

Naskah Publikasi

**Perancang Fotografi Komersial 100% *Cold*
Press sebagai Media Promosi**



Disusun dan dipersiapkan oleh
Shakifa Fitri Rizkiyanti
NIM 1610780031

JURUSAN FOTOGRAFI
FAKULTAS SENI MEDIA REKAM
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2020

Naskah Publikasi

**Perancang Fotografi Komersial 100% Cold
Press sebagai Media Promosi**

Dipersiapkan dan disusun oleh

Shakifa Fitri Rizkiyanti
1610780031



Telah dipertahankan di depan para penguji
pada tanggal 8 Juni 2021

Mengetahui,

Pembimbing I

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Fajar Aprianto', written over a horizontal line.

M. Fajar Aprianto, M.Sn

Pembimbing II*

Adya Arsita, M.A

Dewan Redaksi Jurnal **Specta**

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Novan Jemmi Andrea', written over a horizontal line.

Novan Jemmi Andrea, M.Sn

spectā

Journal of Photography,
Arts, and Media

Volume X Nomor Y,
Bulan 20xx: yy-zz

PERANCANGAN FOTOGRAFI KOMERSIAL 100% COLD PRESS SEBAGAI MEDIA PROMOSI

Shakifa Fitri Rizkiyanti

M. Fajar Aprianto*

Adya Arsita**

Program Studi S-1 Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam,
Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Jalan Parangtritis Km 6,5 Sewon, Bantul Yogyakarta 55188

Tlp. 089610445404

Surel: shakifafitri01@gmail.com

ABSTRAK

Pandemi COVID-19 yang melanda dunia membuat masyarakat berbondongbondong melakukan gaya hidup sehat. Berbagai macam cara dilakukan seperti menjaga kebersihan, berolahraga dan makan makanan bergizi sesuai dengan kebutuhan gizi tubuh. Salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan gizi yang diperlukan oleh tubuh adalah meminum *cold press*. Kandungan gizi yang ada dalam *cold press* sama seperti kandungan dalam buah. Tujuan penciptaan karya fotografi komersial ini adalah untuk membantu 100% *Cold Press* untuk promosi di media sosial Instagram agar produk mereka mampu dikenal banyak orang. Perancangan fotografi komersial ini berusaha mengeksplorasi tema yang berbeda dan mengolah produk lebih kreatif dan memberikan pengetahuan tentang *cold press*. Penciptaan karya ini menggunakan metode komposisi warna agar menghasilkan gambar yang dinamis juga membuat gambar bernyawa. Hasil yang didapatkan dari karya tugas akhir ini adalah rangkaian karya fotografi komersial yang di dalamnya mengenalkan produk yang akan promosikan. Simpulan dalam penciptaan karya fotografi komersial ini, teknik cahaya dan penggunaan warna-warna sangat berperan penting dalam menghasilkan karya yang menarik.

Kata Kunci: fotografi komersial, *cold press*, media promosi

ABSTRACT

The COVID-19 pandemic that has hit the world has made people flock to a healthy lifestyle. Various ways are done such as maintaining cleanliness, exercising and eating nutritious food according to the nutritional needs of the body. One way to meet the nutritional needs needed by the body is to drink cold press. The nutritional content in cold press is the same as the content in fruit. The purpose of creating this commercial photography work is to help 100% Cold Press promote on Instagram social media so that their products can be known by many people. This commercial photography design tries to explore different themes and process products more creatively and provide knowledge about cold press. The creation of this work uses the color composition method to produce dynamic images that also make the image animate. The results obtained from this final project are a series of commercial photography works which introduce the product to be promoted. In conclusion, in the creation of this commercial photography work, light techniques and the use of colors play an important role in producing interesting works.

Keywords: cold press, commercial photography, promotional media

PENDAHULUAN

Pada zaman sekarang fotografi menjadi media untuk mewujudkan kreativitas bagi fotografer dan juga bahkan non-fotografer yang ingin memiliki nama di dunia fotografi. Burhanuddin mengatakan, memasuki tahun 2000 kegiatan fotografi alih-alih menjadi aktivitas segelintir profesional justru dinikmati dan digeluti juga oleh pehobi serius (2014:11). Menciptakan sebuah karya foto harus memiliki ide (konsep) yang kreatif, menarik dan memperhatikan teknis sehingga memiliki nilai lebih pada suatu karya. Penyusunan konsep bertujuan agar pesan yang ingin disampaikan oleh fotografer dapat dicerna dengan baik oleh penikmat foto. Hal tersebut berlaku pula pada fotografi komersial yang memiliki tujuan untuk menyampaikan pesan kepada penikmat foto serta mengajak konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Fungsi fotografi telah bergeser dari alat dokumentasi menjadi karya yang mendukung dan melayani kebutuhan industri (Kinasih, 2017:68).

