

PERANCANGAN FOTOGRAFI PRODUK UNTUK KONTEN MEDIA SOSIAL FALALA CHOCOLATE DI QUARANTESIX STUDIO

Anak Agung Gede Bayu Mahadhiva¹, I Nengah Sudika negara², dan I Wayan Agus Eka Cahyadi³

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Denpasar, Jalan Nusa Indah Sumerta, Kec. Denpasar Timur, Kota Denpasar, 80235, Indonesia

E-mail : gungaji15@gmail.com

Abstrak

Fotografi merupakan seni menggambar yang dihasilkan menggunakan media cahaya sebagai komposisi utama yang akan sangat berpengaruh dengan gambar yang dihasilkan. Fotografi memiliki nilai lebih dalam mempromosikan sesuatu karena hampir semua kalangan bisa menggunakan fotografi meskipun tidak harus mengikuti paten / standar yang ada. Fotografi produk merupakan percabangan dari jenis fotografi. Fotografi produk adalah suatu metode tentang bagaimana kita mengambil gambar dari sebuah produk. Hal ini dilakukan agar kita bisa menjelaskan bentuk fisik dan juga fungsi dari produk itu sendiri. Tidak dipungkiri dari masa ke masa, penggunaan fotografi sebagai media promosi terus digunakan. Salah satu perusahaan UMKM dari Bali yaitu Falala Chocolate memanfaatkan media foto produk sebagai media promosi di instagram bisnisnya. Perancangan fotografi produk untuk konten media sosial Falala Chocolate dilaksanakan dengan tujuan membantu perusahaan dalam memaksimalkan promosi didalam instagaram pribadinya dan mengenalkan bagaimana tampilan produknya, dengan tetap mengacu pada *brand guideline* yang merupakan acuan standar untuk branding sebuah *brand*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk menghasilkan foto produk baik. Melalui kriteria brand guideline yang ditentukan untuk foto produk, dihasilkan foto produk untuk konten media sosial Falala Chocolate di Quarantesix Studio.

Kata kunci: Fotografi, Falala Chccocolate, Quarantesix Studio

Abstract

Photography is the art of drawing produced using light as the main composition which will greatly influence the resulting image. Photography has more value in promoting something because almost all groups can use photography even though they don't have to follow existing patents/standards. Product photography is a branch of photography. Product photography is a method of how we take pictures of a product. This is done so that we can explain the physical form and function of the product itself. It cannot be denied that from time to time, photography continues to be used as a promotional medium. One of the MSME companies from Bali, namely Falala Chocolate, uses product photos as promotional media on its business Instagram. The design of product photography for Falala Chocolate's social media content was carried out with the aim of helping the company maximize promotions on its personal Instagram and introduce how its products look, while still referring to the brand guideline which is a standard reference for branding a brand. This research uses qualitative methods to produce good product photos. Through the brand guideline criteria determined for product photos, product photos were produced for Falala Chocolate's social media content at Quarantesix Studio.

Keywords: Photography, Falala Chocolate, Quarantesix Studio

PENDAHULUAN

Di era serba digital sekarang, ada banyak cara untuk mempromosikan produk yang dijual, salah satunya dengan mempromosikannya melalui sosial media seperti Instagram, Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan aktivitas berjejaring lainnya. Penggunaan sosial media ini bagi para pelaku usaha adalah untuk mempromosikan dan membranding barang jualannya agar dapat diketahui dan nantinya diminati oleh audiens. Untuk melakukan hal tersebut, pelaku usaha perlu memposting jualannya di sosial media.

Dalam era media sosial yang didorong oleh visual, gambar produk memainkan peran kunci dalam menarik konsumen. Konten visual yang menarik dapat meningkatkan eksposur merek dan memperluas jangkauan. Selain itu konsumen modern tidak hanya mencari produk yang lezat tetapi juga pengalaman visual yang menarik. Berdasarkan hal tersebut, maka dipilihnya fotografi produk sebagai penunjang dalam menarik konsumen. Fotografi produk sendiri dapat diartikan seni dan praktik mengambil gambar produk untuk tujuan pemasaran dan promosi. Fotografi produk memainkan peran yang sangat penting dalam mempromosikan dan memasarkan produk. Tren estetika dan kreativitas dalam fotografi produk cenderung mencerminkan keunggulan dan inovasi merek. Tujuan utama fotografi produk adalah untuk menyoroti dan memperlihatkan produk secara estetis, menarik, dan informatif. Fotografi produk dapat dilakukan untuk berbagai jenis produk, mulai dari pakaian, perhiasan, elektronik, makanan, dan banyak lagi.

