

**VISUALISASI PRODUK AKSESORIS HERBARIA
DALAM FOTOGRAFI KOMERSIAL**



SKRIPSI

Oleh:

Riva Amalia Fasiha

NIM 2211204031

**PROGRAM STUDI S-1 FOTOGRAFI
JURUSAN FOTOGRAFI, FAKULTAS SENI MEDIA REKAM
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
GENAP 2026**


Skripsi berjudul:

VISUALISASI PRODUK AKSESORIS HERBARIA DALAM FOTOGRAFI KOMERSIAL diajukan oleh **Riva Amalia Fasiha**, NIM 2211204031, Program Studi S-1 Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta (Kode Prodi: 91271), telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Skripsi pada tanggal 20 MAY 2026 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I/Ketua


Oscar Samaratunga, S.E., M.Sn.
NUPTK 9045754655130113

Pembimbing II/Anggota


Syaifudin, M.Ds.
NUPTK 9861745646130072

Cognate/Anggota


Arti Wulandari, S.Sn., M.Sn.
NUPTK 9462753654230083

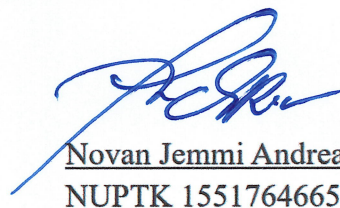
Mengetahui,

Dekan Fakultas Seni Media Rekam
Institut Seni Indonesia Yogyakarta



Dr. Edial Rusli, S.E., M.Sn.
NUPTK 7535745646130092

Koordinator Program Studi
S-1 Fotografi


Novan Jemmi Andrea, M.Sn.
NUPTK 1551764665130233

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Riva Amalia Fasiha
Nomor Induk Mahasiswa : 2211204031
Program Studi : S-1 Fotografi
Judul Skripsi : VISUALISASI PRODUK AKSESORIS HERBARIA
DALAM FOTOGRAFI KOMERSIAL

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, 7 Mei 2026

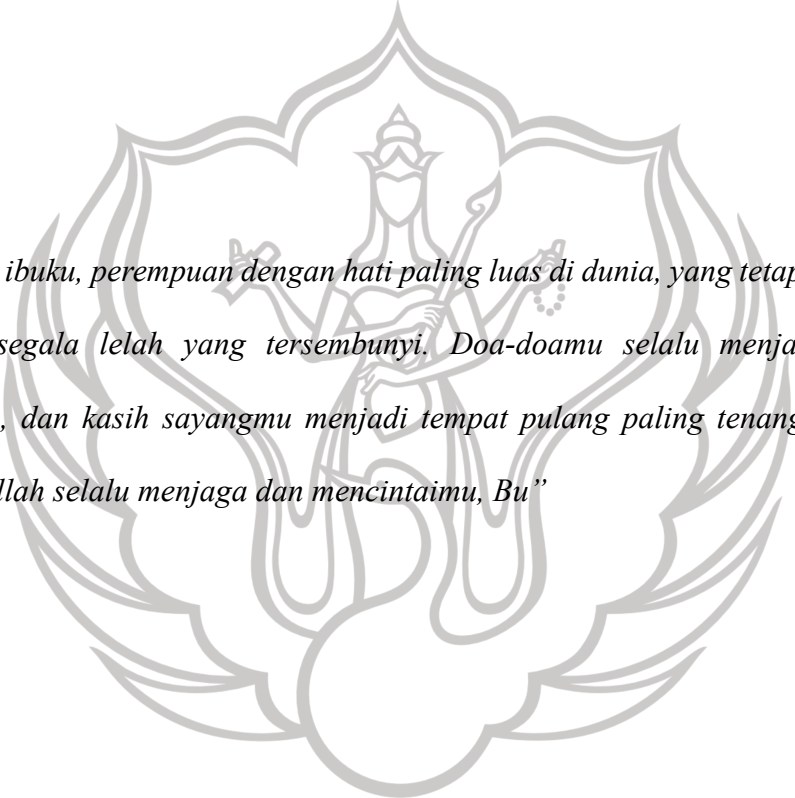
Yang menyatakan,



Riva Amalia Fasiha



HALAMAN PERSEMBAHAN



“Teruntuk ibuku, perempuan dengan hati paling luas di dunia, yang tetap bertahan di balik segala lelah yang tersembunyi. Doa-doamu selalu menjaga setiap langkahku, dan kasih sayangmu menjadi tempat pulang paling tenang untukku. Semoga Allah selalu menjaga dan mencintaimu, Bu”