Jiwa dari fotografi komersial tidak sekedar menyajikan data, tetapi

juga diberi sentuhan pada editing foto agar lebih menarik. Beragam cara dilakukan mulai dari memanipulasi percetakan, warna, atau penggambaran yang berlebihan (Nugroho, 2005:77). Fotografi komersial merupakan salah satu bidang yang menguntungkan bagi seorang fotografer profesional. Fotografer memiliki kebebasan berkreaitivitas yang lebih besar untuk menafsirkan bagaimana produk, layanan, gaya hidup dan ide-ide dapat disajikan secara fotografis (Akram, 2019:2). Dunia komersial erat kaitannya dengan promosi. Menurut Saladin, promosi adalah bentuk komunikasi, serta menyampaikan informasi antara penjual dan pembeli yang bertujuan agar pembeli menjadi tertarik dan lebih mengenal produk yang ditawarkan (1997: 123).

Salah satu dampak dari pandemi COVID-19 adalah pelaku bisnis yang kesulitan untuk memasarkan produk mereka. Pemasaran online dianggap sebagai salah satu media promosi efektif yang dapat diterapkan untuk mengatasi perlambatan ekonomi dan menurunnya pendapatan saat

pandemi COVID-19. Menurut Linsley, dengan munculnya berbagai teknologi canggih bukan hanya berpotensi menghasilkan dampak besar pada bisnis, tetapi juga pada brand perusahaan (2018:27). Linsley juga mengatakan, bahwa revolusi industri 4.0 telah melahirkan perspektif baru terhadap pengalaman konsumen dan branding yang saling terkait satu sama lain melalui informasi serta wawasan konsumen (2018:28).

Penggunaan internet dalam melakukan promosi adalah salah satu cara efektif yang mampu meningkatkan penjualan. Pelaku usaha juga harus memperhatikan foto yang digunakan sebagai media promosi pada media sosial salah satunya media sosial Instagram agar pembeli semakin tertarik ketika melihat foto produk tersebut. Salah satu media sosial yang juga dapat menarik banyak pembeli adalah Instagram. Menurut Arsita, media sosial Instagram menawarkan tampilan visual yang variatif,

“...beragam paparan visual dihadirkan di sana, dari *online shop* dengan visualisasi dagangan mereka, *public figure* dengan visualisasi kesibukannya, pegiat dan penggiat fotografer dengan ruang pameran virtual mereka,

visual diary para keluarga dengan keseharian mereka hingga visualisasi berbagai jenis makanan semua campur aduk memenuhi feeds Instagram” (2017:86).

Penggunaan Instagram sebagai salah satu media dalam melakukan promosi menjadi target tersendiri bagi penjual yang ingin menawarkan 4 produknya. Dalam Instagram, penjual bisa menyunting foto dan video agar semakin menarik, kemudian mengunggahnya melalui gawai (Ermawati, 2018: 108). Terlebih pada Instagram juga terdapat fitur promosi seperti *insta story ads*, *IGTV*, *image ads*, *carousel ads*, *collection ads*, *video ads*, serta fitur *shopping* yang dapat digunakan sebagai penunjang dalam penjualan.

Delthy Cold Press merupakan produsen jus yang hadir sejak tahun 2018 dan memiliki banyak varian rasa dibanding cold press juice lain yang ada di Yogyakarta. *Delthy Cold Press* menggunakan buah dan sayur 100% murni tanpa campuran air dan gula seperti pada prinsip coldpress. Di awal

pembuatan tugas akhir ini, produk yang digunakan bernama *Delthy Cold Press*. Namun, di pertengahan proses pembuatan tugas akhir, nama produk *Delthy Cold Press* diganti menjadi *100% Cold Press*. Perubahan juga dilakukan pada logo dan kemasan yang digunakan. Sebelumnya kemasan yang digunakan adalah botol plastik dan pada kemasan sekarang diubah menjadi kemasan botol kaca sehingga lebih tahan terhadap cuaca, dapat di daur ulang, dan setelah konsumen gunakan dapat dipergunakan kembali sebagai wadah penyimpanan yang lain sehingga meminimalisir sampah plastik.