Salah satu perusahaan UMKM makanan di Bali, yaitu Falala Chocolate Bali selalu membutuhkan foto produk untuk sosial media instagramnya untuk mempromosikan dan memperlihatkan produk secara menarik sehingga menarik daya minat konsumen yang menggunakan media sosial tersebut. Untuk itu, penulis bersama Quarantesix Studio bekerja sama dalam perancangan fotografi produk untuk Falala Chocolate. Quarantesix Studio

adalah salah satu mitra Dunia Industri (DUDI) yang beralamat di Jalan Badak Sari no.73 Renon, Denpasar. Quarantesix Studio merupakan *Creative Digital Agency* yang meliputi *branding, social media management, commercial photography service*. Dalam hal ini penulis melakukan magang / praktik kerja dengan mitra Quarantesix Studio untuk memenuhi salah satu Program Kampus Merdeka yaitu Magang / Praktik Kerja. Program Kampus Merdeka Magang / Praktik Kerja ini dilakukan selama 17 Minggu, setiap hari Senin sampai Jumat pada jam 8 pagi hingga 4 sore.

Maka dari itu Perancangan Fotografi Produk Untuk Konten Media Sosial Falala Chocolate Bali Di Quarantesix Studio mejadi pilihan yang tepat karena dapat mengenalkan langsung produk apa yang kita jual sehingga calon *customer* mendapat bayangan langsung dari produk yang di jual, meningkatkan *brand awareness* bagi *customers*. Mampu menjangkau target konsumen serta mempertahankan rutinitas dalam mempromosikan produknya setiap hari pada media sosial instagramnya Falala Chocolate Bali.

METODE

Dalam perancangan foto produk untuk konten media sosial Falala Chocolate di Quarantesix Studio, metode yang digunakan oleh penulis adalah metode kualitatif. Penelitian ini terfokus untuk menghasilkan foto produk yang sesuai untuk konten sosial media untuk Falala Chocolate. Untuk menciptakan hasil yang maksimal, perancangan proyek harus dilengkapi oleh data yang akan digunakan selama proses perancangan data tersebut berupa data primer dan data sekunder. Adapun sumber dari data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Data Primer
Data primer merupakan sumber informasi yang langsung diberikan kepada pengumpul data/penulis. Data primer dikumpulkan oleh penulis melalui
 1. Observasi Objek
Observasi adalah teknik pengumpulan data sistematis terhadap objek yang diteliti yang terjadi secara langsung maupun tidak langsung (Harnadi, dkk,

2020). Dalam penelitian ini, dilakukan dengan cara observasi secara langsung ke tempat pembuatan Falala Chocolate di Jalan merta Nadi No.2, Kuta, Kecamatan Kuta, Kabupaten Badung, Bali. Yang diobservasi adalah poster yang ada di toko Falala Chocolate.

2. Wawancara

Wawancara adalah tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih yang dilakukan secara langsung, dimana isi dari wawancara adalah wawancara dan yang diwawancarai (Harnadi, dkk, 2020). Dalam penelitian ini, dilakukan dengan wawancara Owner Quarantesix Studio yakni Putu Ardhy Sapanca Widnyana, S.Ds.

b. Data Sekunder

Data Sekunder merupakan data yang secara tidak langsung diberikan kepada penulis, melainkan data harus didapatkan melalui orang lain atau dari dokumen. Data sekunder dikumpulkan oleh penulis melalui

1. Kepustakaan

Kajian Pustaka memiliki fungsi sebagai dukungan, dan bukti ilmiah yang sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti, dimana kajian kepustakaan selalu berkaitan dengan kajian teoritis (Harnadi, dkk, 2020). Dalam penelitian ini, penulis melakukan kajian Pustaka melalui bantuan internet dan buku.

