

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Skripsi penciptaan fotografi yang berjudul “*Digital Compositing* Pada Visual Parfum Orchard Dalam Fotografi Iklan” ini berawal dari ketertarikan terhadap *brand* Orchard yang merupakan sebuah UMKM dari Yogyakarta. Hal tersebut memunculkan ide untuk menciptakan sebuah visual iklan produk parfum yang kemudian diterapkan ke produk yang dikeluarkan oleh *brand* Orchard sehingga dapat digunakan sebagai iklan produk parfum Orchard. Varian aroma yang ditawarkan pada setiap parfum menjadi fokus utama sebagai objek penunjang serta pembentukan suasana yang dapat menggambarkan bagaimana parfum itu digunakan sebagai representasi gambaran setiap varian yang ditawarkan. Sarana untuk menyelesaikan penciptaan karya ini menggunakan Adobe Photoshop dengan menerapkan teknik *digital compositing* dengan tujuan agar dapat menciptakan sebuah komposisi atau pemaduan elemen yang lebih kreatif.

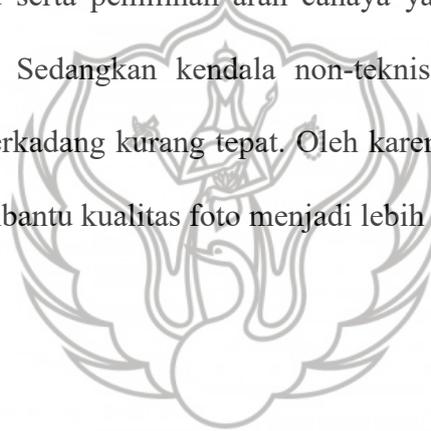
Beberapa konsep diterapkan pada penciptaan karya fotografi ini. Hal tersebut dipilih untuk menyesuaikan dengan aroma parfum yang ditawarkan oleh Orchard. Orchard sendiri memiliki delapan macam aroma parfum yaitu Devine Delight, After Fall, Yogyakarta 03 am, Blanc Savane, Golden Horse, Kansas City, Spring Season, Old End Oud. Oleh karena itu, digunakan beberapa macam ide konsep seperti penerapan properti pendukung, latar belakang. pada penciptaan ini juga dibutuhkan objek pendukung yang identik dengan konsep serta aroma dari varian parfum Orchard. Hal tersebut bertujuan untuk menghasilkan visual produk yang dapat menarik perhatian konsumen.

Skripsi penciptaan karya fotografi ini menggunakan teori *Advertising Photography* atau fotografi iklan sebagai landasan dalam pembuatan karya fotografi melalui representasi visual dan diterapkan pada unsur-unsur pendukung yang terkandung pada foto seperti penggunaan properti warna, serta latar belakang yang identik dengan produk serta diolah menggunakan Adobe Photoshop. Pada penciptaan karya fotografi ini dengan menggunakan teori fotografi iklan juga menerapkan pendekatan terhadap segmentasi pasar dari *brand Orchard*. Hal ini dikarenakan *brand Orchard* baru saja berdiri di Oktober 2023, sehingga dari pendekatan tersebut akan dapat diterapkan pada tiap konsep foto guna mencapai target pasar serta memenuhi kebutuhan visual pada saat dipublikasikan di media sosial ataupun di media massa.

Pada proses penciptaan karya fotografi ini menggunakan tiga pencahayaan dengan karakter cahaya yang lembut pada saat pemotretan produk dan juga pemotretan objek pembantu. Hal tersebut dipilih untuk menyesuaikan dengan konsep tiap kategori produk parfum. Aksesoris yang digunakan dalam proses penciptaan karya berupa *softbox*, dan *reflector* untuk melakukan eksplorasi pencahayaan yang akan diterapkan pada objek. Karya penciptaan fotografi juga melalui beberapa tahapan dari pengolahan awal yang dilakukan pada Adobe Lightroom yang kemudian dilakukan proses *digital compositing* pada Adobe Photoshop. Proses terakhir ini dilakukan sesuai dengan konsep setiap varian aroma parfum untuk mendapatkan visual yang berbeda serta menarik.

B. Saran

Dalam penciptaan ini terdapat beberapa saran yang dapat disampaikan. Untuk penciptaan selanjutnya lebih memperkuat bagian *defacto* dan *dejurenya* untuk mengetahui kebutuhan *brand* dan juga keinginan calon konsumen. Sehingga akan menghasilkan visual yang sesuai dengan objek penciptaan beserta kebutuhan utamanya. Hal tersebut berkaitan pada saat pelaksanaan produksi, terdapat beberapa kendala yang dialami baik secara teknis maupun non-teknis. Kendala utama secara teknis ada pada pemilihan latar belakang, peletakkan objek utama dan objek pembantu serta pemilihan arah cahaya yang sesuai pada saat proses *digital compositing*. Sedangkan kendala non-teknis terdapat pada pengaturan pencahayaan yang terkadang kurang tepat. Oleh karena itu, kritik dan saran yang diberikan dapat membantu kualitas foto menjadi lebih baik.



KEPUSTAKAAN

- Chandra & Nugroho. (2017). Implementasi Flipped Classroom Dengan Video Tutorial Pada Pembelajaran Fotografi Komersial.
- Jacobs, Lou. (2010). Professional Commercial Photography. New York: Amberst Media.
- Jefkins. (1996). Periklanan. Jakarta: Erlangga.
- Kloskowski, Matt. (2012). Photoshop Compositing Secrets. USA: Peachpit Press.
- Kotler, Philip., Amstrong, Gary. (1986). Dasar-Dasar Pemasaran. Jakarta: Indeks.
- Latif, N. (2011). Kajian Aspek Fotografis Dalam Tehnik Olah Digital Poster Film “Sang Pemimpi”. *Humaniora*, 2(1), 182-189.
- Meidina, dkk. 2015. Makalah Teknologi Distilasi Parfum. Depok: Universitas Indonesia.
- Soedjono, S. (2007). Pot-Pourri Fotografi. Jakarta: Universitas Trisakti.
- Supriyanto, Sugeng. (2008). Meraih Untung dari Spanduk hingga Billboard Cetakan I. Yogyakarta: Pustaka Grahatama.
- Suryadi, Didih. (2011). Promosi Efektif. Yogyakarta: Tugu Publisher.
- Tjiptono, Fandy. (2001). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andy Offset