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas berkah, rahmat, kasih dan hidayah-Nya yang senantiasa dilimpahkan. Sehingga terlaksana dan terselesaikan tugas akhir skripsi penciptaan karya seni fotografi yang berjudul “Visualisasi Produk Aksesoris Herbaria Dalam Fotografi Komersial” dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai bagian dari proses akademik untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan dengan lancar tanpa bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa Allah SWT atas segala rahmat, pertolongan, kemudahan, dan hidayah-Nya;
2. Kedua orang tua yang selalu menjadi rumah paling hangat dalam setiap proses perjalanan. Terima kasih atas doa yang tak pernah putus, semangat yang selalu diberikan, serta kasih sayang yang menguatkan hingga skripsi ini berhasil diselesaikan;
3. Dr. Irwandi, S.Sn., M.Sn., selaku Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta;
4. Edial Rusli, S.E., M.Sn., selaku Dekan Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta;
5. Novan Jemmi Andrea, M.Sn., selaku Ketua Jurusan Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta;

6. Oscar Samaratunga, S.E., M.Sn., selaku Dosen Pembimbing I sekaligus Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan, dukungan, serta arahan selama masa studi hingga selesainya skripsi;
7. Syaifudin, M.Ds., selaku Dosen Pembimbing II yang selalu memberikan bimbingan, arahan, serta saran dan masukan selama proses pengerjaan skripsi;
8. Arti Wulandari, S.Sn., M.Sn., selaku Dosen Penguji Ahli yang telah memberi saran dan masukan selama proses pengerjaan skripsi;
9. Seluruh Dosen dan Staf Jurusan Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, yang telah banyak membantu selama masa perkuliahan;
10. Kulub Madukoro, selaku Admin Jurusan Fotografi, yang telah memberikan bantuan dalam pengurusan berbagai keperluan administrasi akademik selama masa perkuliahan hingga penyelesaian tugas akhir;
11. Callixtine, selaku pemilik UMKM Herbaria yang telah membantu dan memberikan fasilitas selama proses penyelesaian skripsi ini;
12. Seluruh staf dan karyawan UMKM Herbaria atas segala bantuan, keramahan, dan kerja samanya yang telah sangat membantu dalam menyelesaikan skripsi ini;
13. Mas Rizam dan Talita, terima kasih sudah menjadi tempat pulang di tengah lelahnya perjalanan ini. Di balik setiap proses yang tidak mudah, selalu ada dukungan dan kasih sayang kalian yang menjadi alasan untuk mampu bertahan hingga sampai di titik ini;

14. Sarah Hafizah Nugraha, terima kasih telah hadir dan bertahan menemani sejak awal semester hingga sejauh ini. Di tengah berbagai lelah dan cerita yang datang silih berganti, kehadiranmu menjadi salah satu bagian paling hangat dalam perjalanan ini. Semoga segala kebaikan selalu menyertaimu, sebagaimana baiknya dirimu terhadap orang-orang di sekitarmu;

15. Mas Irfan, Kak Audi, Farid, Dhoni, Tama, Farel, Ardi dan teman-teman prodi fotografi angkatan 2022 lainnya yang selalu memberi bantuan serta motivasi selama proses pengerjaan skripsi;

16. Teman-teman Fotokata, mahasiswa Program Studi S-1 Fotografi Angkatan 2022 atas dukungan, kebersamaan, serta berbagai kenangan yang telah tercipta selama masa perkuliahan.

17. Semua pihak yang telah memberi dukungan penuh dalam proses penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan secara keseluruhan;

Skripsi penciptaan ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, segala saran dan masukan yang bersifat membangun diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi untuk pengembangan karya dan penyusunan penulisan di masa mendatang. Semoga dengan adanya karya skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi sumbangsih kecil dalam pengembangan ilmu pengetahuan.

