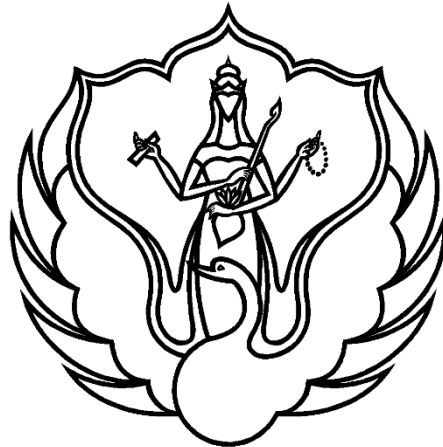


**PRODUK BIJI KOPI SPACE ROASTERY
DALAM FOTOGRAFI KOMERSIAL**

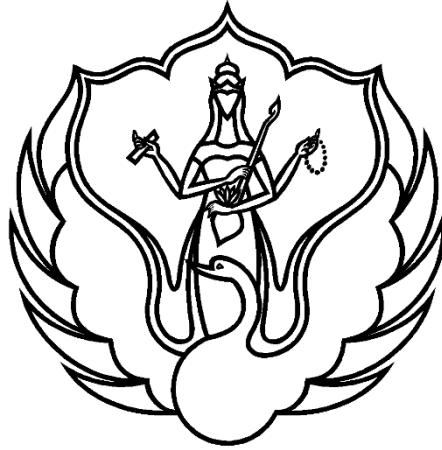


**SKRIPSI PENCIPTAAN
KARYA SENI FOTOGRAFI**

**RAMADHAN DWI PRADANA
NIM 1810905031**

**PROGRAM STUDI S-1 FOTOGRAFI
JURUSAN FOTOGRAFI
FAKULTAS SENI MEDIA REKAM
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2024**

**PRODUK BIJI KOPI SPACE ROASTERY
DALAM FOTOGRAFI KOMERSIAL**



**SKRIPSI PENCIPTAAN
KARYA SENI FOTOGRAFI**
Untuk Memenuhi Persyaratan Derajat Sarjana
Program Studi Fotografi

**RAMADHAN DWI PRADANA
NIM 1810905031**

**PROGRAM STUDI S-1 FOTOGRAFI
JURUSAN FOTOGRAFI
FAKULTAS SENI MEDIA REKAM
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2024**

HALAMAN PENGESAHAN

**PRODUK BIJI KOPI SPACE ROASTERY
DALAM FOTOGRAFI KOMERSIAL**

Disusun oleh:
Ramadhan Dwi Pradana
1810905031

Telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Skripsi
Program Studi Fotografi, Jurusan Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam,
Institut Seni Indonesia Yogyakarta pada tanggal 17 DEC 2024

Pembimbing I/Ketua Penguji

Pembimbing II/Anggota Penguji


Dr. Sn. Muhammad Fajar A, M.Sn.
NIDN 0029047608


Syaifudin, M.Ds.
NIDN 0029056706


Penguji Ahli


Adya Arsha, M.A.
NIDN 0002057808

Mengetahui,
Ketua Jurusan/Koordinator Program Studi


Noyan Jemmi Andrea, M.Sn.
NIP 19861219 201903 1 009

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Seni Media Rekam


Dr. Edial Rusli, S.E., M.Sn.
NIP 19670203 199702 1 001

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ramadhan Dwi Pradana
NIM : 1810905031
Program Studi : S-1 Fotografi
Judul Skripsi : Produk Biji Kopi Space Roastery Dalam Fotografi
Komersial

Menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kejarjanaan 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.

