AKSENTUASI WARNA DALAM PENCIPTAAN FOTOGRAFI STILL LIFE SEBAGAI MEDIA PROMOSI PRODUK VANILLA LEATHER



SKRIPSI TUGAS AKHIR PENCIPTAAN KARYA SENI

Disusun oleh:

Nizar Suprayogo 111 0579 031

PROGRAM STUDI S-1 FOTOGRAFI
JURUSAN FOTOGRAFI
FAKULTAS SENI MEDIA REKAM
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2017

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

AKSENTUASI WARNA DALAM PENCIPTAAN FOTOGRAFI STILL LIFE SEBAGAI MEDIA PROMOSI PRODUK VANILLA LEATHER



TUGAS AKHIR KARYA SENI

untuk memenuhi persyaratan derajat sarjana Program Studi Fotografi

Disusun oleh:

Nizar Suprayogo 111 0579 031

PROGRAM STUDI S-1 FOTOGRAFI
JURUSAN FOTOGRAFI
FAKULTAS SENI MEDIA REKAM
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2017

i

AKSENTUASI WARNA DALAM PENCIPTAAN FOTOGRAFI STILL LIFE SEBAGAI MEDIA PROMOSI PRODUK VANILLA LEATHER

Diajukan oleh **Nizar Suprayogo** NIM 111079031

Pameran dan Laporan Karya Seni Fotografi telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir Jurusan Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, pada tanggal ...]...2..JAN 2017

M. Fajar Apriyanto, M.Sn.

Pembimbing I / Ketua Penguji

Dr. Irwandi, M.Sn.

Pembimbing II / Anggota Penguji

Johnny Hendarta, Hon. E. FPSI. Cognate / Anggota Penguji

Dr. Irwandi, M.Sn. Ketua Jurusan

Mengetahui,

Dekan Fakultas/Seni Media Rekam

Marsudi, S.Kar., M.Hum.

NIP 19610710 198703 1 002

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : **Nizar Suprayogo**

No. Mahasiswa : **111079031**

Program Studi : S-1 Fotografi

Judul Skripsi/Karya Seni : Aksentuasi Warna dalam Penciptaan

Fotografi Still Life sebagai Media Promosi

Produk Vanilla Leather

Menyatakan bahwa dalam Karya Seni Tugas Akhir saya tidak terdapat bagian yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi manapun dan juga tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh pihak lain sebelumnya, kecuali secara tertulis saya sebutkan dalam daftar pustaka.

Saya bertanggung jawab atas Karya Seni Tugas Akhir saya ini, dan saya bersedia menerima sanksi sesuai aturan yang berlaku, apabila di kemudian hari diketahui dan terbukti tidak sesuai dengan isi pernyataan ini.

Yogyakarta, 25 Januari 2017

Yang menyatakan

Nizar Suprayogo

Tugas Akhir Karya Seni ini dipersembahkan kepada:

Subagiyo

Muyatin

Iqbal Setiawan

Alm. Sukijah

Teman-teman ISI Yk

Semua masyarakat yang mengapresiasi karya seni

KATA PENGANTAR

Terima kasih yang tak terhingga atas segala anugerah dan kesempatan yang dilimpahkan oleh Allah SWT sehingga Tugas Akhir Karya Seni yang berjudul "Aksentuasi Warna dalam Fotografi *Still Life* sebagai Media Promosi Produk Vanilla Leather" ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu dan tanpa halangan yang berarti. Penciptaan karya ini merupakan curahan ide agar para kreator muda terus mengasah kemampuan menciptakan karya-karya yang dapat bersaing dalam dunia industri kreatif. Tugas Akhir ini juga merupakan persyaratan untuk menyelesaikan jenjang studi S-1. Pada Kesempatan ini rasa syukur dan terima kasih dipersembahkan kepada:

- 1. Ibu dan Bapak
- Marsudi, S.Kar., M.Hum., Dekan Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta;
- Pamungkas Wahyu S., M.Sn., Pembantu Dekan I Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta;
- Deddy Setyawan, M.Sn, Pembantu Dekan II Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta;
- Muhammad Fajar Apriyanto, M.Sn, Pembantu Dekan III Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Dosen Pembimbing I;
- 6. Dr. Irwandi, M.Sn., Ketua Jurusan Fotografi, Dosen Pembimbing II;
- 7. Oscar Samaratungga, S.E., M.Sn., Sekertaris Jurusan Fotografi;
- 8. Johnny Hendarta, Hon. E. FPSI. sebagai *Cognate*;
- 9. Seluruh dosen Jurusan Fotografi FSMR ISI Yogyakarta;

٧

10. Seluruh staf Tata Usaha Jurusan Fotografi FSMR, ISI Yogyakarta;

11. Seluruh staf Akmawa FSMR;

12. Tim produksi foto Eduardus Cahyo Bintoro, Fauzan Rafli dan Abdul

Kholid Tohiri;

13. Support alat Gatari Surya Kusuma, Bayu Sanjaya, dan Vector Rahmawan;

14. Marendra Mukti Nirbawa, Rahkmad Maulana Ramadhan, Alvin, Ien,

Niken Arale, Halimatussa'diah, Fawwaz Ramdhani Kamil dan Itsnaini

Nurfauzya Rimayati;

15. HMJ Fotografi ISI Yogyakarta;

16. Teman-teman jurusan fotografi angkatan 2011 ISI Yogyakarta dan teman-

teman ARUNIKA satu perjuangan tugas akhir.