Yogyakarta, 22 April 2026

Riva Amalia Fasiha

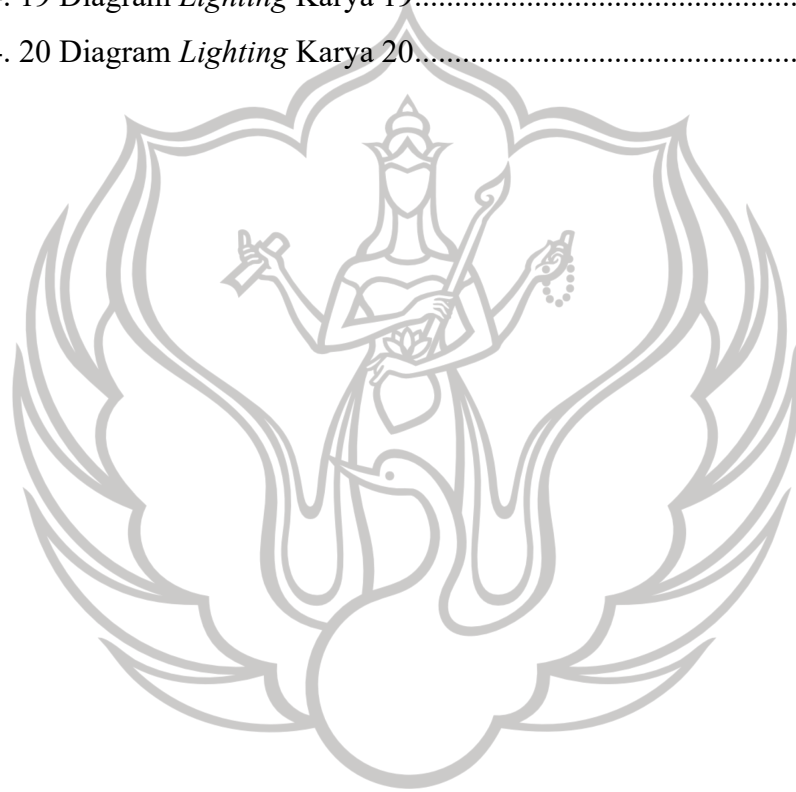
DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Penciptaan.....	7
C. Tujuan dan Manfaat	8
A. Landasan Teori.....	9
B. Tinjauan Karya.....	12
BAB III METODE PENCIPTAAN	19
A. Objek Penciptaan.....	19
B. Metode Penciptaan.....	21
C. Proses Perwujudan.....	25
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	43
A. Ulasan Karya	43
B. Pembahasan Reflektif	105
BAB V PENUTUP	107
A. Simpulan.....	107
B. Saran	109
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN	113

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Foto Produk Atsiri	13
Gambar 2. 2 Foto Schullin Wien.....	15
Gambar 2. 3 Foto Produk Helas <i>Jewelry</i>	17
Gambar 3. 1 Foto Produk Aksesoris Herbaria	21
Gambar 3. 2 Kamera Sony A7 Mark IV	26
Gambar 3. 3 Lensa Kamera.....	27
Gambar 3. 4 <i>Memory Card</i>	27
Gambar 3. 5 <i>Lighting</i>	28
Gambar 3. 6 <i>Trigger</i>	29
Gambar 3. 7 <i>Softbox</i>	30
Gambar 3. 8 Standar Reflektor.....	30
Gambar 3. 9 <i>Strip Softbox</i>	31
Gambar 3. 10 <i>Beauty dish</i>	31
Gambar 3. 11 <i>Background</i>	32
Gambar 3. 12 Laptop Macbok2020	32
Gambar 3. 13 <i>Icon software</i> Capture One dan Adobe Photoshop.....	34
Gambar 3. 14 Produksi.....	36
Gambar 3. 15 Proses <i>editing</i> menggunakan <i>software</i> Capture One.....	38
Gambar 3. 16 Proses <i>editing</i> menggunakan <i>software</i> Adobe Photoshop.....	38
Gambar 4. 1 Diagram <i>Lighting</i> Karya 1.....	46
Gambar 4. 2 Diagram <i>Lighting</i> Karya 2.....	49
Gambar 4. 3 Diagram <i>Lighting</i> Karya 3.....	52
Gambar 4. 4 Diagram <i>Lighting</i> Karya 4.....	55
Gambar 4. 5 Diagram <i>Lighting</i> Karya 5.....	58
Gambar 4. 6 Diagram <i>Lighting</i> Karya 6.....	61
Gambar 4. 7 Diagram <i>Lighting</i> Karya 7.....	64
Gambar 4. 8 Diagram <i>Lighting</i> Karya 8.....	67
Gambar 4. 9 Diagram <i>Lighting</i> Karya 9.....	70
Gambar 4. 10 Diagram <i>Lighting</i> Karya 10.....	73

