

Naskah Publikasi

**PRODUK JUALBUKUSAstra.COM DALAM
FOTOGRAFI KOMERSIAL**



Disusun dan dipersiapkan oleh

Harry Arafat
1210621031

**JURUSAN FOTOGRAFI FAKULTAS SENI MEDIA REKAM
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2019**

Naskah Publikasi

**PRODUK JUALBUKUSAstra.COM DALAM
FOTOGRAFI KOMERSIAL**

Disusun dan dipersiapkan oleh

Harry Arafat
1210621031

Telah dipertahankan di depan para
penguji pada tanggal

Mengetahui,

Pembimbing I

Pembimbing II

M. Fajar Apriyanto, M.Sn.,

Adya Arsita, S.S., M.A.,

Dewan Redaksi Jurnal **spectā**

PRODUK JUALBUKUSAISTRA.COM DALAM FOTOGRAFI KOMERSIAL

Harry Arafat
Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta
Arafatharry@gmail.com

ABSTRAK

Penciptaan karya seni fotografi ini menampilkan foto produk Jualbukusastra.com dalam fotografi komersial yang menghadirkan interpretasi visual dari produk buku, khususnya karya sastra lokal yang dijual di Jualbukusastra.com. Penciptaan karya fotografi komersial ini menginterpretasikan buku sastra sesuai dengan isi buku, sehingga membutuhkan perhitungan yang matang dalam penciptaannya. Untuk menarik calon pembeli, tentunya foto produk yang ditampilkan memperlihatkan simbol yang estetik untuk menyampaikan pesan dari penyedia barang dan dapat mencitrakan *image* sebuah produk. Adapun kreativitas fotografer bisa dilakukan dengan membangun *mood* sebuah foto dan keseimbangan keseluruhan objek foto, menyusun perwujudan sebuah ide menjadi sebuah penyusunan gambar yang baik sehingga tercipta suatu kesatuan karya. Hasil dari penciptaan ini menunjukkan bahwa dalam menciptakan kreativitas Fotografi komersial harus sesuai dengan elemen produk melalui tahap perwujudan yang terkonsep. Kreativitas dalam penciptaan ini diwujudkan melalui tahapan-tahapan, yaitu pemilihan produk, pemahaman terhadap objek, pemilihan *background*, pemilihan properti, persiapan alat kamera, persiapan *lighting*, penataan komposisi dan lainnya. Sehingga hasil akhir dari penciptaan ini dapat menyampaikan pesan dengan mudah kepada konsumen. Selain sebagai media promosi, ilustrasi visual yang diciptakan juga dapat dinikmati oleh calon pembeli.

Kata Kunci: Jualbukusastra.com, fotografi komersial, produk

JUALBUKUSAISTRA.COM PRODUCTS IN COMMERCIAL PHOTOGRAPHY

Harry Arafat

Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta
Arafatharry@gmail.com

ABSTRACT

The creation of photography artwork displays product photos of Jualbukusastra.com in commercial photography which presents a visual interpretations of book products, special local literary works sold at Jualbukusastra.com. The creation of commercial photography works interprets literary books in accordance with the contents of the book, thus requiring more mature calculations in its completion. To attract prospective buyers, select photos of approved products that are aesthetic symbols to be sent messages from the supplier and must be able to image the image of a product. The photographer's creativity can be done by building the mood of a photo and the overall balance of the object, arranging the embodiment of an idea into a compilation of good images so as to create a unified work. The results of this creation show that in creating creative commercial photography must be in accordance with the elements of the product through a conceptualized stage of realization. Creativity in this creation is manifested through stages, namely product selection, object understanding, background selection, property selection, camera equipment preparation, lighting preparation, composition and other arrangements. So that the final result of this creation can easily convey messages to consumers. Aside from being a media campaign, visual illustrations that are created can also be enjoyed by prospective buyers.

Keywords: Commercial photography, Jualbukusastra.com, products

PENDAHULUAN

Seiring berkembangnya zaman, kemajuan era digital juga berkembang lebih cepat demi memenuhi kebutuhan sehari-hari. Salah satu bentuk dari kemajuan era digital yaitu munculnya *online shop*, kemudahan berbelanja kebutuhan sehari-hari hanya dengan melihat foto atau video dari penjual jasa maupun produk melalui internet. Begitupun dengan dunia fotografi juga ikut berkembang seiring dengan perkembangan zaman. Sejak ditemukannya fotografi, manusia semakin mudah menghasilkan imaji. Kemudahan yang didapat dari fotografi selanjutnya dimanfaatkan untuk berbagai kebutuhan visual, seperti untuk keperluan pembuatan potret diri, pemotretan arsitektur, dan pemotretan benda mati. Ilmu fotografi tersebut juga diperlukan dalam pemasaran produk atau jasa sebuah toko *online*. Penelitian membuktikan, sebuah gambar menstimulus otak lebih cepat dibanding tulisan. Kondisi ini yang mendasari dunia periklanan dan bisnis *online* untuk lebih banyak melibatkan gambar di media sosial atau internet dalam berpromosi (Reza, 2017: 3).

