

**VISUALISASI MEDIA PROMOSI PRODUK *WEDANG  
UWUH* SEKAR DALAM FOTOGRAFI KOMERSIAL**



**SKRIPSI  
TUGAS AKHIR PENCIPTAAN SENI FOTOGRAFI**

**Desy Mahastuti**  
NIM 1510763031

**JURUSAN FOTOGRAFI  
FAKULTAS SENI MEDIA REKAM  
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA  
2020**

**VISUALISASI MEDIA PROMOSI PRODUK WEDANG  
UWUH SEKAR DALAM FOTOGRAFI KOMERSIAL**



**SKRIPSI  
TUGAS AKHIR PENCIPTAAN SENI FOTOGRAFI**

untuk memenuhi persyaratan derajat sarjana  
Program Studi Fotografi

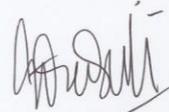
**Desy Mahastuti**  
NIM 1510763031

**JURUSAN FOTOGRAFI  
FAKULTAS SENI MEDIA REKAM  
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA  
2020**

**VISUALISASI MEDIA PROMOSI PRODUK *WEDANG UWUH* SEKAR  
DALAM FOTOGRAFI KOMERSIAL**

Diajukan oleh:  
**Desy Mahastuti**  
1510763031

Skripsi ini 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 / Anggota Penguji



**Oscar Samaratunga, S.E., M.Sn.**  
Pembimbing II / Anggota Penguji



**Muhammad Fajar Apriyanto, M.Sn.**  
Cognate / Penguji Ahli



**Dr. Irwandi, S.Sn., M.Sn.**  
Ketua Jurusan Fotografi

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Seni Media Rekam

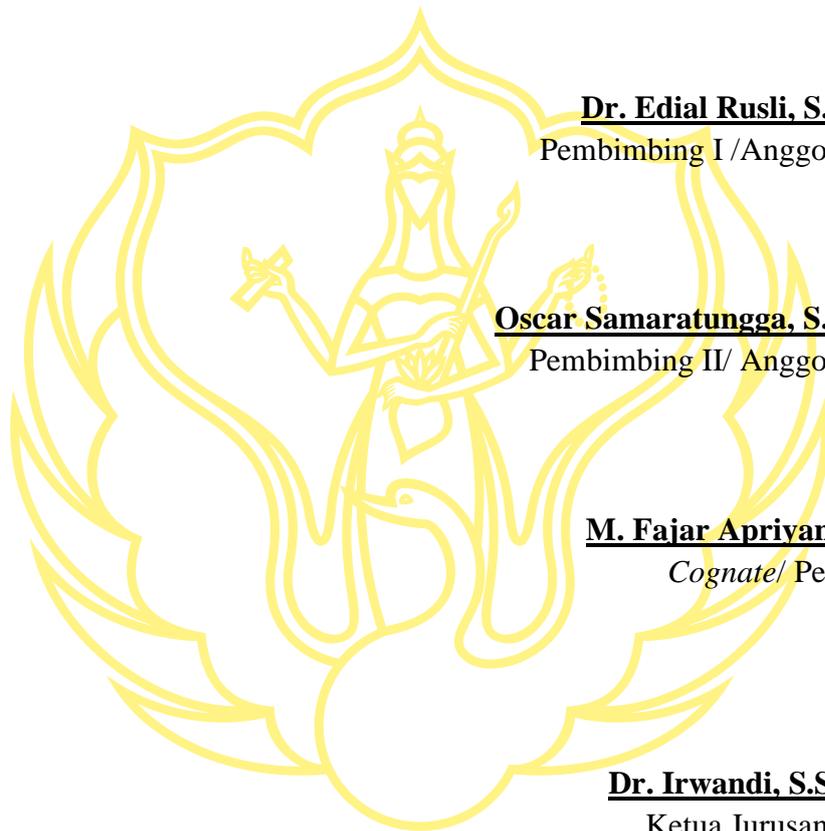


**Marsudi, S.Kar., M.Hum**  
NIP 19610710 198703 1 002

**VISUALISASI MEDIA PROMOSI PRODUK WEDANG UWUH SEKAR  
DALAM FOTOGRAFI KOMERSIAL**

Diajukan oleh:  
**Desy Mahastuti**  
1510763031

Skripsi ini telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir Jurusan Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, pada tanggal.....



