1.4 GM.....	28
Gambar 3.4 Memori Sandisk Extreme Pro 64GB.....	29
Gambar 3.5 Baterai Sony NP-FZ100	29
Gambar 3.6 Lampu kilat Godox SK400II.....	30
Gambar 3.7 <i>Light stand</i> dari Takara Spirit 3.....	31
Gambar 3.8 <i>C-Stand</i> dari AE C-Stand	31
Gambar 3.9 <i>Softbox</i> Godox	31
Gambar 3.10 <i>Standard reflector</i>	32
Gambar 3.11 <i>Reflector Tuff</i>	33
Gambar 3.12 <i>Trigger</i> Godox X2-T	33
Gambar 3.13 Fotopro aluminum Tripod X4i-E Orange.....	34
Gambar 3.14 <i>Connector cabel</i> Ugreen.....	35
Gambar 3.15 Laptop Macbook Air M1.....	35
Gambar 3.16 Alas foto	36
Gambar 3.17 Properti nampan dan bahan baku	36
Gambar 3.18 Pengolahan foto RAW di Adobe Lightroom.....	39
Gambar 3.19 <i>Slider</i> pengolahan dasar dalam Adobe Lightroom.....	40
Gambar 3.20 Pengolahan foto JPEG di Adobe Photoshop	41
Gambar 3.21 Letak <i>Spot Healing Brush Tool</i> di Adobe Photoshop	41
Gambar 3.22 Penggunaan <i>Spot Healing Brush</i> di Adobe Photoshop	42
Gambar 3.23 Hasil akhir penyuntingan di Adobe Lightroom dan Photoshop. 42	

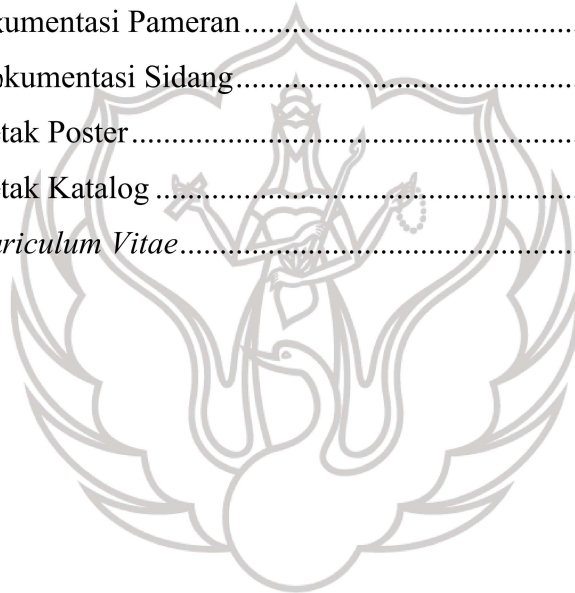
Gambar 3.24 <i>Moodboard</i> produk minuman <i>Espresso Lemon</i>	44
Gambar 3.25 Bagan rencana pembuatan karya.....	45
Gambar 4.1 Skema <i>Lighting</i> karya 1.....	49
Gambar 4.2 Skema <i>Lighting</i> karya 2.....	52
Gambar 4.3 Skema <i>Lighting</i> karya 3.....	55
Gambar 4.4 Skema <i>Lighting</i> karya 4.....	58
Gambar 4.5 Skema <i>Lighting</i> karya 5.....	61
Gambar 4.6 Skema <i>Lighting</i> karya 6.....	64
Gambar 4.7 Skema <i>Lighting</i> karya 7.....	67
Gambar 4.8 Skema <i>Lighting</i> karya 8.....	70
Gambar 4.9 Skema <i>Lighting</i> karya 9.....	73
Gambar 4.10 Skema <i>Lighting</i> karya 10.....	76
Gambar 4.11 Skema <i>Lighting</i> karya 11.....	79
Gambar 4.12 Skema <i>Lighting</i> karya 12.....	82
Gambar 4.13 Skema <i>Lighting</i> karya 13.....	85
Gambar 4.14 Skema <i>Lighting</i> karya 14.....	88
Gambar 4.15 Skema <i>Lighting</i> karya 15.....	91
Gambar 4.16 Skema <i>Lighting</i> karya 16.....	94
Gambar 4.17 Skema <i>Lighting</i> karya 17.....	97
Gambar 4.18 Skema <i>Lighting</i> karya 18.....	100
Gambar 4.19 Skema <i>Lighting</i> karya 19.....	103
Gambar 4.20 Skema <i>Lighting</i> karya 20.....	106
Gambar 4.21 <i>Mockup</i> karya di <i>feeds</i> Instagram.....	107
Gambar 4.22 <i>Mockup</i> karya di Instagram Story	108
Gambar 4.23 <i>Mockup</i> di media sosial Instagram.....	109