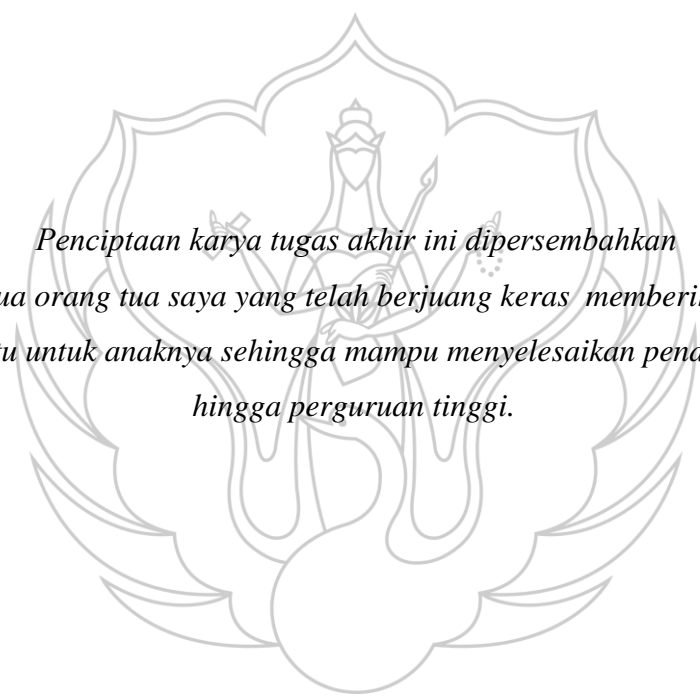
Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak mana pun. Apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran atas pernyataan ini, saya bersedia menerima dan menanggung segala akibat yang timbul.

Yogyakarta, 17 Desember 2024

Yang menyatakan,



Ramadhan Dwi Pradana



*Penciptaan karya tugas akhir ini dipersembahkan
untuk kedua orang tua saya yang telah berjuang keras memberikan segala
sesuatu untuk anaknya sehingga mampu menyelesaikan pendidikan
hingga perguruan tinggi.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya tugas akhir skripsi yang berjudul “Produk Biji Kopi Space Roastery Dalam Fotografi Komersial” dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi ini berisi proses serta hasil akhir dari perkuliahan di Program Studi S-1 Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Penulisan tugas akhir skripsi ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak. Oleh karenanya, banyak ucapan terima kasih yang disampaikan sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah melimpahkan berkat, rahmat, dan karunia-Nya;
2. Kedua orang tua, kakak, serta keluarga yang telah memberikan doa, dukungan, dan semangat untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi ini;
3. Dr. Edial Rusli, S.E., M.Sn., selaku Dekan Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta;
4. Novan Jemmi Andrea, M.Sn., selaku Ketua Jurusan Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta;
5. Achmad Oddy Widyantoro, M.Sn., selaku Sekretaris Jurusan Fotografi yang selalu memberikan informasi selama masa perkuliahan;
6. Dr. Sn. Muhammad Fajar Apriyanto, M.Sn., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan banyak dukungan, bimbingan, motivasi, dan masukan selama proses pengerjaan

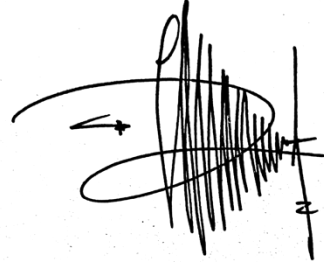
skripsi;

7. Adya Arsita, M.A., selaku Dosen Penguji Ahli yang telah memberi saran serta masukan dalam ujian skripsi;
8. Syaifudin, M.Ds. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan banyak dukungan, bimbingan, motivasi, dan masukan selama proses penyusunan skripsi;
9. Kusriani, S.Sos., M.Sn., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing selama masa perkuliahan;
10. Seluruh Dosen dan Staff Jurusan Fotografi Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta;
11. William Christiansen, selaku pendiri Space Roastery yang telah memberikan izin untuk menggunakan produk Space Roastery sebagai objek penciptaan skripsi;
12. Fiarriescha Marra Ardhiana, yang selalu memberikan doa, semangat, serta membantu proses pra-produksi hingga pasca produksi penciptaan tugas akhir skripsi;
13. Ardha Wira Pratama, yang telah meminjamkan *lighting* selama proses pemotretan penciptaan karya tugas akhir skripsi;
14. Teman-teman seperjuangan, Shafar Tri Sulaksono, Nandana Daffa Rajendra, Azis Nurohmad, yang telah menjadi tempat *sharing* selama penyusunan skripsi;
15. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah mendukung seluruh proses penciptaan karya tugas akhir skripsi;

Menyadari bahwa selama proses penyusunan tugas akhir skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, besar harapannya kritik dan saran dari seluruh pihak agar dapat membantu lebih baik untuk

kedepannya. Dan semoga tugas akhir skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan penulis selanjutnya.