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

**Oscar Samaratungga, S.E., M.Sn.**  
Pembimbing II / Anggota Penguji

**M. Fajar Apriyanto, M.Sn.**  
*Cognate* / Penguji Ahli

**Dr. Irwandi, S.Sn., M.Sn.**  
Ketua Jurusan Fotografi

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Seni Media Rekam

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

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Desy Mahastuti

No. Mahasiswa : 1510763031

Program Studi : S-1 Fotografi

Judul Skripsi : Visualisasi Media Promosi Produk *Wedang Uwuh* Sekar  
dalam Fotografi Komersial

Menyatakan bahwa dalam Skripsi / Tugas Akhir Penciptaan Karya Seni saya tidak terdapat bagian yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi manapun dan tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang pernah ditulis oleh pihak lain sebelumnya, kecuali secara tertulis saya sebutkan dalam daftar pustaka. Saya bertanggungjawab atas Skripsi / Tugas Akhir Penciptaan Karya Seni ini, dan bersedia menerima sanksi sesuai aturan yang berlaku, apabila dikemudian hari diketahui dan terbukti tidak sesuai dengan pernyataan ini.

Yogyakarta, Januari 2020

Yang Menyatakan



Desy Mahastuti

## **SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Desy Mahastuti  
No. Mahasiswa : 1510763031  
Program Studi : S-1 Fotografi  
Judul Skripsi : Visualisasi Media Promosi Produk *Wedang Uwuh* Sekar  
dalam Fotografi Komersial

Menyatakan bahwa dalam Skripsi / Tugas Akhir Penciptaan Karya Seni saya tidak terdapat bagian yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi manapun dan tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang pernah ditulis oleh pihak lain sebelumnya, kecuali secara tertulis saya sebutkan dalam daftar pustaka. Saya bertanggungjawab atas Skripsi / Tugas Akhir Penciptaan Karya Seni ini, dan bersedia menerima sanksi sesuai aturan yang berlaku, apabila dikemudian hari diketahui dan terbukti tidak sesuai dengan pernyataan ini.

Yogyakarta, Januari 2020  
Yang Menyatakan

Desy Mahastuti

*Tugas Akhir ini dipersembahkan untuk Ibu Tercinta*

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan rasa syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat dan berkah-Nya yang telah dianugerahkan pada saya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Penciptaan Karya Fotografi yang berjudul “Visualisasi Media Promosi Produk *Wedang Uwuh* Sekar Dalam Fotografi Komersial” yang merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang S-1 Fotografi pada Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Selama tahap pengerjaan sampai dengan penyelesaian laporan Tugas Akhir Penciptaan Karya Fotografi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu disini penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya
2. Orang tua dan keluarga yang selalu memberikan doa dan dukungan yang terbaik untuk kelancaran dan keberhasilan penulis
3. Marsudi, S.Kar., M.Hum selaku Dekan FSMR Institut Seni Indonesia Yogyakarta
4. Dr. Irwandi, M. Sn selaku Ketua Jurusan Fotografi FSMR Institut Seni Indonesia Yogyakarta
5. Dr. Edial Rusli, S.E., M.Sn. selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu dalam membantu penyusunan tugas akhir ini

6. Oscar Samaratunga, S.E., M.Sn selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dalam membantu penyusunan tugas akhir ini
7. M. Fajar Apriyanto, M. Sn., selaku Dosen Penguji yang telah meluangkan waktu dalam proses ujian
8. Pitri Ermawati, M.Sn. selaku dosen wali yang telah mendampingi selama masa perkuliahan
9. Seluruh dosen dan karyawan Jurusan Fotografi yang telah menurunkan ilmunya selama perkuliahan di Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta
10. Ponijo selaku pemilik usaha minuman tradisional Sekar yang telah mengizinkan penulis melakukan penelitian mengenai produk Sekar
11. Teman-teman Angkatan 2015 program studi S-1 Jurusan Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta
12. Seluruh pihak yang telah membantu dalam proses Tugas Akhir ini yang tidak dapat dicantumkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa penciptaan tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, dengan segala kerendahan hati kritik dan saran yang membangun sangatlah diharapkan. Semoga karya tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan bagi peneliti selanjutnya.