Penyusunan laporan penciptaan karya tugas akhir ini tentunya masih jauh

dari kata sempurna. Saran yang membangun untuk mengembangkannya lagi

tentunya diharapkan penulis untuk kedepannya.

Yogyakarta, 25 Januari 2016

Nizar Suprayogo

νi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR KARYA	
DAFTAR GAMBAR SKEMA PEMOTRETAN	X
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
BAB I.PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penciptaan A	1
B. Penegasan Judul	5
B. Penegasan Judul	11
D. Tujuan dan ManfaatE. Metode Pengumpulan Data	11
E. Metode Pengumpulan Data	12
BAB II. IDE DAN KONSEP PERWUJUDAN	15
BAB II. IDE DAN KONSEP PERWUJUDAN A. Latar Belakang Timbulnya Ide	15
B. Landasan Penciptaan	17
B. Landasan Penciptaan C. Tinjauan Karya	26
D Ide dan Konsen Perwujudan	32
BAB III. METODE PENCIPTAAN	34
A. Objek Penciptaan	34
BAB III. METODE PENCIPTAAN A. Objek Penciptaan B. Metode Penciptaan	35
C. Proses Perwujudan	40
BAB IV. PEMBAHASAN KARYA	56
BAB V. PENUTUP	
A. Kesimpulan	123
B. Saran	125
DAFTAR PUSTAKA	127
LAMPIRAN	129
A. Biodata Penulis	130
B. Foto Suasana Ujian	131
C. Foto Suasana Pameran	132
D. Foto Tata Letak Penyajian Karya	
E. Foto Suasana Diskusi Karya	
F. Surat Persetujuan Fotografi	
G. Poster Pameran	136
H. Katalog Pameran	137

DAFTAR GAMBAR

Gambar	1. Interval Tangga Warna	. 20
Gambar	2. Tsonga Shoes	. 27
Gambar	3. Max Mara	. 29
Gambar	4. Dodge The Lunch.	. 31
Gambar	5. Kamera DSLR 50D	. 40
Gambar	6. Compact Flash (Transcend)	. 40
Gambar	7. Lensa Canon EF 24 -70mm f/2.8 L USM	. 41
Gambar	8. Laptop Toshiba Satellite L510	. 41
Gambar	9. Flash meter Sekonic L-478D	. 42
Gambar	10. Harddisk External WD	. 42
Gambar	11. Card Reader Transcend	. 43
Gambar	12. Lightstand	. 43
Gambar	13. Softbox	. 44
Gambar	14. Boomstand	. 44
Gambar	15. Tripod Victory 3015	. 45
Gambar	16. Printscreen Software Adobe Photoshop	. 48
	17. Printscreen Software Adobe Photoshop	
	18. Printscreen Software Adobe Photoshop	
Gambar	19. Printscreen Software Adobe Photoshop	. 49
Gambar	20. Printscreen Software Adobe Photoshop	. 49
Gambar	21. Printscreen Software Adobe Photoshop	. 50
Gambar	22. Printscreen Software Adobe Photoshop	. 50
Gambar	23. Printscreen Software Adobe Photoshop	. 51
Gambar	24. Printscreen Software Adobe Photoshop	. 51
Gambar	25. Printscreen Software Adobe Photoshop	. 52
Gambar	26. Printscreen Software Adobe Photoshop	. 52
Gambar	27. Printscreen Software Adobe Photoshop	. 53
Gambar	28. Printscreen Software Adobe Photoshop	. 53
Gambar	29 Printscreen Software Adohe Photoshop	54

DAFTAR KARYA

Karya 1. Alosia	57
Karya 2. Ayana	
Karya 3. Belle	63
Karya 4. Berry	66
Karya 5. Big Norin	
Karya 6. Celline	72
Karya 7. Ellena	75
Karya 8. Everest	79
Karya 9. Himalaya	82
Karya 10 Kinari.	
Karya 11. Lawu	89
Karya 12. Leora	92
Karya 13. Moira	96
Karya 14. Nadine	100
Karya 15. Naraya	103
Karya 16. Naura	106
Karya 17. Noah	109
Karya 18. Norman	113
Karya 19. Postmen	116
Karya 20. Small Norin.	125

