

**PENERAPAN OLAH *DIGITAL IMAGING* MONTASE
DALAM FOTOGRAFI KOMERSIAL IKLAN PRODUK
BELI SAMBAL**



**SKRIPSI PENCIPTAAN
KARYA SENI FOTOGRAFI**

**RADEN TARANGGANA RAIHAN PRATAMA
2011044031**

**PROGRAM STUDI FOTOGRAFI
JURUSAN FOTOGRAFI
FAKULTAS SENI MEDIA REKAM
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2025**

**PENERAPAN OLAH *DIGITAL IMAGING* MONTASE
DALAM FOTOGRAFI KOMERSIAL IKLAN PRODUK
BELI SAMBAL**



**SKRIPSI PENCIPTAAN
KARYA SENI FOTOGRAFI**

**RADEN TARANGGANA RAIHAN PRATAMA
2011044031**

**PROGRAM STUDI FOTOGRAFI
JURUSAN FOTOGRAFI
FAKULTAS SENI MEDIA REKAM
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2025**

HALAMAN PENGESAHAN

PENERAPAN OLAH *DIGITAL IMAGING* MONTASE DALAM FOTOGRAFI KOMERSIAL IKLAN PRODUK BELI SAMBAL

Disusun oleh:

Raden Taranggana Raihan Pratama
NIM 2011044031

Telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Skripsi
Program Studi Fotografi, Jurusan Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam,
Institut Seni Indonesia Yogyakarta pada tanggal **04 JUN 2025**

Pembimbing I/Ketua Penguji

Pembimbing II/Anggota Penguji


Oscar Samaratunga, S.E., M.Sn.
NIDN. 0013077608


Ghalif Putra Sadewa, S.Sn., M.Sn.
NIDN. 00300099303

Penguji Ahli


Prof. Drs. Soeprapto Soedjono, M.F.A., Ph.D.

Mengetahui,
Ketua Jurusan/Koordinator Program Studi


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

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Seni Media Rekam


Dr. Edial Rusli, S.E., M.Sn.
NIP 196702031997021001

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Raden Taranggana Raihan Pratama
Nomor Induk Mahasiswa : 2011044031
Program Studi : S-1 Fotografi
Judul Skripsi Karya Seni : **Penerapan Olah *Digital imaging* Montase
Dalam Fotografi Komersial Iklan Produk
Beli Sambal**

menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan 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 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, 2 Mei 2025

Yang membuat pernyataan,

Raden Taranggana Raihan Pratama
NIM. 2011044031

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi karya seni fotografi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya dan keluarga besar yang selalu ada untuk mendoakan, memberikan dukungan, menemani, membantu sehingga skripsi ini terselesaikan,

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi penciptaan seni fotografi dengan judul “Penerapan Olah *Digital imaging* Montase Dalam Fotografi Komersial Iklan Produk Beli Sambal”. Skripsi ini ditunjukkan sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana seni.

Banyak pihak yang membantu selama menjalani pendidikan di Jurusan Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta hingga sampai terwujudnya skripsi penciptaan karya fotografi. Untuk Itu dengan segala hormat dan ucapan bahagia serta terima kasih ditujukan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta,
2. Dr. Edial Rusli, S.E., M.Sn., Dekan Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta;
3. Novan Jemmi Andrea, M.Sn, selaku Ketua Jurusan Fotografi Fakultas Seni Media Rekam Institut ;
4. Prof. Drs. Soeprapto Soedjono, M.F.A., selaku penguji ahli/*cognate* yang telah mengarahkan mengoreksi dan memberi banyak masukan kepada penulis;
5. Oscar Samaratunga, S.E., M.Sn., selaku Pembimbing I yang telah mengarahkan, mengoreksi dan memberi banyak masukan kepada penulis;
6. Ghalif Putra Sadewa , S.Sn., M.Sn, selaku dosen Pembimbing II yang telah mengarahkan, mengoreksi dan memberi masukan kepada penulis;
7. Seluruh dosen di Jurusan Fotografi, FSMR, ISI Yogyakarta;
8. Mas Kulub yang telah membantu penjadwalan.
9. Keluarga besar dari taranggana, di Yogyakarta