Yogyakarta, 17 Desember 2024



Ramadhan Dwi Pradana



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN SURAT PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR KARYA	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
ABSTRAK.....	xi
<i>ABSTRACT</i>	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan dan Manfaat	8
BAB II LANDASAN PENCIPTAAN.....	9
A. Landasan Teori.....	9
B. Tinjauan Karya.....	14
BAB III METODE PENCIPTAAN.....	18
A. Objek Penciptaan	18
B. Metode Penciptaan	31
C. Proses Perwujudan	33
BAB IV ULASAN KARYA.....	52
BAB V PENUTUP.....	133
A. Simpulan	133
B. Saran.....	135
KEPUSTAKAAN	137
LAMPIRAN.....	139

DAFTAR GAMBAR

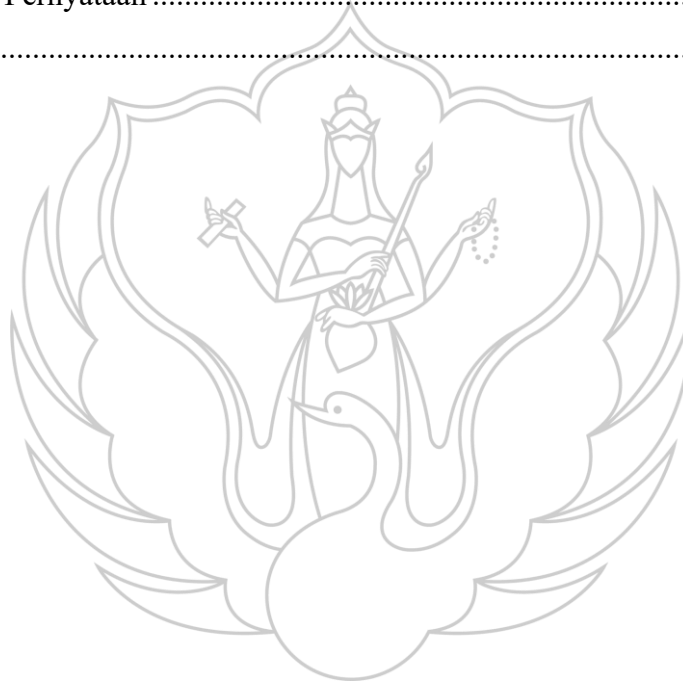
Gambar 1.1 Space Roastery dan Lokasi	5
Gambar 2.1 Karya Acuan 1.....	14
Gambar 2.2 Karya Acuan 2.....	15
Gambar 2.3 Karya Acuan 3.....	17
Gambar 3.1 Kaca Moru.....	19
Gambar 3.2 Mahembe Berries Punch	23
Gambar 3.3 The Forbidden Flower	24
Gambar 3.4 Originutt	25
Gambar 3.5 Tariku Rose & Guava.....	26
Gambar 3.6 Kenya ABC	27
Gambar 3.7 Ice Breaker	28
Gambar 3.8 Halu Wine 1696	29
Gambar 3.9 Mossto Tilu 38	30
Gambar 3.10 Kamera	34
Gambar 3.11 Lensa	35
Gambar 3.12 <i>Memory card</i>	36
Gambar 3.13 <i>Lighting</i>	37
Gambar 3.14 <i>Trigger</i>	38
Gambar 3.15 <i>Standard Reflector</i>	39
Gambar 3.16 <i>Barndoor</i>	40
Gambar 3.17 <i>Snoot</i>	41
Gambar 3.18 <i>Reflector</i>	42
Gambar 3.19 <i>C-Stand</i>	43
Gambar 3.20 <i>Background stand</i>	44
Gambar 3.21 Laptop.....	45
Gambar 3.22 Logo Adobe Photoshop.....	46
Gambar 3.23 Plug in Adobe Camera RAW.....	47
Gambar 4.21 Implementasi pada <i>E-commerce</i> Tokopedia	131
Gambar 4.22 Implementasi pada Media Sosial Instagram.....	132

