

ABSTRAK

Oleh: Nizar Suprayogo
1110579031

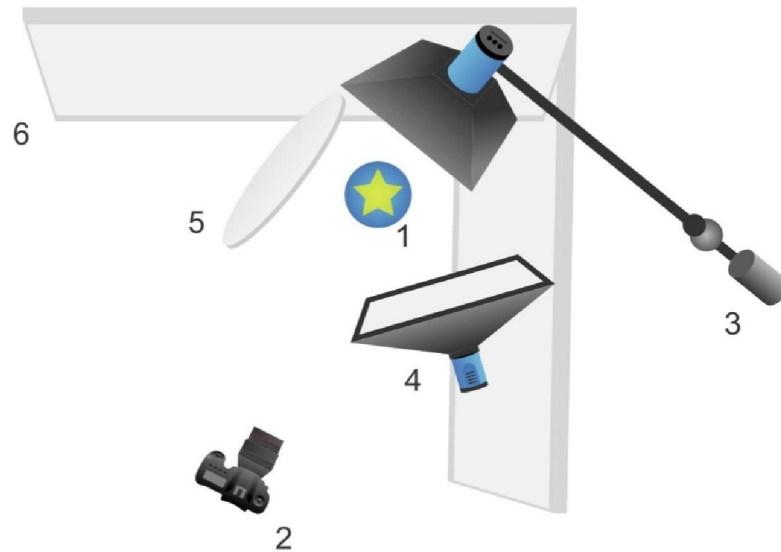
Mahasiswa Program Studi S-1 Fotografi
RT 02/ RW 01, Ds. Slawe, Kec. Watulimo, Kab. Trenggalek, Jawa Timur
No. Hp: 082220634958, E-mail: nizarsuprayogo@gmail.com

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

Data Teknis

Diafragma	: 11
Kecepatan rana	: 1/125
ISO	: 100
<i>Focal Length</i>	: 57mm



- Kamera Canon 50D

- Lensa Canon L series 24-70mm

- Keterangan

1. Objek
2. Kamera
3. *Boom stan + softbox*
4. *Softbox*
5. Reflektor 1
6. *Background*

Noah adalah nama dari seri produk Vanilla Leather. Produk ini dari bahan kulit sapi jenis *pull up*, yaitu jenis kulit sapi yang tebal, lembut serta lentur, sehingga jenis kulit sapi ini digunakan untuk produk yang berkualitas atau *premium*. Noah merupakan perpaduan antara *backpack* dan *passanger bag* cocok digunakan untuk pria maupun wanita. Desain yang elegan, simple, dan *stylish* sangat sangat menunjang penampilan penggunanya dalam keseharian. Noah *bag* memiliki ruang serbaguna di dalamnya yang memudahkan penggunanya menyimpan barang yang dibutuhkan. Noah *bag* mempunyai spesifikasi ukuran tinggi 31cm, panjang 25,5cm, lebar 10cm, dan *sling bag* +/-100cm.

Konsep foto menggunakan teknik aksentuasi warna dengan dominasi warna hijau serta warna kontras coklat merah bertujuan untuk menggiring *point of interest* tertuju pada produk. Ilustrasi cerita pada foto merepresentasikan sebagian fungsi dari produk tersebut yaitu produk yang ditujukan kepada para pria atau wanita yang suka bepergian tanpa meninggalkan kesan *stylish* dan *fashionable*. Penempatan buku agenda serta bulpen menggambarkan rutinitas seseorang yang mempunyai kesibukan rutin misalnya mahasiswa ataupun karyawan sebuah perusahaan.

Teknis pemotretan menggunakan dua sumber cahaya dari lampu *flash*, masing-masing menggunakan asesoris *softbox*. Penggunaan asesoris *softbox* bertujuan untuk menghasilkan efek cahaya yang lembut. Karakter cahaya lembut menjadi benang merah dari setiap foto karena ingin menampilkan kesan ceria dan berwarna. Penempatan lampu berada di samping kanan sebagai *mainlight* serta pada posisi atas objek sebagai *effectlight*. Sisi sebelah kiri dan bawah objek diberi reflektor untuk mengangkat bagian yang minim cahaya.