10. Ibu Tuti selaku pemilik produk beli sambal, sekaligus narasumber yang membantu menemani, mendukung, dan menerima dengan hangat saat proses pengerjaan skripsi;
 11. Teman-teman kontrakin studio diantaranya Iril, Dwi, Gandang, Ones, Fajrul, Doni, Uqi, Hanafi rekan seperjuangan. yang membantu pembuatan skripsi
 12. Goa kolektif, Abiyu, Alain, dan Farel,
 13. *We Creative*, Andante, Hilmi, Ahlan
 14. Ardhan, Juan, Rigen, Andra, Tasya, Aulia, Amanda sebagai *offline team*
 15. Seluruh rekan kuliah Prodi Fotografi angkatan 2020 yang tidak bisa diucapkan satu persatu.
 16. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terima kasih atas semua bantuan dan dukungannya.
- Semoga skripsi penciptaan karya seni fotografi ini dapat memberikan manfaat dan menjadi referensi dan motivasi untuk lebih maju dalam berkesenian fotografi.

Yogyakarta, 2 Mei 2025

Raden Taranggana Raihan Pratama
NIM. 2011044031

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR KARYA.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK.....	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penciptaan.....	1
B. Rumusan Penciptaan.....	4
C. Tujuan dan Manfaat.....	5
II. LANDASAN PENCIPTAAN	
A. Landasan Penciptaan	6
1. Fotografi Komersial	6
2. Periklanan.....	8
3. <i>Digital imaging</i>	9
4. Montase	9
5. Warna	10
B. Tinjauan Karya	11
1. Karya Clarisa Peddy Photography	11
2. Karya Joshua Manik	13
3. Karya Minto Studio	15
III. METODE PENCIPTAAN	
A. Objek Penciptaan.....	19
1. Objek Formal.....	19

2. Objek Material.....	20
B. Metode Penciptaan	22
1. Studi Pustaka	22
2. Observasi dan Wawancara	23
3. Eksplorasi Sketsa	24
4. Eksplorasi Fotografi.....	25
5. Perencanaan Tata Cahaya.	26
6. Proses Perwujudan.....	27
C. Proses Perwujudan.....	27
1. Bahan, Alat dan Teknik.....	27
a. Bahan.....	27
b. Alat.....	28
c. Teknik.....	43
2. Tahapan Perwujudan.....	44
a. Proses Perwujudan Karya.....	44
b. Rancangan Visual	53
c. Teknik Penyajian.....	53
d. Bagan Pembuatan Karya	55
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Ulasan Karya	56
B. Contoh Penerapan Karya	127
C. Pembahasan Reflektif	128
V. PENUTUP	
A. Simpulan	131
B. Saran-saran	133
KEPUSTAKAAN	134
LAMPIRAN.....	136

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Produk Beli Sambal	3
Gambar 2.1 Karya Clarisa Peddy Photography.....	11
Gambar 2.2 Karya Joshua Manik, Sambal ABC	13
Gambar 2.3 Karya Minto Studio.....	15
Gambar 2.4 Karya Minto Studio	17
Gambar 3.1 Tabel Olahan Produk Beli Sambal.....	21
Gambar 3.2 Contoh Sketsa	24
Gambar 3.3 Gambar Sampel Perencanaan Tata Cahaya.....	26
Gambar 3.4 Gambar Produk Beli Sambal.....	28
Gambar 3.5 Kamera <i>Mirrorless</i> Sony A7C	29
Gambar 3.6 Sony SEL90M28G	30
Gambar 3.7 Lensa Sony SEL55f18Z.....	31
Gambar 3.8 Lensa Sony SEL2470Z.....	31
Gambar 3.9 Sandisk Extreme 128GB.....	32
Gambar 3.10 Lampu Godox SK400	33
Gambar 3.11 Godox <i>Octabox</i> 50cm.....	34
Gambar 3.12 Godox SB-BW 6060.....	34
Gambar 3.13 <i>Standard reflector</i>	35
Gambar 3.14 <i>Reflector</i>	36
Gambar 3.15 <i>Snoot</i>	36
Gambar 3.16 <i>Diffuser</i>	37
Gambar 3.14 <i>Stripbox Godox 100</i>	38
Gambar 3.15 <i>Light Stand</i>	39
Gambar 3.16 Macbook Pro 13 inch.....	39
Gambar 3.17 <i>Hardisk</i> Toshiba 1 TB.....	40
Gambar 3.18 Sandisk <i>Flash Drive</i> 128 gb	41
Gambar 3.19 Wacom Intuos CTL-4100WL	41
Gambar 3.20 <i>Triger</i> Godox X2T-S	42
Gambar 3.21 <i>Software</i> Adobe Photoshop	43
Gambar 3.22 <i>Software</i> Adobe Photoshop	47