Dari sekian banyak produk *cold press juice* yang ada di Yogyakarta, *100% Cold Press* merupakan salah satu produsen yang memiliki banyak varian sehingga menjadi keunggulan tersendiri dibandingkan dengan merek *cold press juice* lain yang ada di Yogyakarta. Namun kurangnya promosi yang dilakukan serta tampilan yang kurang menarik sehingga membuat masyarakat Yogyakarta tidak begitu mengetahui adanya merek *cold press juice* dari *100% Cold Press*.

Pemilihan *100% Cold Press* sebagai objek foto memiliki alasan tersendiri. Beberapa faktornya adalah keunggulan jumlah varian rasa yang dimiliki oleh *100% Cold Press*, kurang dikenal di masyarakat Jogja, serta kebutuhan pihak *100% Cold Press* untuk memperbarui foto di media sosial Instagram sebagai konten promosi. Kegiatan promosi pada Instagram dapat dilakukan melalui fitur-fitur yang sudah tersedia di Instagram. *100% Cold Press* sudah mendaftarkan akun Instagramnya sebagai akun bisnis tetapi belum memaksimalkan penggunaan fitur-fitur yang diberikan oleh Instagram padahal fitur-fitur yang ditawarkan Instagram sangat beragam dan sangat membantu penjualan, misalnya *instastory ads*, *IGTV*, *image ads*, *carousel ads*, *collection ads*, *video ads*, serta fitur *shopping*.

Pembuatan karya tugas akhir dengan konsep media promosi menjadi sebuah tantangan tersendiri di saat maraknya bisnis *cold press juice* karena harus mampu menjadikan produk tersebut terlihat menarik dan bersaing dengan kompetitor *cold press juice* lainnya. Pemilihan *background* warna solid

dalam karya tugas akhir ini menjadi daya tarik tersendiri untuk promosi produk. Menurut Ariyanto (2018:49), warna solid adalah warna yang diberikan pada suatu objek atau desain berupa warna blok atau pemberian satu warna pada objek. Berbeda dengan warna gradasi yang merupakan proses perubahan satu warna ke warna lain pada suatu objek.

Sebelumnya sering dijumpai pada Instagram foto-foto produk yang terpampang menggunakan *background* kayu, marmer, serta warna putih yang menjadi warna dasar dalam foto produk. Namun seiring berjalannya waktu, kini pada Instagram pemasaran produk melalui foto lebih disukai menggunakan *background* warna solid. Hal tersebut yang membuat saat ini pemasaran Instagram lebih didominasi oleh foto produk yang menggunakan *background* warna solid.

Dominasi harus mempunyai tujuan tertentu, di antaranya untuk menarik perhatian, untuk menghilangkan kebosanan, untuk memecah keberaturan/rutinitas, dan kejutan/*surprise*. Sesuai prinsip fotografi tentang irama/ritme, bahwa untuk memperoleh keindahan, suatu

susunan harus memiliki irama yang berarti harus ada keteraturan. Namun, susunan yang teratur secara monoton dapat berakibat membosankan. Oleh karena itu, diperlukan dominasi warna agar susunan dapat menarik, tidak membosankan, dan dapat memecahkan rutinitas (Sanyoto, 2009:226).

Berdasarkan pemaparan di atas, rumusan ide untuk penciptaan karya fotografi ini adalah Bagaimana merancang fotografi komersial yang sesuai untuk produk 100% *Cold Press* sebagai media promosi di media sosial Instagram?. Tujuan dari penciptaan karya fotografi ini untuk menciptakan rancangan karya fotografi komersial yang sesuai untuk produk 100% *Cold Press* sebagai media promosi di media sosial Instagram.

Ide dan konsep yang muncul adalah untuk membuat promosi dalam bentuk visual yang dituangkan melalui fotografi dan membuat tampilan pada sosial media Instagram produk 100% *Cold Press* menjadi lebih menarik sehingga mudah dikenal oleh masyarakat. Foto-foto yang ada pada laman sosial media Instagram 100% *Cold Press* adalah

hasil dari pemilik yang di foto di halaman depan rumah dengan seadanya dan belum pernah membuat foto yang lebih serius. Dari latar belakang tersebut menjadi ide penciptaan karya fotografi yang berjudul Perancangan Fotografi Komersial 100% *Cold Press* sebagai Media Promosi.