DAFTAR GAMBAR SKEMA PEMOTRETAN

Gambar skema pemotretan karya 1	58
Gambar skema pemotretan karya 2	61
Gambar skema pemotretan karya 3	64
Gambar skema pemotretan karya 4	67
Gambar skema pemotretan karya 5	70
Gambar skema pemotretan karya 6	73
Gambar skema pemotretan karya 7	76
Gambar skema pemotretan karya 8	80
Gambar skema pemotretan karya 9	83
Gambar skema pemotretan karya 10	87
Gambar skema pemotretan karya 11	90
Gambar skema pemotretan karya 12 🔔	93
Gambar skema pemotretan karya 13	97
Gambar skema pemotretan karya 14	101
Gambar skema pemotretan karya 15	104
	107
Gambar skema pemotretan karya 17	110
Gambar skema pemotretan karya 18	
Gambar skema pemotretan karya 19	117
Gambar skema pemotretan karya 20	126

DAFTAR LAMPIRAN

Biodata Penulis	130
Foto Suasana Ujian	131
Foto Suasana Pameran	
Foto Tata Letak Penyajian Karya	133
Foto Suasana Diskusi Karya	
Surat Persetujuan Fotografi	
Poster Pameran	
Katalog Pameran	



ABSTRAK

Berkembangnya produk lokal menjadi suatu fenomena positif yang ada di masyarakat, produk-produk baru bermunculan dengan kualitas yang tak kalah dari produk luar. Vanilla Leather adalah salah satu brand lokal yang ada di Yogyakarta, produk-produk yang dihasilkan adalah tas kulit dengan bahan kulit sapi pull up atau kulit sapi dengan kualitas terbaik. Kualitas produk Vanilla Leather tidak diiringi dengan kemasan foto produk yang bagus sehingga kurang berimbang antara kualitas produk dan kualitas iklan visualnya. Masalah tersebut menjadi awal timbulnya ide untuk berkerjasama dengan owner Vanilla Leather dan membuat ulang beberapa foto iklan produk Vanilla, sehingga bisa terjadi keseimbangan antara kualitas produk dan kualitas iklan visualnya. Pembuatan foto selain bertujuan untuk membuat ulang iklan visual produk juga bertujuan untuk pembuatan tugas akhir. Target pasar dari Vanilla Leather adalah para wanita karena kebanyakan produk yang diproduksi ditujukan untuk konsumen wanita, namun ada beberapa produk yang bisa digunakan oleh wanita maupun laki-laki. Konsep visual untuk iklan fotonya menggunakan teknik aksentuasi warna, yaitu adanya kekuatan pembeda yang ditimbulkan oleh suatu dominasi. Dominasi yang diciptkan pada karya ini menggunakan dominasi warna, adanya dominasi warna pada background serta properti dikontraskan dengan objek utama yaitu produk Vanilla Leather sehingga tercipta aksentuasi warna pada karya tersebut. Tujuan penggunaan aksentuasi warna untuk menggiring mata audience fokus kepada produk sehingga timbul rasa penasaran terhadap produk, selain itu penggunaan aksentuasi warna untuk membangun kesan ceria dan berwarna pada foto karena hal tersebut bersangkutan dengan konsumen wanita yang lebih menyukai hal yang ceria dan berwarna. Kemasan visual dengan media fotografi pada iklan produk Vanilla Leather memilih jenis fotografi still life karena bertujuan untuk fokus kepada objek utama yaitu produk Vanilla Leather.

Kata kunci: Aksentuasi Warna, Fotografi *Still Life*, Media Promosi, Produk Vanilla Leather

BABI

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penciptaan

Awal kemunculannya fotografi bukanlah disiplin ilmu yang berdiri sendiri seperti sekarang ini. Fotografi pada awalnya berfungsi sebagai alat untuk membantu para seniman lukis mempermudah pekerjaannya. Fungsi awalnya yang memang diarahkan sebagai 'alat bantu menggambar' menyiratkan asal usul entitas camera obscura yang kemudian berproses menjadi 'alat modern' yang berdiri sendiri yang memunculkannya sebagai entitas seni dalam wacana seni rupa/visual 2D (Sudjono, 2007:9). Namun seiring dengan kemampuan yang dibawa oleh fotografi yang tidak dimiliki oleh seni rupa yang lain maka fotografi menjadi cabang ilmu baru di dunia seni. Perkembangannya pun terbilang pesat sejak diakuinya karya pertama fotografi milik seorang fotografer Perancis bernama Nicephore Niepce, karyanya yang berjudul *heliographie*. Setelah penemuan karya fotografi yang pertama milik Niepce kemudian ada pelopor fotografi lain yang bermunculan dalam andil mengembangkan ilmu fotografi seperti Jaques Louis Mande Daguerre dengan Daguerreotype dan John Williams Fox Talbot dengan Talbotype. Dari contoh tiga penemuan besar tersebut maka fotografi mulai dikembangkan oleh para ilmuan khususnya di bidang teknisnya.

