

***DIGITAL COMPOSITING* PADA VISUAL PARFUM  
ORCHARD DALAM FOTOGRAFI IKLAN**



**SKRIPSI  
PENCIPTAAN SENI FOTOGRAFI**

**Fransiskus Xaverius Ario Setyoajie**

2011103031

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

**2024**

**Digital Compositing pada Visual Parfum Orchard Dalam Fotografi Iklan**

Diajukan oleh:

**Fransiskus Xaverius Ario Setyoajie**

2011103031


Pameran dan Laporan Skripsi Penciptaan Fotografi telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Skripsi Jurusan Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, pada tanggal **06 JUN 2024**.

Pembimbing I/Ketua Penguji

  
**Dr. Edial Rusli, S.E., M.Sn.**


NIDN. 0003026703

Pembimbing II/Anggota Penguji

  
**Dheasey Amboningtvas, S.E., M.M.**

NIDN. 0611118601

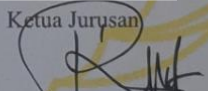
Cognate Penguji Ahli

  
**Dr. Muhammad Fajar Aprivanto,**

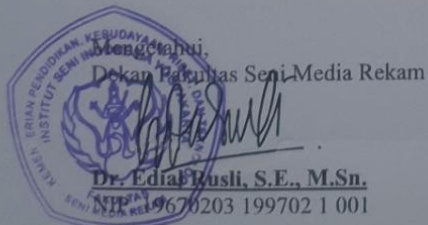
**S.Sn., M.Sn.-**

NIDN. 0029047608

Ketua Jurusan

  
**Kusri, S.Sos., M.Sn.**

NIP. 19780731 200501 2 001



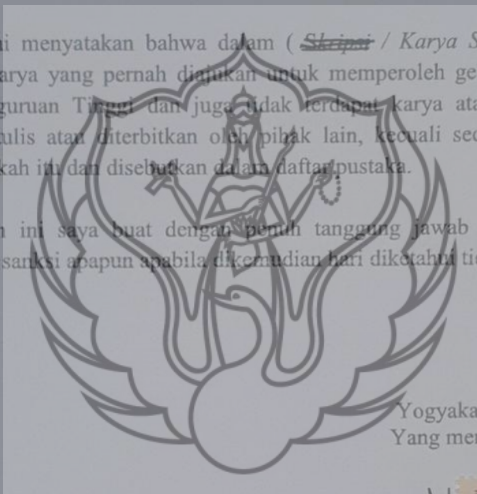
## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Fransiskus Xaverius Ario Setyoajie  
No. Mahasiswa : 2011103031  
Jurusan / Minat Utama : Fotografi  
Judul Skripsi / Karya Seni : *Digital Compositing* pada Visual Parfum Orchard Dalam Fotografi Iklan

Dengan ini menyatakan bahwa dalam (~~Skripsi~~ / *Karya Seni*)\* saya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh pihak lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

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



Yogyakarta, 28 Mei 2023  
Yang membuat pernyataan



Fransiskus Xaverius Ario Setyoajie



*Kepada Semesta,  
Yang Merestui Segalanya*

## KATA PENGANTAR

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

Skripsi ini berisikan proses dan hasil yang dilalui dan dihasilkan selama melakukan penciptaan karya fotografi. Dukungan yang diberikan bertujuan untuk memenuhi skripsi penciptaan yang berjudul “*Digital Compositing Pada Visual Parfum Orchard Dalam Fotografi Iklan*”.

Tanpa bantuan dari pihak-pihak tertentu, skripsi ini tidak dapat diselesaikan laporan dengan baik. Maka dari itu, pada kesempatan yang baik ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Tuhan YME yang telah melimpahkan rahmat, hikmat, karunia, serta hidayah-Nya;
2. Ibu, adik, serta keluarga yang telah memberikan doa dan dukungannya untuk menyelesaikan skripsi ini;
3. Bapak Dr. Edial Rusli, S.E., M.Sn. selaku Dekan Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, dan juga bertindak selaku dosen pembimbing 1;
4. Ibu Kusrini, S.Sos., M.Sn. selaku Ketua Jurusan Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta;