Terdapat beberapa karya yang menjadi tinjauan dalam penciptaan karya fotografi ini, pertama adalah karya fotografi Himawan Sutanto atau lebih dikenal dengan Sutanto *photography* yang merupakan seorang fotografer komersial yang bergerak di bidang periklanan, hotel dan resor, serta *food and beverage*.



Gambar 1. Karya Sutanto Photography
Sumber: Instagram @sutanto.photography, diakses pada tanggal 05 September 2020, pukul 17.57 WIB

Pada karya ini yang akan menjadi acuan adalah tampilan visual

fotonya yang simple tanpa banyak komponen pendukung dalam penciptannya, lighting yang digunakan dan komposisi peletakan objek utama serta properti lainnya. Tetapi pada tugas akhir ini, hanya menggunakan teknik gradasi warna yang diciptakan oleh *lighting* sehingga warna tidak datar, warna background yang disesuaikan dengan warna produk dan membuat objek menjadi bertingkat.

Tinjauan karya selanjutnya berasal dari Sigit Biantoro yang merupakan fotografer komersial dari Salatiga. Foto yang dijadikan sebagai acuan adalah karya sigit yang dibuat untuk kebutuhan promosi produk *Juicy Land*. Karya ini menjadi acuan dari aspek penggunaan buah dan sayur yang diambil dari atas bersama dengan produk *Juicy Land* atau biasa disebut dengan sudut pengambilan *top angle*.



Gambar 2. Karya Sigit Biantoro
Sumber: Instagram @sgtism, diakses pada tanggal 07 September 2020, pukul 06.15 WIB

Berdasarkan penjelasan data serta acuan yang diulas, terdapat beberapa landasan yang menunjang terbentuknya penciptaan karya fotografi komersial ini. seperti yang dikatakan oleh Tjin dan Mulyadi dalam kamus fotografi tentang fotografi komersial,

“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” (2014:76).

Fotografi komersial lebih banyak digunakan untuk memenuhi kebutuhan industri. Jiwa dari foto ini tidak sekedar menyajikan data, tetapi juga diberi bumbu agar lebih menarik, beragam cara dilakukan mulai dari memanipulasi percetakan, warna, atau penggambaran yang berlebihan (Nugroho,2005:77).

Selain itu, dalam penciptaan ini juga menggunakan landasan penciptaan tentang promosi. Istilah komunikasi pemasaran biasa juga disebut dengan kata promosi. Menurut Stanton yang dikutip oleh Abdurrahman, promosi adalah salah

satu dalam bauran pemasaran yang digunakan untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan tentang produk perusahaan (2015:156).

Dalam melakukan promosi, warna sangat berpengaruh karena mampu menghasilkan rasa yang berbeda-beda dari setiap warna. Warna adalah simbol kehidupan. Warna mempunyai peranan penting dalam kehidupan. Menurut Zharandont (2016:6), dalam ilmu psikologi warna, setiap warna memberikan reaksi yang berbeda pada otak. Tak hanya mempengaruhi psikologis manusia, warna juga berpengaruh pada suatu produk. Warna memberikan kesan dan makna dari suatu produk terhadap yang melihat, seperti misalnya warna hijau rumput dapat memberikan kesan yang menyegarkan (Monica dan Luzar, 2011:1085). Adanya asosiasi yang kuat dengan emosi, menjadikan warna pada suatu objek seolah bernyawa. Begitu juga dengan foto dengan sentuhan warna akan memberikan energi dan menimbulkan selera atau perasaan tertentu. Menurut Sugiarto, warna mampu

mengungkapkan kepribadian seseorang (2014:4).

Warna adalah elemen desain yang paling sulit diarahkan atau diatur karena harus selalu melewati proses percobaan dan proses konsep yang jelas untuk mengetahui kesesuaian antara warna-warna yang dipakai dengan target yang akan dituju. Sebuah desain yang menarik akan dilihat bahkan ditanggapi audience jika emosi mereka ikut tergugah dan pesan yang tersirat pada desain tersebut dapat sampai ke otak mereka, sehingga dapat mendongkrak penjualan atau promosi barang atau jasa yang di iklankan (Monica dan Luzar, 2011:1096).