Yogyakarta, Januari 2020

Desy Mahastuti

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR KARYA .....	ix
DAFTAR BAGAN .....	x
DAFTAR TABEL .....	x
ABSTRAK .....	xi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Penciptaan .....	1
B. Penegasan Judul .....	5
C. Rumusan Ide .....	8
D. Tujuan dan Manfaat .....	8
BAB II IDE DAN KONSEP PERWUJUDAN .....	9
A. Latar Belakang Timbulnya Ide .....	9
B. Landasan Penciptaan .....	11
C. Tinjauan Karya .....	18
D. Ide dan Konsep Perwujudan .....	21
BAB III PROSES PENCIPTAAN .....	23
A. Objek Penciptaan .....	23
B. Metode Penciptaan .....	30
C. Proses Perwujudan .....	37
BAB IV ULASAN KARYA .....	48
BAB V PENUTUP .....	110
DAFTAR PUSTAKA .....	1

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Karya Marie Barsch .....	18
Gambar 2 Karya Amazon <i>Beauty</i> .....	19
Gambar 3 Karya Rendi Erianda .....	20
Gambar 4 Eksperimen Pertama .....	33
Gambar 5 Eksperimen Kedua .....	35
Gambar 6 Kamera Nikon D7200 .....	37
Gambar 7 Lensa Nikon 18-140mm .....	38
Gambar 8 Lensa Nikon 50mm .....	39
Gambar 9 <i>Memory Card</i> .....	40
Gambar 10 <i>Flash External</i> .....	41
Gambar 11 <i>Softbox</i> 80x80 cm .....	42
Gambar 12 Laptop .....	43
Gambar 13 Diagram <i>Lighting</i> 1 .....	51
Gambar 14 Diagram <i>Lighting</i> 2 .....	54
Gambar 15 Diagram <i>Lighting</i> 3 .....	57
Gambar 16 Diagram <i>Lighting</i> 4 .....	60
Gambar 17 Diagram <i>Lighting</i> 5 .....	63
Gambar 18 Diagram <i>Lighting</i> 6 .....	66
Gambar 19 Diagram <i>Lighting</i> 7 .....	69
Gambar 20 Diagram <i>Lighting</i> 8 .....	72
Gambar 21 Diagram <i>Lighting</i> 9 .....	75
Gambar 22 Diagram <i>Lighting</i> 10 .....	78
Gambar 23 Diagram <i>Lighting</i> 11 .....	81
Gambar 24 Diagram <i>Lighting</i> 12 .....	84
Gambar 25 Diagram <i>Lighting</i> 13 .....	87
Gambar 26 Diagram <i>Lighting</i> 14 .....	90
Gambar 27 Diagram <i>Lighting</i> 15 .....	93
Gambar 28 Diagram <i>Lighting</i> 16 .....	96
Gambar 29 Diagram <i>Lighting</i> 17 .....	99
Gambar 30 Diagram <i>Lighting</i> 18 .....	102
Gambar 31 Diagram <i>Lighting</i> 19 .....	105
Gambar 32 Diagram <i>Lighting</i> 20 .....	109

## DAFTAR KARYA

Karya 1 <i>Wedang Uwuh</i> Rempah Kemasan Paperbag 1 .....	49
Karya 2 <i>Wedang Uwuh</i> Rempah Kemasan Besek 1 .....	52
Karya 3 <i>Wedang Uwuh</i> Rempah Extra Jahe 1 .....	55
Karya 4 <i>Wedang Uwuh</i> Celup 1 .....	58
Karya 5 <i>Wedang Uwuh</i> Seduh 1 .....	61
Karya 6 <i>Wedang Uwuh</i> Serbuk Instan 1 .....	64
Karya 7 <i>Wedang Uwuh</i> Kopi 1 .....	67
Karya 8 <i>Wedang Uwuh</i> Coklat 1 .....	70
Karya 9 <i>Wedang Uwuh</i> Rempah 1 .....	73
Karya 10 Instan dan Celup .....	76
Karya 11 <i>Wedang Uwuh</i> Rempah Kemasan Paperbag 2 .....	79
Karya 12 <i>Wedang Uwuh</i> Rempah Kemasan Besek 2 .....	82
Karya 13 <i>Wedang Uwuh</i> Rempah Extra Jahe 2 .....	85
Karya 14 <i>Wedang Uwuh</i> Celup 2 .....	88
Karya 15 <i>Wedang Uwuh</i> Seduh 2 .....	91
Karya 16 <i>Wedang Uwuh</i> Serbuk Instan 2 .....	94
Karya 17 <i>Wedang Uwuh</i> Kopi 2 .....	97
Karya 18 <i>Wedang Uwuh</i> Coklat 2.....	100
Karya 19 <i>Wedang Uwuh</i> Rempah 2 .....	103
Karya 20 <i>Wedang Uwuh</i> Kopi dan Coklat.....	106