5. Ibu Dheasey Amboningtyas, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah memberikan banyak bimbingan dalam penulisan dan karya;
6. Bapak Dr. Muhammad Fajar Apriyanto, S.Sn., M.Sn. selaku penguji ahli;
7. Ibu Zulisih Maryani, M.A selaku Dosen Wali yang telah memberikan masukan dari awal hingga akhir masa perkuliahan;
8. Bapak Novan Jemmi Andrea, M.Sn. selaku Sekretaris Jurusan yang selalu membantu memberikan informasi selama masa perkuliahan;
9. Seluruh Dosen di Jurusan Fotografi Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta;
10. Bapak Cago selaku pemilik Orchard Parfum yang mengizinkan dan memberikan banyak bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini;
11. Seluruh teman dan pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah membantu dalam penciptaan karya skripsi;
12. Terima kasih kepada Romusa Syndicate yang sudah membantu dan menemani penciptaan skripsi ini.

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, 27 Mei 2024

Fransiskus Xaverius Ario Setyoajie  
NIM. 2011103031

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
SURAT PERNYATAAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
LEMBAR PERSEMBAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR KARYA .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
<i>ABSTRACT</i> .....	xi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Penciptaan .....	5
C. Tujuan Manfaat .....	5
BAB II LANDASAN PENCIPTAAN .....	6
A. Landasan Teori .....	6
B. Tinjauan Karya .....	9
BAB III METODE PENCIPTAAN .....	13
A. Objek Penciptaan .....	13
B. Metode Penciptaan .....	15
C. Proses Perwujudan .....	20
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	35
A. Ulasan Karya .....	35
B. Pembahasan <i>Digital Compositing</i> .....	93
C. Implementasi Karya .....	94
BAB V PENUTUP .....	98
A. Simpulan .....	98
B. Saran .....	100
KEPUSTAKAAN .....	101
LAMPIRAN .....	102
BIODATA .....	116



## DAFTAR KARYA

Karya 1 Orchard Divine Delight (1) .....	37
Karya 2 Orchard Divine Delight (2) .....	40
Karya 3 Orchard Kansas City (1) .....	43
Karya 4 Orchard Kansas City (2) .....	46
Karya 5 Orchard Old End Oud (1) .....	49
Karya 6 Orchard Old End Oud (2) .....	52
Karya 7 Orchard Golden Horse (1) .....	55
Karya 8 Orchard Golden Horse (2) .....	58
Karya 9 Orchard Spring Season (1) .....	61
Karya 10 Orchard Spring Season (2) .....	64
Karya 11 Orchard Yogyakarta 03 am (1) .....	67
Karya 12 Orchard Yogyakarta 03 am (2) .....	70
Karya 13 Orchard Blanc Savane (1) .....	73
Karya 14 Orchard Blanc Savane (2) .....	76
Karya 15 Orchard After Fall (1) .....	79
Karya 16 Orchard After Fall (2) .....	82
Karya 17 Orchard Combination (1) .....	85
Karya 18 Orchard Combination (2) .....	87
Karya 19 Orchard Combination (3) .....	89
Karya 20 Orchard Combination (4) .....	91



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Balance-Akatre Studio .....	9
Gambar 2 Prada Candy Pink-Josh Caudwell .....	11
Gambar 3 Perfume Bottle Packshot-Marco Henrique Pereira .....	12
Gambar 4 Laman Instagram Orchard Parfum .....	15
Gambar 5 Dokumentasi Kegiatan Bersama Bapak .....	16
Gambar 6 Hasil Publikasi Instagram Orchard Parfum .....	17
Gambar 7 Canon Eos M50 .....	20
Gambar 8 Canon EF 50mm f/1.8 STM .....	21
Gambar 9 Godox TT600 .....	22
Gambar 10 Kartu Memori Sandisk Ultra Plus 32GB .....	23
Gambar 11 Acer Swift 3 .....	24
Gambar 12 Acer Swift 3 .....	24
Gambar 13 Godox SGUV6060 .....	25
Gambar 14 Godox X1T-C .....	26
Gambar 15 Tahap koreksi warna, gelap terang dan ketajaman .....	28
Gambar 16 Penggunaan pen tool .....	29
Gambar 17 Hasil seleksi objek .....	30
Gambar 18 Penggunaan efek blur .....	31
Gambar 19 Proses digital compositing .....	31
Gambar 20 Proses penambahan cahaya dan bayangan .....	32
Gambar 21 Penggunaan brush tool .....	33
Gambar 22 Penggunaan dodge tool .....	33
Gambar 23 Bagan Pembuatan Karya .....	34
Gambar 24 Implementasi pada papan reklame produk Orchard Yogyakarta 03 am .....	94
Gambar 25 Implementasi pada papan reklame produk Orchard Blanc Savane dan After Fall .....	95
Gambar 26 Implementasi pada papan reklame produk Orchard Golden Horse .....	95
Gambar 27 Implementasi pada papan reklame produk Orchard Kansas City .....	96
Gambar 28 Implementasi pada sosial media Instagram produk Orchard Old End Oud dan Divine Delight .....	96
Gambar 29 Implementasi pada sosial media Instagram produk Orchard Blanc Savane dan After Fall .....	97

