

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil pembuatan 20 karya fotografi komersial dengan menggunakan 7 produk perawatan kulit Heekea sebagai objek utama dapat disimpulkan bahwa seluruh karya berhasil mengaplikasikan teknik komposit untuk menciptakan visual yang sesuai dengan kebutuhan materi promosi produk perawatan kulit tersebut. Karya-karya ini mampu menyampaikan pesan secara jelas dan menarik melalui penggunaan properti, pencahayaan, dan komposisi yang terencana dengan baik.

Melalui penerapan teknik komposit dalam fotografi komersial penciptaan karya ini berhasil menampilkan visual produk perawatan kulit Heekea yang mampu memperkuat penyampaian informasi secara kreatif dan estetik. Teknik ini memungkinkan untuk menyatukan elemen-elemen visual yang berbeda sesuai dengan kegunaan pada produk, guna bertujuan untuk menonjolkan bahan alami sebagai konsep utama pada produk. Sehingga informasi yang terdapat pada produk dapat tersampaikan dengan jelas kepada khalayak pemirsa.

Penerapan digital komposit pada karya ini berfungsi sebagai penunjang penciptaan dengan menggabungkan berbagai elemen yang dapat menghasilkan visual yang lebih atraktif dan informatif. Melalui teknik ini, elemen-elemen pendukung dapat ditata secara bebas dan lebih fleksibel tanpa ada batasan pada penciptaan. Elemen bahan alami dapat ditampilkan dengan cara yang tidak konvensional dan tetap selaras dengan karakter produk. Sehingga, penerapan digital

komposit ini dapat secara efektif menyampaikan pesan produk kepada penonton beriringan dengan visual yang estetis dan atraktif. Oleh karena itu, penerapan komposit ini memberikan memberikan nilai tambah dalam menyampaikan informasi produk secara lebih dinamis serta memperkuat daya tarik visual yang diharapkan mampu membangun persepsi positif terhadap produk Heekea.

Penciptaan karya skripsi ini tidak hanya menampilkan visual-visual yang memiliki nilai estetis. Tetapi, juga bertujuan sebagai materi promosi produk Heekea dan menjadi acuan bagi praktisi dan akademisi fotografi dalam mengembangkan visual yang inovatif dalam konteks fotografi komersial. Dengan fokus pada keamanan dan bahan alami pada produk, visual yang dihasilkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat khususnya ibu hamil dan menyusui untuk memilih perawatan kulit yang aman. Harapannya, penciptaan ini juga dapat menginspirasi industri perawatan kulit untuk menghadirkan produk lokal yang unggul dengan pendekatan visual yang menghadirkan informasi produk lebih jelas.

B. Saran

Proses penciptaan karya fotografi komersial dengan pendekatan teknik *compositing* memerlukan perencanaan yang detail dan keterampilan teknis yang baik. Untuk memperoleh hasil karya yang maksimal, fotografer harus memperhatikan aspek-aspek penting seperti pencahayaan, sudut pengambilan gambar, dan tekstur produk. Hal ini bertujuan agar elemen-elemen yang digabungkan dapat terlihat menyatu dan natural. Selama proses kreatif beberapa temuan diidentifikasi seperti pentingnya memberikan perhatian khusus pada detail tulisan pada produk yang bersifat reflektif. Tantangan ini perlu diatasi untuk

memastikan tulisan tetap terbaca tanpa mengurangi nilai estetika visual. Selain itu, penerapan komposisi yang konsisten dengan konsep awal mempermudah penyesuaian elemen visual dalam proses komposit sehingga menghasilkan karya yang lebih dinamis dan efektif.

Faktor-faktor yang mendukung keberhasilan selama proses penciptaan meliputi pemahaman mendalam mengenai teknik pencahayaan serta pengaturan objek yang merupakan kunci untuk menghasilkan foto dengan kualitas visual yang tinggi. Penggunaan alat dan properti yang sesuai juga memainkan peran penting dalam memperlancar proses. Namun, kendala utama yang dihadapi adalah pengaturan pencahayaan yang tepat untuk meminimalkan pantulan pada label produk dan memastikan integrasi elemen visual yang harmonis. Meskipun terdapat tantangan teknis, hasil akhir karya ini berhasil mencapai tujuan dan standar yang diharapkan.

Teknik compositing membutuhkan konsistensi dalam pengaturan cahaya dan sudut kamera, terutama saat mengambil gambar dari berbagai sudut. Oleh karena itu, disarankan untuk menggunakan peralatan seperti tripod dan pencahayaan tambahan agar hasil gambar lebih stabil dan sesuai dengan kebutuhan. Selain keterampilan dalam mengambil foto, penguasaan perangkat lunak pengolahan gambar juga menjadi elemen penting dalam teknik ini. Menggunakan software seperti Adobe Photoshop, fotografer dapat mengolah gambar lebih efektif. Untuk itu, fotografer sebaiknya terus meningkatkan keahlian dalam editing melalui pelatihan atau eksplorasi mandiri terhadap berbagai teknik pengolahan digital.

