

**PROMOSI MEDIA CETAK *COMPANY PROFILE* JAMU
GODHOG MERAPI FARMA HERBAL DALAM FOTOGRAFI
KOMERSIAL**



**SKRIPSI
TUGAS AKHIR PENCIPTAAN SENI FOTOGRAFI**

Gunung Pamungkas

1410731031

**PROGRAM STUDI S-1 FOTOGRAFI
JURUSAN FOTOGRAFI
FAKULTAS SENI MEDIA REKAM
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2020**

**PROMOSI MEDIA CETAK *COMPANY PROFILE* JAMU
GODHOG MERAPI FARMA HERBAL DALAM FOTOGRAFI
KOMERSIAL**



SKRIPSI

TUGAS AKHIR PENCIPTAAN SENI FOTOGRAFI

Untuk memenuhi persyaratan derajat sarjana

Program Studi Fotografi

Gunung Pamungkas

1410731031

**PROGRAM STUDI S-1 FOTOGRAFI
JURUSAN FOTOGRAFI
FAKULTAS SENI MEDIA REKAM
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2020**

PROMOSI MEDIA CETAK COMPANY PROFILE JAMU GODHOG MERAPI FARMA HERBAL DALAM FOTO KOMERSIAL

Diajukan oleh:
Gunung Pamungkas
1410731031

Pameran dan Skripsi Karya Seni Fotografi telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji
Tugas Akhir Jurusan Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta,
pada tanggal 06 JAN 2020



Dr. Edial Rusli, S.E., M.Sn.
Pembimbing I/ Ketua Penguji



Syaifudin, M.Ds.
Pembimbing II/ Anggota Penguji



Pamungkas Wahyu Setiyanto, M.Sn.
Cognate/ Penguji Ahli



Dr. Irwandi, M.Sn.
Ketua Jurusan

Mengetahui,
Dekan Fakultas Seni Media Rekam



Marsudi, S.Kar., M.Hum.
NIP. 19610710 198703 1 002

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Gunung Pamungkas**

No. Mahasiswa : **1410731031**

Program Studi : **S-1 Fotografi**

Judul Karya Seni : **Promosi Media Cetak *Company Profile* Jamu Godhog Merapi Farma Herbal dalam Fotografi Komersial**

Menyatakan bahwa pada Karya Seni Tugas Akhir saya tidak terdapat bagian yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan 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 Karya Seni Tugas Akhir saya ini, dan saya bersedia menerima sanksi aturan yang berlaku, apabila di kemudian hari diketahui dan terbukti tidak sesuai dengan isi pernyataan ini.

Yogyakarta, Januari 2020

Gunung Pamungkas

Untuk kedua Orang Tuaku yang selalu mengasihi, mendukung serta menyokong anakmu ini
hingga sekarang.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa setelah melalui proses Panjang dan rumit, akhirnya tugas akhir ini dapat diselesaikan tepat waktu sebagai salah satu syarat menyelesaikan studi Jurusan Fotografi Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Dalam membuat dan menyelesaikan tugas akhir ini, banyak mendapat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih dengan tulus kepada:

1. Kedua orang tua tercinta atas segala upaya kasih sayang, perjuangan, nasihat, dan dukungannya sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan tepat waktu;
2. Audy, Elang, Puri, selaku kakak kandung yang telah memberi motivasi dan semangat;
3. Marsudi S.Kar., M.Hum. selaku Dekan Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta;
4. Dr. Irwandi, M.Sn., selaku Ketua Jurusan Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta;
5. Dr. Edial Rusli S.E., M.Sn., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan semangat;
6. Syaifudin M.Ds., selaku Dosen Pembimbing II dan Dosen Wali yang telah memberikan bimbingan dan semangat;
7. Sidik Raharjo, selaku pemilik Merapi Farma Herbal yang telah memberikan tempat, mendukung, dan membantu dalam proses pemotretan;
8. Pak Yadi, Mas Naryo, Mas Edi, Mas Sigit, Mbak Riska, Mbak Tika, Mbak Angel, Mbak Anggi, Bu Sutiyem, Bu Nurmi, Bu Hermiyati, Bu Nurmi selaku karyawan

dan seluruh karyawan Merapi Farma Herbal yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu yang telah membantu dari awal proses pembuatan tugas akhir ini;

9. Alleda, Rangga, Wisnu, Golda, Arko, Dinda yang telah membantu dari awal proses pembuatan tugas akhir ini;
10. “JRS Team” Dian Golda, Novan Bagus Anggara, Aan Khaidar, Inon Avicena, Syahrul Lejau, Yoga, Eva;
11. Teman-teman Jurusan Fotografi Angkatan 2014 FSMR;
12. Semua pihak yang membantu terselesaikannya tugas akhir ini.