# **DIGITAL COMPOSITING PADA VISUAL PARFUM ORCHARD DALAM FOTOGRAFI IKLAN**

Oleh:

Fransiskus Xaverius Ario Setyoajie  
2011103031

## **Abstrak**

Parfum atau minyak wangi adalah wewangian yang dihasilkan dari proses ekstraksi bahan-bahan aromatik yang digunakan untuk memberikan aroma wangi bagi tubuh, obyek benda ataupun ruangan. Dalam upaya untuk memenangkan persaingan di pasar yang tergolong kompetitif, *brand* dari tiap industri parfum perlu mengembangkan strategi pemasaran yang efektif, salah satunya melalui fotografi iklan. Salah satu aspek yang sangat penting dalam strategi pemasaran adalah memvisualkan produk yang menarik untuk disajikan kepada para konsumen. Orchard sebagai salah satu *brand* yang baru saja dikenal di pasar ingin terus meningkatkan citranya dan meningkatkan kesadaran konsumen tentang produknya melalui fotografi iklan. Tujuan penciptaan karya fotografi ini adalah menciptakan serangkaian foto produk Orchard yang memiliki kualitas estetika dan teknis yang tinggi untuk berbagai varian produk yang ditawarkan. Metode dalam penciptaan karya ini adalah studi pustaka, observasi data Orchard Parfum, serta bereksperimentasi dalam perwujudannya melalui teknik *digital compositing*. Hasil akhir penciptaan karya fotografi ini adalah visual produk Orchard menggunakan teknik *digital compositing* yang nantinya digunakan sebagai iklan untuk memasarkan produk. Simpulan dalam penciptaan karya fotografi ini adalah eksperimentasi konsep berdasarkan data yang kemudian diterapkan pada eksplorasi pemanfaatan property, arah cahaya serta komposisi yang diproses secara *digital* agar dapat berpengaruh terhadap hasil akhir visualnya. Selain itu, penggabungan antara manfaat produk serta segmentasi pasar yang dituju oleh *brand* dapat mewujudkan visual yang sesuai dengan apa yang telah dirancang.

Kata kunci: *brand*, fotografi komersial, iklan, Orchard, parfum

## ***DIGITAL COMPOSITING IN ORCHARD PERFUME VISUALS IN ADVERTISING PHOTOGRAPHY***

By:

Fransiskus Xaverius Ario Setyoajie  
2011103031

### ***Abstract***

*Perfume or perfume is a fragrance produced from the extraction process of aromatic ingredients which are used to provide a fragrant aroma to the body, objects or rooms. In an effort to win competition in a relatively competitive market, brands from each perfume industry need to develop effective marketing strategies, one of which is through advertising photography. One very important aspect in a marketing strategy is visualizing attractive products to present to consumers. Orchard, as a brand that has just become known in the market, wants to continue to improve its image and increase consumer awareness about its products through advertising photography. The aim of creating this photographic work is to create a series of photos of Orchard products that have high aesthetic and technical quality for the various product variants offered. The method for creating this work was literature study, observing Orchard Perfum data, and experimenting with its realization through digital compositing techniques. The final result of creating this photographic work is a visual of Orchard products using digital compositing techniques which will later be used as advertising to promote the product. The conclusion in creating this photographic work is conceptual experimentation based on data which is then applied to the exploration of property utilization, light direction and composition which are digitally processed so that they can influence the final visual result. Apart from that, the combination of product benefits and market segmentation aimed at by the brand can create visuals that are in accordance with what has been designed.*