DAFTAR KARYA

Karya foto 1 “ <i>Cheerful Freshness</i> ”	54
Karya foto 2 “ <i>Pink Flower</i> ”	58
Karya foto 3 “ <i>Unveiling the Secret Bloom</i> ”	62
Karya foto 4 “ <i>Hidden Flower</i> ”	66
Karya foto 5 “ <i>A Glimpse of Mystery</i> ”	69
Karya foto 6 “ <i>Authentic Freshness</i> ”	73
Karya foto 7 “ <i>Experience the Cool Break</i> ”	77
Karya foto 8 “ <i>Bold Elegance in Coffee</i> ”	81
Karya foto 9 “ <i>Through the Darkness</i> ”	85
Karya foto 10 “ <i>The Alchemy of Coffee</i> ”	88
Karya foto 11 “ <i>Flavors of the Jungle</i> ”	92
Karya foto 12 “ <i>Flavors Journey in Gracious</i> ”	95
Karya foto 13 “ <i>Classic Meets Contemporary</i> ”	99
Karya foto 14 “ <i>The Mystique of Originutt</i> ”	103
Karya foto 15 “ <i>Warmness in the Frame of Art</i> ”	107
Karya foto 16 “ <i>Speciality in Simplicity</i> ”	110
Karya foto 17 “ <i>Red Wine in Light and Shadow</i> ”	114
Karya foto 18 “ <i>A Warm Red Hue for Luxury</i> ”	118
Karya foto 19 “ <i>A Joy of Nature</i> ”	121
Karya foto 20 “ <i>Coffee in the Silence of Nature</i> ”	125

DAFTAR LAMPIRAN

<i>Behind the Scene</i>	139
Dokumentasi Sidang Skripsi	140
Poster Pameran	142
Cover Katalog	143
Cover Photobook	144
<i>Form I</i> Permohonan Pembimbingan Tugas Akhir	145
<i>Form II</i> Lembar Konsultasi	147
<i>Form IV</i> Permohonan Mengikuti Ujian Tugas Akhir	149
<i>Form V</i> Surat Pernyataan	150
Biodata Diri	153



PRODUK BIJI KOPI SPACE ROASTERY DALAM FOTOGRAFI KOMERSIAL

Ramadhan Dwi Pradana
1810905031

ABSTRAK

Fotografi komersial memiliki peran strategis dalam mempresentasikan produk secara visual untuk mendukung strategi pemasaran. Penciptaan karya seni ini bertujuan untuk menghasilkan fotografi komersial dengan objek utama kemasan biji kopi Space Roastery, sebuah rumah produksi kopi spesialti yang mengedepankan kualitas dan estetika. Konsep estetika yang digunakan adalah eksplorasi visual menggunakan Kaca Moru sebagai elemen latar belakang, memberikan dimensi visual dan kesan mewah. Metodologi penciptaan meliputi eksplorasi konsep, eksperimentasi komposisi, serta implementasi pencahayaan buatan (*artificial light*) dengan teknik *eye level* untuk menonjolkan detail kemasan.

Proses penciptaan dimulai dengan pemilihan produk berdasarkan daya tarik visual kemasan, dilanjutkan dengan pengaturan komposisi serta properti pendukung. Penyuntingan digital dilakukan untuk menyempurnakan hasil sesuai konsep. Teori denotasi dan konotasi Roland Barthes diterapkan untuk mengkaji makna visual dalam foto.

Hasil penciptaan berupa 20 karya fotografi dengan menampilkan 8 varian kemasan yang menunjukkan jenis biji kopi Space Roastery, dengan penekanan pada kualitas visual dan pesan estetika. Karya ini berfungsi sebagai media promosi visual, serta diharapkan menjadi referensi dalam studi fotografi komersial, khususnya di sektor bisnis kopi.

Kata Kunci: fotografi komersial, Space Roastery, kaca moru

SPACE ROASTERY COFFEE BEAN PRODUCTS IN COMMERCIAL PHOTOGRAPHY

Ramadhan Dwi Pradana
1810905031

ABSTRACT

Commercial photography has a strategic role in visually presenting products to support marketing strategies. The creation of this artwork aims to produce commercial photography with the main object of Space Roastery's coffee bean packaging, a specialty coffee production house that emphasizes quality and aesthetics. The aesthetic concept used is visual exploration using Moru glass as a background element, providing visual dimension and a sense of luxury. The creation methodology includes concept exploration, composition experimentation, and implementation of artificial light with eye level technique to highlight the packaging details.

The creation process begins with the selection of products based on the visual appeal of the packaging, followed by the arrangement of the composition and supporting properties. Digital editing is done to perfect the results according to the concept. Roland Barthes' theory of denotation and connotation is applied to examine the visual meaning in the photos.

