

**PENERAPAN KONSEP TROPIS DALAM  
FOTOGRAFI PRODUK UNTUK MEMPERKUAT  
IDENTITAS VISUAL VIVA COSMETICS**



**SKRIPSI PENCIPTAAN  
KARYA SENI FOTOGRAFI**

**Julia Puspita Sary**

**2011083031**

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

**2025**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PENERAPAN KONSEP TROPIS DALAM FOTOGRAFI PRODUK UNTUK  
MEMPERKUAT IDENTITAS VISUAL VIVA COSMETICS**

Disusun oleh:  
**Julia Puspita Sary**  
**2011083031**

Telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Fotografi, Jurusan Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam,  
Institut Seni Indonesia Yogyakarta pada tanggal 18 DEC 2025.

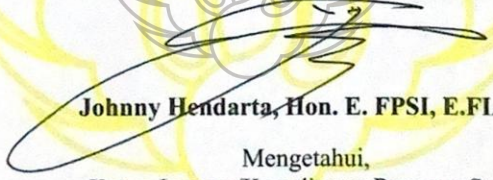
Pembimbing I/Ketua Penguji

Pembimbing II/Anggota Penguji

  
**Dr. Zulisih Maryani, M.A.**  
NIDN. 0019077803

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

Penguji Ahli

  
**Johnny Hendarta, Hon. E. FPSI, E.FIAP.**

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



## HALAMAN PERNYATAAN

### PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Julia Puspita Sary  
Nomor Induk Mahasiswa : 2011083031  
Program Studi : S-1 Fotografi  
Judul Skripsi : Penerapan Konsep Tropis dalam Fotografi Produk untuk  
Memperkuat Identitas Visual Viva Cosmetics

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, 8 Desember 2025

Yang menyatakan,

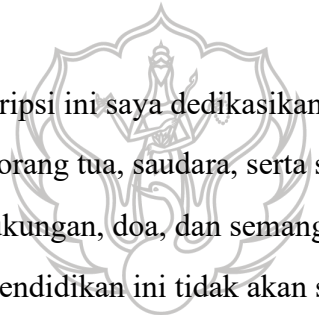


Julia Puspita Sary

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Rasa syukur dan terima kasih yang dapat saya sampaikan untuk  
Allah Subhanahu wa ta'ala serta keluarga tercinta.

---



Skripsi ini saya dedikasikan kepada:  
kedua orang tua, saudara, serta sahabat saya.  
tanpa dukungan, doa, dan semangat dari kalian,  
perjalanan pendidikan ini tidak akan saya lewati hingga  
berhasil menyelesaikan studi dan meraih gelar sarjana.  
Terima kasih.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah Subhanahu wa Ta'ala atas rahmat dan anugerah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi penciptaan seni fotografi yang berjudul “Penerapan Konsep Tropis dalam Fotografi Produk untuk Memperkuat Identitas Visual” dengan baik. Skripsi ini merupakan bentuk pertanggungjawaban penulis sebagai mahasiswa Program Studi S-1 Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini terdapat arahan, dukungan, saran, dan pendapat yang sangat membantu dalam setiap prosesnya. Oleh karena itu penulis sampaikan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua, mbak, dan adek yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan doa demi kelancaran skripsi;
2. Dr. Edial Rusli, S.E., M.Sn. Dekan Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta;
3. Novan J. Andrea, M.Sn., Ketua Jurusan Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta;
4. Kusrini, S.Sos, M. Sn., Sekretaris Jurusan Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta;
5. Dr. Zulisih Maryani M.A., sebagai Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan arahan;
6. Yohanes Baptista Baud Priambodo, M.Sn., sebagai Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan;

7. Kusrini, S.Sos., M.Sn. selaku Dosen Wali yang telah membimbing selama proses perkuliahan;
8. Seluruh, Staf Jurusan Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, yang telah membantu selama masa perkuliahan hingga akhir;
9. Tehek, Jeje, Jhon, Wayan, Laits, Rehan, Irfan, Hafiz, Desy, Fidel, Fitha, Hermin, dan seluruh teman – teman serta semua pihak yang memberikan dukungan dalam skripsi penciptaan fotografi.

Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari bahwa skripsi ini belum sepenuhnya sempurna. Oleh karena itu, masukan dan saran dari berbagai pihak sangat diharapkan untuk menjadikannya lebih baik. Semoga karya sederhana ini dapat memberikan manfaat, inspirasi, dan semangat bagi siapa pun yang membacanya.

Yogyakarta, 8 Desember 2025

Julia Puspita Sary

## DAFTAR ISI

|                                |      |
|--------------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL .....            | i    |
| HALAMAN PERNYATAAN .....       | iv   |
| HALAMAN PERSEMBAHAN .....      | v    |
| KATA PENGANTAR .....           | vi   |
| DAFTAR ISI.....                | viii |
| DAFTAR KARYA .....             | x    |
| ABSTRAK.....                   | xi   |
| <i>ABSTRACT</i> .....          | xii  |
| BAB I PENDAHULUAN.....         | 1    |
| A. Latar Belakang .....        | 1    |
| B. Rumusan Penciptaan.....     | 5    |
| C. Tujuan dan Manfaat .....    | 5    |
| BAB II.....                    | 7    |
| LANDASAN PENCIPTAAN.....       | 7    |
| A. Landasan Teori .....        | 7    |
| B. Tinjauan Karya .....        | 11   |
| BAB III METODE PENCIPTAAN..... | 16   |
| A. Objek Penciptaan .....      | 16   |
| B. Metode Penciptaan.....      | 21   |
| C. Proses Perwujudan.....      | 22   |
| D. Skema Penciptaan .....      | 31   |
| BAB IV .....                   | 32   |
| HASIL DAN PEMBAHASAN.....      | 32   |
| A. Ulasan Karya.....           | 32   |
| B. Pembahasan Reflektif .....  | 93   |
| BAB V PENUTUP .....            | 94   |
| A. Simpulan .....              | 94   |
| B. Saran .....                 | 95   |
| DAFTAR PUSTAKA .....           | 96   |
| LAMPIRAN.....                  | 97   |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                         |    |
|---------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1.1 Karya Viva Cosmetics.....                    | 2  |
| Gambar 2.1 Foto Karya Tinjau 1 .....                    | 11 |
| Gambar 2.2 Foto Karya Tinjau 2 .....                    | 13 |
| Gambar 2.3 Foto Karya Tinjau 3 .....                    | 14 |
| Gambar 3.2 Kamera Fujifilm X-T30 II.....                | 23 |
| Gambar 3.1 Kamera Sony A6400.....                       | 23 |
| Gambar 3.3 Lensa Fujifilm XF 50mm.....                  | 23 |
| Gambar 3.4 Lensa Sony FE 55mm .....                     | 23 |
| Gambar 3.5 Lensa Sony E PZ 18-105mm .....               | 24 |
| Gambar 3.7 Xpro-C II TTL Wireless Flash Trigger.....    | 24 |
| Gambar 3.6 TTL Wireless Trigger Godox X2T .....         | 24 |
| Gambar 3.9 Triopo Octagonal KS9 .....                   | 25 |
| Gambar 3.8 GODOX SGUV 80x80cm.....                      | 25 |
| Gambar 3.10 Kartu SanDisk Extreme SD UHS-I - 64GB ..... | 26 |
| Gambar 3.11 Lenovo IdeaPad Slim 3 .....                 | 26 |
| Gambar 4.1 Skema <i>Lighting</i> Karya 1.....           | 35 |
| Gambar 4.2 Skema <i>Lighting</i> Karya 2.....           | 38 |
| Gambar 4.3 Skema <i>Lighting</i> Karya 3.....           | 41 |
| Gambar 4.4 Skema <i>Lighting</i> Karya 4.....           | 44 |
| Gambar 4.5 Skema <i>Lighting</i> Karya 5.....           | 47 |
| Gambar 4.6 Skema <i>Lighting</i> Karya 6.....           | 50 |
| Gambar 4.7 Skema <i>Lighting</i> Karya 7.....           | 53 |
| Gambar 4.8 Skema <i>Lighting</i> Karya 8.....           | 56 |
| Gambar 4.9 Skema <i>Lighting</i> Karya 9.....           | 59 |
| Gambar 4.10 Skema <i>Lighting</i> Karya 10.....         | 62 |
| Gambar 4.11 Skema <i>Lighting</i> Karya 11.....         | 65 |
| Gambar 4.12 Skema <i>Lighting</i> Karya 12.....         | 68 |
| Gambar 4.13 Skema <i>Lighting</i> Karya 13.....         | 71 |
| Gambar 4.14 Skema <i>Lighting</i> Karya 14.....         | 74 |
| Gambar 4.15 Skema <i>Lighting</i> Karya 15.....         | 77 |
| Gambar 4.16 Skema <i>Lighting</i> Karya 16.....         | 80 |
| Gambar 4.17 Skema <i>Lighting</i> Karya 17.....         | 83 |
| Gambar 4.18 Skema <i>Lighting</i> Karya 18.....         | 86 |
| Gambar 4.19 Skema <i>Lighting</i> Karya 19.....         | 89 |
| Gambar 4.20 Skema <i>Lighting</i> Karya 20.....         | 92 |