Kebutuhan pokok, sekunder, dan tersier dapat dipesan melalui aplikasi belanja *online* atau dengan mengakses *website* penyedia barang. Sehingga setiap perusahaan *online* dapat dipastikan menggunakan seni fotografi untuk mempromosikan produk mereka. Begitu juga yang dilakukan oleh toko *Jualbukusastra.com* dan selanjutnya akan disebut dengan JBS, yang berdiri sejak tahun 2010. Toko tersebut menjual berbagai macam buku sastra maupun nonsastra yang sebagian besar melakukan penjualan secara *online* melalui *website*, Instagram dan Facebook. Karena tidak

dapat menyentuh produk secara langsung, maka foto merupakan satu-satunya acuan pembeli sebelum membeli barang atau jasa secara *online*. Foto tersebut berfungsi untuk menarik calon pembeli agar mau membeli produk dari penyedia barang. Untuk menarik calon pembeli, tentunya foto produk yang ditampilkan harus memperlihatkan estetika fotografi sekaligus dapat menyampaikan pesan dari penyedia barang dan harus dapat mencitrakan *image* sebuah produk. Karya fotografi memiliki makna ekonomis apabila karya tersebut menjadi produk yang diperjualbelikan karena diarahkan untuk tujuan komersial Soedjono (2007: 30).

Peningkatan promosi produk buku tersebut berharap meningkatkan produksi karya sastra tanah air. Maka dari itu, peranan dan ide sang fotografer sangat diperlukan untuk mengeksekusi suatu gambar. Produk buku dari JBS yang diinterpretasikan adalah sastra lokal seperti novel, puisi, cerpen. Berdasarkan latar belakang inilah dilakukan penciptaan fotografi yang berjudul:

“Produk *Jualbukusastra.com* dalam Fotografi Komersial”.

Produk buku belum pernah dijadikan objek penciptaan fotografi komersial di Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Dengan demikian rumusan ide dalam penciptaan karya seni fotografi komersial ini yaitu bagaimana menampilkan produk buku dari *Jualbukusastra.com* secara simbolis dengan estetis dan sesuai dengan interpretasi terhadap isi buku dalam fotografi komersial?

Tujuan dari penciptaan ini adalah menciptakan fotografi komersial dari produk JBS sebagai media promosi

khususnya *online* seperti Instagram, *website* dan Facebook serta menciptakan visualisasi fotografi komersial berdasarkan interpretasi dari buku sastra pada toko JBS.

Adapun manfaat dari penciptaan ini yaitu menambah pengetahuan di bidang fotografi komersial terutama dalam bidang periklanan, bertambahnya referensi penciptaan karya fotografi komersial terutama pada bidang periklanan dalam lingkup akademik Fakultas Media Rekam, Institut Seni Yogyakarta

Tinjauan karya dilakukan dengan melihat karya-karya fotografer lainnya yang temanya merujuk pada foto produk buku dalam fotografi komersial. Tinjauan karya ini bukan hanya sekedar merangkum, tetapi dilakukan perbandingan dan evaluasi dari bahan yang sudah ada. Hal ini ditujukan agar tidak ada kesamaan atau penduplikatan karya. Tinjauan karya sengaja diambil dari beberapa fotografer dengan *angle* atau sudut pandang yang berbeda, bertujuan untuk menambah referensi pengambilan gambar saat melakukan pemotretan. Karya acuan yang digunakan adalah sebuah karya fotografi dari Christian Moller Andersen, tim *Kinfolk Magazine*, dan Klas Sjoberg. Baik itu teknis maupun cara pemotretan yang pernah mereka coba serta beberapa konsep dan tema yang berbeda antara satu dengan lainnya, berikut karya yang pernah mereka buat dengan karakter yang berbeda-beda:

Christian Moller Andersen adalah seorang fotografer asal Denmark yang berbasis di Copenhagen, Denmark. Selain berprofesi sebagai fotografer, Christian Moller Andersen juga

berprofesi sebagai *Art Director* dan *designer commercial* di majalah *Kinfolk*. (Linkedin,2019, <https://www.linkedin.com/in/christianmandersen3/>, 22 Mei 2019).



