

**REPRESENTASI AROMA PARFUM DENGAN
PENDEKATAN METAFORA DALAM
FOTOGRAFI PRODUK**



**SKRIPSI
TUGAS AKHIR PENCIPTAAN SENI FOTOGRAFI**

Rassel
NIM 1310015131

**JURUSAN FOTOGRAFI
FAKULTAS SENI MEDIA REKAM
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2018**

REPRESENTASI AROMA PARFUM DENGAN PENDEKATAN METAFORA DALAM FOTOGRAFI PRODUK

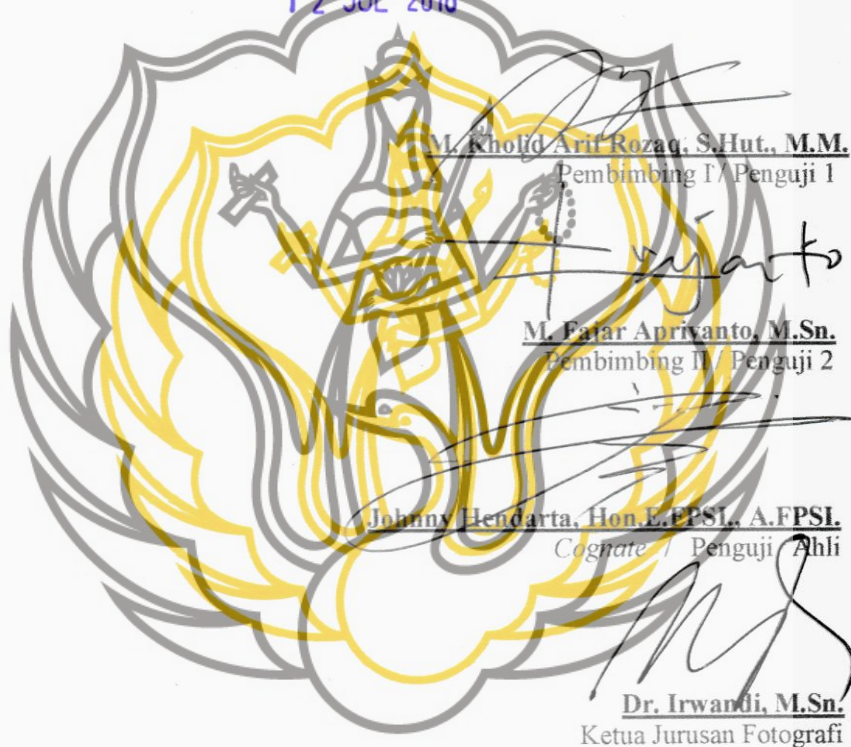


**JURUSAN FOTOGRAFI
FAKULTAS SENI MEDIA REKAM
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2018**

REPRESENTASI AROMA PARFUM DENGAN PENDEKATAN METAFORA DALAM FOTOGRAFI PRODUK

Diajukan oleh
Rassel
NIM: 1310015131

Pameran dan Skripsi Karya Seni Fotografi telah dipertanggungjawabkan di depan
Tim Penguji Tugas Akhir Jurusan Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut
Seni Indonesia Yogyakarta, 12 JUL 2018


M. Kholid Arif Rozaq, S.Hut., M.M.
Pembimbing I / Penguji 1
M. Fajar Apriyanto, M.Sn.
Pembimbing II / Penguji 2
Johnny Hendarta, Hon.E.FPSI., A.FPSI.
Cognate / Penguji Ahli
Dr. Irwandi, M.Sn.
Ketua Jurusan Fotografi

Mengetahui,
Dekan Fakultas Seni Media Rekam



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Rassel
No. Mahasiswa : 1310015131
Program Studi : S-1 Fotografi
Judul Skripsi/ Karya Seni : Representasi Aroma Parfum dengan Pendekatan Metafora dalam Fotografi Produk

Menyatakan bahwa dalam skripsi/karya seni tugas akhir saya tidak terdapat bagian yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi mana pun 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 skripsi/ karya seni tugas akhir saya ini dan bersedia menerima sanksi sesuai aturan yang berlaku, apabila pada kemudian hari diketahui terbukti tidak sesuai dengan isi pernyataan ini.

