

FOTOGRAFI SEBAGAI MEDIA ILUSTRASI PADA PRODUK D'LILAC DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Ida Susanti

Fakultas Ilmu Rekayasa, Universitas Paramadina

ida.susanti@paramadina.ac.id

Abstrak

Di era digital ini banyak masyarakat yang menjual produknya secara online melalui media sosial, maraknya menjual produk secara online memberi tantangan kepada para *e-commerce* untuk dapat mempromosikan produknya secara online melalui media sosial yang diciptakan melalui karya fotografi sebagai media ilustrasinya. Dalam menjual produk secara online konsumen dapat memutuskan untuk membeli atau tidak dari foto yang ditampilkan. Untuk itu dalam menjual produk di media sosial peran fotografi sangatlah penting untuk menampilkan citra produk dengan tujuan dapat menarik perhatian dan meningkatkan penjualan. Tujuan penelitian ini adalah menganalisa bagaimana D'lilac dalam membuat foto produk yang dapat memvisualisasikan citra produknya yang ditampilkan pada platform instagram. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif yang berdasarkan informasi studi pustaka dan wawancara. Hasil dari penelitian adalah bahwa peran fotografi sangat penting dalam penjualan produk D'lilac sebagai media promosi dalam penjualan. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka selanjutnya menganalisa beberapa foto yang digunakan oleh D'lilac sebagai media ilustrasi dalam penjualan produk di media sosial. Analisa foto dilakukan untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat bagaimana membuat foto produk yang dapat menampilkan citra produk yang ditawarkan.

Kata Kunci: Fotografi, Ilustrasi, Produk D'lilac, Media Sosial

Abstract

In this digital era, many people sell their products online through social media, the rise of selling products online challenges e-commerce to be able to promote their products online through social media created through photography as an illustration medium. In selling products online, consumers can decide to buy or not from the photos displayed. For this reason, in selling products on social media, the role of photography is very important to display product images with the aim of attracting attention and increasing sales. The purpose of this research is to analyze how D'lilac creates product photos that can visualize the image of its products displayed on the Instagram platform. The research method used is a descriptive qualitative method based on literature study and interview information. The result of the research is that the role of photography is very important in selling D'lilac products as a promotional medium in sales. From the results of the research that has been done, then further analyze some of the photos used by D'lilac as illustrative media in selling products on social media. Photo analysis is carried out to provide knowledge to the public on how to make product photos that can display the image of the products offered.

Keywords: Photography, Illustration, D'lilac Products, Social Media

Correspondence author: Ida Susanti, ida.susanti@paramadina.ac.id, Jakarta, and Indonesia



This work is licensed under a CC-BY-NC

PENDAHULUAN

Pendahuluan mencakup latar belakang atas isu atau permasalahan serta urgensi dan rasionalisasi kegiatan (penelitian atau pengabdian). Tujuan kegiatan dan rencana pemecahan masalah disajikan dalam bagian ini. Tinjauan pustaka yang relevan dan pengembangan hipotesis (jika ada) dimasukkan dalam bagian ini. [Times New Roman, 11pt, normal, justify]. Teknologi fotografi sangat memudahkan manusia dalam menciptakan karya foto produk yang digunakan sebagai media promosi berjualan secara online melalui situs di internet. Berjualan di internet memerlukan sebuah foto untuk menampilkan sebuah produk yang akan dijual. Gambar dapat 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. Karena pada dasarnya manusia merupakan makhluk visual yang lebih tertarik pada foto dan video. Bagi banyak pebisnis online, mengunggah gambar produk dirasa lebih bisa mendatangkan keuntungan, terutama saat berpromosi di media sosial. Sebuah foto berperan penting untuk membuat produk tersebut menarik calon pembeli karena foto dapat menamp. Sebuah foto harus bisa mencerminkan keunggulan produk dan citra visual produk yang dapat menyampaikan pesan kepada pembeli dengan jelas. Sumber data darimana? Dan literatur-literatur yang membahas penelitian ini?

Tujuan penelitian ini ingin memberi pengetahuan bahwa foto produk dapat disampaikan berupa perwujudan atau pengungkapan ide dalam bentuk keindahan. Agar pesan dapat tersampaikan secara baik melalui foto, maka “tata bahasa” yang digunakan harus tepat dan harus dimengerti oleh penonton. Tata bahasa dalam fotografi meliputi teknik, komposisi dan pencahayaan yang diramu dengan menggunakan nilai-nilai estetika. Sehingga fotografer berupaya agar pesan dari sebuah foto produk dapat tersampaikan kepada masyarakat, salah satunya dengan eksplorasi fotografi produk karena melalui eksplorasi tersebut foto dapat menampilkan citra produk yang ditawarkan.