Gambar 3 Lingkaran Warna

Sumber : Jurnal efek warna dalam dunia desain dan periklanan

Sebuah warna akan terlihat kontras jika salah satu warna lebih menonjol diantara warna lain.

Keterikatan antara warna panas dan dingin juga akan mempengaruhi kontras warna yang dihasilkan. Agar tidak monoton, sebuah gambar akan lebih memiliki jiwa jika warna panas dipadukan dengan warna dingin.

Cold press juice adalah metode ekstraksi buah dan sayur dengan metode *zero-heat extraction* untuk menjaga kandungan vitamin dan mineral pada buah dan sayur. *Juicer* biasa (*centrifugal juicer*) mengekstrak jus dari buah dan sayur menggunakan pisau berkekuatan tinggi yang menghasilkan panas sehingga merusak enzim buah dan sayur. Selain itu karena buah dikoyak dengan pisau, buah jadi lebih banyak terkena udara. Akibatnya proses oksidasi terjadi lebih cepat dan mengurangi gizi buah (Rahmadianti, 2015, <https://food.detik.com/info-kuliner/d2800817/apa-keunggulan-cold-pressed-juice-dibandig-jus-biasa/>, 6 September 2020 pukul 6.16 WIB).

Rivankar mengatakan, cold press juice merupakan cara baru untuk menikmati buah dan sayur,

“...*Cold press juice*, baru ada di pasaran dan memberikan hasil jus yang lebih baik dengan kualitas yang lebih baik. Mekanisme dalam *juicer*

tersebut dirancang terlebih dahulu untuk menghancurkan dan kemudian menekan layar filter. Jus dipisahkan dari serat buah karena kompresi buah antara pembuka juicer dan layar filter. Jus *cold press* lebih mahal daripada jenis jus lainnya, tetapi menjaga nutrisi dalam jus tetap utuh yang membuatnya lebih diminati di pasaran” (2019 : 45).

METODE PENCIPTAAN

Dalam proses penciptaan karya seni fotografi, dibutuhkan beberapa metode untuk menghasilkan karya yang sesuai dengan tujuan yang ingin disampaikan. Tahap pertama dalam penciptaan ini adalah eksplorasi. Metode eksplorasi adalah menetapkan tema, ide, serta judul karya. Proses penciptaan karya fotografi komersial produk 100% *Cold Press* sebelum dilakukan pemotretan bermula dari kedekatan gaya hidup dengan menyebarnya virus COVID-19. Mulai dari hal tersebut timbul ide visualisasi sebagai media promosi melalui fotografi. Diperlukan proses pencarian data-data yang berkaitan yang berkaitan dengan promosi, *cold press*, serta fotografi komersial untuk membangun konsep yang akan diciptakan.

Pada tahap dua, dilakukan metode observasi, yaitu peninjauan secara cermat. Dalam hal ini observasi yang dilakukan adalah pengamatan terhadap konsumen dan produsen. Konsumen memberikan informasi dan komentar terhadap visual fotografi 100% *Cold Press* saat ini yang dikelola oleh pemilik sendiri. Pemilik 100% *Cold Press* juga memberikan informasi-informasi yang berkembang sampai saat ini baik dalam lisan maupun tulisan. Pengamatan secara langsung terhadap objek dan konsumen sangat penting karena memberikan informasi yang akurat. Informasi-informasi yang telah didapat dikumpulkan menjadi satu sehingga memunculkan suatu ide dan konsep dan dituangkan melalui penciptaan karya fotografi ini. Observasi dilakukan agar mendapatkan visual yang menarik, bervariasi dan tidak monoton.

Sebelum masuk ke dalam proses pemotretan, hal yang perlu dilakukan adalah perancangan *mood board*. Metode ini sangat berguna untuk memudahkan fotografer dalam proses pemotretan. *Mood board* dibuat dalam bentuk gambar ataupun sketsa lukisan yang mampu meminimalisir

kesalahan fotografer dalam pemotretan karena sudah memiliki gambaran atau bayangan visual yang akan dibuat. Setelah *mood board* telah dirancang, maka proses selanjutnya adalah melakukan perwujudan.