The result of the creation is 20 photographic artworks by showing 8 variants of packaging that represent Space Roastery's coffee beans, with an emphasis on visual quality and aesthetic messages. This artwork serves as a visual promotional media, and is expected to be a reference in the study of commercial photography, especially in the coffee business sector.

Keywords: *commercial photography, Space Roastery, moru glass*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara yang termasuk dalam produsen dan eksportir kopi terbesar di dunia. Menurut data Departemen Pertanian Amerika Serikat (USDA) tahun 2023, Indonesia menduduki peringkat keempat negara penghasil kopi terbesar di dunia (United States Department of Agriculture, 2023). Mengutip buku "*Sains Kopi Indonesia*" karya Wenny Bakti Sunarharum et al. (2019:7), perkembangan kopi di Indonesia tidak lepas dari peran VOC pada masa penjajahan. Selama lebih dari dua abad, Nusantara mampu menjadi pusat produksi dan perdagangan kopi dunia berkat Perusahaan Dagang Hindia Belanda. Hingga saat ini, banyak kopi asal Indonesia berkualitas tinggi yang berhasil memasuki pasar global, beberapa diantaranya yakni kopi Gayo, Mandailing, Lampung, Kintamani, Flores Bajawa, Toraja, Jawa, dan Wamena.

Perkembangan bisnis kopi di Indonesia semakin menuai popularitas dalam satu dekade terakhir, didorong oleh keunggulan kompetitif dalam kualitas dan keragaman varietas kopi (Ramadhana et al., 2024; Zacharie & Denny, 2024). Para pengusaha berlomba-lomba menciptakan merek kopi lokal dengan keunikan dan ciri khasnya masing-masing, salah satunya adalah Space Roastery yang telah berdiri sejak tahun 2016. Rumah sangrai ini didirikan karena sang penggagas, William Christiansen dan Elvan Wenas, merasa khawatir dengan betapa sulitnya menemukan kopi dengan

cita rasa enak pada saat itu. Mereka ingin kopi Indonesia disangrai dengan sebaik mungkin agar semua orang bisa menyadari betapa unik dan luar biasanya kopi lokal. Alhasil Space Roastery lahir sekaligus bersama dengan kedainya. Salah satu penyebab pertumbuhan kedai kopi atau *coffee shop* di kota-kota besar Indonesia adalah meningkatnya konsumsi kopi di masyarakat. Kehadiran kedai-kedai ini pun mendapat sambutan positif dari masyarakat karena sebagian besar kedai kopi mampu memenuhi permintaan serta kebutuhan masyarakat saat ini. Pada sebagian besar kedai kopi, konsumen memanfaatkannya sebagai tempat untuk menyelesaikan tugas kuliah, berdiskusi, atau sekadar berbincang dengan teman sembari menikmati kopi yang disuguhkan (Utami & Kamilia, 2017).

Penciptaan karya fotografi ini berdasarkan pengalaman empiris pada tahun 2015 ketika masih menduduki bangku sekolah. Pada saat itu, bersama dengan teman mengunjungi salah satu kedai kopi di Purbalingga, mencoba mencicipi kopi yang diseduh secara manual, yakni penyeduhan kopi tanpa menggunakan mesin espresso, seperti halnya V60, French Press, Tubruk, dan berbagai berbagai metode lainnya, sekaligus bercengkrama dengan pemilik kedai tersebut. Dari situlah terdapat beberapa hal yang dapat dimengerti bahwa kopi ternyata memiliki proses yang begitu kompleks, dimulai dari pasca panen, masa panen, proses sangrai kopi, hingga kopi itu diseduh, lalu dinikmati. Berbekal kekaguman tersebut, memunculkan ketertarikan dan kesukaan terhadap kopi, hingga melahirkan sebuah kebiasaan baru yakni berpindah-pindah mengunjungi *coffee shop* satu ke