Semoga penulisan ini bisa bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan penulis pada khususnya, disadari bahwa pembuatan penulisan Tugas Akhir Karya Seni ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu, diterima saran dan kritik yang bersifat membangun demi perbaikan kearah kesempurnaan. Akhir kata penulis sampaikan terima kasih.

Yogyakarta, 22 Desember 2019

Gunung Pamungkas

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR KARYA	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penciptaan	1
B. Penegasan Judul.....	5
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan	7
E. Manfaat	7
BAB II.....	8
IDE DAN KONSEP PERWUJUDAN.....	8
A. Latar Belakang Timbulnya Ide	8
B. Landasan Penciptaan.....	9
C. Tinjauan Karya.....	21
D. Ide dan Konsep Perwujudan	24
BAB III	25
METODE PENCIPTAAN KARYA.....	25
A. Objek Penciptaan	25
B. Metode Penciptaan.....	27
C. Proses perwujudan	32
D. Rincian Biaya.....	48
BAB IV	49
ULASAN KARYA	49

BAB V	99
PENUTUP.....	99
A. KESIMPULAN.....	99
B. SARAN.....	100
DAFTAR PUSTAKA	101

DAFTAR KARYA

Karya 1 “Owner”	51
Karya 2 “Lokasi Merapi Farma”	53
Karya 3 “Strategis”	55
Karya 4 “Karyawan Perusahaan”	57
Karya 5 “Suasana Taman Herbal”	60
Karya 6 “Panduan Kunjungan Taman Herbal”	62
Karya 7 “Praktek Jamu”	64
Karya 8 “Jamu Godhog Kualii”	67
Karya 9 “Suasana Outlet Jamu Godhog”	69
Karya 10 “Penyimpanan”	71
Karya 11 “Cuci Jamu”	73
Karya 12 “Pengeringan”	75
Karya 13 “Meratakan”	78
Karya 14 “Sortir”	80
Karya 15 “Packing”	83
Karya 16 “Jagasma”	85
Karya 17 “Jagamag”	87
Karya 18 “Jagawas”	89
Karya 19 “Jagalinu”	91
Karya 20 “Komposisi Jamu Godhog”	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2 1 Logo Merapi Farma Herbal.....	13
Gambar 2 2 Produk jamu godhog siap minum	14
Gambar 2 3 Produk kemasan label hijau	15
Gambar 2 4 Produk kemasan label putih	17
Gambar 2 5 Produk kemasan jamu instan.....	18
Gambar 2 6 Kunjungan Industri Jamu	19
Gambar 2 7 Outbond.....	19
Gambar 2 8 Penginapan	20
Gambar 2 9 Garuda Indonesia	21
Gambar 2 10 Workers packing salmon in food factory	22
Gambar 2 11 Larissa	23
Gambar 3 1 Hasil pertama eksperimentasi	29
Gambar 3 2 Hasil Akhir Eksperimentasi	30
Gambar 3 3 Behind The Scene	31
Gambar 3 4 Kamera DSLR Canon 60d	33
Gambar 3 5 Lensa Tamron 18-270mm.....	33
Gambar 3 6 Lensa Tamron SP Fix 90mm F 2.8	34
Gambar 3 7 Memory Card Extreme Pro Sandisk 16GB.....	34
Gambar 3 8 Reflector 80cm.....	35
Gambar 3 9 Flash YN460-II	36
Gambar 3 10 Flash Godox V1c	36
Gambar 3 11 Trigger X1 Tc.....	37
Gambar 3 12 Payung.....	37
Gambar 3 13 Tripod.....	38
Gambar 3 14 Stand Light.....	38
Gambar 3 15 DJI Phantom 4.....	39
Gambar 3 16 Laptop	39
Gambar 3 17 Foto Objek Pendukung.....	41
Gambar 3 18 Latar Foto.....	41

