

## **BAB V PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

Penciptaan karya fotografi ini diharapkan mampu membuat masyarakat maupun konsumen *wedang uwuh* Sekar dapat lebih mengenal serta mengetahui macam-macam bentuk *wedang uwuh* yang diproduksi oleh Sekar. Saat ini *wedang uwuh* sudah mulai berkembang dan ada juga *wedang uwuh* yang mulai divariasikan dengan rasa lain misalnya kopi dan coklat. Dengan adanya banyak macam *wedang uwuh* saat ini bisa menjadi pilihan bagi konsumen selain itu diharapkan masyarakat bisa lebih menggemari minuman tradisional ini karena memiliki manfaat yang luar biasa dibandingkan dengan minuman kemasan kekinian saat ini. Pembuatan karya ini lebih ditekankan pada perpaduan produk dengan isi dari produk tersebut agar mampu memberitahukan bentuk dari isi produk *wedang uwuh* Sekar.

Ide penyajian yang diwujudkan dalam bentuk fotografi *flatlay* dimaksudkan untuk membangun nilai estetis karya seni dalam ranah fotografi komersial yang bertujuan untuk memasarkan produk yang akan dijual oleh produsen ke konsumen. Penyajian konsep fotografi tentang *wedang uwuh* Sekar bertujuan untuk meningkatkan kemampuan dan pengalaman estetis, pemilihan alas foto, elemen pendukung, pencahayaan serta komposisi agar mendapatkan hasil foto yang maksimal. Pembuatan karya fotografi dengan judul “Visualisasi Media Promosi Produk *Wedang Uwuh* Sekar Dalam Fotografi Komersial” tidak semudah kelihatannya terdapat juga kesulitan saat pemotretan yaitu pada

penataan komposisi setiap fotonya karena harus memikirkan bagaimana menata komposisi agar foto yang dihasilkan terlihat menarik awalnya susah untuk mengomposisikannya namun seiring berjalannya waktu kesulitan tersebut dapat teratasi dengan mencari banyak referensi penataan fotografi *flatlay* dan mencoba mengeksplorasinya. Keunikan lainnya yaitu pada *angle* pemotretan karena semua karya foto yang dihasilkan di ambil dari *angle* atas karena pemotretan dari atas dirasa dapat memberitahukan mengenai produk yang difoto, selain itu pemotretan dari atas lebih mudah dalam mengeksplorasi ide yang ada dalam pikiran kemudian dengan mudah dapat disalurkan dalam sebuah karya seni fotografi. Hasil dari penciptaan karya fotografi ini dapat digunakan sebagai media untuk promosi melalui *booklet* maupun media sosial seperti *Instagram* dan *facebook* agar masyarakat lebih mengenal minuman tradisional yang ada di Yogyakarta khususnya produk *wedang uwuh* Sekar.

## **B. Saran**

Proses yang dilakukan tidak cukup mudah tetapi jika dilakukan dengan ketelitian maka hasilnya akan sesuai dengan yang diinginkan. Untuk menghasilkan karya seperti ini dibutuhkan banyak eksplorasi saat pemotretan agar foto yang dihasilkan dapat terlihat menarik namun juga informatif. Secara keseluruhan karya fotografi tugas akhir penciptaan ini masih sangat jauh dari sempurna. Dalam pembuatan penciptaan karya tugas akhir ini diharapkan banyak mendapat kritik dan saran yang membangun seperti komposisi serta pencahayaan atau dari segi yang lainnya dari karya-karya yang telah dibuat agar dapat memberi pengetahuan baru untuk penulis dan juga pembaca dalam berkarya.

Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat lebih menyempurnakan penciptaan karya fotografi dengan ide-ide yang lebih menarik misalnya mengeksplor *angle* selain dari atas komposisi serta pencahayaan yang lebih baik agar karya selanjutnya mendapatkan hasil yang jauh lebih baik dan menarik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Erianda, Rendi. Juni 2019. “Visualisasi Tagline Produk Makanan dan Minuman Kemasan dalam Fotografi Komersial” Skripsi Tugas Akhir Penciptaan Seni Fotografi. Yogyakarta: ISI Yogyakarta.
- Etzel, M. J., Walker, & W. J. Stanton.1994. *Perilaku Konsumen*, terjemahan Saladin. 2004. Jakarta: Gramedia Utama.
- Gardjito, Murdijati & Retnosyari Septiyani. 2018. *Dari Bir Jawa Sampai Wedang Uwuh*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Gitosudarmo, Indriyo. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Giwanda, Griand. 2002. *Panduan Praktis Belajar Fotografi*. Jakarta: Puspa Swara.
- Kotler, Philip. 1986. *Dasar-Dasar Pemasaran Edisi Ketiga*, terjemahan Wilhelmus W. Bakowatun. 1990. Jakarta: Intermedia.
- Saladin, Djaslim. 1990. *Strategi dan Kebijakan Perusahaan*. Bandung: Ganeca Exact Bandung.
- Soedjono, Soeprapto. 2006. *Pot-Pourri Fotografi*. Jakarta: Universitas Trisakti.
- Sunyoto, Danang. 2015. *Penelitian Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Buku Seru.
- Susanto, Mike. 2011. *Diksi Rupa, Kumpulan Istilah Seni Rupa*. Yogyakarta: Kanisius.
- Tjin, Enche & Erwin Mulyadi. 2014. *Kamus Fotografi*. Jakarta: PT. Elec Media Komputindo.
- Williem, Richard Campbell. 2017. *Buku Tutorial Flatlay*. Salatiga: Universitas Kristen Satya Wacana.

## **Pustaka Laman**

<http://economy.okezone.com/read/2012/01/25/23/562919/memilih-mediapromosi-yang-unik>

<https://kbbi.web.id/media>, diakses 18 Januari 2020

<https://kbbi.web.id/produk>, diakses 18 Januari 2020

<https://kbbi.web.id/visualisasi>, diakses 18 Januari 2020

<http://pin.it/icke6zibngaeqy>

<http://pin.it/hdid2wdi7kic51>

<https://www.soocaphoto.com/ccommercial-photography-jenis-dari-fotografi-komersial/>, diakses 18 Januari 2020

<https://www.google.com/search=lensa+nikon+18-140>

<https://www.google.com/search?q=softox+Godox+80x80+dengan+lightstand&save=strict&sxsrfr>