## DAFTAR BAGAN

Bagan 1 Skema Perwujudan Karya .....	46
--------------------------------------	----

## **Visualisasi Media Promosi Produk *Wedang Uwuh* Sekar Dalam Fotografi Komersial**

Oleh  
**Desy Mahastuti**  
**1510763031**

### **ABSTRAK**

Fotografi komersial merupakan salah satu jenis fotografi yang bertujuan untuk komersial seperti mempromosikan suatu produk atau jasa. Saat ini masih banyak masyarakat yang belum mengenal dengan produk minuman tradisional khususnya *wedang uwuh* Sekar. Produsen *wedang uwuh* Sekar memiliki kelebihan salah satunya yaitu memiliki tujuh macam bentuk *wedang uwuh* yang berbeda-beda seperti berbentuk rempah utuh, rempah utuh ditambah dengan ekstra jahe, serbuk instan, seduh, celup, dan variasi rasa dengan kopi dan coklat. Namun sangat disayangkan karena Sekar tidak memiliki bentuk visual sebuah foto yang memadai untuk keperluan promosi. Penciptaan karya ini menampilkan produk *wedang uwuh* Sekar yang dikemas dalam sebuah karya fotografi *flatlay* kemudian dieksplorasi dengan menambahkan isi dari produk tersebut sebagai elemen pendukung yang ditata sedemikian rupa untuk memperkuat objek utama dan juga agar dapat mewujudkan visual foto produk *wedang uwuh* Sekar agar terlihat menarik. Hasil dari penciptaan ini dapat digunakan sebagai media untuk promosi melalui *booklet* maupun media social seperti *Instagram* dan *facebook* agar masyarakat lebih mengenal produk *wedang uwuh* Sekar.

Kata kunci: fotografi komersial, *flatlay*, promosi, *wedang uwuh* Sekar

***Visualization of Wedang Uwuh Sekar Product Promotion Media  
In Commercial Photography***

By  
**Desy Mahastuti**  
**15107630331**

***ABSTRACT***

*Commercial photography is one type of photography aimed at commercial purposes such as promoting a product or service. At present there are still many people who are not familiar with traditional beverage products, especially Wedang Uwuh Sekar. The producer of wedang uwuh Sekar has the advantage that one of them has seven different forms of wedang uwuh, such as whole spices, whole herbs added with extra ginger, instant powder, brew, dip, and various flavors with coffee and chocolate. But it is unfortunate because Sekar does not have the visual form of a photograph that is adequate for promotional purposes. The creation of this work features the wedang uwuh Sekar product which is packaged in a flatlay photographic work and then explored by adding the contents of the product as supporting elements arranged in such a way as to strengthen the main object and also in order to realize the visual photo of the wedang uwuh Sekar product to make it look attractive. The results of this creation can be used as a medium for promotion through booklets and social media such as Instagram and Facebook so that people are more familiar with the products of Wedang Uwuh Sekar.*

*Keywords: commercial photography, flatlay, promotion, wedang uwuh Sekar*

## **BAB I PENDAHULUAN**

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

Yogyakarta merupakan salah satu tempat yang ada di Indonesia yang sering dijadikan sebagai tujuan tempat wisata. Keanekaragaman yang dimiliki Yogyakarta merupakan daya tarik bagi para wisatawan baik dari segi kearifan lokal maupun budaya. Banyaknya makanan dan minuman tradisional khas Yogyakarta juga menarik perhatian banyak masyarakat, jika dilihat dari sejarahnya pun juga sangat menarik untuk diketahui sebagai pelestarian budaya yang ada. Salah satu minuman tradisional khas Yogyakarta yang terkenal dan sangat menarik adalah *wedang uwuh*.