Gambar 3 19 Foto Objek Utama.....	42
Gambar 3 20 Proses Digital Imaging menggunakan Quick Selection Tool	43
Gambar 3 21 Proses Digital Imaging Menggabungkan Objek Utama pada Latar Foto	44
Gambar 3 22 Proses Digital Imaging Penambahan Objek Pendukung dan Tone Warna.....	44
Gambar 3 23 Hasil Akhir Foto yang Telah Melalui Digital Imaging.....	45

DAFTAR LAMPIRAN

Penerapan.....	95
Dokumentasi Sidang Ujian.....	102
Dokumentasi Suasana Pameran.....	103
Poster Pameran.....	104
Katalog Pameran.....	105
Biodata Diri.....	106

ABSTRAK

Company profile merupakan gambaran umum suatu jati diri sebuah perusahaan yang berisi keunggulan perusahaan sehingga orang tertarik untuk melihatnya. *Company profile* berupa buku, *website*, dan aplikasi yang menjelaskan tentang bagaimana perusahaan atau organisasi tersebut. Kegunaan fotografi dalam dunia komersial adalah mengiklankan suatu produk atau jasa yang ditawarkan suatu perusahaan untuk masyarakat umum. Penguasaan teknik fotografi akan sangat membantu dalam menyampaikan pesan yang ingin disampaikan dalam penciptaan. Fotografi komersial identik dengan fotografi iklan. Keduanya mempunyai tujuan yang sama yaitu menyalurkan informasi sehingga dapat tersampaikan kepada calon konsumen. Fotografi bertujuan agar orang yang melihat produk tersebut tertarik untuk mencoba dan membelinya. Jenis media promosi yang ada sangat bervariasi, dikarenakan tuntutan dari strategi promosi yang dikembangkan oleh perusahaan untuk mencapai profit untuk kemajuan sebuah perusahaan. Promosi media cetak dipilih sebagai media yang tepat. Selain untuk menginformasikan tentang produk jamu godhog juga untuk mengetahui proses produksi dan tempat pada perusahaan Merapi Farma Herbal. Penciptaan tugas akhir ini dipilih sebagai bentuk media promosi *company profile* jamu godhog Merapi Farma Herbal, karya ini memperlihatkan proses produksi, suasana perusahaan dan produk jamu godhog yang ditata sedemikian rupa sehingga menampilkan karya foto yang berbeda dengan foto yang lainnya. Setiap karya yang dibuat mempunyai maksud dan tujuan yang jelas, kesiapan dalam pembuatan karya foto akan menghasilkan karya yang bermakna dan berkesan baik bagi pengkarya maupun bagi konsumen itu sendiri. Bentuk pada karya tugas akhir ini diterapkan sebagai media cetak seperti buku *company profile*, brosur dan majalah dalam bentuk promosi perusahaan Merapi Farma Herbal.

Kata kunci : Promosi Media Cetak, *Company Profile*, Jamu Godhog, Merapi Farma Herbal,
Foto Komersial

ABSTRACT

Company profile is a concise general description of a firm or an organization which is showing excellence so that it can attract good impression to the viewers. A Company Profile can be a book, website or application that tells about the firm or organization. The usability of Photography in the field of commercial is in the advertisement of products or services from a company to the public. Photographic skills and techniques are important in the process of the creation of message making. Commercial Photography is identically Advertising Photography, both has the same purpose that is inform customers so that they receive the intended message. The purpose of photography is affects peoples that sees to buy or try the product which is offered. There are variety of media promotions due to demands and the promotion strategy that developed by the company in order to advance the business. This, printed media promotion has chosen as the proper media, besides to inform about Jamu Godhog products it is also showing the production process and where Merapi Farma Herbal is takes place. This final project, is chosen as a form of Company Profile promotion of the Jamu Godhog Merapi Farma Herbal, that shows production process, factory atmosphere and the product of Jamu Godhog that arranged in such a way so that brings out unique image in every photo. Every work has obvious intension and purpose, the readiness in creation making brings a meaningful result for both audience and creator. This Final Project is in the form of printed media such as Company Profile Book, brochure and magazine that is the promotion of The Merapi Farma Herbal.