DAFTAR KARYA

Karya 1 “ <i>Oat Milk Latte</i> ”	47
Karya 2 “ <i>Es Kopi Susu</i> ”	50
Karya 3 “ <i>Café Latte</i> ”	53
Karya 4 “ <i>Cappucino</i> ”	56
Karya 5 “ <i>Caramel Macchiato</i> ”	59
Karya 6 “ <i>Espresso Lemon</i> ”	62
Karya 7 “ <i>Creamy Macchiato</i> ”	65
Karya 8 “ <i>Irish Coffee</i> ”	68
Karya 9 “ <i>Daiquiry Cream</i> ”	71
Karya 10 “ <i>Shady Sun</i> ”	74
Karya 11 “ <i>Lemon Squash</i> ”	77
Karya 12 “ <i>Peach Mojito</i> ”	80
Karya 13 “ <i>Lychee Mojito</i> ”	83
Karya 14 “ <i>Virgin Mojito</i> ”	86
Karya 15 “ <i>Fragola Coffee Mocktail</i> ”	89
Karya 16 “ <i>Vegetable Mocktail</i> ”	92
Karya 17 “ <i>Tropical Sunset</i> ”	95
Karya 18 “ <i>Smoothie Dragon</i> ”	98
Karya 19 “ <i>Smoothie Mango</i> ”	101
Karya 20 “ <i>Smoothie Strawberry</i> ”	104

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. <i>Behind The Scene</i> (BTS) Produksi	116
Lampiran 2. Surat Pembimbingan Tugas Akhir	117
Lampiran 3. Lembar Konsultasi Skripsi	119
Lampiran 4. Surat Permohonan Mengikuti Ujian Tugas Akhir	123
Lampiran 5. Poster Pameran Skripsi.....	124
Lampiran 6. Sampul <i>Photobook</i>	125
Lampiran 7. Sampul Katalog	126
Lampiran 8. Tata Letak Karya Pameran	127
Lampiran 9. Dokumentasi Pameran.....	128
Lampiran 10. Dokumentasi Sidang.....	130
Lampiran 11. Cetak Poster.....	131
Lampiran 12. Cetak Katalog	132
Lampiran 13. <i>Curriculum Vitae</i>	133



VISUAL PRODUK MINUMAN KOPI BIJI SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM FOTOGRAFI KOMERSIAL

Oleh:
Raden Raihan Yazid
1910945031

Abstrak

Presentasi sebuah produk minuman yang menarik memiliki peran peting untuk meningkatkan minat konsumen. Hal tersebut perlu didukung dengan kehadiran visual produk yang menarik di media sosial. Kurangnya visual produk di kafe Kopi Biji menyulitkan konsumen dalam mendapatkan informasi atas produknya. Perkembangan pesat pada sektor *food and beverage* (FnB) menyebabkan kafe menjadi salah satu aktor utama yang menghadapi persaingan ketat. Dalam konteks ini, pentingnya visual produk di dalam media sosial. Tujuan penciptaan karya ini adalah untuk menciptakan konsep *food photography* dengan produk minuman dari kafe Kopi Biji kemudian, merancang karya tersebut sebagai media promosi di media sosial Instagram. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan minat konsumen dalam memperluas cakupan promosi melalui media sosial Instagram. Metode dalam penciptaan karya ini adalah eksplorasi, observasi atas produk minuman dari kafe Kopi Biji, dan eksperimentasi dalam perwujudannya. Hasil akhir penciptaan karya ini adalah visual produk minuman dari kafe Kopi Biji yang digunakan sebagai media promosi di media sosial Instagram. Simpulan dalam penciptaan karya ini adalah eksperimentasi intensitas cahaya dan komposisi dapat berpengaruh terhadap hasil visual. Selain itu, pengombinasian alas foto, latar belakang, properti pendukung, dan objek penciptaan merupakan hal penting untuk mewujudkan visual yang ingin dicapai.