Fotografi sangat erat kaitannya dengan teknologi maka perkembangan ilmu dalam segi teknis sangatlah cepat, disamping itu kemampuan yang dimiliki oleh fotografi yang tidak dimiliki oleh cabang ilmu lainnya menjadi daya tarik tersendiri. Kehadiran fotografi yang secara teknis relatif lebih cepat dalam proses

penghadiran karyanya dan juga memiliki nilai akurasi reproduksi visual yang lebih serta fleksibilitas ukuran pembesaran yang ditawarkan dianggap lebih unggul bila dibandingkan dengan bentuk seni rupa yang lain (Sudjono, 2007:10). Ilmu baru bernama fotografi mulai tersebar ke berbagai penjuru dunia, tak terkecuali ke Indonesia. Abad 19 tepatnya pada tahun 1870 muncul seorang pribumi yang menjadi fotografer, dia adalah Kassian Cephas. Kemunculan Kassian Cephas menjadi tanda kemajuan pesat bagi sejarah fotografi tanah air karena pada masa itu profesi fotografi nyaris seluruhnya ada di tangan orang Eropa, ditambah segelintir orang Cina dan juga Jepang. Karya-karya Kassian Cephas banyak mengambil kehidupan sosial pribumi serta portret-portret keluarga kerajaan Yogyakarta. Sejak saat itu perkembangan fotografi di Indonesia mengalami pasang surut sampai akhirnya bisa berada pada masa sekarang ini.

Seiring berkembangnya zaman ilmu tentang fotografipun juga semakin maju, bukan hanya perkara teknis saja namun juga merambah ke konsep yang dibawa oleh setiap fotografer. Percobaan ekplorasi banyak dilakukan oleh fotografer dengan media fotografi, selain itu fotografi yang menjadi sebuah media menjadikan fotografi itu sendiri terbuka bagi cabang disiplin ilmu lainnya. Disiplin ilmu yang berbeda-beda bisa menjadi langkah awal terciptanya karya fotografi, tapi dalam dunia fotografi dikerucutkan menjadi 3 *genre* besar fotografi, yaitu fotografi jurnalistik, fotografi komersial serta fotografi seni. Cabang ilmu fotografi mempunyai pendekatan fotografi yang berbeda-beda serta mempunyai tujuan yang berbeda pula. Fotografi komersial akan menjadi pokok bahasan tersendiri karena merupakan *genre mayor* dalam studi perkuliahan fotografi yang dipilih untuk merealisasikan tugas akhir penciptaan ini. Fotografi komersial

bergerak dalam bidang fotografi industri, setiap foto yang dibuat mempunyai nilai jual/komersil. Definisi fotografi komersial menurut kamus fotografi merupakan cabang dari fotografi profesional, lebih banyak bekerja untuk memenuhi kebutuhan industri dalam priklanan, penjualan, peragaan, untuk kebutuhan media massa ataupun publikasi khusus. Jiwa foto ini tidak hanya sekadar menyajikan data, tetapi juga diberi bumbu agar lebih menarik. Seringkali memanipulasi percetakan, warna, atau penggambaran yang berlebihan.

Fotografi komersial memiliki beberapa kategori pembagian, diantaranya, fotografi *fashion*, fotografi iklan/advertising, fotografi produk, fotografi wedding/prewedding, dan lain sebagainya. Tugas akhir ini akan membahas tentang fotografi iklan atau fotografi sebagai media pemasaran produk di dunia industri. Iklan menjadi salah satu sarana untuk membujuk seseorang, menyampaikan pesan serta mendapat perhatian dari para konsumen. Dalam iklan terdiri dari 2 unsur yaitu teks dan gambar, pada perkembangannya unsur gambar memiliki fungsi untuk membujuk para calon konsumen. Tampilan gambar yang mendekati kenyataan semakin memudahkan bujukan kepada masyarakat, bukan representasi produk saja tetapi juga model yang memeragakan pesan yang dibawa oleh iklan juga akan terlihat semakin nyata. Kemampuan gambar yang dihasilkan dari proses fotografi sangat memungkinkan pesan produk bisa tersampaikan. Perkembangan di dunia yang semakin canggih ini membuat masyarakat secara sadar maupun tidak sadar akan berhadapan langsung dengan fotografi.