Gambar 1

Fotografer : Christian Moller Andersen

Foto untuk majalah *Kinfolk*

Sumber :

<https://www.instagram.com/p/Bf09fZcnDWI/>

Diakses tanggal 30 april 2019



Gambar 2

Fotografer : Christian Moller Andersen

Foto untuk majalah *Kinfolk*

Sumber :

https://www.instagram.com/p/BrE_hK0gddo/

Diakses tanggal 30 april 2019

Gambar 1 merupakan karya Christian Moller Andersen. Foto ini dibuat untuk peluncuran majalah Kinfolk edisi 27 dengan tema "Paris". Foto ini menerapkan penataan objek dan latar belakang dengan komposisi vertikal serta menggunakan cahaya samping dengan tujuan mempertegas gelap-terang pada objek. Keselarasan warna antara produk dengan properti pendukung menjadi sebuah kesatuan yang indah, serta pemilihan *background* interior bernuansa modern dengan warna klasik menjadi ciri khas dari Christian Moller Andersen. Begitu juga dengan gambar 2, pada foto ini penerapan teknik pencahayaan yang sama yaitu cahaya samping yang cukup keras untuk mempertegas gelap terang pada objek dan pemilihan latar belakang interior dengan desain modern. Dari kedua gambar di atas, tampak bahwa ciri khas Christian Moller Andersen adalah menciptakan keseimbangan sempurna antara klasik dan modern, yang diacu dari kedua karya Christian tersebut adalah pemilihan latar belakang yang sesuai dengan tema buku yang akan dipromosikan.



Gambar 3

Fotografer : Team Kinfolk Magazine

Foto untuk majalah Kinfolk

Sumber :

<https://kinfolk.com/entrepreneur/#&gid=1&pid=1>

Diakses tanggal 09 februari 2019

Gambar 3 ini merupakan foto dari team Kinfolk Magazine yang dibuat untuk peluncuran majalah Kinfolk bertema "Entrepreneur", foto ini menghadirkan sebagian tubuh model dengan mode busana pengusaha professional. Foto tersebut didukung dengan pencahayaan yang mengarah ke bagian intinya saja yakni buku dan busana sehingga *background* tetap gelap. Yang diacu dari foto ini adalah penerapan *lighting* yang membuat produk menjadi lebih hidup.



Gambar 4

Fotografer : Klas Sjoberg

Sumber :

<https://www.klassjoberg.com/stillife>

Diakses tanggal 02 mei 2019

Gambar 4 merupakan karya fotografi *still life* oleh Klas Sjoberg berbasis di Helsingborg, Halland County. Dengan objek peralatan dapur yang disusun acak dan tertumpuk, Klas Sjoberg menerapkan warna dingin yaitu mayoritas warna hijau. Dengan pencahayaan dalam ruangan yang *soft* terlihat dari gradasi bayangan yang dihasilkan. Karya Klas Sjoberg diatas menjadi acuan dalam penciptaan ini, yang diacu adalah penerapan satu sumber cahaya yang *soft* sehingga

menciptakan kesan sederhana pada suatu karya.

Iklan adalah sarana komunikasi yang bertugas untuk menyampaikan informasi tentang produk atau jasa dan sekaligus menawarkannya kepada konsumen (Madjadikara, 2005: 17). Visual yang dihadirkan pada iklan merupakan sarana pertukaran pesan dan menjadi alat komunikasi antara produsen dengan konsumen melalui gambar atau foto.

Semiotika komunikasi visual melekat fungsi tanda dalam menyampaikan pesan dari sebuah pengirim pesan kepada para penerima tanda berdasarkan simbol-simbol yang dimediasiasi oleh media tertentu (Piliang, 2012:339). Dalam penciptaan ini menghadirkan visual yang simbolis sesuai dengan tafsiran isi buku sastra yang dikemas dalam fotografi komersial.

Menurut Roland Barthes, terdapat dua jenis sistem signifikasi yaitu sistem pertama berada dalam lapisan denotasi (makna sesungguhnya) dan sistem kedua berada dalam konotasi (Budiman, 2011:167). Dalam penjelasan ulasan karya penciptaan karya fotografi ini berdasarkan pada makna denotasi dan konotasi yang dijelaskan secara ringkas.

Fotografi *still life* menciptakan sebuah gambar dari benda mati agar tampak jauh lebih hidup dan berbicara, seperti makanan terlihat hangat, dingin atau lembut. Kata *still* berarti benda diam atau mati, sedangkan *life* berarti hidup dan memberikan konteks “tampak hidup” pada benda tersebut (Paulus & Lestari, 2012:11). *Still life* juga dapat memberikan arti secara konteks fungsional maupun konteks ekspresif. Dalam hal ini, *still life*

berfungsi sebagai iklan atau komunikasi visual dalam konteks komersial untuk penciptaan Tugas Akhir ini.