*Wedang uwuh* memiliki arti yaitu, *wedang* yang berarti minuman, dan *uwuh* berarti sampah. *Wedang uwuh* bukanlah sembarang minuman sampah, tetapi *wedang uwuh* yang dimaksud yaitu sebuah minuman dengan campuran dedaunan organik, yang tentunya mengandung banyak khasiat. *Wedang uwuh* merupakan minuman sari rempah yang dapat menghangatkan badan dan juga menyegarkan badan. *Wedang uwuh* berasal dari daerah dalam makam raja-raja Mataram (Kasunanan Surakarta dan Kasultanan Yogyakarta) yang terletak di puncak perbukitan di wilayah Dusun Pajimatan, Imogiri Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta.

*Wedang uwuh* berawal mula dari menu minuman pedagang yang ada di dalam makam raja-raja Imogiri yaitu jahe-cengkeh yang merupakan minuman yang terdiri dari jahe, cengkeh, dan gula jawa yang sudah ada sejak tahun 1940-

an. *Wedang uwuh* sebelumnya dikalangan teratas yaitu para abdi dalem yang bertugas memelihara makam dikenal bernama *wedang godhong*. Minuman *wedang godhong* cengkeh sering kali disuguhkan kepada para keluarga keraton setelah selesai mengadakan upacara ngintun, yaitu menabur bunga dan mengirim doa kepada keluarga yang dimakamkan di makam tersebut. Demi menjaga keberlangsungan hidup tanaman yang ada di dalam kompleks makam, maka untuk membuat *wedang uwuh* yang digunakan hanyalah daun yang telah gugur dari pohon dikumpulkan dengan menggunakan sapu lidi. Daun yang telah terkumpul, orang Jawa menyebutnya dengan istilah “*uwuh*” dalam bahasa Jawa yang berarti “sampah”.

Sejak tahun 1970-an, nama *wedang* cengkeh tiba-tiba tenggelam dan muncul nama baru yaitu *wedang uwuh* dengan komposisi yang lebih lengkap karena ditambahkan secang. Nama *wedang uwuh* ini pun makin melejit dengan berkembangnya pariwisata di Yogyakarta yang berlangsung pada era 1970 dan 1980-an. Sejarah minuman tradisional *wedang uwuh* tersebut merupakan ringkasan yang di dapat dari buku berjudul “Dari Bir Jawa sampai Wedang Uwuh” milik Murdijati Gardjito dan Retnosyari Septiyani.

Sejak terkenalnya nama *wedang uwuh*, berbagai kalangan masyarakat di sekitar Imogiri mulai mengembangkan industri rumah tangga dan memasarkan kepada para wisatawan. Saat ini banyak ditemui produsen yang membuat minuman tradisional *wedang uwuh*, baik menjadi pekerjaan sampingan maupun yang menjadi mata pencaharian utama. Salah satu produsen yang membuat minuman tradisional di Yogyakarta adalah perusahaan Sekar yang tepatnya

berada di Dusun Kutu RT.01, Sumbermulyo, Bambang Lipuro, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Perusahaan Sekar ini didirikan oleh Bapak Ponijo dan sudah berdiri selama tujuh tahun. Sebagai industri rumahan produsen minuman tradisional Sekar ini sudah memiliki ijin kepada daerah setempat, dinas kesehatan, P-IRT atau Pangan Industri Rumah Tangga yang merupakan ijin untuk industri skala rumahan, serta ijin MUI untuk kelayakan serta kehalalan produknya, hal tersebut merupakan kelebihan yang dimiliki oleh Sekar.

Ijin yang sudah cukup lengkap untuk mempercayakan produk minuman tradisional kepada para konsumen, Sekar juga memperkuat cita rasa produk yang berkualitas, khas dan stabil agar konsumen tetap menggemari produk minuman tradisional milik Sekar. Tidak hanya kualitas rasa, namun minuman tradisional yang diproduksi Sekar diracik dengan rempah-rempah yang bersih dan terkesan higienis tanpa bahan pengawet dan juga kemasan yang menarik agar konsumen lebih tertarik. Minuman tradisional yang diproduksi pun bermacam-macam dan juga dikemas secara praktis dan inovatif. Berbagai kelebihan yang dimiliki tersebut merupakan cara agar produk minuman Sekar dapat terus terjual di pasar.