Bahasan tentang fotografi sebagai media ilustrasi dalam foto produk yaitu pada Jurnal Becoss (Business Economic, Communication, and Social Sciences), Vol.3 No.2 May 2021: 69-77) yang berjudul “Proses Komunikasi melalui Media Visual Fotografi sebagai Ilustrasi” yang membahas tentang jenis Fotografi yang secara fungsinya akan menjadi media visual yang melengkapi sebuah informasi yang umumnya dikenal dengan istilah Fotografi Ilustrasi. Dengan tujuan mencoba mempersempit atau mengarahkan pengamat agar memiliki persepsi yang sesuai dengan visual yang ditampilkan tersebut.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif, menurut Nana Syaodih Sukmadinata (2011: 73), penelitian kualitatif deskriptif ditujukan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik bersifat alamiah maupun rekayasa manusia, yang lebih memperhatikan mengenai karakteristik, kualitas, keterkaitan antar kegiatan. Selain itu, Penelitian deskriptif tidak memberikan perlakuan, manipulasi atau perubahan pada variabel - variabel yang diteliti, melainkan menggambarkan suatu kondisi yang apa adanya. Satu-satunya perlakuan yang diberikan hanyalah penelitian itu sendiri, yang dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Penelitian kualitatif deskriptif merupakan rangkaian kegiatan untuk memperoleh data yang bersifat apa adanya tanpa ada dalam kondisi tertentu yang hasilnya lebih menekankan makna. Metode penelitian kualitatif deskriptif digunakan karena penelitian menganalisa foto produk D'lilac sebagai media ilustrasi pada produk. Untuk mengumpulkan dan melengkapi data objek penelitian, dilakukan dengan berbagai macam teknik pengumpulan, yakni studi literatur dan wawancara. Hasil yang didapat dari studi pustaka adalah data mengenai bagaimana membuat foto produk agar menarik dan dapat mempersuasi konsumen. Wawancara dilakukan kepada Tetty Dwiyanti sebagai pemilik usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis berupaya melihat bagaimana peranan fotografi dalam mempromosikan produk, sehingga fotografi tidak hanya sebagai sebuah bentuk dokumentasi namun juga sebagai sebuah bentuk ilustrasi dalam penjualan produk yang memberikan peran yang sangat besar untuk mempersuasi konsumen dan meningkatkan penjualan.

Ditengah meningkatnya penjualan produk secara online membuat membuat e-commerce berlomba-lomba menawarkan produknya di berbagai Platform diantaranya Instragram. Instagram merupakan flatfoam yang banyak dipakai oleh masyarakat karena selain dapat digunakan sebagai media informasi juga dapat digunakan sebagai media dalam promosi sebuah produk. Fotografi dianggap sebagai salah satu jalan yang efektif dalam mempromosikan sebuah produk, ditengah majunya teknologi informasi saat ini, dimana media sosial sangat mudah untuk diakses oleh seluruh masyarakat di dunia. Banyak platform yang mendukung untuk digunakan sebagai wahana dalam melakukan promosi dalam sebuah penjualan yaitu facebook, Tumblr, flickr dan yang sangat terkenal saat ini adalah Instagram. Dengan adanya begitu banyak media sosial yang mendukung fotografi maka proses promosi produk melalui fotografi akan dapat efektif.

Pada Platform Instagram, kita tidak hanya bisa mengunggah foto namun juga bisa memberikan caption yang merepresentasikan foto yang dibuat. Hal ini sungguh sangat memudahkan dan juga sangat mendukung dalam proses promosi pada produk, sehingga tidak hanya simbol-simbol visual yang dapat ditangkap namun juga deskripsi dari sebuah foto juga dapat ditangkap dan dipahami oleh orang yang melihatnya. Dengan Instagram yang dikases secara menyeluruh dari berbagai usia dan kalangan, maka produk yang ditawarkan kepada konsumen dapat dengan mudah diketahui oleh masyarakat. Begitu banyak produk yang ditawarkan di media sosial membuat persaingan semakin berat, upaya untuk menarik perhatian masyarakat yaitu dengan menampilkan foto yang menarik yaitu dapat dilihat dari foto produk yang memiliki nilai estetika yang tinggi. Untuk menampilkan foto yang memiliki nilai estetis foto harus dibuat secara terkonsep yaitu dari segi komposisi, teknik, pencahayaan dan properti yang digunakan sesuai dengan citra produk yang akan ditawarkan. Seperti halnya D'lilac sebuah UMKM di daerah Malang yang selalu menampilkan foto yang terkonsep pada produk yang ditawarkan.

D'lilac berdiri sejak tahun 2014 dengan produksi produk fashion (baju, tas ,sepatu, dompet dll). Kemudian di tahun 2016 mulai fokus memproduksi produk berbahan baku kulit sapi dengan fokus pada produksi sepatu, pelengkap tas, dan dompet. Kata D'lilac memiliki arti yaitu warna ungu yang secara filosofi warna dapat diartikan sebagai optimis dan kehangatan. UMKM ini berdiri diawali karena banyak nya pengrajin sepatu dan tas di sekitar tempat tinggal di kota Malang dan bahan baku kulit yang melimpah tentunya sangat sayang jika tidak diberdayakan. Saat itu melihat dipasaran produk sepatu kulit yang kurang bervariasi baik warna dan modelnya, kemudian kami mencoba membuat sepatu kulit dengan berbagai variasi warna kulit. Sepatu kulit pada umumnya berwarna monoton dan model atau desainnya kurang beragam. Dengan bahan kulit asli yang berkualitas kami mencoba membuat sepatu kulit dengan desain kasual modern, memadukan warna warni yang ceria, jahitan yang rapih, sol yang kuat, ringan, lentur dan nyaman dipakai. Bahan baku kulit asli lebih awet sehingga bisa dipakai lebih lama. Pemasaran masih