Proses perwujudan ini dilakukan sesuai dengan ide, konsep, dan *mood board* yang telah dibuat. *Mood board* yang telah dirancang diterapkan pada visual yang akan diwujudkan. Mulai dari penataan produk dan properti, penempatan *lighting*, serta pemilihan warna background yang akan digunakan. Pemotretan karya fotografi menggunakan format RAW dengan orientasi gambar yang disesuaikan dengan kebutuhan ukuran *feed* Instagram yaitu 1:1, 4:5, dan 16:9. Setelah proses pemotretan selesai, tahap selanjutnya adalah proses olah digital. Pengalihan foto agar semakin terlihat menari menggunakan dua software yaitu Adobe Lightroom CC 2018 dan Adobe Photoshop CC 2019. Proses olah digital yang dilakukan pada Adobe Lightroom CC 2018 untuk mengatur warna, *brightness*, *contrast*, dan *shadow*. Sedangkan proses olah digital yang dilakukan pada software Adobe Photoshop CC 2019 untuk

meminimalisir kesalahan seperti noda dan juga penggabungan antara dua sampai tiga gambar menjadi satu.

PEMBAHASAN



Karya Foto 1
"Kesegaran di Tengah Hutan"
Ukuran 30cm x 40cm
Dicetak digital di kertas luster
2021

Foto yang dilakukan di dalam ruangan ini dibuat seolah menyerupai hutan. Di bagian tengah diberikan balok yang terbuat dari kayu diibaratkan sebagai batang pohon dan di atasnya diletakkan objek yang dikeliling oleh berbagai macam sayuran di sekitarnya. Sayuran dan buah yang digunakan merupakan bahan utama dari produk tersebut. Warna biru yang digunakan sebagai

background diibaratkan sebagai langit yang sedang gelap atau malam. Apel yang berwarna merah menambah warna tersendiri sehingga tidak monoton didominasi warna hijau. Perpaduan antara warna dingin juga warna panas akan memberikan jiwa tersendiri. Tema hutan dipilih untuk menampilkan produk 100% Cold Press varian *Apple Sparkle*. Pemilihan tema ini didasari dengan kemurnian produk yang tidak dicampur oleh bahan lain selain buah dan sayur, seperti hutan yang murni. Tema hutan juga dipilih sesuai dengan warna produk yaitu hijau, jika dikaitkan dengan alam maka yang akan terlintas di kepala adalah hutan yang lebat.



Karya Foto 2
"Triple Sparkle"
Ukuran 30cm x 40cm
Dicetak digital di kertas luster
2021

Foto yang memiliki objek lebih dari satu difoto menggunakan sudut

pengambilan *top angle* agar semua objek terlihat dengan jelas dan sejajar. *Background* yang digunakan pada foto di atas adalah *background* berwarna orange. Perpaduan antara warna hijau yang merupakan warna dingin dengan orange yang merupakan warna panas menjadikan foto lebih berwarna dan menarik. Objek diletakkan di tengah dan dikelilingi oleh buah dan sayur yang menjadi bahan utama dari varian *sparkle* dan di foto dari atas objek atau *top angle*. Dalam foto grup ini menampilkan beberapa varian *sparkle*. Jika dilihat secara satu persatu, maka warnanya akan terlihat mirip. Namun ketika dijadikan dalam satu frame akan terlihat perbedaan warnanya yang memiliki *tone* berbeda-beda. Buah dan sayur yang digunakan mampu menjadi informasi untuk penikat foto agar mengetahui bahan – bahan yang digunakan pada produk tanpa melihat menu dan penjelasan bahan yang digunakan.



Karya Foto 3
"Pelepas Dahaga"
Ukuran 30cm x 40cm
Dicetak digital di kertas luster
2021

Tema yang digunakan dalam foto ini adalah padang pasir. Objek diletakkan di tengah sehingga membuat seolah menjadi sumber pelepas dahaga di padang pasir yang mampu menyejukkan tenggorokan. Pada bagian belakang diletakkan gelas yang berisi *cold press juice* tersebut dan membuat *splash* untuk menambah efek kesegaran yang diciptakan. *Splash* dibuat terlihat blur agar penikmat foto tidak teralihkan oleh kehadiran *splash* yang diciptakan dan fokus pada objek. Meskipun sedikit menggunakan properti, juga tidak menampilkan bahan yang digunakan namun tetap dapat

memberikan informasi yang ingin disampaikan yaitu kesegaran dari *cold press juice* ini. Penggunaan *background* berwarna biru diibaratkan seperti langit. Pada pemotretan ini menggunakan 3 lampu yang memiliki fungsi berbeda beda. Di sudut 90° diletakkan lampu dengan tambahan aksesoris *Softbox* dan di depannya dilapisi oleh karkir agar cahaya yang dihasilkan semakin halus. Lampu pada sudut ini berfungsi sebagai main light sekaligus untuk membuat *highlight* pada objek. Lampu yang kedua diletakkan pada sudut 315° menggunakan aksesoris tambahan berupa *snoot* yang difungsikan untuk menyinari bagian depan objek. Lampu yang terakhir diletakkan pada sudut 180° untuk menciptakan gradasi pada *background*.