Produksi dan pemasaran minuman tradisional Sekar tidaklah tanpa kendala dan hambatan yang menjadi kekurangan. Kendala utama bagi produsen adalah pemasok atau *supplier* yang menyediakan bahan utama pembuatan produk minuman tradisional karena ketersediaan bahan baku dan harga di pasaran yang tidak stabil. Jahe merupakan komposisi utama dalam *wedang uwuh* terkadang sulit di dapat maka harganya juga menjadi lebih mahal di lingkup Yogyakarta sehingga produsen harus bisa mencari suplai atau pemasok bahan baku dari luar

daerah, misalnya Sekar mencari pemasok dari Temanggung ataupun Solo. Cuaca juga merupakan kendala bagi produsen karena proses pengeringan bahan baku jadi terhambat. Kelemahan-kelemahan tersebut dapat diatasi dengan cara misalnya dengan mencari *supplier* di luar wilayah.

Minuman tradisional yang ada di Yogyakarta khususnya *wedang uwuh* semakin berkembang seiring dengan perkembangan pariwisata dan kuliner di Yogyakarta. Manfaat yang terkandung dalam *wedang uwuh* menjadi semakin banyak diminati oleh para konsumen. Permintaan minuman tradisional khususnya *wedang uwuh* semakin lama semakin besar dan tentunya hal ini menjadi peluang bagi produsen *wedang uwuh* Sekar. Kendala bahan baku dapat diatasi, namun ada juga kendala dalam segi pemasaran.

Produsen minuman tradisional Sekar memiliki kelebihan dan juga peluang yang sangat bagus namun sangat disayangkan karena Sekar tidak memiliki bentuk visual sebuah foto yang memadai untuk keperluan promosi untuk menunjang kelancaran proses jual beli kepada konsumen. Maka dari itu sangat diperlukan sebuah promosi bentuk visual yang menarik konsumen karena masih hanya sebagian kalangan masyarakat yang mengetahui tentang *wedang uwuh* terutama milik Sekar. Hal ini perlu dipromosikan bukan hanya keperluan untuk mencari keuntungan bagi produsen saja namun lebih dari itu yaitu untuk memperkenalkan serta melestarikan kuliner khas Yogyakarta terutama *wedang uwuh* agar tetap berkembang dan dikenal lebih banyak kalangan masyarakat Indonesia.

## **B. Penegasan Judul**

### **1. Visualisasi**

“Visualisasi adalah pengungkapan suatu gagasan atau perasaan dengan menggunakan bentuk gambar, tulisan (kata dan angka), peta grafik, dan sebagainya; proses pengubahan konsep menjadi gambar untuk disajikan lewat karya seni atau visual” (Susanto, 2011:427).

“Visualisasi pengungkapan suatu gagasan atau perasaan dengan menggunakan bentuk gambar, tulisan (kata dan angka), peta, grafik dan sebagainya” (Sumber: <https://kbbi.web.id/visualisasi>, diakses 18 Januari 2020).

Pengertian visualisasi dari dua sumber tersebut adalah pengungkapan gagasan atau perasaan menggunakan bentuk berupa gambar. Jadi hasil akhir pembuatan karya berupa gambar.

### **2. Media Promosi**

“Media merupakan alat komunikasi seperti koran, majalah, radio, tv, poster, dan spanduk. (Sumber: <https://kbbi.web.id/media>, diakses 18 Januari 2020).

“Media promosi adalah sarana mengkomunikasikan suatu produk atau jasa atau *brand* atau perusahaan dan lainnya agar dapat dikenal masyarakat lebih luas. Media promosi yang paling tua adalah dari mulut ke mulut, dilanjutkan dengan media promosi konvensional berupa brosur, poster, katalog, pamflet, *booklet*, spanduk, *billboard*, banner, *flyer*, reklame, iklan TV, radio, media cetak koran dan majalah dan sebagainya. Media promosi tersebut berkembang dengan maraknya promosi ranah digital seperti promosi melalui jejaring sosial di *facebook*, *instagram* dan lainnya.” (Sumber: <http://economy.okezone.com/read/2012/01/25/23/562919/memilih-media-promosi-yang-unik>, 19 Desember 2019).

Pengertian media promosi dari dua sumber tersebut adalah alat atau sarana untuk mengkomunikasikan suatu produk atau jasa yang dilanjutkan dengan media promosi berupa brosur, poster, katalog, pamflet, *booklet*, spanduk, *billboard*, banner, *flyer*, reklame, iklan TV, radio, media cetak koran dan majalah dan sebagainya.