Yogyakarta, Juli 2018

Yang menyatakan,


Rassel



KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas izin-Nya telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan penulisan dan penciptaan karya fotografi tugas akhir ini. Banyak pihak yang telah membantu selama menjalani pendidikan di Jurusan Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, ISI Yogyakarta sampai tuntas dengan terwujudnya karya fotografi dan pertanggungjawaban tertulis tugas akhir ini. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, atas kehendak-Nya tugas akhir ini berjalan lancar;
2. Marsudi, S.Kar., M.Hum., Dekan Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta;
3. Dr. Irwandi, M.Sn., Ketua Jurusan Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta;
4. Oscar Samaratunga S.E., M.Sn., Sekretaris Jurusan Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta;
5. Muhammad Kholid Arif Rozaq, S.Hut., M.M., Dosen Pembimbing I Tugas Akhir;
6. Muhammad Fajar Apriyanto, M.Sn., Dosen Pembimbing II Tugas Akhir;
7. Johnny Hendarta, Hon.E.FPSI., A.FPSI., Dosen Penguji Ahli Tugas Akhir;
8. Zulisah Maryani, M.A., Dosen Wali yang telah bersedia memberikan dukungan, bimbingan dan motivasi selama proses belajar;
9. Pak Edi, Mbak Eni, dan seluruh pengajar dan tenaga kependidikan FSMR, ISI Yogyakarta atas senyum dan sapaan hangatnya selama masa perkuliahan;

10. Ibunda terkasih, untuk kebahagiaan, dukungan serta doa yang tidak pernah putus selama ini;
11. Adhita Prameswari, yang bersedia menemani dan membantu selama proses pengerjaan karya tugas akhir;
12. Keluargaku Fotografi Angkatan 2013 atas segala kebersamaan dalam menuntut ilmu, semoga ilmu yang diperoleh dapat bermanfaat;
13. Alumni Black Kiri-Kanan yang telah memberikan masukan, kritik, serta pengalaman berharga dalam proses berkarya;
14. Penghuni setia mabes yang selalu memberi motivasi dan masukan selama masa perkuliahan.
15. Seluruh pihak yang telah membantu dalam proses tugas akhir ini, serta yang tidak dapat dicantumkan satu persatu;

Disadari bahwa penciptaan karya skripsi Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun selalu diharapkan demi kesempurnaan. Semoga penciptaan Skripsi Tugas Akhir ini membawa inspirasi dan kebahagiaan untuk semua.

Yogyakarta, 12 Juli 2018

Penulis

DAFTAR ISI

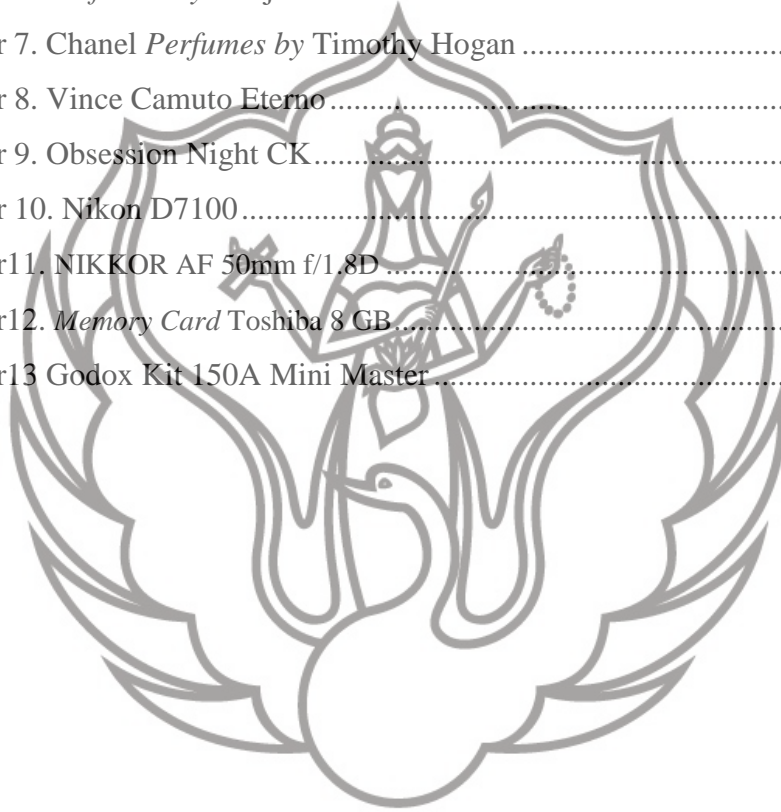
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR KARYA	ix
DAFTAR GAMBAR SKEMA PEMOTRETAN	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penciptaan	1
B. Penegasan Judul	2
C. Rumusan Ide	5
D. Tujuan dan Manfaat	6
BAB II. IDE DAN KONSEP PERWUJUDAN	7
A. Latar Belakang Timbulnya Ide	7
B. Landasan Penciptaan	8
C. Tinjauan Karya	17
D. Ide dan Konsep Perwujudan	23
BAB III. METODE PENCIPTAAN	27
A. Objek Penciptaan	27
B. Metode Penciptaan	28
C. Proses Perwujudan	30
D. Biaya Produksi	36
BAB IV. ULASAN KARYA	37
BAB V. PENUTUP	102
A. Simpulan	102
B. Saran.....	103