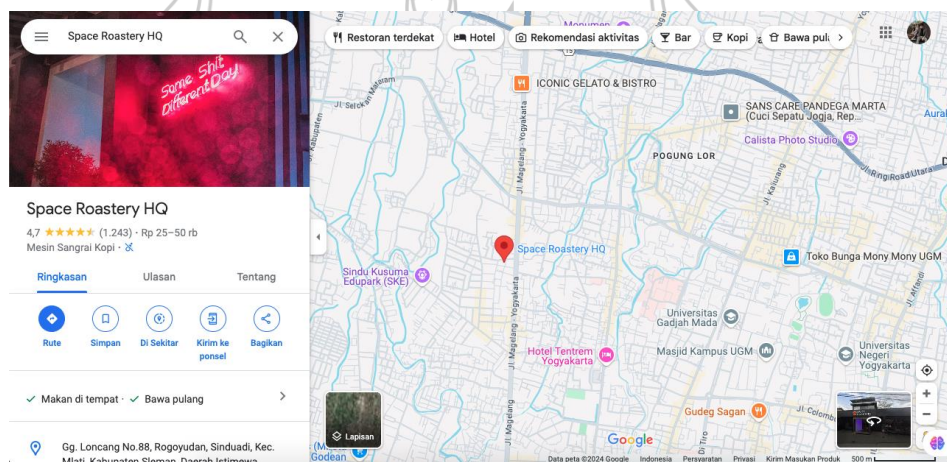
coffee shop lain hanya untuk menikmati kopi. Dengan demikian, memunculkan persepsi bahwa banyak pertemanan yang lahir karena kopi, banyak diskusi-diskusi muncul ketika berkumpul bersama teman di sebuah kedai kopi.

Seiring berkembangnya zaman, maraknya budaya perkumpulan di *coffee shop* banyak digandrungi oleh kalangan anak muda (Purwadewi, 2023; Sudarman, 2023). Namun, hal ini tidak diimbangi dengan bertambahnya peminat terhadap kopi manual. Berdasarkan pengamatan dan pengalaman, ketika anak muda berkunjung ke sebuah *coffee shop*, cenderung banyak memesan kopi susu, bahkan memesan minuman *non-coffee*. Berdasarkan hal tersebut, munculnya fenomena bergesernya fungsi *coffee shop* yang saat ini tidak hanya menyediakan kopi, tetapi juga menjual gaya hidup yang digemari oleh kaum muda.

Dalam sebuah pengembangan bisnis, citra dan kualitas produk kopi sangat tergantung pada bagaimana produk tersebut dipresentasikan kepada pelanggan. Salah satu cara untuk menginisiasi pengembangan bisnis, daya tarik pada produk termasuk pengembangan bisnis yang signifikan. Menurut Agyeman-Budu & A. Komashie (2024) daya tarik visual terletak pada keindahan seperti kemasan produk, daya tarik pada suatu kemasan produk memberikan penawaran yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen terhadap produk yang dibeli. Hal tersebut dapat membentuk elemen diferensiasi sebagai media yang mendukung visual serta memiliki keunikan

dari industri bisnis yang sangat kompetitif dalam hal ini adalah bisnis kopi (Tulbure & Neacsu, 2023).

Space Roastery, sebagai produsen biji kopi kemasan yang berkomitmen pada kualitas dan estetika, membutuhkan pendekatan fotografi komersial yang inovatif untuk membedakan produk mereka dari kompetitor dan menarik minat konsumen potensial. Sebagai bentuk fotografi komersial yang inovatif, pada penciptaan karya skripsi tugas akhir ini menggunakan suatu properti yang digunakan sebagai elemen tambahan dalam penciptaan karya foto produk, properti tersebut ialah Kaca Moru, lebih jelasnya akan dibahas pada landasan penciptaan dan objek penciptaan terkait Kaca Moru. Kaca Moru digunakan guna memberikan potensi yang besar dalam membentuk persepsi konsumen terhadap kualitas serta nilai produk yang ditawarkan (Szulc & Musielak, 2023). Dalam hal ini Kaca Moru juga akan memberikan tampilan yang lebih menarik pada pemotretan kemasan produk biji guna membedakan diri dari pesaingnya (Swasty & Mustafa, 2022).



