

**VISUALISASI AROMA PARFUM PADA FOTO
PRODUK R&Y PREMIUM PERFUME**



**SKRIPSI PENCIPTAAN
KARYA SENI FOTOGRAFI**

IKHSAN MAULANA HAFIZ

NIM 2011089031

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

2025

**VISUALISASI AROMA PARFUM PADA FOTO
PRODUK R&Y PREMIUM PERFUME**



**SKRIPSI PENCIPTAAN
KARYA SENI FOTOGRAFI**

Untuk Memenuhi Persyaratan Derajat Sarjana
Jurusan Fotografi, Program Studi Fotografi

**IKHSAN MAULANA HAFIZ
NIM 2011089031**

**PROGRAM STUDI S-1 FOTOGRAFI
FAKULTAS SENI MEDIA REKAM
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2025**

HALAMAN PENGESAHAN

VISUALISASI AROMA PARFUM PADA FOTO PRODUK R&Y PREMIUM PERFUME

Disusun oleh:
Ikhsan Maulana Hafiz
2011089031

Telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Skripsi
Program Studi Fotografi, Jurusan Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam,
Institut Seni Indonesia Yogyakarta pada tanggal **03 JUN 2025**

Pembimbing I


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

Pembimbing II


**Yohanes Baptista Baud
Priambodo, M.Sn.**
NIDN. 0029058913

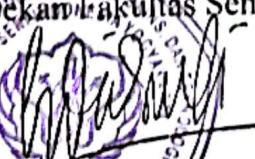
Penguji Ahli


Adya Arsita, S.S., M.A.
NIDN. 0002057808

Mengetahui,
Ketua Jurusan/Koordinator Program Studi


Novan Jemmi Andrea, M.Sn.
NIP. 198612192019031009

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Seni Media Rekam


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



PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Ikhsan Maulana Hafiz
Nomor Induk Mahasiswa : 2011089031
Program Studi : S-1 Fotografi
Judul Skripsi : **Visualisasi Aroma Parfum Pada Foto Produk R&Y
Premium Perfume**

Dengan ini menyatakan bahwa dalam skripsi saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi atau pernah ditulis atau diterbitkan oleh pihak lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan/atau tercantum dalam daftar pustaka.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku apabila pada kemudian hari ditemukan bukti bahwa pernyataan ini tidak benar.

Yogyakarta, 22 Mei 2025

Yang menyatakan,


Ikhsan Maulana Hafiz

HALAMAN PERSEMBAHAN

Semua hasil akhir dari perjuangan panjang skripsi penciptaan karya seni fotografi ini dipersembahkan kepada Allah SWT tuhan yang maha esa sebagai ucapan rasa syukur yang telah mempermudah segala urusan dan atas rahmat-Nya lah saya bisa di titik ini.

Skripsi ini juga dipersembahkan kepada keluarga khususnya kedua orantg tua tercinta yang selalu memberikan dukungan, baik itu secara materi ataupun moral.

Terima kasih atas semua hal baik yang telah dilalui dalam hidup ini

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa karena dengan rahmatnya saya dapat menyelesaikan skripsi penciptaan karya seni fotografi. Skripsi ini dibuat sebagai bentuk pertanggungjawaban sebagai syarat dalam meraih gelar sarjana dalam Program Studi Fotografi di Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Skripsi ini berisikan bagaimana proses dan hasil yang dilalui dan dihasilkan selama melakukan penciptaan karya fotografi. Atas dukungan yang diberikan bertujuan untuk memenuhi skripsi penciptaan yang berjudul “Visualisasi Aroma Parfum Pada Foto Produk R&Y Premium Perfume”.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah bersedia membantu dan mendukung dalam mewujudkan skripsi penciptaan ini. Terima kasih sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada:

1. Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan kasih sayang-Nya
2. Ibu, Bapak dan Adik yang senantiasa memberikan dukungan baik secara emosional maupun materi;
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 Koordinator Prodi Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta;
5. Achmad Oddy Widyanoro M.Sn., selaku Sekretaris Jurusan Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta;