KEPUSTAKAAN	105
LAMPIRAN	107



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Dr. Mensing's <i>Color Rosette Test</i>	9
Gambar 2. Bleu De Chanel	17
Gambar 3. Alexander McQueen	18
Gambar 4. Le Ballet Blanc Repetto	20
Gambar 5. Mademoiselle Rochas	20
Gambar 6. <i>Perfumes</i> by Benjamin Henon.....	20
Gambar 7. Chanel <i>Perfumes</i> by Timothy Hogan	22
Gambar 8. Vince Camuto Eterno	22
Gambar 9. Obsession Night CK.....	22
Gambar 10. Nikon D7100	31
Gambar11. NIKKOR AF 50mm f/1.8D	32
Gambar12. <i>Memory Card</i> Toshiba 8 GB.....	33
Gambar13 Godox Kit 150A Mini Master	33



DAFTAR KARYA

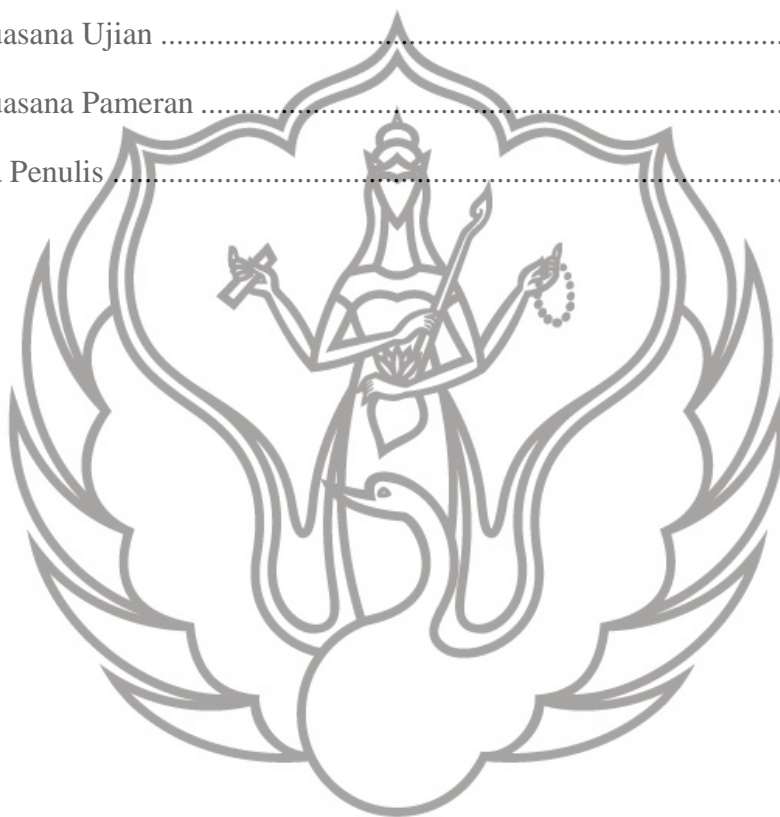
Karya 1. Champion	39
Karya 2. Acqua Di Gio.....	42
Karya 3. Hugo Woman	45
Karya 4. Opium.....	48
Karya 5 Bvlgari Man	51
Karya 6. Armani Code	54
Karya 7. Omnia Crystalline.....	57
Karya 8. Endless Euphoria	60
Karya 9. Good Girl	63
Karya 10. Chance.....	66
Karya 11. The Scent <i>For Her</i>	69
Karya 12. Miracle	72
Karya 13. La Nuit De Boheme	75
Karya 14. Jasmin Noir.....	78
Karya 15. J'adore.....	81
Karya 16. Aigner Black	84
Karya 17. Desire Black	87
Karya 18. Olympea	90
Karya 19. Pour Femme	93
Karya 20. 212 Sexy	96
Karya 21. Sì	99