Keyword : Company Profile, Commercial Photography, Jamu Godhog, Merapi Farma Herbal, Printed Media Promotion.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penciptaan

Perkembangan dalam dunia teknologi informasi dan media promosi saat ini berkembang dengan pesat, hal ini ditandai dengan banyaknya kebutuhan masyarakat akan informasi tersebut. Jenis media promosi yang ada sangat bervariasi, dikarenakan tuntutan dari strategi promosi yang dikembangkan oleh perusahaan untuk mencapai profit untuk kemajuan sebuah perusahaan. Dalam melakukan pemasaran dan penjualan, perusahaan membutuhkan suatu arus informasi persuasi searah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau perusahaan kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran yang disebut promosi (Basu Swastha, 1996: 237).

Promosi merupakan aspek penting dalam pemasaran, dan sering dikatakan sebagai proses berlanjut. Ini disebabkan karena promosi dapat menimbulkan rangkaian kegiatan selanjutnya dari perusahaan. Adapun pengertian dari promosi adalah “ arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran” (Basu Swastha, 1996 : 237). Pada dasarnya kegiatan promosi dapat dilakukan antara lain dengan cara periklanan, promosi penjualan, *personal selling*, dan publisitas. Media promosi yang saat ini mudah diterima oleh masyarakat salah satunya adalah fotografi.

Fotografi merupakan bidang komunikasi visual yang memiliki banyak peminat. Dengan kemajuan teknologi saat ini, fotografi menjadi hobi yang paling besar peminatnya dibandingkan dengan hal lain. Pada dasarnya fotografi adalah kegiatan merekam dan memanipulasi cahaya untuk mendapatkan hasil yang kita inginkan (Sudjojo, 2010:7). Media

foto adalah salah satu media komunikasi yang bisa digunakan untuk menyampaikan pesan atau ide kepada orang lain, sehingga banyak ditemui jenis-jenis foto yang mengandung maksud tertentu di kalangan masyarakat. (Sudarma, 2014:4).

Hakikatnya fotografi merupakan media komunikasi untuk promosi. Salah satu bentuk promosi melalui *company profile*. *Company profile* merupakan salah satu media *public relations* yang mempresentasikan sebuah perusahaan (organisasi). Produk *public relations* ini berisi gambaran umum perusahaan, dimana perusahaan bisa memilih poin-poin apa saja yang ingin disampaikan secara terbuka kepada publiknya disesuaikan dengan kepentingan publik sasaran. Dalam dunia fotografi dikenal tiga pembagian genre menurut fungsinya, yaitu fotografi jurnalistik, fotografi seni atau *fine art*, dan fotografi komersial. Fotografi komersial adalah fotografi yang dibuat untuk menunjang penjualan produk, jasa dan konsep. (Irwandi, Mimeografi, tanpa tahun:76). *Company profile* merupakan gambaran umum suatu jati diri sebuah perusahaan yang berisi keunggulan perusahaan sehingga orang tertarik untuk melihatnya. *Company profile* berupa buku, *website*, dan aplikasi yang menjelaskan tentang bagaimana perusahaan atau organisasi tersebut. Fotografi *company profile* memfokuskan pemotretan profil sebuah perusahaan jamu. Membuat foto *company profile* perusahaan jamu dengan media fotografi dilakukan untuk menginformasikan kepada masyarakat maupun konsumen agar tertarik terhadap foto komersial yang diberikan.

Perusahaan jamu Merapi Farma Herbal terletak di Jalan Kaliurang km 21,5 Hargobinangun, Pakem, Sleman, Yogyakarta pada tahun 1999. Pendiri perusahaan Jamu Merapi Farma Herbal bernama Sidik Raharjo. Perusahaan ini menjual produk tanaman obat dan kemudian mulai berkembang hingga tahun 2005 hingga mendapatkan sertifikasi dari BPOM dan lisensi Halal. Karena letaknya yang berada di lereng Gunung Merapi perusahaan