Gambar 4. 11 Diagram <i>Lighting</i> Karya 11.....	76
Gambar 4. 12 Diagram <i>Lighting</i> Karya 12.....	79
Gambar 4. 13 Diagram <i>Lighting</i> Karya 13.....	82
Gambar 4. 14 Diagram <i>Lighting</i> Karya 14.....	85
Gambar 4. 15 Diagram <i>Lighting</i> Karya 15.....	88
Gambar 4. 16 Diagram <i>Lighting</i> Karya 16.....	91
Gambar 4. 17 Diagram <i>Lighting</i> Karya 17.....	94
Gambar 4. 18 Diagram <i>Lighting</i> Karya 18.....	97
Gambar 4. 19 Diagram <i>Lighting</i> Karya 19.....	100
Gambar 4. 20 Diagram <i>Lighting</i> Karya 20.....	103

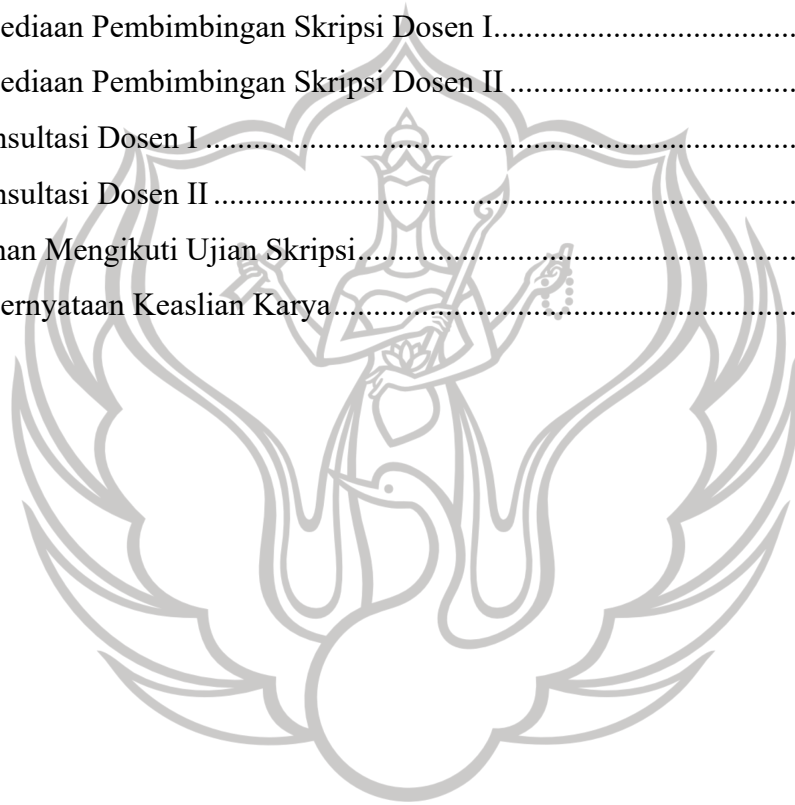


DAFTAR KARYA

Karya 1 <i>Still in Balance</i>	45
Karya 2 <i>Purple Charm</i>	48
Karya 3 <i>Floral Breathline</i>	51
Karya 4 <i>Living Herbaria</i>	54
Karya 5 <i>Golden Ring</i>	57
Karya 6 <i>Pink Refined</i>	60
Karya 7 <i>Calm in Blush</i>	63
Karya 8 <i>Table Echo</i>	66
Karya 9 <i>Tea Time</i>	69
Karya 10 <i>Floral Memory</i>	72
Karya 11 <i>Herbaria Craft</i>	75
Karya 12 <i>Botanical Notes</i>	78
Karya 13 <i>Paper Stories</i>	81
Karya 14 <i>Open Pages</i>	84
Karya 15 <i>Floral Calender</i>	87
Karya 16 <i>Bloom Cycle</i>	90
Karya 17 <i>Herbaria Hair Clips</i>	93
Karya 18 <i>Ornate Hair Clips</i>	96
Karya 19 <i>Natural Postcard</i>	99
Karya 20 <i>Flora Composition</i>	102