DAFTAR SKEMA PEMOTRETAN

Skema karya 1	40
Skema karya 2	43
Skema karya 3	46
Skema karya 4	49
Skema karya 5	52
Skema karya 6	55
Skema karya 7	58
Skema karya 8	61
Skema karya 9	64
Skema karya 10	67
Skema karya 11	70
Skema karya 12	73
Skema karya 13	76
Skema karya 14	79
Skema karya 15	82
Skema karya 16	85
Skema karya 17	88
Skema karya 18	91
Skema karya 19	94
Skema karya 20	97
Skema Karya 21	100

DAFTAR LAMPIRAN

Foto Suasana Pemotretan.....	108
Foto Proses <i>Editing</i> Karya	111
Poster.....	114
Katalog Pameran	115
Foto Suasana Ujian	116
Foto Suasana Pameran	118
Biodata Penulis	119



REPRESENTASI AROMA PARFUM DENGAN PENDEKATAN METAFORA DALAM FOTOGRAFI PRODUK

Oleh:

Rassel

1310015131

ABSTRAK

Terdapat banyak merek parfum yang beredar dipasaran, hal tersebut tentu mempersulit konsumen untuk menentukan aroma yang cocok dengan keinginan dan kepribadiannya karena konsumen pada umumnya tidak mengenal jenis bebauan yang menjadi bahan pembuatan parfum secara spesifik. Berdasarkan hal ini muncul gagasan untuk mencocokkan aroma parfum dengan beberapa kepribadian lalu merepresentasikan aroma parfum tersebut melalui media fotografi. Informasi tentang produk parfum yang telah dikumpulkan melalui observasi akan ditampilkan secara visual fotografi dengan menggunakan objek pendukung yang memiliki interpretasi secara metafora sedekat mungkin dengan aroma, bentuk botol kemasan, tujuan dan inspirasi pembuatan parfum, atau kepribadian dalam *color rosette test*. Karya fotografi yang diciptakan merupakan karya fotografi produk yang pemotretannya dilakukan didalam ruangan dengan menggunakan sumber pencahayaan berupa lampu *flash* dengan tambahan peralatan penunjang berupa *softbox*, *lightbox*, *blackglass*, dan *color gel*. Teknik fotografi yang diterapkan pada proses penciptaan karya meliputi teknik pencahayaan seperti *hi-key* dan *low-key* disertai penggunaan teknik *high speed* pada beberapa karya yang menggunakan objek pendukung yang bergerak. Karya tugas akhir fotografi ini diharapkan dapat membantu konsumen menginterpretasikan aroma parfum secara visual agar lebih mudah memilih produk parfum yang disukai sesuai dengan kepribadian yang dimiliki.

Kata Kunci: representasi, aroma parfum, fotografi produk, *color rosette test*, kepribadian

REPRESENTATION OF PARFUM AROMA WITH METAFORA APPROACH IN PRODUCT PHOTOGRAPHY

By:

Rassel

1310015131

ABSTRACT

There are many brands of perfume circulating in the market, it certainly makes it difficult for consumers to determine the scent that matches the desires and personality because consumers generally do not recognize the type of smell that became the ingredient of perfume making specifically. Based on this came the idea to match the scent of perfume with some personality and then represent the fragrance of the perfume through the photography. Information about perfume products that have been collected through observation will be visually displayed photographically by using a support object that has metaphorically interpreted as close as possible to the fragrance, the shape of the packaging bottle, the purpose and inspiration of the perfume making, or the personality in the color rosette test. The work of photography created is the work of product photography that shoot indoors by using the flash lights as the light source with additional supporting equipment such as softbox, lightbox, blackglass, and color gel. Photography techniques applied to the process of creating works are photography lighting techniques such as hi-key and low-key and by the use of high speed techniques on some works that use moving support objects. This photography work is expected to help consumers interpret the perfume scent visually to help them choose the preferred perfume product in accordance with their personality.