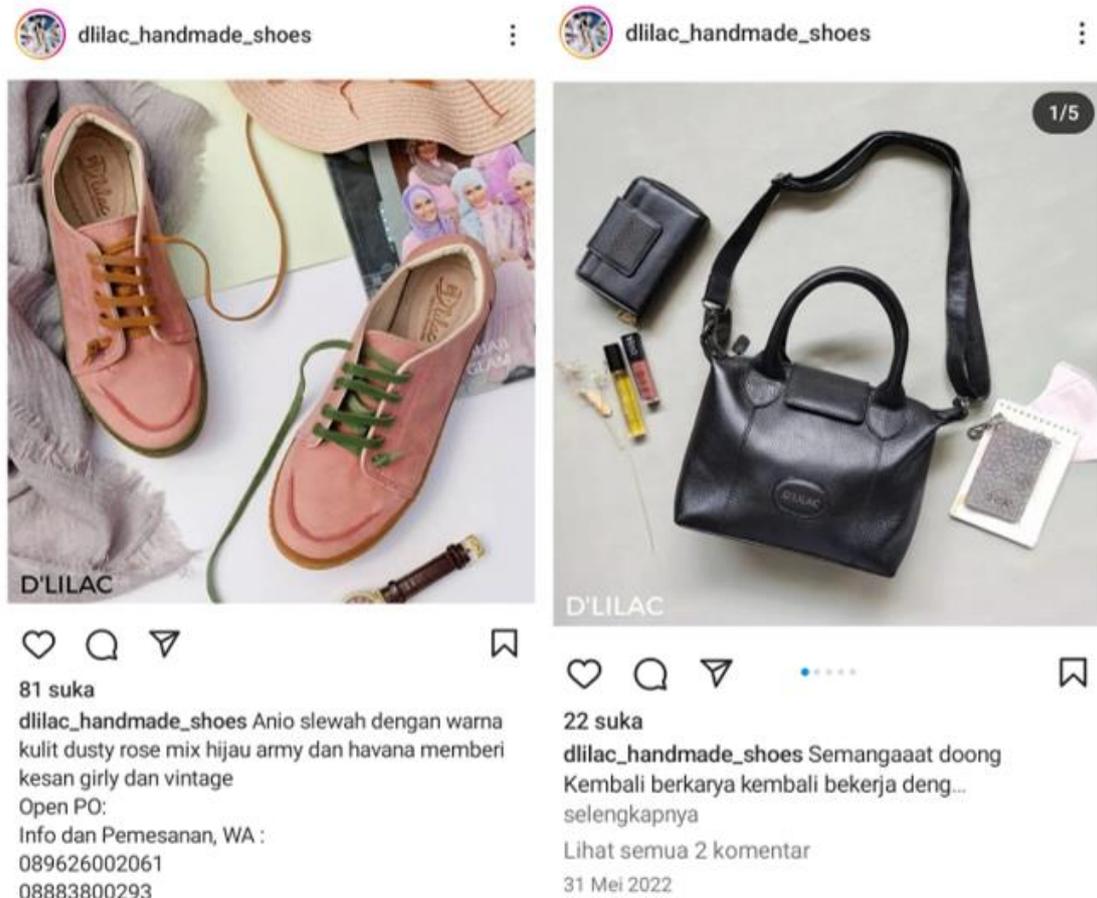
fokus penjualan secara online melalui Instagram, Facebook dan marketplace seperti tokopedia dan shopee. Dalam penelitian ini analisa foto yang ditampilkan yaitu pada platform instagram.

Analisis foto pada instagram D'lilac



Gambar 1 dan 2
Sumber: Instagram d'lilac

Foto menggambarkan produk tas dan sepatu D'lilac yang nyaman digunakan ketika berada diluar ruangan. Kenyamanan ditampilkan dengan posisi model yang menggunakan tas dan sepatu begitu santai ketika posisi berdiri dan duduk. Dari angel fotografi menggunakan *eye level* yang memberi kesan setara atau sejajar dengan mata memandang dan *low angel* mencerminkan kedekatan antara objek dengan kamera. Selain itu mengambil angel dari bawah ingin menampilkan *brand* D'lilac yang ada pada bagian bawah sepatu. Semua yang ditampilkan dalam foto ini dengan tujuan mempromosikan produk tas dan sepatu yang nyaman digunakan saat berada diluar ruangan.



Gambar 3 dan 4
Sumber: Instagram d'lilac

Foto menggambarkan sisi feminim seorang wanita dengan segala perlengkapannya. Produk sepatu dan tas dilengkapi dengan properti lain seperti syal, lipstick dan lain-lain sebagai elemen pendukung produk yang akan ditawarkan sesuai dengan konsep yang dibuat. Setiap elemen yang ditampilkan memiliki korelasi dengan produk yang difoto yaitu menampilkan segala perlengkapan wanita yang dapat dipadankan dengan sepatu dengan warna feminim dan vintage. Pada foto tas ditampilkan segala perlengkapan yang dibutuhkan dapat dimasukkan kedalam tas yang simple dan bisa dibawa kemana-mana. Angel yang ditampilkan *High Angel* yaitu pemotretan dari atas agar segala objek yang ditampilkan terlihat dengan jelas dari segi bentuk dan susunannya. Komposisi warna yang ditampilkan senada dengan warna properti untuk memberi kesan harmoni.