### 3. Produk

“Produk merupakan barang atau jasa yang dibuat dan ditambah gunanya atau nilainya dalam proses produksi dan menjadi hasil akhir dari proses produksi itu” (Sumber: <https://kbbi.web.id/produk>, diakses 18 Januari 2020).

“Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan pada suatu pasar untuk mendapatkan perhatian, untuk dimiliki, penggunaan, ataupun konsumsi, yang bisa memuaskan keinginan atau kebutuhan” (Kotler, 1990:7).

Pengertian produk dari dua sumber tersebut adalah sesuatu atau barang yang ditambah nilai gunanya yang dapat ditawarkan pada suatu pasar untuk mendapat perhatian.

### 4. Wedang Uwuh Sekar

*Wedang uwuh* merupakan salah satu minuman tradisional khas Yogyakarta. *Wedang uwuh* memiliki arti yaitu, *wedang* yang berarti minuman, dan *uwuh* berarti sampah. Namun *wedang uwuh* bukanlah sembarang minuman sampah, tetapi *wedang uwuh* yang dimaksud yaitu sebuah minuman dengan campuran dedaunan organik, yang tentunya mengandung banyak khasiat.

Sekar merupakan salah satu produsen minuman tradisional di Yogyakarta yang sudah berdiri selama tujuh tahun. Pendiri usaha minuman tradisional Sekar adalah bapak Ponijo. Produksi minuman tradisional Sekar terletak di Dusun Kutu RT. 01, Sumbermulyo, Bambang Lipuro, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta 55764.

Jadi, *wedang uwuh* Sekar merupakan salah satu minuman tradisional khas Yogyakarta yang diproduksi oleh produsen bernama Sekar yang terletak di daerah Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta.

## 5. Fotografi Komersial

“Fotografi komersial yaitu foto yang memiliki nilai jual serta fotografi ini dibuat sesuai dengan tujuan komersial misalnya untuk iklan dari sebuah produk, untuk poster, atau yang lainnya” (Sumber: <https://www.soocaphoto.com/ccommercial-photography-jenis-dari-fotografi-komersial/>, diakses 18 Januari 2020).

“Fotografi komersial adalah jenis fotografi yang bertujuan untuk komersial seperti mempromosikan sesuatu produk atau jasa. Fotografi komersial merupakan foto yang mempunyai nilai jual dan fotografi yang dibuat berdasarkan tujuan komersial seperti iklan produk, poster, dan lain-lain.” (Tjin dan Mulyadi, 2014:76).

Berdasarkan beberapa pemaparan tersebut, judul “Visualisasi Media Promosi Produk *Wedang Uwuh* Sekar dalam Fotografi Komersial” ini ialah sebuah penciptaan karya fotografi dengan objek utama yaitu produk *wedang uwuh* Sekar dalam fotografi komersial yang digunakan sebagai media promosi untuk mengenalkan produsen Sekar serta beberapa macam produk *wedang uwuh* yang diproduksinya kepada konsumen.

### **C. Rumusan Ide**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana menggunakan media fotografi untuk meningkatkan daya tarik konsumen terhadap produk produk *wedang uwuh* Sekar.
2. Bagaimana cara memvisualisasikan produk *wedang uwuh* Sekar dalam fotografi komersial agar terlihat menarik.

### **D. Tujuan dan Manfaat**

#### **1. Tujuan**

Adapun tujuan yang dapat diberikan dalam pembuatan karya fotografi ini antara lain:

- a. Menciptakan karya fotografi produk *wedang uwuh* Sekar dengan fotografi *flatlay* yang menarik dan berbeda agar mempunyai nilai jual tinggi.
- b. Memperkenalkan produk *wedang uwuh* Sekar melalui karya fotografi komersial ke masyarakat luas.

#### **2. Manfaat**

Manfaat yang didapat dalam pembuatan karya fotografi ini antara lain:

- a. Sebagai media promosi produsen Sekar kepada konsumen agar mendapat penjualan produk *wedang uwuh*.
- b. Memperkenalkan serta melestarikan minuman tradisional khas Yogyakarta khususnya *wedang uwuh* pada produk Sekar.
- c. Sebagai media publikasi, referensi serta inspirasi bagi pembaca agar lebih mengetahui segala aspek yang ada dalam tulisan ini.