Karya Foto 4
 "Santai"
 Ukuran 30cm x 40cm
 Dicetak digital di kertas luster
 2021

Karya ini menggunakan konsep pantai sehingga menggunakan pasir pantai serta properti pendukung lainnya yaitu kerang. Objek diletakkan menghadap ke atas dan di foto dari atas. Objek diibaratkan seperti manusia yang sedang bersantai di tepi pantai. Penggunaan belimbing yang menjadi bahan utama pada *cold press* ini juga digunakan sebagai properti dan diibaratkan sebagai bintang laut di tepi pantai. Pada pemotretan ini menggunakan dua *external flash*. Satu di letakkan di sudut 225° sebagai *main light* dan tepat di atas objek sebagai *fill light*. Di sudut 45° diletakkan *reflector* untuk

membuat tipis bayang yang tercipta dari lampu pada sudut 225°. Ditambahkan pula efek air agar semakin terlihat seperti di pantai. Campuran antara warna panas dari produk dan buah belimbing dengan warna dingin dari air laut akan membuat visual terlihat menarik. Objek juga terlihat lebih menonjol ketika diletakkan di atas pasir yang berwarna putih, sehingga penikmat foto akan langsung tertuju pada objek yang difoto.



Karya Foto 5
 "Stand Out"
 Ukuran 30cm x 40cm
 Dicetak digital di kertas luster
 2021

Tema yang digunakan pada objek ini adalah tema padang pasir. Penggunaan *background* berwarna

biru diibaratkan sebagai langit dan penggunaan pasir sebagai properti agar terlihat seperti di padang pasir. Penggunaan lampu yang diletakkan di atas objek dengan bantuan aksesoris *snoot* dan diarahkan tepat pada objek membuat objek terlihat *stand out* layaknya penampil yang sedang tampil di panggung disorot dengan lampu sorot. Pada foto ini tidak diletakkan properti lain seperti bahan yang digunakan agar terlihat lebih menonjol dan terlihat seperti penampil di panggung yang menjadi bintang utama. Lampu ini juga difungsikan sebagai *main light*. Selain di atas objek, penggunaan lampu juga diletakkan pada sudut 180 untuk menyinari background sehingga membuat gradasi pada *background*. Lampu yang lain juga diletakkan pada sudut 135 dengan aksesoris tambahan berupa *softbox* yang berfungsi untuk menciptakan highlight. Selain itu, pada karya ini juga menggunakan satu lampu lagi yang menggunakan aksesoris tambahan berupa *snoot* namun dengan kekuatan cahaya yang kecil untuk menyinari bagian depan objek.

SIMPULAN

Saat ini kesadaran masyarakat akan gaya hidup sehat meningkat akibat COVID-19 yang melanda seluruh dunia. *Cold press juice* merupakan salah satu cara untuk memenuhi gizi yang dibutuhkan oleh tubuh secara nikmat dan praktis. Dengan banyaknya produsen *cold press* di Indonesia khususnya Yogyakarta, 100% *Cold Press* bisa menjadi pilihan bagi masyarakat atau konsumen untuk membeli jenis produk yang sesuai dan disukai. Dalam penciptaan karya ini diterapkan beberapa metode, mulai dari pencarian ide untuk menentukan konsep hingga proses perwujudan. Ide penciptaan yang diwujudkan dalam bentuk karya foto dimaksudkan untuk memberi nilai yang berbeda untuk digunakan sebagai media promosi pada sosial media Instagram.