Sekarang fotografi dipakai sebagai benteng terakhir orang untuk tetap sadar dengan kehidupannya sehari hari. Karena kita dibombardir sama fotofoto, sama *imej-imej* di semua tempat, internet, televisi. Maka mereka menggunakan fotografi juga untuk merekam kehidupannya sehari-hari, sebagai taktik untuk hidup sadar, berpijak pada realitanya sendiri (Soerjoatmodjo, 2015:47)

Melalui teknlogi fotografi digital, realitas objek tidak hanya bisa direkam, diproduksi, tetapi juga dengan sangat sempurna dapat disimulasi sesuai dengan kehendak fantasi dari fotografer. Fantasi yang dimaksud di sini adalah teknik, kreatifitas, hingga keunikan yang akan ditonjolkan dalam foto tersebut hingga menampilkan pesan ide kreatif. Ada beberapa hal yang harus diingat ketika proses penciptaan sebuah iklan foto, yaitu pesan dari objek yang akan diambil harus tersampaikan dengan benar. Beberapa fotografer melakukan kesalahan dengan gagal mengkomunikasikan ide dan gagasan karena gagal mengidentifikasi suatu objek yang akan diambil. Fotografer wajib mempelajari pesan apa yang akan disampaikan oleh suatu iklan, sehingga setiap foto mempunyai orisinalitas dari keinginan fotografer dalam menyampaikan suatu yang bermakna sesuai dengan konsep iklan tersebut.

Jenis fotografi yang akan dipilih sebagai konsep pengkaryaan sebagai media penyampai pesan adalah jenis fotografi still life. Karya yang akan dibuat tidak hanya karya still life namun akan ada ekplorasi dengan warna. Still life adalah salah satu jenis fotografi yang memfokuskan pada objek benda mati, dalam fotografi still life fotografer dituntut jeli dan detail dalam menganalisis objek yang akan difoto. Bidang fotografi ini menuntut kemampuan dalam membuat komposisi sangat diperlukan apalagi objek yang difoto adalah benda mati dan harus menampilkan seolah-olah benda tersebut mempunyai nyawa. Fotografi still life dapat menceritakan sesuatu bahkan dapat memperlihatkan ketajaman, kekontrasan warna. Still life fotografi tidak lepas dari unsur-unsur estetik dan artistik melalui karya yang dihasilkan, sehinga nilai-nilai keindahan dan makna yang tersirat dapat ditangkap oleh audience. Eksplorasi warna disini berfungsi

sebagai poin utama dalam dekorasi artistik foto, untuk menonjolkan objek utama tanpa gangguan dari properti penunjang diperlukan adanya aksentuasi warna yang ditimbulkan oleh adanya dominasi warna. Karya seni tanpa dominasi akan terasa hambar, tidak ada greget, tidak ada vitalitas, tidak ada pusat perhatian sehingga tidak menarik. Sesuatu dapat menarik atau menjadi dominasi asalkan ada keistimewaan (Sanyoto, 2009:44). Proses pembuatan dominasi warna akan tertuju pada pewarnaan *background* serta properti menggunakan cat berwarna putih sebagai warna netral. Warna putih dipilih karena nanti setalah produksi pemotretan akan ada proses *editing* foto menggunakan aplikasi *Photoshop* untuk proses pewarnaan warna putih yang nantinya akan diganti dengan warna yang mempunyai jarak dua interval dengan objek utama.

B. Penegasan Judul

Judul tugas akhir penciptaan ini adalah "Aksentuasi Warna dalam Penciptaan Fotografi Still Life sebagai Media Promosi Produk Vanilla Leather"

1. Aksentuasi Warna

Aksentuasi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah penitikberatkan/penekanan, dalam karya ini digunakan aksentuasi warna untuk menciptakan titik berat sehingga bisa menarik perhatian. Untuk menciptakan titik berat makan diperlukan suatu dominasi. Dominasi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah penguasaan oleh pihak yang lebih kuat terhadap yang lebih lemah (dalam bidang politik, milter, ekonomi, perdagangan, olahraga, dan sebagainya. Dominasi yang disebutkan berkaitan dengan karya fotografi. Secara visual dominasi yang akan dihadirkan adalah dominasi warna. Warna yang

dimaksud adalah warna *background* yang berbeda dengan warna utama objek, namun perbedaan warna akan dibuat selaras antar properti pendukung sedangkan objek akan ditampilkan dengan warna yang menonjol. Hal tersebut bertujuan untuk membawa mata para *audience* agar tertuju pada objek utamanya atau *point of interest*, sehingga dalam karya tersebut akan tercipta sauatu aksentuasi warna.