Teknik pencahayaan dalam fotografi memiliki peranan sangat penting untuk menghasilkan foto yang baik. Seorang fotografer selain harus memperhatikan kualitas cahaya juga harus memperhatikan arah dan efek yang dihasilkan dari sumber cahaya, baik cahaya yang tersedia (*natural light*) atau *room light (available light)* maupun cahaya buatan (*artificial light*). Pengertian arah pencahayaan adalah bagaimana memposisikan sumber cahaya terhadap objek yang akan difoto. Sedangkan efek pencahayaan adalah menyangkut hasil yang ditimbulkan dari memposisikan sumber cahaya tersebut terhadap objek yang akan dipotret. Dalam buku berjudul JEPRET! yang ditulis oleh Nughroho (2011), Adapun Teknik *lighting* yang dipakai pada Tugas Akhir penciptaan ini adalah mayoritas adalah *available light* dan *side light* yang bertujuan untuk menonjolkan bentuk dan permukaan atau tekstur obyek dan memberi kesan natural.

METODE PENELITIAN

Metode pengumpulan data yang dilakukan untuk menunjang penciptaan karya ini agar mendapatkan hasil sempurna. Penciptaan ini menggunakan metode Observasi, langkah-langkah yang dilakukan yang pertama yaitu mengamati fotografi produk yang ada di majalah dan situs jual beli *online* secara *global* dan memadukan teknik fotografi sebagai acuan yang diciptakan. Kedua yaitu melakukan pengamatan pada *website* Jualbukusastra.com serta aplikasi

lainnya seperti Instagram yang memuat data tentang aktivitas Jualbukusastra.com lalu mencari keragaman foto yang digunakan sebagai media promosi, sehingga dapat digunakan sebagai data tambahan atau referensi dalam perancangan karya ini.

Metode wawancara juga dilakukan untuk mengumpulkan sebuah informasi. Proses ini terdiri dari pewawancara dan narasumber. Wawancara merupakan sebuah alat bantu mencari informasi secara langsung. Dalam hal ini pengumpulan data dilakukan dengan pembicaraan langsung dengan bapak Indrian Koto sebagai pendiri toko Jualbukusastra.com.

Studi pustaka merupakan langkah awal dalam metode pengumpulan data. Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data yang diarahkan kepada pencarian data dan informasi melalui dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, foto-foto, gambar, maupun dokumen elektronik yang dapat mendukung dalam proses penulisan.

PEMBAHASAN

Metode penciptaan karya seni fotografi ini melalui beberapa tahapan yang pertama yaitu tahapan penentuan ide merupakan rancangan tersusun yang berada di pikiran. Tahapan ide merupakan tahap paling awal dalam menentukan sebuah konsep. Pada tahap ini konsep yang harus diperhatikan seperti posisi pencahayaan yang cocok untuk tema buku, penentuan *background* yang sesuai untuk mendukung konsep karya, dan juga penambahan properti untuk memperkuat konsep karya. Konsep-konsep tersebut sangat

ditentukan secara selektif agar memiliki karakter yang kuat dan kesesuaian dalam segala unsur yang terdapat dalam karya foto yang dihasilkan.

Tahapan yang kedua adalah tahapan pemotretan, Semua pemotretan dilakukan indoor dan outdoor sesuai dengan konsep buku yang telah ditentukan. Sebelum perwujudan objek dimulai dari visual sketsa kasar yang kemudian dilanjutkan dengan pendataan pada semua aspek disetiap sesi pemotretan dari setiap konsep. Tahapan yang dilakukan sebelum sesi pemotretan adalah mengidentifikasi bahan-bahan apa saja yang akan dipakai sebagai unsur fotografi komersial, selanjutnya menyediakan studio foto yang memadai. Pemotretan dilakukan dengan menggunakan kamera Mirrorless merk Sony alpha a6000 dan menggunakan lensa fix Sony 50 mm, lensa kit Sony 17-50 mm dibantu dengan tripod dan peralatan lainnya seperti lampu sebagai sumber cahaya dan reflektor untuk memantulkan cahaya dari cahaya utama. Kemudian mengatur sudut pengambilan gambar, mengatur komposisi, mengatur pencahayaan dan mengarahkan titik fokus ke objek utama agar produk buku mendapat visualisasi kesan yang lebih dramatis dan ekspresif. Visualisasi foto yang dihasilkan menjadikan objek lebih menonjol dan menguatkan kesan yang akan disampaikan sehingga menambah nilai jual.