Keywords: *representation, perfume's fragrance, product photography, color rosette test, personality*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penciptaan

Parfum adalah preparat berbentuk cair dari saripati alami atau sintetis serta fiksatif yang digunakan memancarkan keharuman (Ubaidillah, 2017:9). Parfum dibuat dengan satu tujuan, yaitu sarana identitas seseorang dan tempat. Setiap orang memiliki parfum favorit, dari sinilah identitas dan karakter orang tersebut dapat diidentifikasi. Selain itu, parfum juga dapat memperlihatkan atau bahkan memberi citra diri pada seseorang yang menggunakannya (Maya, 2009:12).

Terdapat lebih dari 1000 jenis produk parfum yang beredar dipasaran dan diperkirakan akan ada 200 produk baru yang muncul setiap tahunnya... (Gilbert, terj., Mirotin, 2008: 31). Konsumen tentu saja akan mengalami kesulitan saat memilih parfum yang diinginkan jika dihadapkan dengan pilihan produk parfum dalam jumlah sebanyak itu. Avery Gilbert (terj., Mirotin, 2008:36) juga memaparkan bahwa beberapa rumah parfum menemukan cara untuk membantu konsumen saat memilih parfum seperti mengklasifikasikan parfum-parfum tersebut sesuai aromanya atau menyusunnya berdasarkan abjad. Namun, cara tersebut masih kurang membantu konsumen karena terdapat perbedaan pola pikir antara peracik parfum dan konsumen. Lebih jelasnya, seorang peracik parfum mampu membedakan beberapa parfum berdasarkan susunan aroma parfum-parfum

tersebut, bahkan dapat memutuskan aroma tersebut dapat mencerminkan suatu kepribadian tertentu. Sedangkan konsumen hanya mampu membedakan aroma beberapa parfum dalam beberapa kategori dasar saja seperti beraroma maskulin atau feminin, beraroma ringan atau berat.

Berdasarkan hal inilah muncul ide untuk memvisualisasikan karakteristik aroma parfum kedalam bentuk karya fotografi agar dapat memberikan gambaran yang lebih jelas tentang aroma beberapa parfum secara visual guna mempermudah proses pemilihan parfum. Pada proses perwujudannya, aroma parfum akan divisualisasikan secara metafor. Metode visualisasi secara metafor digunakan agar aroma parfum dapat divisualisasikan dengan baik dalam fotografi produk sehingga pesan yang ingin disampaikan karya foto dapat diterima penikmat karya dengan baik.

Pada prosesnya, karya fotografi yang diciptakan adalah karya fotografi produk, foto produk adalah bagian dari *advertising*. Karena dalam sebuah *frame*-nya, harus bisa mencitrakan *image* sebuah produk. Foto produk parfum akan ditampilkan dengan menambahkan beberapa objek pendukung yang memiliki interpretasi sedekat mungkin dengan aroma dengan karakter aroma parfum tersebut sehingga dapat membantu konsumen saat memilih parfum yang sesuai dengan karakter dan kepribadiannya.

B. Penegasan Judul

Penegasan judul dalam penciptaan karya fotografi ini dimaksud untuk menghindari salah penafsiran tentang tujuan penciptaan yang ingin

disampaikan. Judul penciptaan karya fotografi ini adalah “Representasi Aroma Parfum dengan Pendekatan Metafora dalam Fotografi Produk”. Maka perlu ditegaskan penggunaan istilah-istilah yang dipakai sebagai berikut:

1. Representasi

Representasi dapat dijadikan deskripsi suatu bentuk yang memiliki kesamaan dari bentuk aslinya. Bentuk ini seperti mewakili bentuk yang sudah ada. Kamus Besar Bahasa Indonesia (2007:950), representasi berarti, perbuatan mewakili, keadaan diwakili, apa yang mewakili, perwakilan. Pernyataan ini dapat diartikan bahwa representasi merupakan perbuatan yang dapat mewakili objek aslinya tanpa mengurangi maksud dan arti dari objek tersebut. Representasi memiliki makna terhadap bentuk asli dan menjadi sebuah objek baru dengan memiliki makna sama dengan objek aslinya.