## DAFTAR KARYA

|          |                                              |    |
|----------|----------------------------------------------|----|
| Karya 1  | Cerah dan Halus Secara Alami.....            | 33 |
| Karya 2  | Sentuhan Emas untuk Kulit Cerah .....        | 36 |
| Karya 3  | Kecerahan Alami dari Dalam .....             | 39 |
| Karya 4  | Kesegaran Alam untuk Kulit Bersih .....      | 42 |
| Karya 5  | Keanggunan yang Alami.....                   | 45 |
| Karya 6  | Cahaya di Bawah Mentari .....                | 48 |
| Karya 7  | Sentuhan Alam untuk Kekuatan Rambut .....    | 51 |
| Karya 8  | Ketenangan Kulit .....                       | 54 |
| Karya 9  | Kesegaran Murni dari Alam .....              | 57 |
| Karya 10 | Keanggunan dalam Waktu .....                 | 60 |
| Karya 11 | Sentuhan Lembut dari Alam .....              | 63 |
| Karya 12 | Perlindungan dari Sinar Matahari .....       | 66 |
| Karya 13 | Pesona Asmara di Tepi Pantai.....            | 69 |
| Karya 14 | Keanggunan yang Tumbuh Bersama Waktu.....    | 72 |
| Karya 15 | Kesegaran yang Menyatu dengan Alam.....      | 75 |
| Karya 16 | Cerah dari Alam .....                        | 78 |
| Karya 17 | Rahasia Lembut dalam Tidur .....             | 81 |
| Karya 18 | Kekuatan Alam untuk Kulit Lebih Tenang ..... | 84 |
| Karya 19 | Ketenangan Alami untuk Kulit Berjerawat..... | 87 |
| Karya 20 | Kelembapan Alami untuk Awal Hari.....        | 90 |

# **PENERAPAN KONSEP TROPIS DALAM FOTOGRAFI PRODUK UNTUK MEMPERKUAT IDENTITAS VISUAL VIVA COSMETICS**

## **ABSTRAK**

Julia Puspita Sary  
2011083031

Fotografi produk merupakan cabang fotografi komersial yang berfokus pada penyajian visual suatu produk untuk tujuan promosi melalui komposisi, pencahayaan, dan estetika yang menarik. Karya penciptaan ini memvisualkan penerapan konsep tropis sebagai pendekatan estetika dalam fotografi produk Viva Cosmetics, yang direpresentasikan melalui penggunaan elemen-elemen alami khas lingkungan tropis seperti dedaunan, kayu, pasir, air, dan cahaya menyerupai sinar matahari. Konsep tropis dipilih untuk memperkuat identitas visual Viva Cosmetics sebagai produk kecantikan yang diformulasikan bagi masyarakat Indonesia yang hidup di iklim tropis. Proses penciptaan karya ini mengacu pada metode eksplorasi, eksperimen, observasi, serta perwujudan karya yang melibatkan percobaan komposisi, pencahayaan, pemilihan properti, dan pengeditan digital untuk mendapatkan hasil visual yang konsisten. Beragam produk Viva Cosmetics dijadikan objek utama, difoto dengan pendekatan visual yang menonjolkan kesegaran, kealamian, dan karakter tropis yang ingin dibangun. Hasil fotografi berfungsi sebagai representasi visual sekaligus media promosi yang dapat digunakan untuk memperkuat citra merek Viva Cosmetics melalui media sosial dan kebutuhan komunikasi visual lainnya. Penerapan konsep tropis dalam karya ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan fotografi komersial, khususnya dalam penciptaan identitas visual produk lokal, serta menunjukkan bagaimana estetika tropis dapat meningkatkan daya tarik visual dan nilai komersial suatu produk.