Ketiga adalah *Post-produksi* yaitu Proses penyuntingan foto dilakukan menggunakan bantuan perangkat lunak penyunting *Adobe Photoshop* dan *Adobe Lightroom*. Dalam proses penyuntingan hanya sekedar perbaikan

komposisi (*cropping*), perbaikan distorsi, pengaturan gelap terang, warna, kontras, ketajaman, serta penyesuaian background agar hasil akhirnya sesuai dengan yang diharapkan.

Penciptaan Karya

Berikut ini merupakan penjelasan lengkap tentang karya tugas akhir yang berjudul “Produk Jualbukusastra.com dalam Fotografi Komersial”, menampilkan foto beserta uraian proses pembuatannya. Semua karya tugas akhir penciptaan karya seni ini merupakan hasil interpretasi dari isi buku sastra Jualbukusastra.com yang dipilih berdasarkan jenis buku sastra seperti buku puisi, novel, dan cerpen karya sastrawan lokal. Setiap karya seni fotografi ini mempunyai konsep yang berbeda-beda, dikarenakan setiap buku juga mempunyai tema yang berbeda pula.



Karya 1

Judul: **Telegram**

Ukuran: 40 x 50 cm

Media : *Print Photo Paper*
2019

Data Teknis:

Kamera : Sony a6000

Diafragma : f/7.1

Speed : 1/100

ISO : 200

Lensa : Sony 50 mm

Skema Pemotretan:

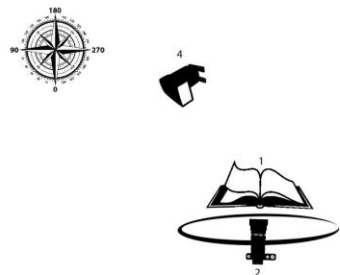


Diagram lighting karya 1

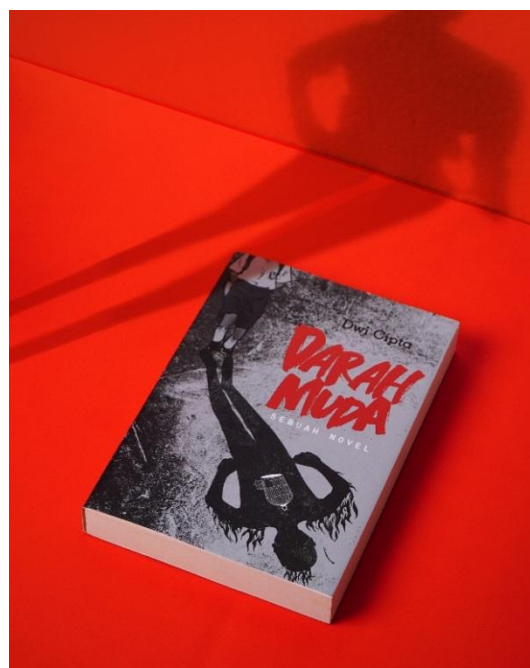
Keterangan:

1. Buku
2. Kamera
3. *Reflector*
4. *Flash external*

Karya 1 ini merupakan novel yang berjudul "Telegram" oleh Putu Wijaya yang diterbitkan pada tahun 2018. Karya ini menampilkan visual buku yang diletakkan pada meja bundar bermotif tradisional dengan lembaran-lembaran kertas telegram.

Buku ini mengisahkan tentang seseorang laki-laki yang memiliki pandangan buruk terhadap telegram. Foto ini dirancang dengan nuansa klasik karena buku tersebut menceritakan kisah seseorang pada tahun 1973.

Karya ini menggunakan satu lampu utama dengan menggunakan *flash eksternal* yang diletakkan pada sudut 130 derajat sehingga terdapat bayangan pada sisi kiri buku.



Karya 2

Judul: **Darah Muda**

Ukuran: 40 x 50 cm

Media : *Print Photo Paper*
2019

Data Teknis:

Kamera : Sony a6000

Diafragma : f/8

Speed : 1/100

ISO : 100

Lensa : Sony 50 mm

Skema Pemotretan:

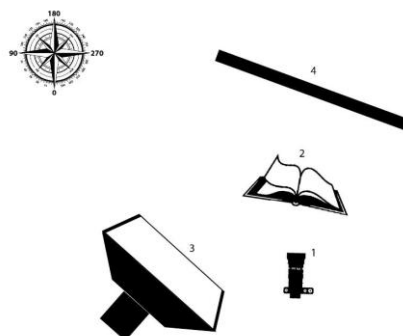


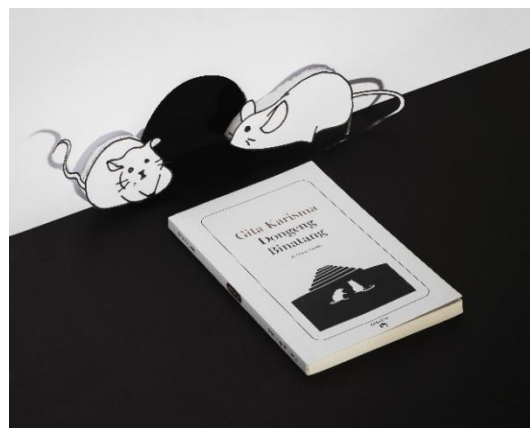
Diagram lighting Karya 2

Keterangan:

1. Buku
2. Kamera
3. *Softbox*
4. *Background*

Karya ke-2 merupakan novel “Darah Muda” karya Dwi Cipta yang diterbitkan oleh Literasi Press pada tahun 2018 berlatar belakang warna merah dan ditambahkan bayangan seorang laki-laki yang berdiri tegap. Warna merah menyimbolkan semangat dalam hidup, sedangkan bayangan menyimbolkan sebuah peran sandiwaranya yang diterapkan dalam menjalani kehidupan sesuai dengan isi sinopsis. Novel ini mengisahkan perjalanan kehidupan tokoh aku semenjak masih di dalam kandungan hingga memantapkan diri pada pilihan hidupnya menjadi penulis. Di sepanjang kisahnya, konflik dengan berbagai macam keadaan seolah tak bisa dihindari. Ia tak henti-hentinya mencari peran bagi dirinya sendiri di tengah berbagai masalah yang dialaminya.

Karya ini menggunakan satu lampu utama dengan tambahan *softbox* yang diletakkan pada sudut 45° sebagai *oval light* sehingga akan terdapat sedikit bayangan pada bagian belakang objek.



Karya 3

Judul: ***Dongeng Binatang***

Ukuran: 40 x 50 cm

Media : *Print Photo Paper*
2019

Data Teknis:

Kamera : Sony a6000

Diafragma : f/14

Speed : 1/125

ISO : 100

Lensa : Sony 50 mm

Skema Pemotretan:

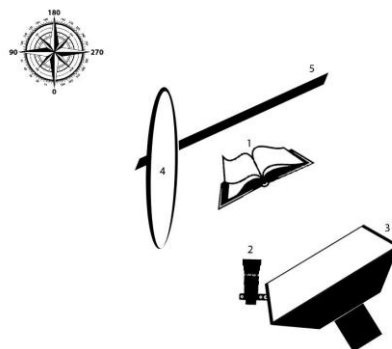


Diagram lighting Karya 3

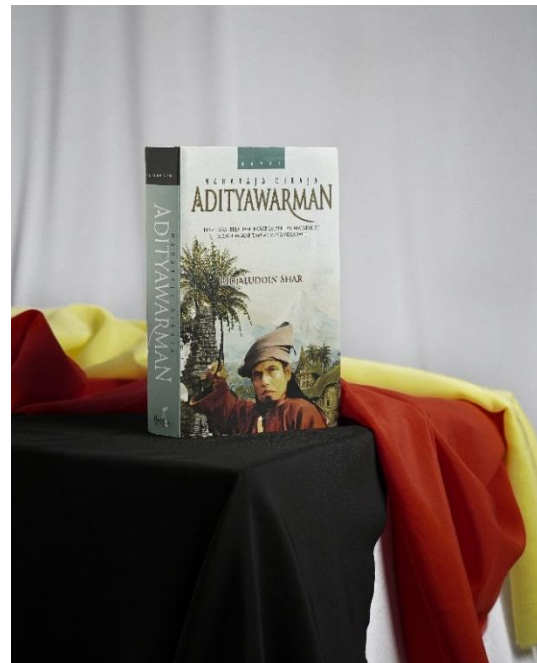
Keterangan:

1. Buku
2. Kamera
3. *Softbox*
4. *Reflector*
5. *Background*

Karya ke-3 ini merupakan novel karya Gita Karisma yang diterbitkan oleh Kakatua "Dongeng Binatang" tahun 2015 menampilkan visual dengan latar belakang lubang tikus dan didukung properti gambar dua ekor tikus putih. Properti lubang tikus dibuat dari styrofoam yang dilubangi dengan *cutter*, sedangkan ilustrasi tikus dibuat dari kertas yang digambar dengan spidol menyerupai karakter tikus dan dilapisi oleh *styrofoam* agar terlihat menonjol.