D. SIMPULAN

Wacana pemerintah tentang pengembangan-pengembangan usaha lokal untuk menghadapi MEA(Masyarakat Ekonomi Asean) berdampak positif di kalangan masyarakat, munculnya *brand-brand* lokal membantu meningkatkan nilai ekonomi di masyarakat. *Brand* lokal dari Kota Yogyakarta yaitu Vanilla Leather menjadi salah satunya, dengan produk utama tas berbahan kulit siap meramaikan pasar di tanah air. Produk dengan kualitas bagus tidak diiringi dengan visual iklan yang menarik, disitu muncul peluang untuk bekerja sama dalam membuat ulang beberapa iklan produk Vanilla Leather. Kemasan visualnya disesuaikan dengan tren visual iklan tas yang sedang digemari oleh konsumen. Target pasar dari produk Vanilla Leather kebanyakan adalah kaum wanita maka dipilih konsep visual yang ceria dan berwarna, sehingga diharapkan visual iklan yang dibuat akan menarik setiap calon konsumen untuk melihat dan penasaran dengan produk-produk Vanilla Leather.

Konsep visual dengan menggunakan media fotografi dengan teknis aksentuasi warna dipilih karena dirasa cocok untuk merepresentasikan kesan yang ceria dan berwarna. Objek utama dalam karya foto adalah produk Vanilla Leather yang dikemas dengan warna kontras harmonis dengan objek lain seperti background dan properti pendukung. Warna yang beda bertujuan untuk menggiring mata *audience* kepada produk Vanilla Leather karena adanya unsur aksentuasi yang tercipta oleh dominasi warna yang diciptakan oleh warna dominan dari *background* dan properti.

Menentukan warna yang kontras harmonis dari produk adalah salah satu tantangan yang muncul ketika proses *editing*. Pemilihan warna tidak boleh mengasal karena akan berpengaruh pada harmonisasi komposisi warna yang diciptakan. Digunakannya literasi buku serta materi dari internet sebagai sumber menentukan warna kontras harmonis yang akan diaplikasikan pada *background* serta properti, sehingga bisa tercipta komposisi warna yang harmonis. Aksentuasi warna yang tercipta dalam karya foto muncul karena adanya suatu dominasi warna, dominasi warna menimbulkan warna kontras yang terjadi pada produk

Vanilla Leather. Kontras tersebut yang menjadi aksentuasi warna, fungsi dari aksentuasi warna sebagai penarik perhatian mata *audience* untuk fokus terhadap foto produk.

Proses produksi foto dalam pembuatan tugas akhir ini banyak memberikan, misalnya untuk manajemen tim serta cara membangun relasi dengan klien dimana pada kasus ini klien yang dimaksud adalah *owner* dari Vanilla Leather. Pergantian beberapa personil dalam tim menjadi penghambat untuk kelancaran produksi, beberapa faktor seperti kesibukan kerja masing-masing dari personil membuat jadwal yang sering berubah. Tidak adanya paksaan atau tindak tegas untuk jadwal yang sering berubah-ubah mengingat produksi pemotretan ini bukan untuk proyek komersil jadi tidak ada kontrak kerja, namun perlunya berpikir cepat untuk mencari jadwal yang pas atau mencari pengganti personil yang bisa membantu dalam proses produksi.

Komunikasi dengan klien sangat berpengaruh pada keberhasilan karya tugas akhir ini, mulai dari pengajuan proposal kerjasama, *brainstorming* untuk menentukan konsep serta *finishing* visual. Menyadari akan kesibukan klien maka komunikasi selalu dijaga dengan baik dan inten sehingga klien merasa nyaman dalam menjalin kerjasama dan imbasnya adalah kelancaran dalam membuat tugas akhir ini.

DAFTAR PUSTAKA

MES 56. 2015. *Cerita Sebuah Ruang*. Yogyakarta: Indo Art Now.
Sanyoto, Sadjiman Ebd. 2009. *Nirmana*. Yogyakarta: Jalasutra.