**Kata Kunci:** fotografi produk, konsep tropis, identitas visual, Viva Cosmetics

# APPLICATION OF TROPICAL CONCEPTS IN PRODUCT PHOTOGRAPHY TO STRENGTHEN THE VISUAL IDENTITY OF VIVA COSMETICS

## ABSTRACT

Julia Puspita Sary  
2011083031

*Product photography is a branch of commercial photography that focuses on presenting visual representations of products for promotional purposes through compelling composition, lighting, and aesthetics. This creative work visualizes the application of a tropical concept as an aesthetic approach in photographing Viva Cosmetics products, represented through the use of natural elements typical of tropical environments such as foliage, wood, sand, water, and sunlight-inspired lighting. The tropical concept was chosen to strengthen the visual identity of Viva Cosmetics as a beauty brand formulated for individuals living in Indonesia's tropical climate. The creation process refers to methods of exploration, experimentation, observation, and artistic realization, involving trials of composition, lighting, property selection, and digital editing to achieve consistent visual outcomes. Various Viva Cosmetics products serve as the main subjects, photographed with a visual approach that emphasizes freshness, naturalness, and the tropical character intended to be conveyed. The resulting photographs function as visual representations as well as promotional media that can support the enhancement of Viva Cosmetics' brand image across social media and other visual communication channels. The application of the tropical concept in this work is expected to contribute to the development of commercial photography, particularly in the creation of visual identity for local products, and to demonstrate how tropical aesthetics can enhance the visual appeal and commercial value of a product.*