Fotografi dipilih sebagai medium merepresentasikan aroma parfum karena fotografi adalah suatu bahasa yang universal yang dapat dipahami oleh hampir setiap orang yang datang dari berbagai kebudayaan. Aroma merupakan objek yang hanya bisa diindrai oleh indra penciuman, maka pada penciptaan karya fotografi ini aroma akan direpresentasikan dalam karya fotografi agar karakter aroma tersebut bisa diindrai dengan indra penglihatan.

2. Aroma Parfum

Menurut KBBI (<https://kbbi.web.id/aroma>, diakses pada 27 Desember 2017) aroma adalah bau-bauan yang harum (yang berasal dari

tumbuh-tumbuhan atau akar-akaran). Parfum adalah zat kimia yang memancarkan aroma yang menyenangkan; secara khusus: preparat berbentuk cair dari saripati alami (seperti tumbuhan atau hewan) atau sintetis serta fiksatif (penguat aroma) yang digunakan untuk mewangikan (memancarkan keharuman) (Ubaidillah, 2017:9). Pada penciptaan karya fotografi ini, objek yang akan divisualisasikan adalah aroma dari beberapa produk parfum dengan tujuan menampilkan karakteristik aroma parfum tersebut kedalam bentuk visual fotografi.

3. Metafora

Paul Recour mengemukakan bahwa metafora adalah sebuah bentuk wacana ataupun proses yang bersifat retorik yang memungkinkan kita mendapatkan kemampuan aneh untuk meredeskripsi kenyataan, sebuah kemampuan yang biasanya dimiliki oleh karya-karya fiksi (Mikke, 2011:258). Pada penciptaan karya tugas akhir fotografi ini, aroma parfum terlebih dahulu dideskripsikan secara metafora untuk dapat menentukan objek pendukung yang memiliki interpretasi yang juga secara metafora cukup dekat dengan interpretasi aroma parfum tersebut.

4. Fotografi Produk

Foto Produk adalah bagian dari *advertising*. Karena dalam sebuah *frame*-nya, harus bisa mencitrakan *image* sebuah produk. Hal yang paling penting dalam fotografi produk adalah bagaimana foto tersebut dapat meningkatkan penjualan barang karena pada

penerapannya fotografi produk termasuk dalam tataran fotografi komersial. Fotografi komersial adalah karya-karya foto yang dari awal dikonsepsikan sebagai medium yang dirancang memiliki standar tertentu untuk meraih kepentingan dan tujuan yang bernilai keuangan (Soedjono, 2007:124).

C. Rumusan Ide

Saat ini parfum dapat dengan mudah ditemui di pasaran, namun masih dapat ditemui konsumen parfum yang menghadapi kesulitan saat akan menentukan produk parfum yang cocok dengan kepribadiannya. Berdasarkan situasi tersebut, maka Tugas Akhir penciptaan karya fotografi ini menampilkan representasi aroma parfum yang rumusan idenya dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Bagaimana cara menentukan parfum yang akan digunakan dalam penciptaan karya fotografi produk.
2. Bagaimana cara mengidentifikasi karakteristik atau kesan aroma pada parfum yang digunakan dalam penciptaan karya fotografi produk.
3. Bagaimana aroma parfum akan direpresentasikan ke dalam bentuk fotografi produk.

D. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan

Penciptaan karya fotografi dengan judul Representasi Aroma Parfum dalam Fotografi Produk bertujuan untuk menghadirkan kembali aroma yang pada dasarnya diindrai dengan indra penciuman ke dalam bentuk visual sehingga bisa di indrai oleh indra penglihatan.

2. Manfaat

Penciptaan karya fotografi dengan judul Representasi Aroma Parfum dengan Pendekatan Metafora dalam Fotografi Produk diharapkan dapat menambah wacana apresiasi fotografi khususnya fotografi produk. Selain itu, Penciptaan karya fotografi ini juga diharapkan mampu memberi gambaran visual tentang aroma dari beberapa produk parfum sehingga dapat memudahkan konsumen saat memilih jenis atau merek dagang parfum dengan karakter aroma yang sesuai dengan kepribadiannya.