6. Pamungkas Wahyu Setiyanto, M.Sn., selaku Dosen Wali yang mendampingi selama berjalannya masa perkuliahan;
7. Oscar Samaratunga, S.E., M.Sn., selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing penyusunan tugas akhir;
8. Yohanes Baptista Baud Priambodo, M.Sn., selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing penyusunan tugas akhir;
9. Adya Arsita, S.S., M.A., selaku Dosen Penguji Ahli yang telah memberikan saran dan masukan berharga dalam proses penyelesaian tugas akhir;
10. Seluruh dosen dan staf di Jurusan Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta;
11. Andry Mahyudin Sianturi, sebagai teman khusus yang selalu bersedia membantu dalam proses produksi dan pra produksi;
12. Laits, Raihan, Rizky, Wayan, dan Idzkar sebagai teman yang pernah membantu dan meminjamkan alat yang dibutuhkan selama proses produksi;
13. Teman-teman Jurusan Fotografi Institut Seni Indonesia Yogyakarta khususnya angkatan 2020;
14. Yuni Astuti Andriyani yang telah membantu meminjamkan produk parfumnya sebagai objek penciptaan sekaligus pemilik dari brand R&Y Premium Perfume;
15. Semua pihak yang telah membantu dan melancarkan proses penciptaan tugas akhir ini, terima kasih atas bantuan dan dukungannya

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR KARYA.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR SKEMA PENCAHAYAAN.....	xi
ABSTRAK	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Penciptaan	7
C. Tujuan Penciptaan	7
D. Manfaat Penciptaan	7
BAB II LANDASAN PENCIPTAAN	9
A. Landasan Teori.....	9
B. Tinjauan Karya.....	10
BAB III METODE PENCIPTAAN	21
A. Objek Penciptaan.....	21
B. Metode Penciptaan	22
C. Proses Perwujudan.....	27
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	46
A. Ulasan Karya	46
B. Pembahasan Reflektif.....	134
C. Implementasi Karya	136
BAB V PENUTUP	138
A. Kesimpulan.....	138
B. Saran.....	140
DAFTAR PUSTAKA	142
PUSTAKA LAMAN.....	143
LAMPIRAN.....	144

DAFTAR KARYA

Karya 1 R&Y Premium Perfume Angel Heart.....	48
Karya 2 R&Y Premium Perfume Green Apple.....	53
Karya 3 R&Y Premium Perfume Black Coffee	57
Karya 4 R&Y Premium Perfume Black Flower.....	62
Karya 5 R&Y Premium Perfume Lemon Fresh	67
Karya 6 R&Y Premium Perfume Gunung Kawi.....	72
Karya 7 R&Y Premium Perfume Black Opium.....	76
Karya 8 R&Y Premium Perfume Ocean Fresh	81
Karya 9 R&Y Premium Perfume Bubble Gum.....	85
Karya 10 R&Y Premium Perfume Charlie White.....	89
Karya 11 R&Y Premium Perfume English Pear	94
Karya 12 R&Y Premium Perfume Forbidden Rose	98
Karya 13 R&Y Premium Perfume Omnia Amethyste.....	102
Karya 14 R&Y Premium Perfume JLO Platinum.....	106
Karya 15 R&Y Premium Perfume Soleil Blanc.....	110
Karya 16 R&Y Premium Perfume Dunhill Blue	114
Karya 17 R&Y Premium Perfume Switzal Baby.....	118
Karya 18 R&Y Premium Perfume Green Tea	122
Karya 19 R&Y Premium Perfume Cool Man	126
Karya 20 R&Y Premium Perfume Jaguar Black	130