**Keywords:** *product photography, tropical concept, visual identity, Viva Cosmetics*

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

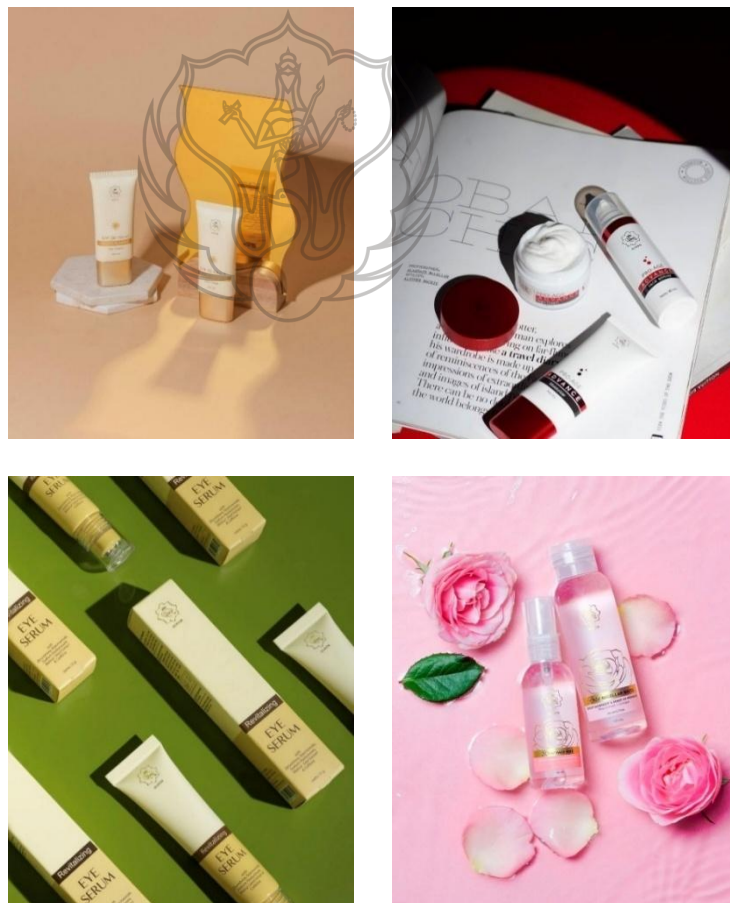
#### **A. Latar Belakang**

Pada era saat ini, penggunaan kosmetik sudah merupakan hal yang umum digunakan oleh berbagai kalangan baik pria maupun wanita, muda maupun tua. Produk kosmetik sudah dikenal sejak abad ke-19. Pemakaian kosmetik mulai mendapatkan perhatian, yaitu selain untuk kecantikan juga untuk kesehatan (Tranggono & Latifah, 2013).

Saat ini sudah banyak produk kosmetik yang dikeluarkan dan dipromosikan oleh perusahaan-perusahaan kosmetik. Dengan banyaknya produk yang dikeluarkan dan dipromosikan tersebut, semakin banyak variasi produk kecantikan yang dipasarkan. Produk kecantikan yang beredar saat ini berasal dari produk lokal, tetapi juga sudah banyak produk dari luar yang diminati masyarakat. Mengenai hal tersebut produk lokal juga harus bersaing dengan produk luar. Salah satu produk lokal yang layak untuk mendapatkan perhatian lebih dari masyarakat adalah produk Viva Cosmetics.

Produk Viva Cosmetics sudah didirikan sejak tahun 1962. Produk ini diproduksi oleh PT Vitapharm yang berlokasi di Tenggilis Mejoyo, Surabaya. Seiring berjalannya waktu, perusahaan ini mulai mengembangkan produk-produk yang formulanya dikenal sesuai dengan daerah tropis. Selain itu Viva Cosmetics juga menjadi salah satu produk kosmetik tertua yang melebelkan produknya dengan “*made in Indonesia*”. Hal ini tidak hanya soal label, tetapi juga menjadi bentuk kebanggaan

mereka sebagai produk buatan anak bangsa yang sepenuhnya diproduksi di dalam negeri. Viva ingin menunjukkan kalau produk lokal juga bisa berkualitas dan dipercaya oleh masyarakat luas. Kepala Divisi Pemasaran Viva Cosmetics, Danny Wibisono, menyampaikan bahwa Viva merupakan salah satu merek kosmetik lokal tertua di Indonesia yang berlabel *Made in Indoneia*, yang telah hadir dan melayani konsumen perempuan selama lebih dari lima dekade (Female Daily, 2013). Hal ini menjadi bukti nyata bahwa Viva tidak hanya fokus jualan, tetapi juga peduli sama citra dan kontribusinya untuk industri kecantikan dalam negeri.



Gambar 1.1  
Contoh Foto Produk Viva Cosmetics pada Akun Instagram Resmi Viva Cosmetics

Gambar 1.1 menampilkan beberapa unggahan foto produk dari akun Instagram resmi Viva Cosmetics sebagai representasi strategi komunikasi visual merek di media sosial. Namun, dari segi visual Viva Cosmetics masih menunjukkan kurangnya konsistensi dalam penyajian visual di media sosial, khususnya Instagram. Viva Cosmetics masih kurang dalam segi visual karena foto-foto yang ditawarkan memiliki konsep, warna, dan elemen yang tidak senada sehingga penciptaan ini dibuat untuk menciptakan visual yang konsisten dalam foto produk Viva Cosmetics. Konsistensi *branding* yang baik akan berpengaruh pula kepada loyalitas pelanggan untuk membeli produk ini karena berkaitan dengan citra merek. Menurut Rabiatal Adawiah dalam jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako bahwa citra merek mendukung tercapainya loyalitas pelanggan terhadap beberapa keuntungan strategis bagi perusahaan tentang pentingnya mempertahankan loyalitas pelanggan, efeknya adalah bertambahnya laba perusahaan (Adawiah et al., 2015). Konsistensi *branding* yang baik akan menghasilkan citra produk yang baik pula, dalam penelitian yang dilakukan oleh (Rorong et al., 2018) menyatakan bahwa citra produk berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli produk ini.

