

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Skripsi Penciptaan Fotografi dengan judul “Fotografi Komersial Sebagai Branding Sosial Media Griya Cokelat Nglanggeran Gunugkidul” ini berawal dari pengalaman terhadap menjadi petani kakao bersama kakek yang tidak disadari kemudian timbul rasa ingin tahu terhadap hasil jadi biji kakao yang menuntun bertemu dengan UMKM Griya Cokelat Nglanggeran melihat sudah lama berdiri tetapi Kurangnya mempromosikan produknya, terlebih melalui fotografi. Selain itu pemanfaatan media promosi online yang tidak diperkuat dengan visual yang mendukung membuat kurang tertariknya produk yang dijual. Padahal dengan adanya fotografi komersial memudahkan penjual mendapatkan konsumen yang lebih banyak dan bisa ke seluruh kota.

Skripsi penciptaan karya fotografi mengacu pada teori semiotika sebagai landasan dalam pembuatan karya fotografi melalui pemaknaan secara umum terhadap elemen yang terkandung didalam foto seperti properti, warna dan background.

Penciptaan karya fotografi ini menggunakan teknik fotografi *low key* karena pemotretan dilakukan dalam ruangan dengan pencahayaan yang minim, serta memperhatikan intensitas cahaya dari lampu kilat yang sangat berpengaruh untuk menonjolkan detail dan tekstur produk selain itu menerapkan komposisi *lay flat* dan *point of interest* yang objek utamanya

diletakan pada permukaan yang datar dan diposisikan di tengah agar fokus visualnya ke produk. Aksesoris yang digunakan dalam proses produksi berupa *reflector*, *snoot*, *glas box* untuk mengeksplorasi pencahayaan bervariasi. Karya penciptaan ini melalui pembuatan moodboard, pemilihan produk, dan properti hingga hasil akhirnya bisa diolah digital menggunakan aplikasi Adobe Photoshop.

B. Saran

Selama proses produksi, terdapat beberapa kendala teknis dan ide yang dihadapi. Kendala teknis pertama adalah terkait dengan latar belakang atau alas foto yang kurang memadai karena harus menyesuaikan dengan produk yang di foto agar tidak terlihat *flat*. Kendala teknis kedua yaitu produk coklat bar yang cepat meleleh dikarenakan ruang studio yang tidak ada pendingin ruangan. Sedangkan kendala non teknis terjadi kurang cocok pemilihan latar belakang dan properti yang kurang cocok serta komposisi produk dan juga properti yang terkadang tidak sesuai dengan *moodboard* yang dibuat. Oleh karena itu kritik dan saran yang diberikan dapat membantu kualitas foto menjadi semakin baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambarsari, R. (2014). *Buku pintar fotografi: Food photography for everyone*. Elex Media Komputindo.
- Barthes, R. (1968). *Elements Of Semiology*. (M. Ardiansyah, Ed.). Yogyakarta: BASABASI.
- Indra, D. S. (2013). *Food Photography Tutorial*. Elex Media Komputindo.
- Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2011). *Theories of human communication*. Long Grove, IL. Waveland Press, Inc, 30, 32.
- Mulato, S., & Suharyanto, E. (2014). *Kakao, Cokelat, dan Kesehatan. Jember: Pusat Penelitian Kopi dan Kakao*.
- Nugroho, Y. W. (2011). *JEPRET! Panduan Fotografi dengan kamera Digital dan DSLR. Familia: Yogyakarta*.
- Pramono, A., Eldine, A., & Muniroh, L. (2020). PENGARUH HARGA, ULASAN, DAN TAMPILAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE. *Manager : Jurnal Ilmu manajemen*, 3(3), 421. <https://doi.org/10.32832/manager.v3i3.3909>
- Pranoto, D. W., Fajar, M., Oscar, A., Program, S., Fotografi, S. S.-1, Seni, F., & Rekam, M. (t.t). *PRODUK KULIT DECRAFTSMAN DALAM FOTOGRAFI KOMERSIAL*. Diambil dari <https://kbbi.web.id/produk>,
- Soedjono, S. (2007). *Pot-Pourri Fotografi*. Trisakti.
- Tjin, E., & Mulyadi, E. (2014). *Kamus Fotografi*. Elex Media Komputindo.