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.0 Logo Stiker Parfum R&Y Premium Perfume...	3
Gambar 1.1 Foto Produk Awal R&Y Premium Perfume	5
Gambar 1.2 Foto Produk Awal R&Y Premium Perfume	5
Gambar 2.0 Lingkaran Warna.....	15
Gambar 2.1 Tinjauan Karya Benjamin Henon.....	17
Gambar 2.2 Tinjauan Karya Olga Strostkaya	18
Gambar 2.3 Tinjauan Karya David Lineton.....	19
Gambar 3.0 Sony Alpha 7III.....	27
Gambar 3.1 Lensa Sony 18-105mm F/4.0 OSS.....	28
Gambar 3.2 Godox TT600	29
Gambar 3.3 <i>Trigger</i> Godox X1Ts.....	30
Gambar 3.4 Lexar Professional Silver Plus 64GB.....	31
Gambar 3.5 Baterai NP FZ 100.....	32
Gambar 3.6 Laptop Acer Nitro 5	33
Gambar 3.7 <i>Standard Reflector</i>	34
Gambar 3.8 <i>Lighting</i> Takara Spirit 3	35
Gambar 3.9 <i>Softbox</i> Godox Uk. 60x90cm	36
Gambar 3.10 S-bracket.....	37
Gambar 3.11 <i>Reflector</i>	38
Gambar 3.12 <i>Snoot</i>	39
Gambar 3.13 Sketsa Pemilihan dan Penataan Properti.....	41
Gambar 3.14 Sketsa Tata Lampu	42
Gambar 3.15 Proses Koreksi Warna, Gelap Terang, dan Ketajaman	43
Gambar 3.16 <i>Detail dan Retouching</i>	44
Gambar 3.17 Bagan Pembuatan Karya	45
Gambar 4.0 Sketsa Pemotretan Karya 1	49
Gambar 4.2 Sketsa Pemotretan Karya 2.....	54
Gambar 4.4 Sketsa Pemotretan Karya 3	58
Gambar 4.6 Sketsa Pemotretan Karya 4.....	63
Gambar 4.8 Sketsa Pemotretan Karya 5	68

Gambar 4.10 Sketsa Pemotretan Karya 6.....	73
Gambar 4.12 Sketsa Pemotretan Karya 7	77
Gambar 4.14 Sketsa Pemotretan Karya 8.....	82
Gambar 4.16 Sketsa Pemotretan Karya 9	86
Gambar 4.18 Sketsa Pemotretan Karya 10.....	90
Gambar 4.20 Sketsa Pemotretan Karya 11	95
Gambar 4.22 Sketsa Pemotretan Karya 12	99
Gambar 4.24 Sketsa Pemotretan Karya 13	103
Gambar 4.26 Sketsa Pemotretan Karya 14.....	107
Gambar 4.28 Sketsa Pemotretan Karya 15	111
Gambar 4.30 Sketsa Pemotretan Karya 16.....	115
Gambar 4.32 Sketsa Pemotretan Karya 17	119
Gambar 4.34 Sketsa Pemotretan Karya 18.....	123
Gambar 4.36 Sketsa Pemotretan Karya 19	127
Gambar 4.38 Sketsa Pemotretan Karya 20.....	131



DAFTAR SKEMA PENCAHAYAAN

Gambar 4.1 Diagram Lampu Karya 1.....	50
Gambar 4.3 Diagram Lampu Karya 2.....	55
Gambar 4.5 Diagram Lampu Karya 3.....	59
Gambar 4.7 Diagram Lampu Karya 4.....	64
Gambar 4.9 Diagram Lampu Karya 5.....	69
Gambar 4.11 Diagram Lampu Karya 6.....	74
Gambar 4.13 Diagram Lampu Karya 7.....	78
Gambar 4.15 Diagram Lampu Karya 8.....	83
Gambar 4.17 Diagram Lampu Karya 9.....	87
Gambar 4.19 Diagram Lampu Karya 10.....	91
Gambar 4.21 Diagram Lampu Karya 11.....	96
Gambar 4.23 Diagram Lampu Karya 12.....	100
Gambar 4.25 Diagram Lampu Karya 13.....	104
Gambar 4.27 Diagram Lampu Karya 14.....	108
Gambar 4.29 Diagram Lampu Karya 15.....	112
Gambar 4.31 Diagram Lampu Karya 16.....	116
Gambar 4.33 Diagram Lampu Karya 17.....	120
Gambar 4.35 Diagram Lampu Karya 18.....	124
Gambar 4.37 Diagram Lampu Karya 19.....	128
Gambar 4.39 Diagram Lampu Karya 20.....	132