*Keyword: advertising, brand, commercial photography, Orchard, perfume*

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Parfum atau minyak wangi adalah wewangian yang dihasilkan dari proses ekstraksi bahan-bahan aromatik yang digunakan untuk memberikan aroma wangi bagi tubuh, objek benda ataupun ruangan. Proses ekstraksi tersebut menghasilkan minyak esensial yang memiliki aroma wangi yang sangat pekat. Kebanyakan parfum dihasilkan dari ekstraksi tumbuh-tumbuhan seperti bunga, akar, daun atau kayu tapi ada juga yang berasal dari hewan seperti *musk* (kasturi) yang dihasilkan dari kelenjar rusa, namun pada konteks nya di jaman sekarang musk pada parfum sudah diganti dengan senyawa sintetik, karena adanya pelarangan keras atas perburuan rusa yang merupakan satwa yang dilindungi. Parfum yang biasa dijual tidak terdiri dari sepenuhnya minyak esensial murni, melainkan telah melewati proses pencampuran dan pengenceran, campuran tersebut terdiri dari minyak esensial itu sendiri, air destilasi dan alkohol.

Awal ketertarikan pada produk parfum Orchard sebagai objek penciptaan, karena produk ini berasal dari UMKM (Usaha Kecil Menengah Mikro) yang berasal dari Yogyakarta. Produk ini berani menjual parfum kemasan dengan menyanggah *Eau De Perfume* dimana para pengusaha parfum yang berbasis UMKM kebanyakan menjual dengan cara *refill* atau parfum isi ulang. Sebelumnya Orchard sudah pernah membuat foto untuk setiap produknya dengan menggunakan aksesoris berupa kayu dan batu saja dengan warna latar belakang gelap. Karena itu, penulis ingin membuat ulang karya foto untuk produk Orchard dengan menampilkan visual dari aroma-aroma yang ditawarkan pada setiap varian

parfum dengan paduan warna latar belakang yang berwarna dengan tujuan agar calon pembeli dapat mengetahui aroma dari parfum yang akan dibeli dengan hanya melihat visual yang ada.

Ketertarikan lain penulis terhadap objek utama yakni parfum berasal dari pengalaman pribadi tentang kenangan masa lalu dimana Almarhum ayah yang selalu menggunakan parfum saat hendak pergi bekerja ataupun saat keluar rumah. Hal ini menjadi sebuah kenangan yang melekat bagi penulis karena dari bau atau aroma penulis dapat mengingat sebuah kenangan yang pernah ada dalam dirinya.

Orchard adalah salah satu usaha mikro kecil dan menengah asal Yogyakarta yang mengembangkan usaha dalam bidang parfum, Orchard baru didirikan pada bulan Oktober tahun 2023 ini dan mulai memasarkan produknya sejak November 2023. Adapun sasaran di dalam penjualan parfum ini, ditujukan pada remaja usia 20 tahun sampai dengan usia 30 tahun dan dapat digunakan oleh semua jenis kelamin (*unisex*). Untuk klasifikasi detil tentang penggunaan dari parfum ini seperti seorang pria atau wanita yang bergaya dewasa, modis dan *sporty*, hal ini ditunjukkan melalui aroma-aroma parfum yang cenderung beraroma segar dan menggambarkan kedewasaan seseorang.

Ketertarikan pencipta terhadap parfum yang memiliki banyak kombinasi aroma dan variasi yang ditawarkan oleh setiap produsen. Ide konsep pada penciptaan yang berjudul “*Digital Compositing* pada Visual Parfum Orchard dalam Fotografi Iklan” berawal dari ketertarikan terhadap objek parfum serta permasalahan yang muncul dari produk Orchard sendiri, dimana kemasan produk ini hanya memiliki satu model botol yang digunakan pada delapan aroma yang

tersedia. Terlepas dari itu, permasalahan lain yang menjadi titik menarik adalah tentang nilai jual visual yang pernah dibuat sebelumnya, namun tidak dapat memenuhi kebutuhan Orchard sendiri sebagai *brand* untuk menjual produknya. Pembaharuan yang akan dilakukan adalah membuat ulang karya fotografi dengan menampilkan aroma yang ditawarkan pada setiap varian yang dapat ditampilkan secara visual agar dapat menjelaskan bahwa varian parfum yang akan dibeli oleh calon pembeli dapat tersampaikan dengan mudah.