Kata kunci: Kopi Biji, promosi, media sosial, fotografi komersial

VISUAL PRODUCT OF KOPI BIJI BEVERAGE AS A PROMOTIONAL MEDIA IN COMMERCIAL PHOTOGRAPHY

By:
Raden Raihan Yazid
1910945031

Abstract

An attractive presentation of a beverage product has an important role in increasing consumer interest. This needs to be supported by the presence of attractive product visuals on social media. The lack of product visuals at the Kopi Biji cafe makes it difficult for consumers to get information about their products. Rapid developments in the food and beverage (FnB) sector have caused cafes to become one of the main actors facing intense competition. In this context, the importance of product visuals in social media. The aim of creating this work is to create a food photography concept with beverage products from the Kopi Biji cafe and then design the work as promotional media on Instagram social media. This is done to increase consumer interest in expanding the scope of promotions via Instagram social media. The method in creating this work is exploration, observation of beverage products from the Kopi Biji cafe, and experimentation in realizing them. The final result of creating this work is a visual of beverage products from the Kopi Biji cafe which is used as promotional media on Instagram social media. The conclusion in creating this work is that experimentation with light intensity and composition can influence the visual results. Apart from that, combining the photo base, background, supporting properties and creation objects is important to realize the visuals you want to achieve.

Keywords: Kopi Biji, promotion, social media, commercial photography

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penciptaan

Saat ini semakin banyak usaha yang hadir dalam sektor food and beverage (FnB). Food and beverage sendiri memiliki pengertian yaitu suatu bidang yang mengkhususkan pada makanan dan minuman, baik minuman beralkohol maupun minuman yang tidak beralkohol, dan baik dalam hal penyajian maupun pelayanannya (Yusnita & Yulianto, 2013:68). Sektor FnB memiliki kontribusi besar dalam industri hospitality. Para pelaku usaha di sektor tersebut umumnya terbagi menjadi dua kelompok. Kelompok pertama adalah para pelaku usaha FnB yang hanya berfokus pada penjualan produk minuman atau makanan saja. Sedangkan kelompok lain, umumnya menghadirkan berbagai macam variasi produk yang terdiri dari makanan dan minuman sekaligus, dalam menu atau layanan yang mereka tawarkan. Beberapa jenis usaha di sektor FnB contohnya adalah rumah makan, restoran, kafe, kedai, dan bistro.

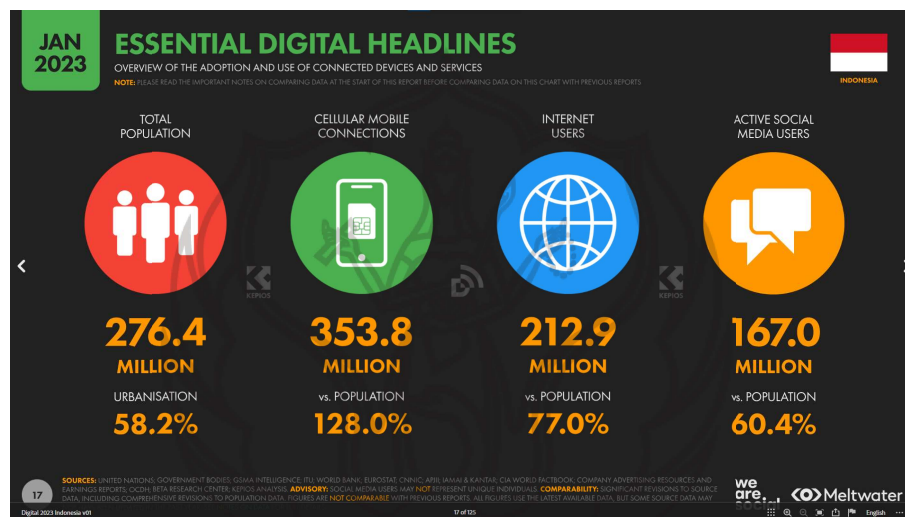
Banyaknya kehadiran pada usaha di sektor FnB, salah satunya adalah kafe. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI Edisi Ke-4, 2008: 614) menyatakan bahwa kafe adalah warung kopi, kedai, atau tempat minum kopi dan sebagainya yang pengunjungnya dihibur dengan musik. Hal tersebut menimbulkan persaingan yang ketat di antara para pelaku usaha dalam menarik para konsumennya untuk membeli produk yang mereka jual. Berbagai strategi tentunya akan diterapkan untuk tetap bisa bertahan dalam persaingan pasar. Mulai dari menjaga cita rasa dan kualitas produk, pemasaran dan edukasi tentang