VISUALISASI AROMA PARFUM PADA FOTO PRODUK

R&Y PREMIUM PERFUME

Ikhsan Maulana Hafiz

Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia

E-mail : ikhsanmaulanahafiz05@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dalam penciptaan ini adalah memvisualisasikan aroma parfum R&Y Premium Perfume ke dalam bentuk fotografi produk. Dalam industri parfum, aroma merupakan elemen utama yang tidak dapat diakses secara langsung, sehingga tantangan utama dalam penciptaan ini adalah bagaimana memvisualisasikan karakter aroma yang tidak tercium secara langsung ke dalam bentuk visual yang mampu menggugah imajinasi konsumen. Diharapkan melalui pendekatan fotografi *still life*, elemen-elemen visual seperti warna, *angle*, pencahayaan dan berbagai penggunaan properti pendukung dapat dimanfaatkan untuk merepresentasikan karakter aroma dari setiap varian parfum secara efektif. Proses kreatif melibatkan beberapa tahapan seperti pemilihan objek, observasi, perancangan visual, pemotretan, hingga tahap penyuntingan akhir. Hasil karya ini diharapkan nantinya dapat membantu menaikkan citra merek, menarik perhatian konsumen, dan berperan serta dalam pengembangan pengalaman visual dalam fotografi produk, khususnya untuk produk berbasis aroma yang tidak dapat dirasakan secara langsung.

Kata Kunci: fotografi produk, visualisasi, aroma, parfum, fotografi *still life*, R&Y Premium Perfume

VISUALIZATION OF PERFUME AROMA IN PRODUCT

PHOTOS R&Y PREMIUM PERFUME

Ikhsan Maulana Hafiz

Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia

E-mail : ikhsanmaulanahafiz05@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this creation is to visualize the aroma of R&Y Premium Perfume perfume in the form of product photography. In the perfume industry, aroma is the main element that cannot be accessed directly, so the main challenge in this creation is how to visualize aroma characters that cannot be smelled directly into a visual form that is able to arouse the consumer's imagination. It is hoped that through a still life photography approach, visual elements such as color, angle, lighting and various uses of supporting properties can be utilized to represent the aroma character of each perfume variant effectively. The creative process involves several stages such as object selection, observation, visual design, photography, and the final editing stage. It is hoped that the results of this work will help improve brand image, attract consumer attention, and participate in developing visual experiences in product photography, especially for aroma-based products that cannot be felt directly.

Keywords: *product photography, visualization, aroma, perfume, still life photography, R&Y Premium Perfume*

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penciptaan

Parfum adalah zat cair yang digunakan sebagai pewangi, terdiri dari bahan alami atau sintetis. Parfum dibuat dengan mencampurkan berbagai jenis zat atau bahan kimia, baik yang alami maupun sintetis yang sesuai dengan formula tertentu (Aldo, 2015). Parfum pada umumnya adalah wewangian yang dihasilkan dari proses ekstraksi bahan-bahan aromatik seperti bunga, akar dan jenis tanaman lainnya, yang digunakan untuk memberikan keharuman pada tubuh, ruangan atau benda. Proses ekstraksi dari tanaman-tanaman ini menghasilkan minyak esensial yang memiliki aroma wangi dan pekat dari tanaman tersebut (Sari, 2021).

Parfum telah menjadi produk yang populer di kalangan konsumen di seluruh dunia. Penggunaan parfum tidak hanya berkaitan dengan keinginan pribadi untuk memiliki aroma yang harum, tetapi juga menjadi bagian dari budaya dan identitas individu (Renaldi et al., 2021). Pada zaman sekarang parfum atau minyak wangi telah menjadi salah satu gaya hidup kebanyakan manusia. Parfum digunakan tidak hanya sekadar untuk menghilangkan atau menyamarkan bau badan yang mengganggu, tetapi juga digunakan untuk sekadar bergaya dan dikagumi orang lain.

Pemilihan parfum sebagai objek penciptaan fotografi produk berawal dari ketertarikan diri terhadap berbagai variasi aroma parfum. Pada proses penciptaan ini akan dideskripsikan seperti jenis aroma parfum, karakteristik

aroma, dan bahan ekstrak yang dipakai. Tahap awal dimulai dengan mengajukan program kerja sama kepada sejumlah produsen parfum terpilih yang berdomisili di Yogyakarta, mencakup perusahaan berskala besar maupun pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

R&Y Premium Perfume merupakan UMKM pertama dari beberapa perusahaan yang menerima tawaran program kerja sama. Hal tersebut yang menjadi pertimbangan awal mengapa R&Y Premium Perfume dipilih sebagai perusahaan yang akan mendampingi dalam proses pengembangan visual fotografi produk. Alasan utama yang menjadi pertimbangan dalam memilih R&Y Premium Perfume sebagai perusahaan pendamping dalam penciptaan ini adalah perusahaan tersebut memproduksi parfumnya secara mandiri yang aromanya terinspirasi dari *brand* parfum ternama.