Gambar 5 dan 6

Sumber: Instagram d'lilac

Foto menggambarkan produk jilbab dan sepatu dengan menampilkan motif etnik yaitu jilbab dengan motif kawung corak batik dari Jawa Tengah dan sepatu dengan motif tenun Buna NTT. Kedua tema foto ini menawarkan produk untuk kebutuhan fashion yang didesain dari beberapa budaya. Foto yang ditampilkan dengan angle *eye level* agar produk terlihat sejajar dengan mata memandang, dan pada produk sepatu pakaian yang digunakan oleh model juga bernuansa etnik untuk memperkuat konsep etnik yang ingin ditampilkan. Pada background juga disertakan dengan properti vas bunga dan cermin nuansa etnik. Foto yang ditampilkan memberi kesan walaupun menggunakan produk dengan desain etnik tetapi tetap terlihat modern dan modis.



Gambar 7 dan 8
Sumber : Instagram d'lilac

Foto menggambarkan dua sisi yaitu feminim dan maskulin. Foto produk sepatu menampilkan kesan feminim yaitu dari warna pink dan gestur tangan yang lentik. Foto produk dompet menampilkan kesan maskulin dilihat dari bentuk dompet yang hanya satu lipatan yang memberi kesan simple karena digunakan untuk laki-laki, selain itu ditampilkan juga celana *blue jeans* untuk laki-laki sebagai pendukung properti dan memperkuat kesan maskulin. Angel yang ditampilkan *high angel* agar seluruh objek dan gestur yang ditampilkan terlihat dengan jelas.

Konsep Visual

Fotografi berasal dari bahasa Yunani, yaitu Photos yang berarti cahaya dan Graphos yang berarti melukis, artinya fotografi adalah kegiatan “melukis dengan cahaya”. Secara umum, dikenal sebagai metode untuk menghasilkan gambar dari suatu objek dengan cara merekam pantulan cahaya dari objek tersebut menggunakan medium yang peka terhadap cahaya. Secara harfiah fotografi bisa diartikan sebagai teknik melukis dengan cahaya. Ditinjau menurut kamus besar bahasa Indonesia, fotografi berarti seni dan proses penghasilan gambar melalui cahaya pada film atau permukaan yang dipekan, (Karyadi, 2017:6).

Saat ini perkembangan fotografi dimanfaatkan dalam dunia jual beli dimana memanfaatkan fotografi untuk menampilkan sebuah produk di sosial media maupun marketplace, manfaat fotografi dalam jual beli sudah pasti akan mewakili sebuah brand produk, terlebih didukung kualitas fotografi yang baik, calon konsumen akan semakin yakin dengan sebuah brand produk dan memberikan peluang konsumen untuk membeli produk sangat besar.

Disamping itu fotografi yang berkualitas akan memberikan nilai tambah pada produk. Foto menjadi bagian dari realitas yang dikenal dan dihayati oleh kita, karena realitas memang tampil kepada manusia sebagai representasi. Unsur terpenting dari sebuah fotografi adalah cahaya, ada lima arah cahaya yang digunakan dalam fotografi yaitu front light, back light, top light, bottom/base light, dan side light. Kelima arah cahaya tersebut memiliki pengaruh terhadap objek/subjek yang menjadi sasaran pemotretan (Karyadi, 2017:12-13).

Ilustrasi adalah suatu proses penggambaran sesuatu, sebagai bagian dari proses komunikasi visual. Komunikasi visual disini merupakan suatu proses komunikasi yang bisa direspon dengan indera penglihatan. Komunikasi visual ini umumnya dipakai di media komunikasi, pada khususnya media cetak, yang biasanya bisa berupa, tipografi, ilustrasi, layout, fotografi, dan lain sebagainya. Dalam kamus besar Bahasa Indonesia (Balai Pustaka, 1996), pengertian atau istilah ilustrasi dikelompokkan menjadi dua kategori yaitu ilustrasi audio dan ilustrasi visual.

Dalam ilustrasi audio yang dimaksudkan disini adalah suara yang bisa melengkapi atau mengiringi suatu proses, baik pertunjukan sandiwara di pentas, atau melengkapi suatu acara di radio bahkan musik yang melatari sebuah film, dan mengiringi suatu pertunjukan tari. Dalam perkembangannya, karya seni multimedia dan animasi juga menggunakan efek suara dan musik sebagai bagian untuk presentasi karya seninya. Sedangkan dalam kategori ilustrasi visual, yang di maksud disini adalah suatu gambar yang dapat berupa foto atau lukisan yang berfungsi untuk membantu memperjelas suatu narasi, buku, karangan, artikel, dan sebagainya, dapat juga dikategorikan sebagai suatu gambar, desain, diagram, juga penghias halaman sampul. Dalam tulisan ini, yang akan dibahas adalah ilustrasi visual.