DAFTAR LAMPIRAN

Tabel Hasil wawancara	113
<i>Behind The Scene</i> Pemotretan	118
Rencana <i>Layout Display</i> Karya.....	119
Dokumentasi Pelaksanaan Sidang Skripsi	120
Rancangan Poster Skripsi Penciptaan	121
Rancangan Katalog Skripsi Penciptaan	122
Rancangan <i>Photobook</i> Skripsi Penciptaan.....	123
Surat Kesediaan Pembimbingan Skripsi Dosen I.....	124
Surat Kesediaan Pembimbingan Skripsi Dosen II	125
Form Konsultasi Dosen I	126
Form Konsultasi Dosen II	127
Permohonan Mengikuti Ujian Skripsi.....	128
Lembar Pernyataan Keaslian Karya.....	129



VISUALISASI PRODUK AKSESORIS HERBARIA DALAM FOTOGRAFI KOMERSIAL

Riva Amalia Fasiha

2211204031

ABSTRAK

Dalam era visual dan pemasaran digital, representasi produk melalui media fotografi menjadi faktor penting dalam membangun citra dan daya tarik suatu produk. Penciptaan karya ini berfokus pada visualisasi produk aksesoris *handmade* berbahan *pressed flower* dari Herbaria melalui pendekatan *still life*. Produk aksesoris Herbaria memiliki karakter visual yang unik melalui penggunaan bunga kering yang diawetkan, sehingga memerlukan pendekatan visual yang mampu menonjolkan detail, estetika, serta nilai artistiknya. Tujuan penciptaan ini adalah menghasilkan foto produk yang mampu menampilkan bentuk fisik, serta memperkuat identitas visual dan citra produk sebagai media promosi.

Metode yang digunakan meliputi eksplorasi ide, wawancara dengan pihak terkait, observasi terhadap produk, serta tahap eksperimentasi untuk mengembangkan konsep visual. Hasil penciptaan menunjukkan bahwa penerapan konsep *fresh to press* melalui penggunaan elemen bunga segar sebagai representasi bahan utama, serta pengolahan visual yang terarah, mampu meningkatkan nilai estetika dan daya tarik produk. Karya fotografi yang dihasilkan berfungsi sebagai media promosi, sekaligus menjadi cara untuk menyampaikan karakter dan keunikan produk dalam bentuk visual. Melalui tugas akhir penciptaan karya fotografi komersial ini, diharapkan visual yang dihasilkan dapat memperkuat promosi serta meningkatkan daya tarik produk Herbaria di tengah persaingan UMKM kreatif.

Kata Kunci: *still life*, fotografi komersial, Herbaria, *pressed flower*

VISUALISASI PRODUK AKSESORIS HERBARIA DALAM FOTOGRAFI KOMERSIAL

Riva Amalia Fasiha

2211204031

ABSTRACT

In the age of visual and digital marketing, product representation through photography has become a key factor in building a product's image and appeal. This project focuses on visualizing Herbaria's handmade accessories made from pressed flowers using a still life approach. Herbaria's accessory products possess a unique visual character through the use of preserved dried flowers, thus requiring a visual approach capable of highlighting their details, aesthetics, and artistic value. The objective of this project is to produce product photographs that not only showcase the physical form but also reinforce the product's visual identity and image as a promotional medium.

The methods employed include idea exploration, interviews with relevant parties, product observation, and an experimental phase to develop the visual concept. The results demonstrate that the application of the "fresh to press" concept—using fresh flower elements as the primary material—combined with targeted visual processing, enhances the product's aesthetic value and appeal. The resulting photographic works serve not only as promotional media but also as communicative visual representations of the product's character. Through this final project in commercial photography, it is hoped that it will support promotional strategies and enhance the competitiveness of Herbaria products in the creative SME market.