ini ingin memberikan obat tradisional berbentuk apotik hidup maka terbentuklah nama Merapi Farma Herbal. Perusahaan ini memiliki lahan seluas 1 hektar dan memiliki fasilitas seperti wisata tanaman herbal dan *maintenance*, ruang produksi jamu, outlet jamu, rumah makan dan taman wisata. Merapi Farma Herbal menjual 3 macam produk jamu yakni label hijau atau Jamu Godhog yang memiliki 19 macam produk jamu yang diolah dengan cara direbus lalu diseduh, Label putih atau pesanan khusus yang memiliki 600 macam produk untuk penyakit berat dan minuman kesehatan atau jamu instan yang memiliki 9 macam produk. Bahan atau tanaman obat tersebut hampir sebagian besar didapat dari hasil kebun yang ditanam sendiri oleh divisi pembibitan dan budidaya dan jika sulit dibudidaya perusahaan mengambil dari petani binaan atau pedagang yang sudah menjalin kerjasama dengan perusahaan. Pemasaran produk jamu melalui outlet yang terletak di Jalan Kaliurang Km 21,5 Hargobinangun, Pakem, Sleman, Yogyakarta dan memiliki cabang di Jalan Palagan, Tegal Rejo, Sariharjo, Ngaglik, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Mitra Franchise yang sudah ada tersebar di toko-toko besar di 23 Provinsi dan media aplikasi jual beli online. Bentuk promosi yang telah dilakukan Perusahaan Merapi Farma Herbal berupa media sosial dan *website* yang berfungsi untuk menginformasikan kegiatan yang ada di Perusahaan. *Sign board* untuk menginformasikan letak lokasi Perusahaan yang diletakkan di jalan raya. Baliho untuk menginformasikan produk dan fasilitas perusahaan. Brosur menginformasikan fasilitas dan daftar harga kunjungan fasilitas.

Kelebihan dari perusahaan Merapi Farma Herbal yakni memiliki produk yang menggunakan bahan alami dan produk dapat bertahan lama selain itu tiap produk memiliki berbagai macam khasiat yang terdapat pada produk tersebut. Bahan baku jamu godhog yang digunakan merupakan hasil budi daya sendiri. Perusahaan Merapi Farma Herbal memiliki

mitra yang sudah tersebar di 23 provinsi di Indonesia, perusahaan ini merupakan salah satu jamu racikan yang memiliki izin dari BPOM dan berlisensi Halal.

Kekurangan pada perusahaan Merapi Farma Herbal dikarenakan tingginya biaya produksi, produk jamu merupakan produk alternatif sehingga perusahaan harus meyakinkan konsumen agar produk tersebut dapat diminati masyarakat, selain itu produksi yang masih menggunakan tenaga manusia membutuhkan waktu yang lama sehingga berpengaruh terhadap biaya produksi dan produk tidak ada kemajuan. Selain itu kemasan yang kurang menarik dan tidak adanya inovasi baru serta kurangnya promosi dalam perusahaan dapat berpengaruh terhadap penjualan.

Maka dari itu promosi iklan menjadi hal yang penting untuk meningkatkan penjualan produk dan fasilitas yang disediakan sebuah perusahaan. Dalam promosi tersebut, fotografi merupakan sarana media yang penting dan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Penulisan ini akan membahas tentang *Company Profile* yang nantinya dapat digunakan sebagai media promosi melalui iklan dan media lainnya oleh perusahaan Jamu godhog Merapi Farma, melalui *Company Profile* diharapkan untuk bisa membantu strategi promosi yang menarik minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Melalui media juga terjadi interaksi tak langsung antar manusia (Susanto, 2004:16). Hal ini diharapkan menjadi terobosan baru untuk media promosi produk Jamu godhog Merapi Farma dan juga sebagai contoh bagi fotografer lain yang akan mengangkat tema yang sama.

B. Penegasan Judul

Penegasan judul dalam proposal ini diperlukan untuk menghindari salah penafsiran judul yang ingin disampaikan.

Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. (Basu Swastha, 1996: 237). Yang dimaksud promosi dalam hal ini memberikan informasi tentang produk dan fasilitas yang ada dalam perusahaan Merapi Farma Herbal kepada masyarakat.

Media Cetak diambil dari kata media yang diartikan sebagai alat atau sarana yang dipergunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Berdasarkan sifatnya, media terdiri dari dua, yaitu media cetak dan media elektronik. Media cetak dapat diartikan segala barang cetak seperti surat kabar, majalah, brosur, pamphlet, bulletin, dan lain-lain. (Nova Firsan, 2009:205). Bentuk penerapan yang akan dipakai dalam Tugas Akhir ini menggunakan bentuk media cetak buku *company profile* Merapi Farma Herbal.