Gambar 3.23 Proses Pemilihan Foto	48
Gambar 3.24 Proses <i>Editing Layer</i> Utama.....	48
Gambar 3.25 Proses <i>Selection Brush Tool</i>	49
Gambar 3.26 Proses <i>Brush Tool</i>	50
Gambar 3.27 Proses <i>Drop Shadow</i>	50
Gambar 3.28 Proses <i>Spot Healing Brush Tool</i>	51
Gambar 3.29 Proses Pengeditan <i>Curves</i>	51
Gambar 3.30 Proses Pengeditan <i>levels</i>	52
Gambar 3.31 Proses Pengeditan <i>Color Balance</i>	52
Gambar 3.32 Proses Pengeditan <i>Hue/Saturation</i>	53
Gambar 3.33 Bagan Pembuatan Karya.....	55
Gambar 4.1 Skema <i>Lighting</i> Karya 1	60
Gambar 4.2 Sketsa Karya 1.....	60
Gambar 4.3 Skema <i>Lighting</i> Karya 2	63
Gambar 4.4 Sketsa Karya 2.....	63
Gambar 4.5 Skema <i>Lighting</i> Karya 3	67
Gambar 4.6 Sketsa Karya 3.....	67
Gambar 4.7 Skema <i>Lighting</i> Karya 4	70
Gambar 4.8 Sketsa Karya 4.....	70
Gambar 4.9 Skema <i>Lighting</i> Karya 5	74
Gambar 4.10 Sketsa Karya 5.....	74
Gambar 4.11 Skema <i>Lighting</i> Karya 6	78
Gambar 4.12 Sketsa Karya 6.....	78
Gambar 4.13 Skema <i>Lighting</i> Karya 7	82
Gambar 4.14 Sketsa Karya 7.....	82
Gambar 4.15 Skema <i>Lighting</i> Karya 8	85
Gambar 4.16 Sketsa Karya 8.....	85
Gambar 4.17 Skema <i>Lighting</i> Karya 9	88
Gambar 4.18 Sketsa Karya 9.....	88
Gambar 4.19 Skema <i>Lighting</i> Karya 10	91
Gambar 4.20 Sketsa Karya 10.....	91

Gambar 4.21 Skema <i>Lighting</i> Karya 11	95
Gambar 4.22 Sketsa Karya 11	95
Gambar 4.23 Skema <i>Lighting</i> Karya 12	98
Gambar 4.24 Sketsa Karya 12.....	98
Gambar 4.25 Skema <i>Lighting</i> Karya 13	101
Gambar 4.26 Sketsa Karya 13.....	101
Gambar 4.27 Skema <i>Lighting</i> Karya 14	105
Gambar 4.28 Sketsa Karya 14.....	105
Gambar 4.29 Skema <i>Lighting</i> Karya 15	108
Gambar 4.30 Sketsa Karya 15.....	108
Gambar 4.31 Skema <i>Lighting</i> Karya 16	112
Gambar 4.32 Sketsa Karya 16.....	112
Gambar 4.33 Skema <i>Lighting</i> Karya 17	115
Gambar 4.34 Sketsa Karya 17.....	115
Gambar 4.35 Skema <i>Lighting</i> Karya 18	119
Gambar 4.36 Sketsa Karya 18.....	119
Gambar 4.37 Skema <i>Lighting</i> Karya 19	122
Gambar 4.38 Sketsa Karya 19.....	122
Gambar 4.39 Skema <i>Lighting</i> Karya 20	126
Gambar 4.40 Sketsa Karya 20.....	126
Gambar 4.41 <i>Mock up</i> Instagram story.....	127
Gambar 4.42 <i>Mock Up</i> Iklan.....	127
Gambar 4.42 <i>Mock Up</i> Iklan Shopee.....	128