Pengembangan tentang ilustrasi ini juga bisa disebutkan sebagai suatu gambar yang melengkapi suatu rangkaian artikel, rangkaian tulisan, rangkaian cerita, bisa juga menjadi gambar yang bisa menjelaskan suatu prosedur, atau suatu proses, misalnya dalam info grafik, juga manual book. Ilustrasi ini bisa merupakan penjelasan dengan jujur dan sesuai dengan fakta yang dijelaskan atau dibahas dalam suatu rangkaian narasi atau tulisan artikel, namun bisa hanya berupa gambar perwakilan atau mengandung arti yang bersifat simbolis saja.

Ilustrasi kadang merupakan bentuk visual dari teks atau ungkapan yang secara simbolik melengkapi dan menjelaskan teks atau narasi tadi. Dengan menggambarkan suatu adegan dalam sebuah cerita, gambar ilustrasi dapat menerangkan secara umum karakter atau penggambaran dari isi suatu cerita. Selain itu, ilustrasi berfungsi untuk menarik pembaca agar tertarik untuk membaca suatu cerita. Sebuah ilustrasi yang dipaparkan dalam sebuah majalah berfungsi sebagai pendukung estetika dari sebuah cerita. Selain fungsi tersebut, ilustrasi juga dapat mewakili perwatakan cerita yang ditampilkan, ada korelasi antara visual dan latar belakang cerita.

Fotografi Sebagai Ilustrasi

Karya fotografi yang sempat menggeser kejayaan karya lukis ilustrasi di masa lalu, memang telah menguasai dan menjadi sangat diandalkan dalam bidang komersial dan publikasi, baik di majalah, koran poster dan media cetak lainnya. Namun seiring dengan perkembangan waktu juga, dimana banyak perkembangan teknologi dimana media cetak makin tergeser menjadi media digital, fotografi makin umum digunakan dalam banyak aspek dengan tujuan yang beraneka ragam. Terutama sejak masa pandemi disemua lapisan dunia, yang menggeser banyak sekali media cetak menjadi media digital karena tuntutan protokol kesehatan. Sekarang penggunaan kamera telepon genggam untuk memindai kode QR, sudah hampir digunakan di banyak restoran dengan tujuan keamanan protokol Kesehatan, dimana buku menu makanan bisa dilihat di telepon pribadi. Peran foto di menu tersebut menjadi penting untuk meminimalkan frekuensi kontak. Termasuk kebutuhan visual fotografi di media sosial untuk berjualan online. Untuk meminimalkan proses tanya jawab online, bila pedagang menggunakan foto, calon pembeli akan lebih mudah mendapatkan informasi dibanding dengan penggunaan visual non foto. Namun fungsi awal sebuah karya ilustrasi ini tidak mengalami perubahan karena perubahan media tadi. Bahkan dengan penyesuaian dengan jaman yang lebih modern, terciptalah karya visual yang bertujuan memberikan ilustrasi, yang lebih bervariasi bentuk hasil outputnya.

Penyebab dari keberadaan karya fotografi yang masih menjadi andalan di bidang komersial, pada dasarnya disebabkan karena visual yang ditampilkan dalam karya dua dimensi fotografi tadi, benar-benar memindahkan tampilan visual yang sangat mirip dengan objek tiga dimensinya. Sehingga banyak pengamat yang lebih merasakan bahwa komunikasi melalui karya fotografi terlihat lebih nyata dan langsung. Tampilan yang mudah dipahami secara visual, memudahkan pengamat untuk membayangkan cerita atau narasi, proses dan juga suatu perangkat dengan lebih nyata, dibandingkan bila ditampilkan sebagai karya ilustrasi.

Namun peran fotografi sebagai sarana ilustrasi penunjang tetap menjadi andalan yang dibutuhkan, walau lingkungannya mungkin lebih spesifik, namun ada area yang membutuhkan foto sebagai ilustrasi penjelas yang tidak atau belum bisa digantikan dengan animasi ataupun gambar tidak nyata. Sebagai contoh dalam informasi untuk tutorial atau proses step by step pengamat, yang mungkin masyarakat umum dan awam, masih lebih cepat paham bila menggunakan karya foto. Dalam informasi atau tulisan tentang proses bidang kedokteran, teknologi pangan, teknologi mesin seperti dalam manual book bahkan di karya ilmiah yang membutuhkan penjelasan, peran karya fotografi sangat penting dalam mengilustrasikan informasi yang akan di jelaskan.