Melalui data yang telah diperoleh, penulis kemudian akan melakukan analisa data untuk mengidentifikasi data secara akurat mengenai situasi dari perancangan. Dengan melakukan analisa data penulis dapat menghasilkan kriteria desain yang kemudian akan diterapkan ke dalam desain sebagai acuan penulis. Adapun data yang dianalisa oleh penulis yaitu, Analisis Konten, Analisis Fungsi, Analisis Pelaku Kegiatan dan Analisis Tampilan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Fotografi

Fotografi berasal dari kata Yunani “*photos*” untuk cahaya dan “*grafo*” untuk melukis. Oleh karena itu, konsep fotografi adalah proses melukis dengan menggunakan media cahaya. Fotografi juga dapat dikatakan sebagai proses dalam menghasilkan gambar atau foto dari sebuah objek dengan cara melakukan perekaman dari pantulan cahaya yang mengenai objek tersebut di sebuah media yang sensitif terhadap cahaya. Marcus Sudjojo (2010) mengatakan bahwa sebuah kegiatan memotret gambar dengan memanipulasi cahaya sesuai dengan yang diinginkan agar mendapat hasil yang maksimal disebut dengan fotografi.

Fotografi Produk

Fotografi produk merupakan percabangan dari jenis fotografi. Fotografi produk adalah suatu metode tentang bagaimana kita mengambil gambar dari sebuah produk. Foto produk sangat penting dilakukan jika ingin membranding sebuah penciptaan karya, alasan mengapa foto produk sangatlah penting dalam membranding adalah . Karena dalam sebuah framenya harus bisa menceritakan image sebuah produk (Rio Saputra Dinata, 2022). Hal yang dapat membantu agar terciptanya detail dan ketajaman sebuah foto produk adalah pengaturan cahaya, Pencahayaan haruslah diatur dengan tepat. Kuantitas cahaya yang jatuh harus diukur dengan pas agar tidak terjadi over-exposure atau under-exposure. Begitupun dengan kualitas cahaya. Arah jatuhnya cahaya pada objek utama, karakteristik cahaya yang dihasilkan setiap aksesori pembentuk cahaya, hingga besar dan tajamnya bayangan yang muncul haruslah dikalkulasi dengan tepat.

Analisis Data

Hasil analisis data adalah analisis data yang sudah didapatkan oleh dengan tujuan untuk mengidentifikasi konten, fungsi, pelaku kegiatan dan tampilan yang ada pada perancangan foto produk untuk Konten Media Sosial Falala Chocolate. Adapun hasil analisis data yang didapatkan oleh penulis:

1. Analisis Konten

Analisis konten dilakukan untuk mengetahui Analisis konten dilakukan untuk mengetahui konten atau isi yang akan disediakan melalui foto produk. Adapun gambaran konten yang akan disediakan didalam foto produk adalah gambaran bagaimana tampilan, varian rasa, kemasan dari Falala Chocolate.

2. Analisis Fungsi

Analisis fungsi dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis aktivitas yang berlangsung pada objek perancangan. Fungsi terbagi menjadi fungsi utama dan fungsi penunjang. Fungsi utama dari foto produk yang akan diciptakan untuk Falala Chocolate sebagai media informasi dan promosi dari Falala Chocolate. Sedangkan fungsi penunjang dari foto produk yang akan diciptakan untuk Falala Chocolate adalah untuk memperkenalkan produk secara langsung kepada pihak audiens atau pembeli agar dapat mengetahui gambaran awal dari Falala Chocolate.

3. Analisis Pelaku Kegiatan

Analisis pelaku kegiatan dilakukan untuk mengetahui penggunaan Instagram Falala Chocolate (@falalachocolatebali), dan aktivitas yang dilakukan. Adapun pengguna instagram adalah orang yang ingin mengetahui dan membeli produk Falala Chocolate.