DAFTAR KARYA

Karya 1. Produk 1	58
Karya 2. Produk 2	61
Karya 3. Produk 3	64
Karya 4. Produk 4	68
Karya 5. Produk 5.....	71
Karya 6. Produk 6	75
Karya 7. Varian Sambal Bawang.....	79
Karya 8. Varian Sambal Terasi	83
Karya 9. Varian Sambal Original	86
Karya 10. Varian Sambal Ijo.....	89
Karya 11. Penerapan 1	92
Karya 12. Penerapan 2.....	96
Karya 13. Penerapan 3	99
Karya 14. Penerapan 4.....	102
Karya 15. Interaksi 1	106
Karya 16. Interaksi 2	110
Karya 17. Interaksi 3	113
Karya 18. Interaksi 4	117
Karya 19. Interaksi 5	120
Karya 20. Interaksi 6	124

DAFTAR LAMPIRAN

A. Dokumentasi Suasana Penciptaan Karya	136
B. Dokumentasi Suasana Sidang	137
C. Dokumentasi Suasana Pameran dan Presentasi	138
D. Poster	139
E. Katalog	140
F. <i>Photobook</i>	141
G. Form 1	142
H. Form 2	143
I. Form 3	144
J. Form 4	145
K. Form 5	146
L. Model Release.....	147
M. Rincian Anggaran Biaya.....	151
N. <i>Curriculum Vitae</i>	152

PENERAPAN OLAH *DIGITAL IMAGING* MONTASE DALAM FOTOGRAFI KOMERSIAL IKLAN PRODUK BELI SAMBAL

Raden Taranggana Raihan Pratama

NIM. 2011044031

Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia

Email: osasjora@gmail.com

ABSTRAK

Penciptaan karya seni fotografi berjudul "Penerapan Olah *Digital imaging* Montase dalam Fotografi Komersial Iklan Produk Beli Sambal" bertujuan untuk menampilkan visual produk makanan secara lebih menarik dan komunikatif melalui pendekatan *digital imaging* montase. Visualisasi ini diharapkan dapat meningkatkan daya tarik produk Beli Sambal, sebuah produk UMKM lokal, dalam konteks pemasaran modern. Metode yang digunakan meliputi studi pustaka, observasi langsung, wawancara, sketsa ide visual, eksplorasi teknik pencahayaan dan komposisi fotografi, hingga tahap pasca-produksi menggunakan teknik *digital imaging*. Konsep visual dikembangkan berdasarkan prinsip fotografi komersial dan pendekatan estetika *point of interest*, untuk membangun identitas produk yang kuat dan membedakannya dari kompetitor. Hasil akhir berupa kumpulan karya foto yang menampilkan produk Beli Sambal dalam visual montase yang kreatif, informatif, dan menggugah selera. Simpulan dari karya ini menunjukkan bahwa pendekatan *digital imaging* montase dapat menjadi strategi visual efektif dalam penguatan *branding* produk lokal, dengan memperhatikan komposisi, pencahayaan, serta narasi visual yang konsisten.