Teknik photography produk sebagai sarana promosi

Fotografi produk juga dikenal dengan fotografi still life, fotografi still life, yaitu pemotretan benda mati yang menjadikan foto tersebut tampak lebih hidup atau bermakna. Menurut Nugroho (2011:115) fotografi still life adalah foto mengenai alam benda mati. Menurut Paulus (2012:11) pemotretan still life adalah menciptakan sebuah gambar dari benda atau objek mati agar tampak jauh lebih hidup dan berbicara seperti makanan terlihat hangat, dingin atau lembut. Menciptakan foto still life bukan sekedar memindahkan objek dalam bentuk asli ke dalam sebuah frame foto, namun diperlukan pengetahuan dalam memahami konsep dan teknik-teknik pemotretan yang baik agar menghasilkan karya yang tidak biasa yaitu foto yang menampilkan kesan artistik, mampu “berbicara” dan tidak memberikan kesan datar. Berikut beberapa Teknik fotografi produk yang sering digunakan:

1. Flat Lay Photography

Flat Lay adalah istilah Bahasa Inggris yang berarti bidang datar, dalam media sosial Flat Lay sangat populer, namun tidak semua orang mengerti istilah ini, hanya orang yang aktif dalam sosial media yang mengerti dan pernah melihatnya. Pada Flat Lay Fotografi sendiri memiliki ciri khas yang berbeda, dengan diletaknya benda-benda atau objek pada alas yang datar dengan posisi tidur menghadap keatas dan di potret dari atas. point of view pada konsep ini yaitu objek yang tidur menghadap atas dengan sedikit memberikan shadow agar terlihat hidup pada foto tersebut.

Flat Lay sendiri sering digunakan pada fotografi produk yang dimana konsep ini merubah gaya fotografi iklan, menjadi suatu bentuk karya visual yang dinamis, minimalis dan menarik. Seperti yang kita ketahui bahwa dalam fotografi iklan sangat di perlukan ketelitian dan juga perhitungan pada proses pengambilannya. Pendekatan denotative dipergunakan untuk dapat memahami isi dari Flat Lay fotografi yang terpilih, dengan begitu makna deotatif dapat terindra secara langsung dari foto itu sendiri, dengan kata lain tampilan visual dari foto. Menurut Roland Barthes (2007:282) Dalam hubungannya dengan apa yang real, yang harus “di terjemahkan” oleh language, message yang pertama disebut message denotasi.

2. Hero Shot

Hero shot adalah Teknik fotografi produk yang bertujuan untuk menunjukkan bagaimana suatu produk digunakan dalam kehidupan sehari-hari menggunakan dari model atau peraga foto. Pada Teknik ini fokus pada fungsi dari sebuah produk, sehingga gambar yang diambil terlihat hidup dan nyata. Dalam hal ini media yang digunakan untuk menampilkan produk yaitu alat peraga atau model manusia. Pada proses pengambilan gambar teknik fotografi ini menggunakan sudut pengambilan gambar yang beda , yaitu ada normal angle atau high angle (bird eye view) dan low angle (frog eye view).

3. Detailed shot

Detailed shot adalah Teknik fotografi produk yang di gunakan untuk menampilkan bentuk atau tekstur dari suatu produk tersebut. Pada pengambilan gambar menggunakan Teknik high aple, foto produk dengan menggunakan metode ini sangat berguna bagi konsumen yang dimana produsen dapat menampilkan sebuah produknya dengan detail dan rinci, sehingga konsumen dapat yakin akan produk yang dijual tersebut. Teknik foto produk ini mempresentasikan citra atau image yang mendetil sehingga berfokus pada suatu bagian khusus.

Teknik Fotografi

Teknik pemotretan merupakan faktor yang perlu diperhatikan dalam membuat karya yang baik dan menarik. Salah satu teknik pemotretan yang digunakan yakni Dept of Field (DoF). Menurut Riana Ambarsari (2015:42) DoF merupakan ruang tajam sebuah foto dikatakan DoF-nya sempit atau shallow ketika hanya sedikit saja bagian foto yang tajam atau fokus, sementara latar belakang dan latar depan blur. Sebaliknya dikatakan DoF-nya luas ketika latar depan sampai latar belakang tajam atau fokus. Dalam memotret ketajaman objek yang akan direkam juga sangat penting. Dalam ketajaman ada 2 jenis yaitu:

a. Ruang tajam luas (Depth of Field luas)

Pada ruang tajam luas foto yang ditampilkan pada keseluruhan objek akan terlihat jelas semua atau fokusnya luas. Untuk menciptakan ruang tajam luas yaitu dengan menggunakan diafragma (aperture) yang angkanya besar misal f.18.

b. Ruang tajam sempit (Depth of Field sempit)

Pada ruang tajam sempit foto yang ditampilkan pada objek akan terlihat jelas atau fokus tetapi, pada latar belakang (background) akan terlihat blur. Untuk menciptakan ruang tajam sempit yaitu dengan menggunakan diafragma (aperture) yang angkanya kecil misal f.1,2.