R&Y Premium Perfume merupakan sebuah UMKM yang memproduksi parfum *inspired* dan memiliki ciri khas tersendiri dalam menyajikan produknya. Perusahaan ini meracik secara mandiri aroma parfum yang mereka produksi, dengan inspirasi yang berasal dari beberapa merek parfum ternama, seperti Dior, Jo Malone, Avril Lavigne, Bvlgari, Hugo Boss, Paco Rabanne, dan lainnya. Proses produksinya dimulai dari pemilihan bibit aroma yang kemiripannya menyerupai aroma asli. Selanjutnya, dilakukan tahap penakaran dan perbandingan antara bibit asli dengan beberapa campuran lainnya.



Gambar 1.0
Logo Stiker Parfum R&Y Premium Perfume

R&Y Premium Perfume menghadirkan produknya dengan kemasan yang khas, meskipun aroma parfumnya terinspirasi dari produk yang telah ada sebelumnya. Ciri khas ditunjukkan dengan desain label stiker yang bertuliskan R&Y Premium Perfume. Pada gambar 1.0 dapat dilihat terdapat tulisan R&Y yang merupakan sebuah representasi dari nama sang pemilik produk yang bernama Rudy dan Yuni. Logo tersebut menampilkan desain yang elegan, minimalis dan berkelas.

R&Y Premium Perfume menggunakan enam jenis kemasan botol yang berbeda dengan variasi ukuran mulai dari 15 ml, 30 ml, 50 ml, hingga 100 ml. Kemasan botol yang digunakan sebagai objek penciptaan adalah 50 ml. Berdasarkan hasil survei sebelumnya, ukuran tersebut dinilai paling tepat untuk dijadikan objek fotografi. Kemasan berukuran 15 ml dan 30 ml dianggap terlalu kecil, sementara kemasan 100 ml dinilai terlalu besar untuk kebutuhan visual. Pertimbangan lain dalam pemilihan botol tersebut adalah karakter permukaannya yang mengkilap (*glossy*), yang dinilai mampu

memberikan hasil visual yang lebih optimal dibandingkan permukaan botol dengan tekstur *doff*.

R&Y Premium Perfume adalah toko produk parfum UMKM (Usaha Kecil Menengah Mikro) yang beralamat di Jalan Kaliurang Kilometer 14, Ngemplak, Sleman, Yogyakarta. R&Y Premium Perfume adalah *brand* parfum yang didirikan oleh sepasang suami istri yang bernama Rudi dan Yuni. Brand parfum ini sudah berdiri sejak Maret 2020. R&Y Premium Perfume adalah merek parfum yang menyediakan layanan pembelian secara langsung di toko fisik serta secara *online* melalui media sosial Instagram dan aplikasi WhatsApp. Pada tahap selanjutnya, R&Y Premium Perfume berencana memperluas jangkauan pemasaran dengan memasarkan produknya melalui platform *e-commerce*, seperti Shopee dan Tokopedia.

Permasalahan yang dihadapi oleh produk R&Y Premium Perfume saat ini terletak pada penyajian foto produk yang masih tergolong sederhana. Sebelumnya, R&Y Premium Perfume telah memproduksi foto produknya secara mandiri, namun hasilnya belum dikerjakan secara profesional dan kurang menarik dari segi visual.



Gambar 1.1



Gambar 1.2

R&Y Premium Perfume

Sumber: <https://www.instagram.com/premiumperfumejogja/>
(Diakses pada 20 Agustus 2024)

Berdasarkan gambar 1.1 dapat dilihat foto produk hanya dipotret menggunakan *handphone* dan produk hanya diletakkan diatas pot bunga saja atau seperti pada gambar 1.2 yang hanya difoto seadanya dengan latar belakang hitam. Foto produk yang demikian tidak akan maksimal menarik minat pembeli dan menggugah selera mereka. Melihat kondisi tersebut, dilakukan kerja sama dengan pihak R&Y Premium Perfume untuk melakukan pembaruan foto produk secara lebih optimal. Proses ini dilakukan melalui pendekatan kreatif dan eksploratif, dengan tujuan meningkatkan daya tarik visual produk serta memperkuat citra merek sebagai bagian dari upaya pengembangan produk UMKM.