Keywords: *still life, commercial photography, Herbaria, pressed flower*

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri kreatif di Indonesia, khususnya di sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), telah menunjukkan perkembangan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. UMKM kreatif tidak hanya menjadi tulang punggung perekonomian lokal, tetapi juga berperan penting dalam melestarikan budaya dan mengembangkan produk inovasi yang berbasis kearifan lokal. Di tengah dinamika pasar dan persaingan global, para pelaku UMKM kreatif di kota-kota seperti Yogyakarta mampu menciptakan karya yang unik dan bernilai seni tinggi dengan mengoptimalkan sumber daya alam serta teknik kerajinan tradisional maupun modern.

Herbaria merupakan salah satu representasi nyata dari perkembangan pesat industri kreatif, khususnya pada UMKM di Yogyakarta. Brand UMKM kreatif ini berdiri pada tahun 2020 dan berfokus pada produksi aksesoris *handmade* berbahan bunga kering. Penggunaan bunga kering tersebut didasarkan pada teknik Herbarium yang dikenal sebagai metode pengawetan tumbuhan yang umum digunakan dalam bidang biologi, yang kemudian dikembangkan menjadi sebuah karya artistik yang bisa dikomersilkan. Pendekatan inovatif tersebut tidak hanya menghasilkan produk yang memiliki nilai estetika tinggi serta daya tahan, tetapi juga menonjolkan karakter unik yang membedakan Herbaria dari produk aksesoris lainnya.

Nama Herbaria sendiri diambil dari kata herbarium, yang merupakan bentuk jamak dari istilah tersebut. Bahan utama yang digunakan untuk membuat

aksesoris produk Herbaria ialah bunga yang sudah dikeringkan atau disebut dengan teknik *pressed flower*, yaitu proses pengeringan bunga dengan menekannya di antara halaman buku untuk menghilangkan kelembapan atau kadar air dari bunga atau daun agar bunga bisa tahan lama dan tetap indah. Herbaria menggunakan cara tradisional untuk mengawetkan bunga yang dipadukan dengan ide baru yang berupa penggabungan bunga asli dengan resin menjadi berbagai aksesoris *handmade* yang ramah lingkungan untuk membuat produk kreatif yang menarik.

Bunga yang digunakan pada produk aksesoris terdapat banyak jenis dan bentuk yang berbeda-beda. Bunga sendiri secara biologis merupakan bagian tumbuhan yang menghasilkan benih untuk membentuk tumbuhan baru. Bentuk yang dimiliki bermacam-macam, ada yang memiliki sedikit mahkota dan ada yang memiliki banyak mahkota. Selain itu, bunga juga bisa menjadi alat komunikasi untuk mengekspresikan perasaan yang tidak dapat diucapkan, yang biasa disebut dengan *floriografi* atau bahasa bunga (Rini et al., n.d.). Bunga bagaikan bahasa hati, terkadang bunga bisa menyampaikan sesuatu hal lebih baik dibandingkan kata-kata (Paramithasari, 2019). Keberagaman bentuk, warna, serta makna bunga turut memperkuat identitas visual produk, yang kemudian divisualisasikan melalui fotografi komersial, khususnya fotografi *still life*, guna menampilkan detail, estetika, dan citra brand secara optimal.

Seiring perkembangannya, Herbaria tidak hanya berperan sebagai produsen, tetapi juga sebagai studio dan ruang kreatif yang turut berkontribusi dalam pengembangan serta edukasi seni bunga kering. Keberhasilan Herbaria

dalam mengintegrasikan unsur seni, kepedulian lingkungan, dan inovasi bisnis turut memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan ekosistem usaha kreatif lokal di Yogyakarta.

Ketertarikan terhadap hal-hal yang bersifat unik dan kreatif menjadi salah satu latar pemilihan objek dalam penciptaan karya ini. Minat tersebut semakin berkembang setelah mengikuti sebuah *workshop* kreatif pada salah satu pameran seni di Yogyakarta, di mana kegiatan yang dilakukan berupa menghias *post card* dengan menggunakan bunga kering. Melalui kegiatan tersebut, mulai mengenal produk serta konsep yang diusung oleh Herbaria. Pengalaman tersebut menumbuhkan ketertarikan terhadap produk aksesoris Herbaria, khususnya dalam hal karakter visual, nilai artistik, dan kemungkinan pengembangannya sebagai objek penciptaan karya fotografi komersial.