Dept of Field dapat diartikan sebagai rentang jarak ketajaman dari titik focus sehingga hasil tidak blur pada objek sasaran. Dof dibagi menjadi dua yaitu dof sempit dan dof luas yang dipengaruhi oleh pengaturan diafragma. Diafragma diatur menggunakan dial mode AV (Aperature Value) atau A (Aperature) (Karyadi, 2017:33)

Komposisi Fotografi

Sudut Pandang

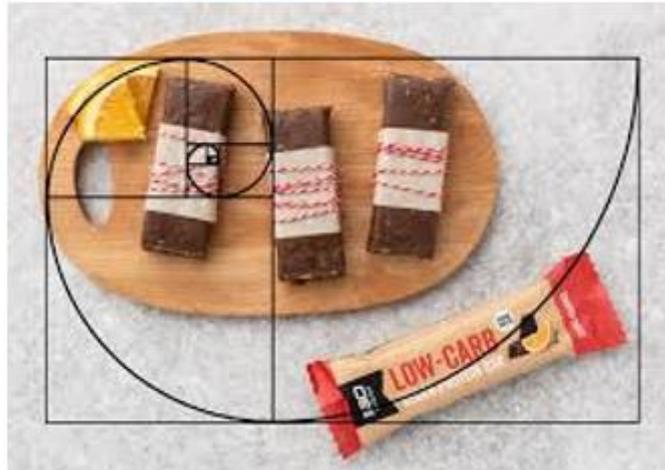
Dalam pengambilan gambar yang menarik dibutuhkan keberanian untuk meletakkan obyek foto tidak selalu ditengah frame kamera. Dalam peletakkan objek tidak harus selalu meletakkanya ditengah frame. Bahkan meletakkan obyek di bagian pojok frame juga akan menarik asalkan dapat menyatu dengan elemen yang ada disekitar objek. Secara umum ada 3 dasar penyusunan gambar yang dapat digunakan sebagai acuan atau penuntun awal sebelum membentuk susunan gambar yang ideal. Antara lain:

- a. Aturan Segitiga (Rule of Third), Penyusunan atau penataan gambar yang paling umum digunakan, yaitu dengan melakukan pembagian bidang pada perbandingan 1:2.



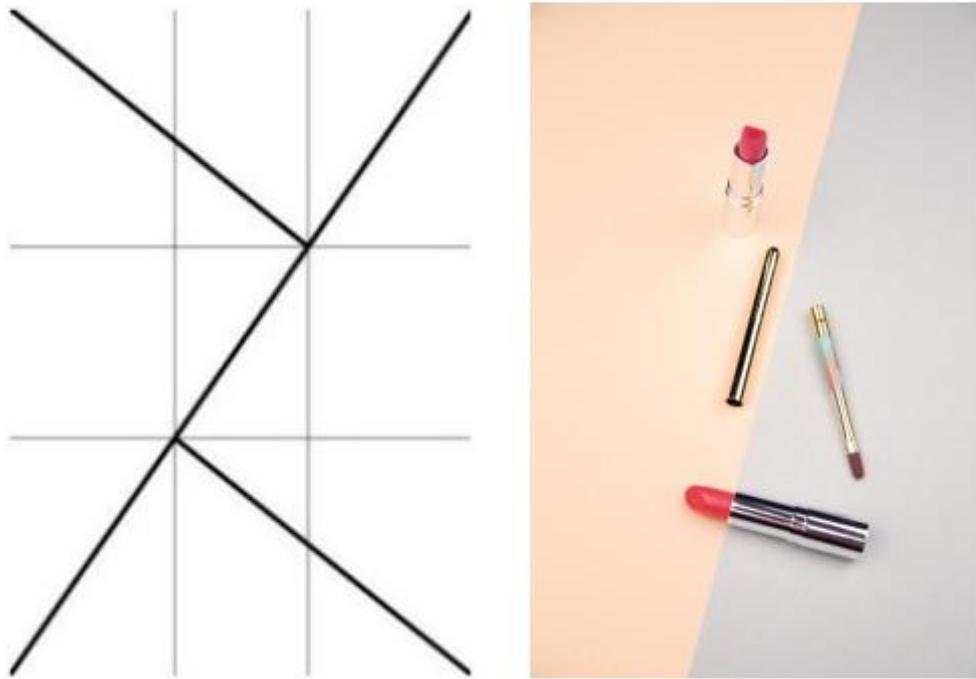
Gambar 1. Contoh Rules of Third
Sumber: istimewa

- b. Irisan E mas (Golden Section), atau Fibonacci Ratio merupakan suatu hukum yang dibuat oleh Leonardo Fibonacci sekitar tahun 1200 masehi. Ia menemukan bahwa terdapat suatu rasio absolut yang seringkali terlihat di alam, sebuah desain yang efisien secara universal dalam makhluk hidup dan menyenangkan mata manusia, yang disebut sebagai rasio emas "Fibonacci Ratio". Fibonacci dibuat melalui serangkaian kotak yang didasarkan pada rasio Fibonacci (1:1.618), panjang setiap persegi tersebut merupakan bilangan Fibonacci. Kemudian setiap persegi tersebut ditempatkan ke dalam kotak dalam bingkai sehingga mendapatkan kurva yang menyerupai bentuk spiral, pola ini lah yang dikatakan sebagai golden ratio.



Gambar 2. Contoh (Golden Section)
Sumber: istimewa

- c. Susunan Diagonal, Susunan atau garis diagonal ini dibentuk dan dipergunakan jika menghadapi objek yang memiliki bentuk sederhana. Dengan demikian maka objek yang keadaan aslinya statis dan sulit disajikan dengan aturan sepertiga dan irisan emas akan dapat ditampilkan sebagai gambar yang dinamis dan menarik.