Sesuai dengan latar belakang ilustrasi lubang tikus dengan dua ekor tikus tersebut menceritakan tentang petualangan dua ekor tikus yaitu Apolo dan Ganesa bertualang menghadapi pemangsa demi pemangsa dalam mencari tempat terbaik untuk hidup.

Karya ini menggunakan satu lampu utama dengan tambahan *softbox* yang diletakkan pada sudut 300° untuk memunculkan dimensi pada objek.



Karya 4

Judul: **Adityawarman**

Ukuran: 50 x 40 cm

Media : *Print Photo Paper*
2019

Data Teknis:

Kamera : Sony a6000

Diafragma : f/2.8

Speed : 1/125

ISO : 100

Lensa : Sony 50 mm

Skema Pemotretan:

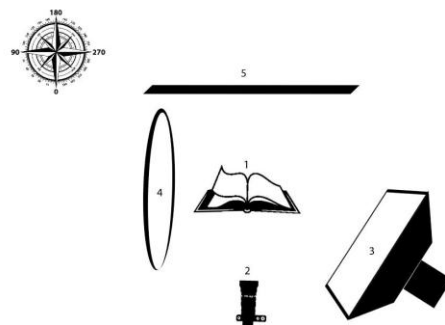


Diagram lighting Karya 4

Keterangan:

1. Objek buku
2. Kamera
3. *Softbox*
4. *Reflector*
5. *Background*

Karya ke-4 yang berjudul Adityawarman merupakan buku novel karya Ridjaluddin Shar diterbitkan oleh Themis Books pada tahun 2013, dengan latar belakang warna putih dan menghadirkan properti kain berwarna hitam, merah, dan kuning.

Buku novel Adityawarman merupakan cerita tentang sejarah yang merekam kisah-kisah legenda Minangkabau. Dari pemahaman novel ini, properti yang dihadirkan ialah kain berwarna hitam, merah, dan kuning sebagai perumpamaan *Marawa*. *Marawa* ialah simbol identitas masyarakat Minangkabau yang berbentuk bendera dengan tiga warna yakni hitam, merah, dan kuning. Latar belakang berwarna putih supaya warna terlihat seimbang dan tidak mengganggu warna produk dan properti.

Teknik pemotretan dilakukan di dalam ruangan dengan menggunakan sumber cahaya dari *softbox* yang diposisikan pada satu titik cahaya yaitu 300° dan dipantulkan dengan *reflector* di posisi 90° untuk mengisi bagian kiri produk supaya tidak terlihat gelap. Pemilihan *background* menyesuaikan dengan properti supaya terlihat seimbang.



Karya 5

Judul: **Titik Temu**

Ukuran: 40 x 50 cm

Media : *Print Photo Paper*
2019

Data Teknis:

Kamera : Sony a6000

Diafragma : f/10

Speed : 125

ISO : 100

Lensa : Sony 50 mm

Skema Pemotretan:

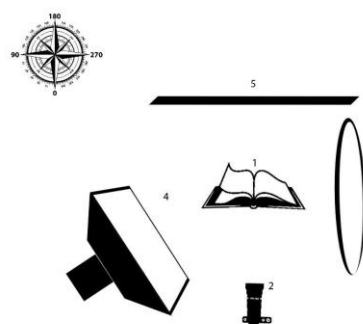


Diagram lighting Karya 5

Keterangan:

1. Buku
2. Kamera
3. *Reflector*
4. *Softbox*
5. *Background*

Karya ke-5 berjudul “Titik Temu” merupakan novel Ghyna Amanda yang diterbitkan oleh Mojok pada tahun 2017. Dalam karya ini terdapat lapisan warna merah, putih dan biru di antara buku, dengan pencahayaan yang *soft*. Visual ini menghadirkan lapisan warna yaitu warna merah-putih sebagai simbol bendera Indonesia dan dikombinasikan dengan warna biru (merah, putih dan biru) sebagai simbol bendera Belanda. Simbol bendera dihadirkan karna dalam cerita novel “Titik Temu” ini merupakan kisah asmara yang menyatukan dua orang manusia yang berbeda kebangsaan dan agama.

Karya ini menggunakan *softbox lighting* yang berada di posisi 45 derajat dari atas supaya dimensi pada produk tetap terlihat.