fungsi serta manfaat produk, hingga aspek presentasi atau tampilan akhir dari produk yang ditawarkan.

Usaha yang bergerak dalam bidang FnB berjenis kafe umumnya sangat memperhatikan bagaimana bentuk presentasi dari produk minuman yang mereka hidangkan. Selain melalui cita rasa yang dihadirkan dalam setiap produk minuman, tentu sebuah bentuk presentasi dari hidangan tersebut perlu diperhatikan. Hal ini dilakukan untuk menarik minat konsumen baru dan mempertahankan antusiasme pelanggan melalui tampilan dari produk yang dimiliki oleh perusahaan. Tidak hanya itu, komunikasi dan informasi juga sangat diperlukan untuk mempromosikan suatu produk yang dimiliki oleh sebuah perusahaan. Tampilan produk merupakan suatu sarana untuk mempermudah konsumen dalam memilih dan membandingkan produk apa yang akan dibeli (Pramono et al, 2020:423). Tampilan produk tersebut banyak ditemukan di media sosial, khususnya Instagram. Oleh karena itu, salah satu cara untuk mewujudkan hal tersebut adalah melalui media fotografi. Fotografi sudah dianggap sebagai kebutuhan bagi manusia dalam kehidupan sehari-hari. Foto adalah suatu pesan visual yang dibentuk dari pemindahan objek nyata ke dalam sebuah gambar (Susanto, 2017:57). Oleh karena itu, fotografi berperan penting bagi perusahaan untuk mengomunikasikan informasi kepada konsumen tentang produknya sekaligus memberikan jaminan atas produk yang akan mereka beli.

Informasi mengenai produk akan lebih mudah didapatkan bila dihadirkannya sebuah visual dari produk tersebut. Selain itu, produsen akan lebih mudah mengomunikasikan bagaimana produk yang mereka tawarkan

kepada konsumen. Visual dalam konteks ini adalah fotografi dapat dimanfaatkan untuk mempromosikan produk dari perusahaan, salah satunya melalui media sosial. Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual blog (Cahyono, 2016:156). Hal ini menyimpulkan bagaimana promosi dapat dengan mudah dilakukan di media sosial untuk mendapatkan cakupan pengamat yang lebih luas.



Gambar 1.1

Hootsuite, 2023

<https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>
diakses pada 04 Oktober 2023 pada pukul 04.00 WIB

Dilansir dari Hootsuite “We Are Social” pada tahun 2023, dari 276,4 juta jiwa yang terdata di Indonesia. Jumlah pengguna internet aktif adalah 212,9 juta atau 77% dari total populasi Indonesia kemudian, 167,0 juta atau 60,4% dari total populasi merupakan pengguna media sosial. Oleh sebab itu, dengan adanya perkembangan tersebut setiap orang dapat dengan mudah bersosialisasi dengan orang lain melalui media sosial. Hal tersebut dapat menguntungkan produsen karena dapat memangkas pendanaan untuk memasang iklan seperti di surat

kabar atau televisi. Selain itu, melakukan periklanan di media cetak dirasa sudah tidak efektif dibandingkan menggunakan media sosial. Hal tersebut dibuktikan dengan tingginya pengguna media sosial berdasarkan data yang dilansir dari Hootsuite. Oleh sebab itu, produsen akan dimudahkan untuk melakukan promosi atas produknya jika dilakukan melalui media sosial.