Gambar 3. Susunan Diagonal
Sumber: istimewa

Ligthing Photography

Pencahayaan merupakan unsur utama dalam fotografi. Tanpa cahaya maka fotografi tidak akan pernah ada. Cahaya dapat membentuk karakter pada sebuah foto. Dengan cahaya dapat menentukan apakah sebuah foto baik atau tidak. Jenis-jenis pencahayaan dalam fotografi antara lain:

1. Available Light (Ambient Light)

Cahaya yang telah tersedia secara otomatis di lingkungan sekitar. Fotografer tidak bisa mengatur besar kecil serta arah penyinaran cahaya tersebut. Contoh : Cahaya Matahari, Kilat dan Bulan

2. Artificial Light

Cahaya yang sengaja diciptakan dan diadakan ketika memotret. Fotografer bisa mengatur besar-kecil serta mengubah arah penyinaran. Contoh : Flash Strobist, Studio Light, Senter, dan alat pendukung lainnya.

3. Mix Light

Cahaya yang mengkombinasikan antara Available Light dan Artificial Light, yang menggabungkan dua sumber cahaya atau lebih.

Jenis-jenis cahaya berdasarkan arah jatuhnya cahaya

Arah jatuh cahaya ini sama pada cahaya available (natural) dan artificial (buatan). Memahami arah jatuh cahaya akan sangat bermanfaat untuk kebutuhan Fotografi dari segi estetika

1. Front Light

Front light adalah posisi objek berada di depan sumber cahaya sehingga posisi fotografer membelakangi cahaya. Teknik pencahayaan ini untuk menampilkan detail objek secara menyeluruh sehinggacahayameratapada objek.

2. Back Light

Berkebalikan dengan front light, Back light adalah pencahayaan dari belakang obyek. Di jenis pencahayaan ini, sumber cahaya berada tepat di depan sang fotografer, sehingga bagian depan objek terlihat gelap,karena objek membelakangi sumber Cahaya. Pencahayaan back light dapatdigunakan untuk membuat teknik foto siluet.

3. Side Light

Side light adalah mengambil gambar dengan sumber cahaya berada di samping objek. Dengan adanya side light, akan menambah dimensi dari pengambilan gambar karena bayangan yang tercipta tidak secara menyeluruh, namun hanya sebagian saja sebelah kanan atau kiri. Side light ini akan membuat foto yang dihasilkan lebih menarik karena bisa menampilkan sebagian detail tertentu.

4. Existing Light

Tidak dari samping, depan, maupun belakang, existing light ini adalah jenis pencahayaan yang berasal dari benda di sekitar objek yang memantulkan cahaya. Karena sumber cahayanya banyak dan berasal dari berbagai sudut, maka fotografer memiliki lebih banyak kesempatan untuk berkreasi dan memanfaatkan cahaya yang ada.

SIMPULAN

Fotografi merupakan salah satu media yang tepat untuk digunakan dalam melakukan kegiatan promosi sebuah produk brand di media sosial dalam meningkatkan penjualan. Untuk dapat meningkatkan penjualan perlu dibuat foto yang menarik yang dilihat dari segi komposisi, teknik dan pencahayaan. Karena foto produk merupakan tampilan awal yang dilihat oleh konsumen dari sebuah foto konsumen dapat memutuskan akan membeli produk tersebut atau tidak. Dalam setiap foto yang disajikan memiliki elemen visual, makna, dan pesan untuk dilihat dan dibaca, serta dirasakan masyarakat sebagai makna yang dapat menjelaskan citra produk serta informasi maupun esensi keindahannya. Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan kepada masyarakat bagaimana membuat foto produk yang dapat menampilkan citra produk untuk mempersuasi konsumen terhadap produk yang ditawarkan dan meningkatkan penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Mulyanta, Edi S. Teknik Modern Fotografi Digital. ANDI. Yogyakarta. 2007.
Fotografi Antara Dua Subyek : Perbincangan Tentang Ada, Galangpress, group, 2003.
Karyadi, Bambang. 2015. Dasar Fotografi Digital 2. Jakarta. PT Elex Media Komputindo
Fotografi, "Jurnal Seni", Vol. IX/ 02-03/ 2003, BP. ISI, Yogyakarta, p. 218
Soedjono, Soperapto. 2010. Pot Pourri Fotografi. Jakarta: Trisakti.
Kayus Mulia, "STILL LIFE": Mengubah Konsep dan Desain, Foto Media, No. 6/ 08/ 1996
Enterprise, Jubilee. 2012. Instagram untuk Fotografi Digital dan Bisnis Kreatif. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
Moleong, J, Lexy. 2006. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
Sugiyono. 2008. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
Utomo, F. Y. (2011). Fotografi Sebagai Promosi Hendrik Salon dan Bridal. diglib uns, 19-20.
Faiqah Azzahrah. (2013). Sejarah Ilustrasi Indonesia, Seni Rupa, diakses November 2014 dari <http://blog-seniru-pa.blogspot.com/2013/01/sejarah-ilustrasi-indonesia.html>
Male, Alan. (2007). Illustration A Theoretical & Contextual Perspective. Switzerland : Ava Publishing.