Company Profile menurut Kamus Besar Bahasa Inggris-Indonesia (John M.Echols dan Hassan Shadily), *company profile* berasal dari dua kata berbahasa Inggris yang memiliki pengertian yang berbeda tapi saling terkait yakni kata “*company*” dan “*profile*”. Dimana kedua kata tersebut dapat diartikan berdasarkan kamus (Ehols dan Shadily 131, 449). *Company* sendiri merupakan perusahaan, maskapai, firma, perseroan, persekutuan, kompi, dan rombongan. Sedangkan *profile* merupakan tampang, penampang, riwayat. *Company profile* atau profil perusahaan dinilai tepat untuk menginformasikan mengenai fasilitas dan produk yang diberikan dalam perusahaan Merapi Farma Herbal.

Jamu Godhog berasal dari kata jamu dalam Kamus Besar Bahasa Inggris-Indonesia (John M.Echols dan Hassan Shadily), yang berarti obat yang dibuat dari akar-akaran, daun-

daunan, dan sebagainya. Sedangkan godhog merupakan Bahasa Jawa yang artinya direbus. Jadi Jamu Godhog adalah obat tradisional yang direbus. Jamu godhog berasal dari bahas Jawa yang artinya jamu racikan. Produk unggulan yang dimiliki Merapi Farma Herbal yakni jamu godhog yang memiliki ciri khas yang dimasak menggunakan kuili berbahan tanah liat yang dapat mempertahankan rasa dari tiap bahan yang akan diproses.

Merapi Farma Herbal merupakan perusahaan produk tanaman obat dan jamu tradisional berdiri tahun 1999 oleh pak Sidik Raharjo yang terletak di alan Kaliurang Km 21,5 Hargobinangun, Pakem, Sleman, Yogyakarta. Mendapatkan sertifikasi berupa BPOM dan Halal dan memiliki 3 jenis produk jamu yakni label hijau atau jamu godhog, label putih atau jamu pesanan khusus dan minuman kesehatan.

Fotografi Komersial adalah cabang dari fotografi profesional, lebih banyak bekerja untuk memenuhi kebutuhan industri dalam periklanan, penjualan, peragaan, untuk kebutuhan media masa ataupun publikasi khusus.(Nugroho, 2006: 77). Fotografi komersial digunakan sebagai media visual kebutuhan promosi untuk Merapi Farma Herbal karena melalui fotografi komersial dapat mengubah suatu bentuk produk yang akan ditampilkan terlihat lebih baik. Dalam hal ini menata suasana perusahaan, suasana fasilitas, suasana produksi dan produk jamu godhog.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan maksud dari judul Tugas Akhir Penciptaan ini merupakan penciptaan karya fotografi Komersial sebagai promosi media cetak untuk profil perusahaan Merapi Farma Herbal dengan mengandalkan visual fotografi yang menampilkan proses produksi, lokasi, dan produk. *Company Profile* dibutuhkan untuk menginformasikan sebuah perusahaan kepada khalayak umum juga sebagai sarana membuat sebuah kerjasama kepada pemilik saham.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang, rumusan masalah dalam penciptaan karya fotografi “Promosi Media Cetak *Company Profile* Jamu Godhog Merapi Farma Herbal dalam Fotografi Komersial” ini antara lain:

1. Bagaimana bentuk promosi media cetak *company profile* Jamu Godhog Merapi Farma Herbal Yogyakarta dalam fotografi komersial?
2. Bagaimana proses penciptaan *company profile* Jamu Godhog Merapi Farma Herbal melalui fotografi?

D. Tujuan

1. Memberikan bentuk promosi media cetak berupa karya foto profil perusahaan yang informatif kepada masyarakat mengenai produk jamu godhog dalam bentuk *company profile* dan membangun citra Perusahaan.
2. Menjelaskan proses kreatif yang dilakukan pada penciptaan *company profile* Jamu Godhog Merapi Farma Herbal Yogyakarta dalam fotografi komersial.

E. Manfaat

1. Menambah referensi dan memberikan informasi produk jamu godhog Merapi Farma Herbal kepada masyarakat berupa karya foto dan juga menambah wawasan mahasiswa dalam penggunaan teknik dan proses kreatif saat membuat karya.
2. Bermanfaat bagi perusahaan sebagai media promosi atau arsip dokumentasi.
3. Memperkaya keberagaman penciptaan karya fotografi dalam lingkup akademik Jurusan Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.