Dominasi harus mempunyai tujuan tertentu, di antaranya untuk menarik perhatian, untuk menghilangkan kebosanan, untuk memecah keberaturan/rutinitas, dan untuk kejutan/surprise. Sesuai prinsip irama/ritme, bahwa untuk memperoleh keindahan, suatu susunan harus memiliki irama yang berarti harus ada keteraturan. Namun, susunan yang beratur dapat berakibat membosankan. Oleh karena itu, diperlukan dominasi agar susunan dapat menarik, tidak membosankan, dan dapat memecahkan rutinitas (Sanyoto, 2009:226).

2. Penciptaan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) penciptaan adalah proses menciptakan sesuatu yang baru. Disini penulis akan membuat karya fotografi still life sebagai media promosi produk Vanilla Leather. Dalam visualnya aksentuasi warna akan menjadi nilai orisinil dari karya-karya yang pernah ada. Sehingga akan menciptakan karya baru menggunakan aksentuasi warna dalam iklan produk Vanilla Leather

3. Still Life

Still life adalah salah satu cabang dari fotografi yang berkonsentrasi untuk mengabadikan benda mati. Istilah still life sebenarnya sudah ada sebelum fotografi itu sendiri muncul, erat kaitannya dengan seni rupa. Pada abad ke 15 banyak pelukis menerapkan still life untuk melukis benda-benda mati yang ada di sekelilingnya. Keberadaan still life adalah langkah awal bagi para fotografer karena objek mati yang digunakan memudahkan untuk mengkomposisikan sesuai keinginan fotografer. Dewasa ini fotografi still life adalah salah satu cabang ilmu

fotografi yang digemari oleh para fotografer, foto-foto yang diciptakan nampak hingar bingar penuh warna dan berbagai macam objek bisa masuk ke dalamnya. Bahkan dalam fotografi komersial *still life* banyak mengambil peran di dalamnya seperti adanya foto produk, interior serta foto makanan.

Fotografi still life merupakan salah satu jalan termudah untuk mempertajam kemampuan dalam menggunakan komposisi pada saat melakukan pemotretan. Pemotretan still life merupakan sesuatu hal yang sederhana dalam fotografi karena objek yang dibidik adalah benda yang ada di sekeliling bahkan keseharian kita. Perlu diperhatikan hal yang paling penting dalam mengatur kelompok objek dalam pemotretan adalah membuat komposisi yang masuk akal secara visual (Perweiler Garry 1984: 53). Fotografi still life dapat menceritakan sesuatu bahkan dapat memperlihatkan ketajaman, kekontrasan warna. Dari hal tersebut tentunya dalam still life fotografi tidak lepas dari unsur-unsur estetik dan artistik melalui karya yang dihasilkan. Sehingga nilai-nilai keindahan dan makna yang tersirat dapat ditangkap oleh audience.

4. Media Promosi

Secara harfiah kata media memiliki arti "Perantara" atau "Pengantar". Association for Education and Communication Technology (AECT) mendefinisikan media yaitu segala bentuk yang dipergunakan untuk suatu proses penyaluran informasi. Education Association (NEA) mendefinisikan sebagai benda yang dapat dimanipulasikan, dilihat, didengar, dibaca atau dibicarakan beserta instrument yang dipergunakan dengan baik. Kesimpulannya media merupakan alat perantara yang diciptakan untuk menyalurkan pesan dengan tujuan agar pemakai dapat lebih mudah dalam mencapai suatu tujuan. Sedangkan

promosi adalah pertukaran informasi antar organisasi/lembaga dan konsumen dengan tujuan utama memberi informasi tentang produk atau jasa yang tersedia dalam organisasi dan membujuk calon konsumen untuk berinteraksi terhadap produk atau jasa tersebut (Lasa Hs, 2009:290). Ditarik kesimpulan apabila digabungkan media promosi adalah sarana pengantar informasi tentang produk atau jasa yang bertujuan untuk membujuk calon konsumen agar berinteraksi dengan produk atau jasa tersebut.

Media promosi dibagi menjadi 2 jenis dalam periklanan yaitu:

1. Above The Line (ATL) atau media Lini Atas

Pemasaran atau marketing *Above The Line* (ATL) merupakan pemasaran produk atau jasa yang menggunakan media massa. Media yang digunakan biasanya adalah media televisi, radio, media cetak, internet, dan sebagainya. ATL merupakan media tidak langsung yang mengenai *audience* kerena sifatnya yang terbatas pada penerimaan audience.

Ciri-ciri *Above The Line* (ATL)

- a. Target audience yang luas
- Lebih untuk menjelaskan sebuah konsep atau ide dan tidak ada interaksi langsung dengan audience.
- c. Media yang digunakan berupa media massa berupa TV, radio, majalah, koran, billboard, dan sebagainya.
- 2. Below The Line (BTL) atau Media Lini Bawah.

Below The Line (BTL) merupakan aktifitas marketing atau promosi yang dilakukan ditingkat ritail atau konsumen dengan salah satu tujuannya adalah merangkul konsumen agar tertarik dengan suatu produk. BTL merupakan media

langsung yang mengenai *audience*, contohnya: progam bonus atau hadiah, *event*, pembinaan konsumen, dan sebagainya.