Menurut (Gunawan, 2014), fotografi yang berkembang di Indonesia terdiri atas beberapa genre, di antaranya fotografi komersial yang digunakan untuk kebutuhan promosi dan periklanan dengan menampilkan visual produk secara menarik agar mampu menarik perhatian konsumen. Salah satu genre fotografi tersebut adalah *still life photography*, yang relevan digunakan dalam penciptaan karya fotografi komersial. Karakter visual dan nilai artistik yang diusung Herbaria menjadikannya relevan sebagai objek penciptaan karya fotografi komersial dengan pendekatan *still life photography*, dalam upaya mendukung promosi dan penguatan citra UMKM kreatif lokal di Yogyakarta.

Menurut (Fallah & Purnama Sari, 2022), fotografi komersial merupakan jenis fotografi yang memiliki nilai jual dan dibuat dengan tujuan pemasaran,

misalnya untuk kebutuhan poster atau iklan produk. Foto-foto tersebut banyak digunakan oleh berbagai industri, perusahaan, atau lembaga seperti penerbit, percetakan, periklanan, dan biro desain untuk membantu menyampaikan pesan, baik yang bersifat komersial maupun non-komersial. Karya foto tersebut biasanya digunakan sebagai ilustrasi atau elemen visual dalam media cetak, seperti folder, *leaflet*, brosur, iklan koran dan majalah, kalender, poster, dan sejenisnya.

Branding produk berperan penting dalam meningkatkan daya saing UMKM di pasar. Cara efektif membangun *branding* produk adalah dengan menunjukkan kualitas produk melalui foto yang menarik dengan menggunakan teknik fotografi yang tepat. Foto produk berfungsi sebagai elemen utama dalam komunikasi visual karena mampu merepresentasikan identitas serta menyampaikan pesan merek kepada konsumen secara efektif (Furqorina et al., 2023). Menurut (Paulus, 2012), Fotografi *still life* dalam konteks fungsional dimanfaatkan untuk menampilkan objek sebagai kebutuhan visual dalam media promosi seperti iklan, brosur, katalog, dan *flyer*. Dalam konteks tersebut, fotografi *still life* berfungsi sebagai media komunikasi visual yang menunjang kebutuhan komersial. Membuat foto *still life* bukan hanya sekedar memindahkan objek dalam bentuk asli ke dalam sebuah *frame* foto, namun diperlukan pengetahuan dalam memahami arah cahaya.

Sebagai media visual, fotografi memiliki karakteristik dan keunikan yang berkaitan dengan nilai-nilai estetika tertentu. Meskipun demikian, fotografi tidak dipandang sebagai medium yang terlepas dari nilai estetika seni rupa yang telah

berkembang lebih dahulu. Banyak nilai estetika seni rupa dapat diadopsi pada bidang fotografi karena kesamaan keduanya yang bergerak dalam ranah visual. Setiap proses penciptaan karya fotografi pada dasarnya memerlukan konsep perancangan yang terstruktur, yang selanjutnya diimplementasikan dalam praktik penciptaan karya (Irwandi & Apriyanto, 2012).

Fotografi sebagai salah satu elemen dalam desain komunikasi visual yang tampil secara realistis, cepat prosesnya, mampu meyakinkan komunikan/konsumen, sehingga menjadi pilihan yang sangat tepat bagi industri/perusahaan dalam menawarkan barang/jasanya (Harsanto, 2018). Maka demikian bahwa *still life photography* ialah termasuk kedalam media komunikasi visual karena sebagaimana yang telah dijelaskan diatas bahwa salah satu dari media komunikasi visual secara umum ialah fotografi dan turunannya yaitu *still life* itu sendiri.

Dalam menghasilkan karya foto diperlukan kesadaran visual, dalam arti sensitif terhadap fenomena serta perlunya pemahaman bahwasanya karya foto bukanlah sesuatu yang bebas nilai dan tiba-tiba muncul begitu saja. Melalui fotografi, ada sesuatu yang ingin dikomunikasikan. Komunikasi menjadi kata kunci utama dalam hal ini. Komunikasi itu sendiri melibatkan produsen (fotografer) dan konsumen (khalayak), maka sudah tentu ada relasi antara dua pihak tersebut (Aji, 2021).