Kata kunci: fotografi komersial, *digital imaging*, montase, produk UMKM, visual *branding*

THE APPLICATION OF *DIGITAL IMAGING* MONTAGE IN COMMERCIAL PHOTOGRAPHY FOR BELI SAMBAL PRODUCT ADVERTISEMENT

Raden Taranggana Raihan Pratama

NIM. 2011044031

Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia

Email: osasjora@gmail.com

ABSTRACT

The creation of this photographic artwork, titled "The Application of Digital imaging Montage in Commercial Photography for Beli Sambal Product Advertisement", aims to present a more engaging and communicative product visual using a digital imaging montage approach. This creation is intended to enhance the appeal and marketability of Beli Sambal, a local MSME (Micro, Small, and Medium Enterprises) product, by utilizing modern visual marketing strategies. The creative process involved several stages, including literature review, field observation, interviews, concept sketching, photographic exploration, and post-production through digital editing. The visual concept is developed using principles of commercial photography and aesthetic strategies, particularly the point of interest, to emphasize product identity and distinguish it from competitors.

The final work consists of a series of photographs that combine various visual elements such as ingredients, textures, and stylistic compositions into a cohesive montage that narrates the story of the product. The use of montage techniques allows for the creation of striking and informative visuals that go beyond conventional photography. This approach demonstrates how digital imaging montage can serve as a strategic visual solution for local product branding, combining creativity, technical skill, and narrative purpose. The project concludes that well-executed digital visual design, aligned with the brand's character, plays a significant role in elevating the promotional value of culinary products in the competitive digital era.

Keywords: commercial photography, digital imaging, montage, UMKM product, visual branding

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era digital yang semakin kompetitif, visual fotografi menjadi elemen komponen esensial strategi pemasaran, memerankan peran krusial dalam menarik perhatian konsumen dan membentuk persepsi terhadap merek khususnya di sektor makanan melalui tampilan produk. Genre fotografi secara garis besar diklasifikasikan menjadi tiga yaitu foto komersial, foto jurnalistik dan foto *fine art* (seni murni) (Antonius dan Herdamon, 1999:38). Fotografi komersial merupakan jenis fotografi yang menghasilkan gambar sebagai alat promosi untuk menjual produk, layanan, kampanye, kandidat, organisasi, perusahaan dan lainnya (Pranoto, 2021:135). Banyak perusahaan kini menggunakan jasa fotografi untuk menciptakan iklan yang menarik, menjadikan unsur visual kunci dalam memperkenalkan brand kepada konsumen.

Fotografi produk merupakan bidang fotografi yang khusus pada pengembangan teknik-teknik pengambilan foto produk, baik dalam skala kecil maupun besar, terutama produk yang tampak (*tangible*) (Purwanto, 2018:208). Fotografi produk menjadi salah satu elemen penting dalam kegiatan promosi baik secara digital maupun konvensional, yang mana kegiatan tersebut membuat citra positif untuk mencerminkan karakteristik produk (Febriyanti, 2023:22). Sehingga dinilai fotografi produk telah menjadi salah satu elemen strategi pemasaran modern terutama dalam industri makanan. Dengan perkembangan teknologi terutama dalam

olah *digital imaging* fotografi produk dapat diolah menjadi lebih menarik sekaligus efektif.

Digital imaging mencakup teknik pengeditan dan manipulasi foto guna meningkatkan kualitas gambar secara signifikan, fleksibel dan menjadi medium mengembangkan kreativitas dalam penyajian visual produk, memberikan peluang besar bagi pemasaran untuk menciptakan visual yang tidak hanya informatif namun juga menggugah selera. Visual fotografi yang digunakan dalam iklan sering kali mengalami proses *digital imaging* untuk menghasilkan tampilan yang lebih menarik dan berkualitas untuk memperkuat daya tarik visual serta memikat perhatian konsumen (Santoso, 2023:58). Selain itu, *digital imaging* memungkinkan suatu produk untuk mengikuti tren visual terkini dalam dunia iklan, adaptasi yang cepat dapat membantu pemasaran menjadi lebih relevan dan menarik.