Ciri-ciri *Below The Line* (BTL):

- a. Target audience terbatas
- b. Media atau kegiatannya memberikan *audience* kesempatan untuk merasakan, menyentuh atau berinteraksi bahkan langsung membeli.
- c. Media yang digunakan adalah event, sponsorship, sampling, point of sale (POS) materials, consumer promotion, dan sebagainya.

Jadi apabila melihat definisi dari 2 jenis media promosi dalam periklanan maka media fotografi termasuk dalam jenis *Above The Line* (ATL) atau media Lini Atas.

3. Produk Vanilla Leather

Untuk memenuhi kebutuhan hidupnya masyarakat akan selalu mengkonsumsi suatu produk. Tingkat konsumsi masyarakat terhadap produk yang tinggi membuat para produsen berlomba-lomba bersaing untuk memberikan pelayanan yang terbaik dengan kualitas produknya masing-masing. Definisi produk itu sendiri menurut Kotler dan Amstrong (2000) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapat perhatian, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk juga dapat didefinisikan sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya. Lebih rinci, konsep produk total meliputi barang, kemasan, merek, label, pelayanan, dan jaminan. Bidang fasyen adalah salah satu kebutuhan yang harus dipenuhi oleh masyarakat luas, bukan hanya sebagai

kebutuhan sandang namun juga sebagai kebutuhan gaya hidup. Hal ini menjadi latar belakang terbentuknya Vanilla Leather.

Vanilla Leather adalah sebuah *brand* lokal Indonesia yang bergerak dalam bidang fasyen. Vanilla Leather berdiri sejak Mei 2013 di Yogyakarta, Indonesia. Dalam setiap produknya Vanilla Leather menggunakan kulit sapi lokal terbauk sebagai material utama dan di dukung dan didukung dengan material pendukung berkualitas lainnya. Produk utama dari Vanilla Leather adalah tas untuk wanita namun dalam perkembangannya kini Vanilla Leather juga memproduksi tas untuk pria, dompet serta asesoris dengan pengerjaan secara *handmade* dan tentu saja masih menggunakan kulit sapi lokal sebagai materialnya. Kualitas bahan yang baik, proses pengerjaan yang rapi dan teliti serta karakteristik desain yang unik dan elegan dari setiap produk Vanilla Leather mampu membuat produk Vanilla Leather bersaing dengan produk sejenis di pasar Indonesia.

Berdasarkan uraian judul di atas, secara garis besar maksud dalam tulisan ini adalah penggunaan media visual fotografi pada ranah fotografi komersial. Jenis fotografi yang digunakan adalah fotografi still life. Fotografi still life digunakan sebagai bahasa dari produk yang divisualkan sebagai media promosi produk-produk fasyen yang diproduksi oleh Vanilla Leather. Aksentuasi warna pada setiap karya diharapkan bisa menjadi salah satu solusi meningkatkan daya tarik konsumen kepada produk Vanilla Leather. Secara global arti dari judul Aksentuasi Warna dalam Penciptaan Fotografi Still Life sebagai Media Promosi Produk Vanilla Leather adalah kekuatan aksentuasi warna yang ditimbulkan dari dominasi warna dimanfaatkan sebagai kekuatan untuk menggiring perhatian audience mengarah pada produk Vanilla Leather. Media visual yang digunakan

adalah fotografi *still life*, bertujuan untuk memberi fokus utama kepada produk dan memanfaatkan komposisi produk serta properti sebagai pemanis visual.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang, rumusan masalah dalam penciptaan karya fotografi "Perancangan Fotografi *Still Life* dengan Visual Dominasi Warna sebagai Media Promosi Produk Vanilla Leather" ini antara lain:

- 1. Bagaimana menciptakan karya fotografi still life dengan visual dominasi warna, lalu mengemasnya menjadi single foto, agar mempunyai nilai komersial?
- 2. Bagaimana menanamkan karakter produk Vanilla Leather kepada target *audience* melalui aksentuasi warna dalam wujud fotografi *still life*?
- 3. Bagaimana mengemukakan ide/gagasan yang ada di pikiran penulis ke dalam bentuk karya fotografi?

Pada karya tugas akhir ini karya-karya foto yang dibuat mengandalkan unsur dominasi warna dalam setiap karyanya. Penggunaan media olah digital menjadi alat dalam pengerjaannya. Setiap karya fotonya akan selalu menjadikan produk Vanilla Leather sebagai *point of interest* sehingga karakter produk dapat tersampaikan.