4. Analisis Tampilan

Analisis tampilan dilakukan untuk mengetahui tampilan yang akan digunakan dalam merancang foto produk. Adapun kriteria yang akan ditonjolkan dalam pembuatan foto produk adalah tampilan yang simple dan menonjolkan produk dari Falala Chocolate, serta berisikan tampilan dari *packaging* Falala Chocolate.

Konsep Perancangan

Selama perancangan fotografi produk untuk Falala Chocolate, penulis tetap mengacu kepada fotografi

dasar dan fotografi produk untuk menghasilkan foto produk yang sesuai untuk Falala Chocolate. Sebelum menentukan kriteria untuk konsep, penulis terlebih dahulu melakukan wawancara dengan pihak mitra dan melakukan studi komparasi dengan sosial media instagram bisnis cokelat lain, selain itu penulis juga melakukan obserasi langsung ke Falala Chocolate untuk melihat foto-foto pada poster yang terempel di beberapa sudut ruangan di toko tersebut. Adapun konsep perancangan yang akan digunakan untuk foto produk untuk Falala Chocolate adalah sebagai berikut:

1. Ilustrasi

Fungsi dari ilustrasi adalah untuk memperjelas teks dan sekaligus untuk menarik perhatian dari pembaca (Yoga, 2022). Adapun jenis ilustrasi yang digunakan oleh penulis untuk digunakan pada website adalah ilustrasi foto, yaitu foto dari produk itu sendiri. Bagaimana tampilan dari Falala Chocolate terlihat pada foto produk yang akan dihasilkan.

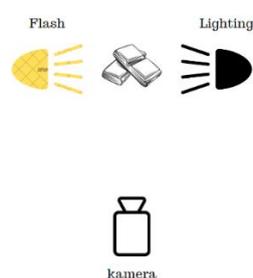


Gambar 1. Ilustrasi Foto Falala Chocolate
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

2. Pencahayaan/Lighting

Pencahayaan adalah unsur utama dalam dunia fotografi, tanpa cahaya maka fotografi tidak akan pernah ada karena cahaya dapat menciptakan karakter pada sebuah foto. Dengan cahaya, dapat menentukan apakah sebuah foto benar atau

tidak. Cahaya sendiri adalah elemen paling penting dalam fotografi seperti makna fotografi itu sendiri, yaitu teknik melukis menggunakan media. Pada saat *photoshot* produk Falala Chocolate menggunakan 2 jenis *lighting*, yaitu *flash-light* dan *continous-light*. Penggunaan 2 *lighting* bertujuan untuk memberikan cahaya utama dan pendukung ke arah produk sehingga foto produk yang dihasilkan memiliki pencahayaan yang baik dan sempurna.



Gambar 2. penempatan lighting produk
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

3. Komposisi

Komposisi foto adalah cara seorang fotografer meletakkan subjek di dalam foto. Melalui komposisi, pesan dalam foto akan lebih tersampaikan. Foto pun lebih apik dan menarik perhatian. Komposisi yang digunakan dalam foto produk Falala Chocolate adalah *Rule of third* merupakan dasar komposisi yang harus diketahui fotografer. Bidang foto dalam kamera dibagi menjadi tiga bagian sama besar yang menghasilkan 9 kotak dan 4 titik temu di tengah bagian.



Gambar 3. Penggunaan *Rule of third*
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

4. Ukuran

Ukuran yang digunakan untuk resolusi dari foto produk adalah 4000x6000 px dengan kedalaman 300dpi. Ukuran ini merupakan *setting-an* maksimal didalam kamera dengan kualitas Fine dan Uncompress. Dengan ukuran ini, foto yang dihasilkan memiliki ketajaman yang bagus dan tidak mengurangi kualitas gambar saat dilakukan *cropping* dan *upload* di media sosial.

Proses Perancangan

Proses perancangan foto produk Falala Chocolate terdiri dari beberapa Langkah yaitu, penentuan tujuan, pembuatan moodboard, Photoshot, Editing. Pembuatan foto produk Falala Chocolate akan dilakukan *checking* berkala oleh pihak mitra untuk memastikan hasil foto terkontrol dan maksimal. Dalam perancangan, penulis tetap mengacu pada kriteria yang sudah dihasilkan pada tahap analisis data.