Dalam penciptaan karya fotografi komersial, teknik cahaya dan penggunaan warna-warna sangat berperan penting dalam menghasilkan karya yang menarik. Pemilihan warna pendukung dapat disesuaikan dengan warna objek yang digunakan. Pemilihan warna tersebut dilakukan supaya objek terlihat

menonjol dibandingkan dengan yang lain. Penggunaan warna dalam penciptaan foto produk sangat berpengaruh dalam menciptakan *mood* penikmat foto dari visual yang dihasilkan. Misalnya penggunaan warna biru akan menimbulkan *mood* yang menenangkan. Pengolahan secara digital juga dilakukan untuk menambah daya tarik dari foto. Dalam proses penciptaan karya tugas akhir ini juga harus memperhatikan pesan yang ingin disampaikan kepada konsumen. Pesan harus dapat diterima dengan mudah oleh penikmat foto, misalnya kemurnian dari buah yang digunakan tetap terlihat jelas.

Pada saat proses pemotretan juga mengalami beberapa kendala. Salah satunya adalah sulitnya mengatur cahaya yang jatuh pada objek agar tidak menimbulkan bidang putih. Membuat konsep yang berbeda dari yang sudah pernah ada menjadi tantangan sendiri. Karena harus memikirkan beberapa ide konsep namun juga memikirkan agar tidak terjadi monoton pada karya.

KEPUSTAKAAN

Buku

- Abdurrahman, Nana Herdiana. 2015. Manajemen Strategi Pemasaran. Bandung:CV. Pustaka Setia
- Burhanuddin. 2014. Fotografi. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Linsley, D. 2018. Industry 4.0 and Brand: What Can B2B Brands Learn from B2C?. New York: McGraw-Hill
- Nugroho, Amien. 2005. Kamus Fotografi. Yogyakarta: Andi Offset
- Saladin, Djaslim. 1997. Inti Sari Manajemen Pemasaran. Bandung: IPTEK
- Sanyoto, Sadjiman Ebdi. 2009. Nirmana Dasar-Dasar Seni dan Desain. Yogyakarta & Bandung: Jatasutra
- Tjin, Enche & Erwin Mulyadi, 2014. Kamus Fotografi. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo

Jurnal

- Ariyanto. 2018. Jurnal Disprotek: Eksplorasi Ornamen Jepara Dan Lambang Keraton Yogyakarta Sebagai Penerapan Pada Architrave. Jepara: Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara
- Arsita Adya. 2017. Jurnal Rekam: Simulakra Baudrillard Dalam Multidimensi Posmodernisme:Kajian Fotografi Makanan Dalam Media Sosisal Instagram.

Yogyakarta: Institut Seni
Indonesia Yogyakarta

Ermawati, Fitri. 2018. Journal Specta
Vol.2: Orientasi Fotografi
Pengunjung Anjungan Wisata
di Kawasan Mangunan: Kajian
Fungsi Foto Potret di Media
Sosial Instagram. Yogyakarta:
Institut Seni Indonesia
Yogyakarta

Kinasih, Afusa Nidya. 2017. Journal
Specta Vol.1: Aspek Persepsi
Dan Emosi Dalam Foto Iklan
Layanan Masyarakat "Savety
Riding": Kajian Fotografi
Dengan Perspektif Psikologi
Yogyakarta: Institut Seni
Indonesia Yogyakarta

Luzar, Laura Christina dan
Monica. 2011. Humaniora
Vol.2: Efek Warna Dalam Dunia
Desain Dan Periklanan.
Jakarta: Universitas Bina
Nusantara

Sugiarto, Theresia Wulandari.
2015. Perancangan Kampanye
Sosial Tentang Memberikan
Kursi Prioritas Di Bus
Transjakarta. Tangerang:
Universitas Multimedia
Nusantara

Rivankar, Saish N. dkk. 2019.
Beverage Industry in India &
Scope for Medium Scale Juice
Extraction Units in Goa. Goa:
IOSR Journal of Engineering

Zharandont, Patricia. 2015. Pengaruh
Warna Bagi Suatu Produk Dan
Psikologis Manusia. Bandung:
Universitas Telkom 118

Skripsi

Akram, Dwi Rosdiana. 2019. Foto
Humor Dalam Foto-Foto Iklan
Snickers: Kajian Komunikasi
Visual Fotografi. Yogyakarta:
Institut Seni Indonesia
Yogyakarta

Pustaka Laman

[https://food.detik.com/info
kuliner/d2800817/apa
keunggulan-cold-pressed-juice
dibandig-jus-biasa](https://food.detik.com/info-kuliner/d2800817/apa-keunggulan-cold-pressed-juice-dibandig-jus-biasa)