Mengingat banyaknya file beresolusi tinggi yang diperlukan dalam proses ini, fotografer disarankan untuk mempersiapkan penyimpanan dengan kapasitas besar, baik berupa perangkat penyimpanan eksternal maupun sistem berbasis cloud, guna mengantisipasi kebutuhan penyimpanan yang terus meningkat. Terakhir, penting untuk mengeksplorasi konsep yang kreatif dan unik serta memilih produk dengan cerita atau nilai yang dapat memperkuat pesan dalam karya fotografi komersial tersebut.



KEPUSTAKAAN

- Agusta, R., Ip, S., Fatkhurohman, A., & Kom, M. (2019). "Pengembangan fotografi produk dalam pemasaran digital produk konveksi Zubs di Yogyakarta". Dalam Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat 2019.
- Andika, A. P. & Andika, S. A. (2019). "Continous Light dan Artificial Light Pada Karya Portrait Fotografi Bantengan". *Journal of Art, Design, Art Education And Culture Studies (JADECS)*, 4(1), 32–38. <https://core.ac.uk/download/pdf/287320918.pdf>
- Dwitari, D. M., & Kusdiby, L. (2019). "Mengukur Sikap dan Minat Beli Konsumen Terhadap Produk Skin Care dengan Menggunakan Brand image Merek Lokal".
- Eismann, Katrinn., Sean, Duggan. & Porto, James. (2012). *Photoshop Masking & Compositing* (2 ed.). Pearson Education.
- Fauzi, S., & Lina, L. F. (2021). "Peran Foto Produk Online Customer Review dan Online Customer Rating Pada Minat Beli Konsumen Di E-Commerce". *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 2(1), 21. <https://doi.org/10.24853/jmmb.2.1.151-156>
- Freeman, M. (2008). *The Complete Guide to Digital Photography*. Lark Books.
- Giwanda, G. (2002). *Panduan Praktis Belajar Fotografi*. Puspa Swara.
- Jubilee. (2007). *Seri Penuntun Visual dan Compositing dengan Photoshop Seri CS3*. PT Elex Media Komputindo.
- Karyadi, B. (2017). *Fotografi: Belajar Fotografi*. NahlMedia.
- Kurniadi, Adi. (2009). *Prof LightingPhoto: Light Fashion Indoor*. Elex Media Komputindo.
- Mutiara, Puteri, N., & Anomsari, A. (2023). "Analisis Pengaruh Perceived Quality, Citra Brand, dan Country of Origin pada Minat Beli Perawatan kulit Lokal Somethinc terhadap Remaja di Semarang". *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 10(2), 2023–2121. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v10i2.22949>
- Nurlaily, F., Asmoro, P. S. & Aini, E. K. (2021). "Pelatihan teknik foto produk menggunakan smartphone untuk meningkatkan visual branding usaha rintisan". *J-ABDI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(3), 347–356. <https://doi.org/10.53625/jabdi.v1i3.126>
- Pranoto, W. D., Apriyanto, F. M., & Samaratungga, O. (2021). "Produk Kulit Decraftsman Dalam Fotografi Komersial". *Spectā: Journal of Photography, Arts, and Media*, 5(2).

- Rahmansyah, Astya Ariya, M., (2023). “Pesona Alam Dalam Fotografi Landscape Dalam Kerangka Analisis Isi”. Dalam Jurnal Nomosleca (Vol. 9, Nomor 2). <http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/n>
- Ripjan, M., Alamsyah Kusumadinata, A., & Studi Sains Komunikasi, P. (2024). “Food Photography Dalam Promosi Di Groovy Space”. <https://jicnusantara.com/index.php/jiic>
- Soedjono, S. (2006). *Pot-pourri fotografi*. Penerbit Universitas Trisakti.
- Susanti, Novi, K., Asran, Safinda, D., & Prakoso, Iman, P. (2023). “Pelatihan Fotografi Digital Imaging Sebagai Media Alternatif Profesi Bagi Gerakan Kesejahteraan Untuk Tuna Rungu Indonesia (GerkatIn) Solo”. Dalam Simposium Pengabdian Masyarakat Humaniora 2023.
- Tjin, E., & Mulyadi, E. (2014). *Kamus Fotografi*. Elex Media Komputindo.
- Yulius Widi Nugroho. (2020). *Buku Khazanah Fotografi & Desain Grafis*. Deepublish Publisher.
- Yung, Kok. (2006). *137 Teknik Prof. Adobe Premiere*. Elex Media Komputindo.



PUSTAKA LAMAN

- Nurhayati, H. (2024, Mei 16). *Cosmetics and personal care market in Indonesia*. Statista. <https://www.statista.com/topics/7592/cosmetics-and-personal-care-market-in-indonesia/#topicOverview> diakses pada 21 Oktober 2024.
- Andini, Suci, N. (2024). Analisis Tren Penjualan Beauty Care pada Kategori Paket Kecantikan Periode Q1 2024. Kompas. [Kompas Market Insight Dashboard: Tren Penjualan Kategori Paket Kecantikan pada Periode Q1 2024 - Kompas](#) diakses pada 14 November 2024.