Salah satu teknik *digital imaging* yang dapat diterapkan dalam penciptaan fotografi adalah montase. Montase merupakan sebuah karya seni yang terbentuk dari susunan beberapa gambar kemudian ditempel pada permukaan bidang sehingga menghasilkan karya seni baru dengan tema tertentu (Rahayu, 2017:3). Keunggulan penggunaan *digital imaging* montase antara lain: fleksibilitas dalam tahap *editing* lebih mudah untuk memanipulasi elemen, menggabungkan beberapa elemen visual seperti warna, tekstur, komposisi untuk menciptakan wujud visual baru sesuai dengan imajinasi dan kreativitas yang sulit jika dilakukan dengan hanya menggunakan fotografi konvensional.

Penggunaan *digital imaging* montase dapat menarik perhatian calon konsumen lebih efektif, memberikan nilai tambah, dan memperkuat identitas sebuah merek kepada konsumen melalui kreativitas yang dituangkan dalam sebuah

visual termasuk pada produk makan atau sambal. Seiring dengan meningkatnya minat terhadap makanan pedas dan sambal, visual yang menarik membantu produk menonjol di pasar, hal ini dapat terlihat dari banyaknya produk makanan menawarkan sensasi pedas. Diperkuat dengan hasil survei menyebutkan bahwa 93,6% orang Indonesia menyukai makanan pedas, sedangkan 6,4% tidak terlalu suka (Puspita, 2024). Selain itu, sambal kini diproduksi dalam kemasan yang lebih efisien dan praktis untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Namun, masih sedikit yang memperdulikan aspek visual sebagai daya tarik visual, salah satunya produk Beli Sambal hasil UMKM berbasis di Yogyakarta. Produk UMKM produk Beli Sambal dipilih menjadi objek dalam penciptaan karya karena produk tersebut belum memiliki visual yang kuat untuk mempromosikan produknya.



Gambar 1.1

Foto Produk Beli Sambal

Sumber: https://shopee.co.id/universal-link/now-food/dish/20404013/2096089063162880?deep_and_deferred=1&shareChannel=copy_link, (diakses pada Rabu, 23 Oktober 2024, pukul 12.05 WIB).

Sejak tahun 2020, produk Beli Sambal telah mulai menjual sambal melalui salah satu *platform online*. Dalam upaya pemasarannya, produk ini menggunakan visual fotografi. Namun, penyajian foto terkesan seadanya, tanpa mempertimbangkan komposisi, dan sudut pengambilan gambar. Selain itu, tidak

memanfaatkan teknik *digital imaging* contoh menampilkan karakteristik produk. (Lihat gambar 1) hasil olahan sambal, baik dari segi tekstur maupun detail visual juga tidak disajikan dengan jelas, sehingga mengakibatkan minimnya informasi yang dapat diakses oleh konsumen.

Meskipun Produk Beli Sambal telah berinovasi dengan menciptakan berbagai varian sambal guna menjawab kebutuhan pasar, namun teridentifikasi bahwa produk Beli Sambal belum memiliki representasi visual yang memadai untuk mendukung upaya promosi. Sehingga produk makanan seperti produk Beli Sambal membutuhkan presentasi visual menarik dan profesional untuk menciptakan daya tarik penjualan produk UMKM. Hal ini lah yang menjadi perhatian karena merasakan urgensi untuk memperkuat citra produk Beli Sambal melalui penciptaan karya fotografi produk dengan pendekatan *digital imaging* montase.

B. Rumusan Penciptaan

Berdasarkan latar belakang, di rumuskanlah masalah penciptaan karya “Penerapan Olah *Digital Imaging* Montase dalam Fotografi Komersial Iklan Produk Beli Sambal” yaitu bagaimana menerapkan teknik *digital imaging* montase pada visual iklan produk Beli Sambal?

C. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan

- a. Menciptakan visual iklan produk Beli Sambal dengan teknik *digital imaging* montase.

2. Manfaat

- a. Memberikan dan menyajikan visual baru mengenai produk Beli Sambal untuk *branding* produk secara komunikatif dan menarik,
- b. Membangun identitas merek serta meningkatkan nilai jual melalui visual fotografi dengan pendekatan olah *digital imaging* montase.
- c. Menambah referensi penciptaan karya fotografi komersial dengan teknik *digital imaging* montase pada produk makanan.