Kopi Biji merupakan usaha kafe yang terletak di Kabupaten Ciamis, lengkapnya di Jalan Raya Kawali No. 164, Mekarjaya, Kecamatan Baregbeg, Kabupaten Ciamis, Jawa Barat. Ide penciptaan ini muncul berdasarkan uraian di atas, sebuah produk minuman yang memiliki cita rasa dan presentasi atau tampilan akhir yang menarik seharusnya didukung dengan adanya visual produk yang baik, sehingga dapat meningkatkan daya tarik konsumen. Namun, realitanya produk tersebut tidak memiliki visual yang baik, bahkan tidak ada. Hal tersebut menyebabkan konsumen kesulitan mendapatkan informasi bagaimana produk yang akan mereka beli. Hal ini ditemukan di salah satu kafe yang terletak di Kabupaten Ciamis, yaitu Kopi Biji. Pada akhirnya memicu pergerakan serta memberikan rasa ingin menciptakan sebuah gebrakan terhadap kafe yang memiliki kondisi tersebut untuk menciptakan sebuah visual produk yang baik sehingga dapat digunakan sebagai media promosi oleh kafe tersebut. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan daya tarik konsumen, sehingga konsumen yang datang tidak hanya mendapatkan informasi dari konsumen lama, melainkan datang karena ketertarikan mereka terhadap produk yang disebabkan oleh promosi yang dilakukan atas produk tersebut. Objek penciptaan ini akan difokuskan pada produk minuman dari kafe Kopi Biji yang terdiri dari beberapa

macam di antaranya coffee series, mocktail series, creamy series, mojito series, dan smoothie series dengan menekankan pada penyajian dan tampilan akhir produk. Hal tersebut dipilih karena kehadiran menu baru di kafe Kopi Biji yang akan digunakan untuk tahun 2023. Oleh karena itu, menu tersebut tentunya akan membutuhkan visual produk yang nantinya dapat digunakan sebagai media promosi di media sosial.

Perwujudan penciptaan menggunakan pendekatan melalui *food photography*. Hal tersebut dipilih karena objek dari penciptaan ini adalah benda mati dan *still life photography* merupakan bagian dari fotografi komersial. Oleh karena itu, dengan adanya penciptaan ini diharapkan dapat memberikan edukasi serta gambaran kepada kafe lain terkait bagaimana pentingnya sebuah visual produk yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya tarik konsumen tentang produk yang ditawarkan oleh kafe. Hal ini yang melandasi untuk dilakukannya penciptaan yang mengangkat tentang “Visual Produk Minuman Kopi Biji sebagai Media Promosi dalam Fotografi Komersial”.

B. Rumusan Penciptaan

Berdasarkan latar belakang dari penciptaan yang dilakukan, terdapat rumusan masalah sebagai berikut.

1. Bagaimana menciptakan konsep *food photography* dengan produk minuman dari kafe Kopi Biji?
2. Bagaimana merancang karya *food photography* produk minuman dari kafe Kopi Biji sebagai materi di media sosial untuk promosi?

C. Tujuan dan Manfaat

Terdapat tujuan dan manfaat dari penciptaan yang dilakukan antara lain sebagai berikut.

1. Tujuan

- a. Menciptakan konsep *food photography* dengan produk minuman dari kafe Kopi Biji;
- b. Merancang karya *food photography* sebagai media promosi di media sosial Instagram.

2. Manfaat

- a. Menjadi referensi baru dalam membangun wacana mengenai foto produk minuman dalam ranah pendidikan fotografi;
- b. Menjadi media promosi bagi perusahaan yang nantinya dapat digunakan untuk memperkenalkan produk yang dimiliki oleh perusahaan;
- c. Menjadi media informasi bagi masyarakat, khususnya calon pembeli atau konsumen sehingga mengetahui produk apa yang akan mereka beli.