D. Tujuan Penciptaan dan Manfaat

1. Tujuan

Adapun tujuan yang ingin penulis berikan dalam pembuatan karya fotografi ini antara lain:

- a. Menciptakan karya fotografi *still life* dengan teknik yang tepat agar pesan tersebut dapat diterima kepada masyarakat dengan baik.
- b. Menanamkan karakter produk Vanilla Leather kepada target audience melalui karya fotografi.
- c. Mengemukakan ide/gagasan yang ada di pikiran penulis ke dalam bentuk karya fotografi.

2. Manfaat

Manfaat yang di dapat dalam pembuatan karya fotografi ini antara lain:

- a. Melalui karya seni fotografi dapat menambah inspirasi tentang teknik *still life* di dunia fotografi komersial.
- b. Memperkaya ide dan wujud seni fotografi dengan materi subjek tersebut.
- c. Menciptakan karya seni fotografi still life dengan ide visual yang unik, sehingga pesan tersebut dapat tersampaikan dan dapat memiliki nilai komersial bagi para penikmatnya.
- d. Karya fotografi dari tugas akhir ini dapat menjadi media promosi bagi Vanilla Leather

E. Metode Pengumpulan Data

Ada beberapa metode yang dilakukan untuk mengumpulkan data guna memperkuat proses penciptaan karya fotografi, yaitu:

1. Observasi/Pengamatan

Pada awalnya sebelum mengajak Vanilla Leather sebagai *vendor* dalam pembuatan karya tugas akhir ini banyak pertimbangan yang dilakukan dengan adanya beberapa pengamatan untuk mendapatkan *vendor* yang produknya sesuai

untuk dijadikan objek pemotretan pada tugas akhir ini. Pengamatan yang dilakukan memalui media maya seperti instagram serta website beberapa produk lokal yang ada di Yogyakarta. Kurang lebih satu bulan yaitu pada bulan Mei 2016 penulis menemukan *vendor* yang mempunyai produk sesuai untuk kebutuhan pemotretan.

Dalam proses observasi ditemukan jenis *brand* yang hampir sama dengan Vanilla Leather, kemudian dibuat daftar untuk mengerucutkan *brand* seperti apa yang dibutuhkan. Akhirnya ditentukan Vanilla Leather sebagai *vendor* dalam proses pembuatan tugas akhir ini, Vanilla Leather dipilih karena memiliki konsitensi jenis produk yang diproduksi. Selain itu Vanilla Leather juga sangat terbuka untuk melakukan kerjasama dan sadar akan pentingnya media fotografi sebagai salah satu jalan untuk mempromosikan produk mereka. Sehingga proses pembuatan tugas akhir ini juga mempunyai tujuan untuk membuat iklan Vanilla Leather dengan media fotografi.

2. Wawancara

Proses yang dilakukan untuk mencapai kesepakatan dengan pihak *vendor* terbilang cepat dan tidak melalui banyak halangan. Ketika sudah menentukan *vendor*, proses komunikasi dengan *vendor* terkait dan merencanakan pertemuan untuk membahas proposal. Pada bulan Juli memulai kunjungan ke *store* Vanilla Leather yang berada di Lippo Plaza Yogyakarta. Bertemu langsung dengan *owner* dari Vanilla Leather yaitu Stevanny. Setelah memulai percakapan dengan memaparkan maksud dan tujuan akhirnya mulai proses presentasi proposal kerjasama. Proposal dibuat untuk menjelaskan proses kerjasama serta rencana teknis produksi agar tidak terjadi miss komunikasi dalam pelaksanaan produksi.

Pada rencana pembuatan foto pihak Vanilla yang diwakili oleh Stevanny akan dilibatkan dan bertugas untuk menjelaskan setiap detail konsep produk sehingga bisa diterjemahkan dalam bahasa visual. Selain melibatkan pihak Vanilla Leather, juga dilakukan wawancara kepada salah satu konsumen produk Vanilla Leather untuk mencari tahu kelebihan dan kekurangan produk Vanilla Leather sehingga nantinya foto yang dihasilkan bisa sepenuhnya membantu Vanilla Leather mengemas iklan visualnya lebih baik dan akan berdampak pada peningkatan penjualan produk.

3. Studi Pustaka

Untuk memperkuat laporan tugas akhir ini penulis diambil beberapa teori yang bersangkutan dengan bahasan tugas akhir ini. Buku-buku yang digunakan adalah buku-buku yang berkaitan dengan fotografi still life, aksentuasi warna serta yang berhubungan dengan media promosi. Buku-buku tersebut diantaranya *Pot-Pourri* Fotografi yang ditulis oleh Soeprapto Soedjono, Nirmana oleh Sadjiman Ebdi Sanyoto serta masih banyak lagi. Selain dari buku juga ada tambahan materi melalui e-book, jurnal serta website yang berkaitan dengan bahasan isi tugas akhir.