SIMPULAN

Dengan adanya penciptaan karya fotografi produk JBS dalam fotografi komersial ini, diharapkan mampu membuat produk buku terlihat menarik untuk dibeli, sebab dalam pembuatan karya ini lebih ditekankan pada simbol/tanda yang berbeda-beda pada setiap produk buku. Pada setiap produk buku menunjukkan interpretasi isi buku sastra sehingga memiliki *brand image* yang unik dan simbolis, sebagai contoh pada karya “Adityawarman” menghadirkan sebuah *Marawa* (bendera khas Minangkabau) menyimbolkan bahwa isi buku novel

tersebut bercerita tentang Minangkabau.

Ide penyajian yang diwujudkan dalam bentuk *still life* dimaksudkan untuk membangun sebuah konstruksi makna simbolis, karya seni fotografi dalam ranah fotografi komersial yang bertujuan untuk memasarkan produk yang akan dijual melalui media *online* seperti *website, instagram, dan facebook*.

Proses dari pembuatan karya dengan judul “Jualbukusastra.com pada Fotografi Komersial” dilakukan secara terkonsep mulai dari memahami isi setiap buku, kemudian mencari simbol yang paling tepat dengan isi buku tersebut, selanjutnya produk ditata sedemikian rupa agar terlihat estetis, dan difoto menggunakan berbagai macam teknik fotografi dan editing dilakukan untuk tujuan tertentu. Hambatan yang terjadi dalam proses penciptaan tugas akhir ini salah satunya ialah menerjemahkan sajak puisi kedalam bentuk visual fotografi, dikarenakan bahasa sastra jenis puisi mempunyai makna yang susah dimengerti, kejujuran menjadi salah satu aspek penting dalam menuangkan pikiran kedalam media kamera. Pandangan dan pemikiran pembuat karya dapat membuat para penikmat karya seni tergugah untuk menerka keunikan *brand image* yang divisualisasikan sesuai dengan sinopsis setiap buku. Tanda sebuah simbol yang divisualisasikan dapat memberi arti yang luas, bernilai historis dan dapat memberi pengalaman estetis dari karya penciptaan. Semua yang diilustrasikan ke dalam karya fotografi ini divisualisasikan dalam bentuk nyata dengan melewati proses pencetakan dan dipamerkan kepada para penikmat seni.

KEPUSTAKAAN

Agasi, Muhammad Reza. 2017. "Estetika Fotografi *Still Life* Pada Produk *Online Shop Folk Store*" [skripsi]. Yogyakarta: Universitas Negri Yogyakarta

Budiman, Kris. 2011. *Semiotika Visual*. Yogyakarta: Jala Sutra

Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. 2001. Prinsip – Prinsip Pemasaran. Jakarta : Erlangga.

Nugroho, Yulius Widi. 2011. *JEPRET! Panduan Fotografi dengan kamera Digital dan DSLR*. Yogyakarta : Familia

Owen, Renata dan Sutanto, Shienny Megawati. 2013. *Perancangan Illustrated-Book Sebagai Media Promosi*. Fakultas Teknik Dan Desain Universitas Ciputra. 2(2):44

Paulus, Edison & Lestari, Laely Indah. 2012. Still Life. Jakarta: PT Elex Media Komputindo. Giwand Griand. 2001. *Panduan Praktis Belajar fotografi*. Jakarta : Puspa Swara.

Sari, Chaca Andira. 2015. *AntroUnairdotNet, Vol.IV/No.2/ Juli 2015 Perilaku Berbelanja Online Di Kalangan Mahasiswi Antropologi Universitas Airlangga*.

Soedjono, Soeprapto. 2007. *Pot-Pourri Fotografi*. Jakarta: Penerbit Universitas Trisakti.

Tjin, Enche dan Erwin Mulyadi. 2014 . *Kamus Fotografi*. Jakarta : PT. Elec Media Komputindo

Triandjojo, Indriani. 2008. "Semiotika Iklan Mobil di Media Cetak Indonesia"

[tesis]. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang

PUSTAKA LAMAN

<https://dspace.uii.ac.id/bitstream/handle/123456789/953/06%20daftar%20pustaka>.

<http://eprints.umg.ac.id/131/6/18.%20Daftar%20Pustaka.pdf> (akses 12 juni 2019)

<http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-auna97cbdaabbfull.pdf> (akses 12 juni 2019)

<https://kbbi.web.id/produk> (akses 12 juni 2019)

<https://kinfolk.com/entrepreneur/#&gid=1&pid=1> (akses 12 juni 2019)

<https://www.instagram.com/p/Bf09fZcnDWI/> (akses 12 juni 2019)

https://www.instagram.com/p/BrE_hK0gddo/ (akses 12 juni 2019)

<https://www.linkedin.com/in/christianmandersen3> (akses 12 juni 2019)