Menurut (Ningsih et al., 2024), komunikasi visual dalam konteks pemasaran memiliki peran penting dalam membangun sebuah identitas merek, menyampaikan nilai produk, serta menciptakan kesan yang kuat dan konsisten

terhadap konsumen. Selain itu, komunikasi visual juga dinilai mampu menyampaikan informasi secara cepat dan menarik, terutama media digital. Salah satu peran fotografi menjadi bagian sebuah media promosi dari fungsinya yaitu memperkenalkan suatu identitas, pesan, dan maksud dari sebuah produk. Fotografi *still life* dalam industri kreatif umumnya digunakan untuk menampilkan berbagai produk komersial yang diterapkan pada media periklanan. Objek yang digunakan dalam fotografi *still life* pun beragam, mulai dari produk kerajinan, elektronik, kosmetik, fashion, hingga makanan dan minuman (Setyanto et al., 2024) .

Melalui perancangan konsep *still life photography* pada produk Herbaria, diharapkan dapat tercipta media promosi yang tidak hanya informatif tetapi juga komunikatif dan mampu meningkatkan daya saing di pasar UMKM khususnya aksesoris *handmade*. Dengan demikian, penciptaan ini menjadi penting untuk menunjang kebutuhan promosi UMKM kreatif serta memperkuat posisi produk lokal di tengah persaingan industri kreatif yang semakin kompetitif.

Karya penciptaan ini bertujuan untuk memperlihatkan keindahan dan nilai artistik dari produk Herbaria, sekaligus mendukung promosi dan memperkuat citra positif terhadap pelaku UMKM kreatif di Indonesia. Melalui visual yang menarik, diharapkan karya ini mampu memperkuat profil *brand* lokal dan meningkatkan daya saing produk kerajinan bunga kering di pasar global. Lebih dari itu, karya ini mengangkat aspek keberlanjutan, keberhasilan inovasi, dan ketekunan pengrajin Yogyakarta dalam menghadirkan karya yang memadukan alam, seni, dan ekonomi kreatif.

Selain berfungsi sebagai media promosi, karya penciptaan ini dibuat untuk memvisualisasikan pengalaman emosional yang muncul saat seseorang memakai produk aksesoris Herbaria. Melalui pendekatan visual, karya penciptaan ini berusaha menggambarkan rasa cantik, percaya diri, anggun, serta hubungan dengan alam yang dibawa oleh produk berbahan bunga kering. Bunga dimanfaatkan sebagai elemen utama yang merepresentasikan karakter kecantikan, kelembutan, dan keunikan, sehingga visual yang dihasilkan tidak hanya menampilkan produk, tetapi juga menyampaikan makna dan perasaan yang ingin dibangun oleh produk Herbaria.

Penciptaan karya fotografi ini menampilkan beragam produk Herbaria dengan menggunakan beberapa aneka bunga sebagai unsur pendukung utama untuk menciptakan foto produk yang menarik dan bervariasi, sekaligus menunjang nilai estetis pada setiap karya foto yang diciptakan. Selain itu, proses perwujudan karya ini juga memperhatikan aspek teknis fotografi, seperti pencahayaan, komposisi, serta estetika visual yang sesuai dengan ide dan konsep, sehingga mampu mendukung karakter produk dan pesan yang ingin disampaikan.

B. Rumusan Penciptaan

Berdasarkan pendahuluan yang tertera di atas, tugas akhir penciptaan fotografi ini memiliki rumusan masalah sebagai berikut;

Bagaimana memvisualisasikan produk aksesoris Herbaria dalam fotografi komersial sebagai media promosi.

C. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan

Adapun tujuan dari penciptaan fotografi ini yaitu untuk memvisualisasikan produk aksesoris Herbaria yang mampu menampilkan karakter, identitas visual, dan nilai produk sebagai penunjang media promosi, baik di media sosial maupun *marketplace* sehingga produk tetap mampu bersaing.

2. Manfaat

- a. Meningkatkan daya tarik produk aksesoris Herbaria di mata calon konsumen, sehingga merek lebih mudah dipercaya dan dikenal.
- b. Membantu memperkuat identitas visual produk aksesoris Herbaria melalui konten promosi yang berkualitas dan estetik, khususnya di media sosial dan *marketplace*.
- c. Mendukung peningkatan penjualan dan konversi bisnis UMKM dengan visual promosi yang dapat lebih bersaing di pasar digital yang kompetitif.