Untuk mencapai kekonsistenan *branding* visual maka diperlukan strategi kampanye visual yang baik untuk itu, kampanye visual merepresentasikan informasi untuk menciptakan makna secara efisien dan efektif, bila perlu teks terbatas digunakan. Ini dapat mencakup beragam media visual, termasuk interaktivitas, ikonografi, animasi, ilustrasi, desain

grafis, tipografi, visualisasi data (Jakus, 2018). Salah satu media yang bisa digunakan kampanye visual adalah fotografi.

Melalui fotografi calon konsumen akan lebih mengenal produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan. Hal tersebut bisa dicapai dengan menggunakan fotografi komersial. Menurut Nugroho (2005), Fotografi komersial lebih banyak digunakan untuk kebutuhan industri, fotografi komersial tak hanya menyajikan data tetapi juga bisa ditambahkan sesuatu untuk menambah daya tarik dari foto tersebut seperti manipulasi warna, cetakan, dll.

Penciptaan karya ini menggunakan konsep tropis. Tropis dalam fotografi biasanya menggunakan elemen-elemen seperti alam, tanaman hijau, dan cahaya alami dengan estetika yang bersih dan minimalis. Pada penciptaan ini menyajikan produk dalam konteks yang mencerminkan kesegaran, kemurnian, dan kehangatan khas lingkungan tropis tetapi tetap mempertahankan kesederhanaan. Penggunaan gaya tropis pada foto produk Viva Cosmetics ini yaitu untuk menginformasikan bahwa Viva Cosmetics dirancang sesuai dengan iklim tropis Indonesia dan untuk menarik perhatian masyarakat, karena tujuan penciptaan ini yaitu untuk memperkenalkan mengenai produk Viva Cosmetics ke masyarakat.

Alasan menjadikan Viva Cosmetics sebagai objek dalam penciptaan karya ini karena pencipta sudah mengenal dan memiliki pengalaman dalam penggunaan Viva Cosmetics selama kurang lebih lima tahun. Pencipta mengenal produk Viva Cosmetics melalui orang tua yang sudah

menggunakan Viva Cosmetics sejak tahun 1990-an. Dari beberapa kosmetik yang digunakan pencipta, Viva Cosmetics menjadi produk kosmetik yang paling cocok digunakan dalam sehari-hari. Hal tersebut bukan tanpa alasan, melainkan dikarenakan produk Viva Cosmetics ini memiliki harga yang terjangkau dan kualitas yang tinggi. Produk Viva Cosmetics sangat cocok untuk penerapan gaya tropis dalam foto produk karena merek ini memang dirancang untuk kulit orang Indonesia yang beriklim tropis. Dengan mengadopsi konsep tropis, foto produk Viva Cosmetics dapat dengan efektif menarik perhatian masyarakat, membedakan produk dari pesaing, dan memberikan kesan bahwa merek ini selalu berada di garis terdepan dalam tren kecantikan.

## **B. Rumusan Penciptaan**

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan, rumusan penciptaan ini adalah bagaimana menciptakan visual produk Viva Cosmetics dengan menerapkan konsep tropis agar mampu memperkuat identitas visual merek.

## **C. Tujuan dan Manfaat**

### **1. Tujuan**

Tujuan dari penciptaan karya ini adalah untuk menciptakan visual produk Viva Cosmetics dengan menerapkan konsep tropis agar mampu memperkuat identitas visual merek.

## 2. Manfaat

### a. Manfaat Teoretis

- a) Menambah keberagaman penciptaan karya seni fotografi khususnya dalam bidang fotografi produk pada ruang lingkup Jurusan Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
- b) Dapat dijadikan sebagai referensi khususnya dalam bidang fotografi produk.

### b. Manfaat Praktis

- a) Mempromosikan produk Viva Cosmetics agar lebih dikenal masyarakat luas.
- b) Memberikan informasi mengenai identitas merek Viva Cosmetics.