Gambar 1.1
Space Roastery dan Lokasi
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Space Roastery merupakan rumah produksi biji kopi yang merangkap sebagai kafe populer di kalangan pecinta kopi yang terletak di Gg. Loncang No.88, Rogoyudan, Sinduadi, Kecamatan Mlati, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Awalnya pemilik Space ingin mendirikan toko yang menjual oleh-oleh khas Yogyakarta seperti bakpia, serta menjual produk-produk produksi Space Roastery, yakni biji kopi yang

disangrai mandiri oleh kedai ini. Bersamaan dengan mulai menjual kopi, Space pun terus menawarkan lapaknya kepada penyewa yang ingin menjual oleh-oleh. Namun, sayangnya tidak ada penyewa yang bergabung, kata Dien. Pada akhirnya, pemilik Space memutuskan untuk fokus menjual kopi produksi Space. Kedai ini memulai bisnis kopi secara online sebagai roastery pada tahun 2016. Berangkat dari alat sangrai kopi yang berkapasitas satu kilogram, kini bertambah menjadi kapasitas 15 kilogram. Kedai di Yogyakarta ini awalnya hanya memproduksi 10 hingga 15 kilogram kopi sangrai per bulan. Akan tetapi pada tahun 2021 berhasil mencapai enam hingga tujuh ton per bulan (Mawadati et al., 2024).

Penciptaan karya fotografi ini berupaya menghasilkan Fotografi Komersial Produk Biji Kopi Space Roastery yang menggunakan konsep eksperimen dengan Kaca Moru. Produk Biji Kopi Space Roastery dipilih sebagai objek penciptaan karena diyakini jika biji kopi yang digunakan bukan sekedar biji kopi biasa, melainkan biji kopi yang diproduksi oleh Space ialah biji kopi spesialti. Salah satu pendiri Space, William Christiansen, adalah seorang *Q-grader* atau ahli cita rasa kopi. *Q-grader* adalah orang yang mampu dan berkapasitas dalam menilai biji kopi. Kopi spesialti memiliki nilai minimal 80. Sementara itu, kopi yang dihasilkan Space memiliki nilai lebih dari 80. Space Roastery memiliki keunikan dalam menyempurnakan produk kopi lokal yang konon kopi Space memiliki rasa pisang, jeruk, dan coklat, sehingga pembeli dapat memahami rasa yang ditawarkan. Kemasan produk juga didesain semenarik mungkin

sehingga memiliki nilai tambah tersendiri. Dalam segi pemasaran, Space Roastery menjual produknya melalui website dan saluran penjualan *e-commerce*. Selain penjualan daring, Space Roastery juga memiliki toko yang memungkinkan target konsumennya untuk mencoba produknya. Toko tersebut bernama Space Roastery Slow Bar yang tersedia di dua lokasi di Yogyakarta. Konsep Slow Bar merupakan konsep yang tidak hanya menawarkan secangkir kopi nikmat namun juga memberikan informasi lengkap kepada konsumen mengenai kopi yang dipesan.

Berangkat dari hal tersebut terciptalah ide untuk mengambil judul penciptaan karya fotografi, yaitu “Produk Biji Kopi Space Roastery Dalam Fotografi Komersial”. Penciptaan karya pada skripsi ini menggunakan fotografi produk yang bertujuan untuk menciptakan visual produk biji kopi Space Roastery menggunakan Kaca Moru sebagai bagian penting yang menunjang dalam memberikan penekanan pada segi visual sehingga menambah estetika pada foto, karena Kaca Moru memberikan dimensi yang berbeda sehingga memunculkan kesan yang unik terhadap visual yang diwujudkan. Hasil penciptaan karya fotografi ini dapat digunakan sebagai media promosi pada sosial media Space Roastery dengan hasil yang sesuai dengan konsep dan latar belakang yang diusulkan pada penciptaan karya skripsi tugas akhir ini.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penciptaan karya fotografi "Produk Biji Kopi Space Roastery Dalam Fotografi Komersial" adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana menciptakan karya fotografi komersial dengan objek kemasan biji kopi kemasan Space Roastery?
2. Bagaimana pemanfaatan Kaca Moru sebagai bentuk eksplorasi visual terhadap produk biji kopi Space Roastery, sebagai bagian dari strategi promosi di media sosial?

C. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan
 - a. Menciptakan karya fotografi komersial dengan objek biji kopi kemasan Space Roastery.
 - b. Penggunaan Kaca Moru bertujuan untuk menunjukkan sisi estetika dari visual produk biji kopi Space Roastery.
2. Manfaat
 - a. Karya fotografi komersial tersebut diharapkan dapat bermanfaat sebagai sarana promosi yang unik, menarik dan berbeda daripada umumnya sehingga dapat meningkatkan penjualan produk biji kopi Space Roastery.
 - b. Memperkaya bahan referensi dalam mempelajari fotografi terutama yang berkaitan dengan fotografi komersial.