Fotografi komersial merupakan salah satu cabang dalam kategori fotografi yang ada, fotografi komersial sendiri adalah fotografi yang memiliki nilai jual serta dibuat sesuai dengan tujuan komersial, misalnya untuk iklan dari sebuah produk, poster, mempromosikan sebuah jasa atau yang lainnya. Fotografi komersial adalah cabang fotografi yang membuat gambar atau foto yang digunakan sebagai media promosi untuk menjual suatu produk, jasa pelayanan, promosi kandidat pemimpin, organisasi, perusahaan dan lain-lain. Fotografi komersial membutuhkan kemampuan teknis dan pertanggungjawaban fotografer pada hasil akhirnya. Dalam proses pengerjaannya, fotografi komersial membutuhkan nilai intuisi seorang fotografer yang didukung kerjasama yang baik dengan model maupun crew yang bertugas (Jacobs, 2010: 9).

Seni fotografi *digital imaging* dengan proses rekayasa dalam aspek manipulasi foto (*Image Manipulation*) artinya menambah atau menghilangkan bagian tertentu dari suatu foto hingga menggabungkan beberapa foto menjadi suatu adegan. Hal ini karena yang dipentingkan tidak sekedar tampilan estetis-visualnya saja tetapi nilai estetis-kesesaatan (*aesthetic momentum*) subjek

karyanya yang justru diutamakan. Sehingga subjek yang ditampilkan merupakan subjek terpilih yang memiliki nilai uniqueness karena keterkaitannya dengan waktu pengambilan yang tepat dengan makna yang tersirat dalam lingkup peristiwanya merupakan subject matter dengan nilai otentisitas tinggi disamping keindahan yang dikandungnya merupakan dambaan bagi setiap seniman fotografi yang jarang kita temui (Soedjono, 2007: 10).

Penggunaan teknis *digital compositing* sebagai ide penciptaan karya ini karena pengkarya sudah beberapa kali mengerjakan pekerjaan yang berkaitan dengan *digital imaging* khususnya *digital compositing*, teknis ini bertujuan untuk mencapai visual yang tidak dapat dilakukan dengan hanya menggunakan satu kali pemotretan yang hanya mengandalkan penataan objek dalam satu kali pemotretan. Kelebihan dari teknis ini juga membebaskan pengkarya untuk menata semuanya secara *digital* dengan menggunakan *software editing* seperti Adobe Photoshop. Teknik *digital compositing* dipilih karena cocok dengan konsep yang diusung pengkarya terhadap produk parfum Orchard, tujuan akhir dari ide serta konsep yang dibuat adalah menciptakan visual yang kemudian dapat digunakan oleh produsen sebagai katalog dari produk parfum yang disediakan.

Harapan yang dituju dari penciptaan ini adalah membantu UMKM dalam bidang fotografi dengan menciptakan visual produk parfum Orchard dengan teknik *digital compositing* sebagai katalog produk Orchard.



## **B. Rumusan Penciptaan**

Dengan melakukan proses wawancara terhadap pemilik produk, menganalisa kebutuhan produk untuk media iklan dan mencari referensi untuk mencapai bentuk visual yang diinginkan, agar menaikkan nilai jual terhadap produk dari segi visual serta meninjau dari karya yang sudah pernah dipublikasikan oleh Orchard. Berdasarkan latar belakang yang telah di paparkan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut: Bagaimana memvisualkan parfum Orchard dengan menggunakan teknik *digital compositing*?

## **C. Tujuan Manfaat**

### **1. Tujuan**

- a. Menciptakan visual produk parfum Orchard dengan teknik *digital compositing*.
- b. Menaikkan nilai jual produk parfum Orchard melalui fotografi komersial.

### **2. Manfaat**

- a. Mendapat referensi visual baru dengan teknik *digital compositing* dalam penciptaan fotografi komersial.
- b. Menjadi materi publikasi untuk produk parfum Orchard.