Fotografi produk merupakan hal yang sangat penting dalam menghadirkan visual secara ideal dan professional. Dalam penciptaan ini menggunakan salah satu jenis pendukung yaitu teknis fotografi *still*

life. Fotografi *still life* secara fungsional cukup identik dengan dunia fotografi produk dan *advertising*, namun untuk foto produk parfum bisa dilakukan sesuai dengan karakter aroma yang akan dibawakan (Indriyani, 2016).

Dalam industri parfum, aroma adalah hal yang paling utama untuk membedakan setiap jenis parfum. Hal yang menjadi tantangan adalah bagaimana cara memvisualisasikan suatu aroma parfum yang memiliki makna dan informasi terkait apa yang terkandung didalam parfum itu sendiri. Parfum adalah produk yang berinteraksi dengan indra penciuman, sementara media visual hanya berinteraksi dengan indra penglihatan. *Brand* seperti R&Y Premium Perfume selama ini memiliki permasalahan dalam menghadirkan suatu visual yang dapat menyampaikan esensi aroma parfum secara efektif dan mampu memicu imajinasi tentang aroma yang dihadirkan.

Visualisasi ini merujuk bagaimana elemen visual digunakan untuk merepresentasikan karakter aroma suatu parfum. Melalui eksplorasi warna, *angle*, komposisi aroma dan pencahayaan, diharapkan dapat "memvisualkan" aroma yang ingin disampaikan. Parfum dengan aroma segar seperti *citrus* dapat divisualisasikan dengan elemen-elemen yang identik dengan kesegaran, seperti jeruk yang berkilauan, bunga yang mekar, atau percikan air. Sebaliknya, parfum dengan aroma kayu atau *musk* yang hangat dapat divisualisasikan melalui elemen visual seperti kayu atau biji kopi yang mampu membangkitkan kesan hangat, mendalam, dan sensual. Melalui pendekatan ini, diharapkan konsumen dapat membayangkan

karakter aroma parfum tersebut bahkan sebelum mencobanya secara langsung.

Seiring dengan meningkatnya persaingan dalam industri parfum, kemampuan untuk mengkomunikasikan aroma secara efektif melalui fotografi produk menjadi keunggulan kompetitif yang signifikan. Visualisasi aroma parfum melalui elemen visual turut memperkuat citra merek serta memberikan pengalaman yang lebih kaya dan mendalam bagi konsumen, sehingga dapat meningkatkan potensi pembelian.

B. Rumusan Penciptaan

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, ditemukan permasalahan yang dapat dirumuskan sebagai berikut: Bagaimana memvisualisasikan foto produk parfum R&Y Premium Perfume yang mampu menyampaikan esensi dan keunikan aroma secara efektif.

C. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan

Memvisualisasikan foto produk yang dapat memicu imajinasi konsumen terkait aroma parfum R&Y Premium Perfume dan menyampaikan esensi aroma secara efektif.

2. Manfaat

- a. Memberikan suatu metode penciptaan visual dalam mengalihmediakan suatu aroma kedalam bentuk visual. Metode ini diharapkan dapat menjadi nilai lebih dalam mengembangkan keilmuan fotografi

- b. Meningkatkan kesadaran dan pemahaman konsumen terhadap produk, dengan visual yang efektif, diharapkan dapat mengomunikasikan keunikan aroma dan konsumen dapat memahami karakteristik parfum, membuat mereka lebih tertarik dan penasaran untuk mencobanya
- c. Mendorong keputusan pembelian, dengan menciptakan visual yang memikat dan menggambarkan aroma secara menarik, konsumen yang awalnya ragu diharapkan dapat lebih terdorong untuk membeli produk berdasarkan daya tarik visual yang sesuai dengan ekspektasi mereka terhadap aroma
- d. Meningkatkan citra *brand*, visual produk yang berkualitas tinggi mencerminkan brand yang premium dan profesional. Dengan menghadirkan foto produk yang menarik dan selaras dengan esensi dari setiap aroma, citra *brand* R&Y Premium Perfume sebagai peracik parfum premium diharapkan semakin kuat di mata konsumen