1. Penentuan Tujuan foto Produk

Penentuan tujuan foto produk dilakukan melalui *briefing* antara pihak mitra dengan penulis pada awal kegiatan MBKM. Dari *briefing*, penulis mendapatkan informasi bahwa kebutuhan stok foto produk Falala Chocolate hampir habis sehingga perlu dilakukan *pemotretan* kembali. Penggunaan foto produk Falala Chocolate sendiri bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konten media sosial Falala Chocolate.

2. Pembuatan Moodboard

Moodboard merupakan analisis visual menggunakan guntingan gambar yang dapat diperoleh dari internet, media manapun, maupun gambar hasil karya sendiri. Fungsi dari moodboard sendiri. Tujuannya antara lain, Memberi referensi dalam menentukan tema atau topik kepada klien, Menghasilkan arahan estetika yang ingin dicapai sebelum mengembangkan desain ke tahap selanjutnya, Meningkatkan pemahaman serta kepercayaan dari klien terhadap jasa perancang tersebut, Memberikan gambaran mengenai tujuan dan manfaat dari karya yang dibuat, dan lainnya.



Gambar 4. Pembuatan moodboard Falala Chocolate

(Sumber: Dokumentasi pribadi)

3. Photoshot

Photoshot adalah kegiatan yang dilakukan oleh seorang photographer dengan melakukan pengambilan foto yang baik agar hasilnya bisa memuaskan. Melakukan *photoshot* biasanya memfokuskan pada objek yang akan difoto. *Photoshot* yang biasa dilakukan oleh photographer di antaranya foto produk brand baik makanan maupun minuman, foto majalah model, foto untuk endorsement dan lain-lain. Pada saat *photoshot* produk Falala Chocolate menggunakan *equipment* antara lain kamera mirrorless Sony A7II, lensa Sony FE 90mm f/2.8 macro, 2 *lighting* yaitu *flash lighting* dan *continous lighting*. Serta properti kertas background.

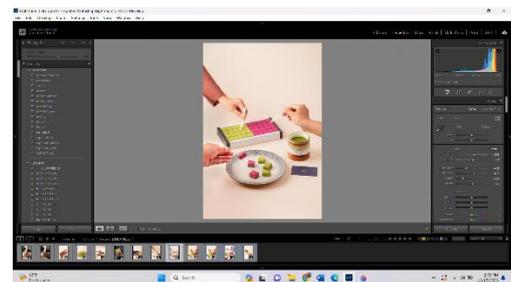


Gambar 5. Tahap Photoshot

(Sumber: Dokumentasi pribadi)

4. Editing Foto

Setelah melakukan photoshot, maka tahap berikutnya adalah mengedit foto. Proses editing foto pada umumnya adalah mengoreksi pencahayaan, kontras warna, serta memotong (*cut*). Photo editing pada dasarnya bertujuan untuk meningkatkan atau mengubah warna pada sebuah foto. Sehingga foto yang telah di edit akan memiliki penampilan yang lebih baik atau lebih artistik dari sebelumnya. Tahap editing foto pada foto produk Falala Chocolate yang pertama yaitu memperbaiki tone warna, basic corrections seperti saturasi, kecerahan, bayangan, dan sebagainya di adobe Lightroom lalu dilanjutkan dengan mengedit detail produk dengan Adobe Photoshop.



Gambar 6. Proses Editing Foto

(Sumber: Dokumentasi pribadi)

5. Perwujudan Final

Pada tahap perwujudan Final, setelah melalui proses editing. Maka menghasilkan foto produk untuk konten media sosial Falala Chocolate.

Adapun hasil akhir dari perancangan foto produk adalah sebagai berikut:

A. Foto Produk Kemasan Falala Chocolate kecil



Gambar 7. Foto Packaging Falala Chocolate
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

B. Foto Produk Detail Varian Chocolate



Gambar 8. Foto Produk Detail
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

C. Foto Produk Varian Mix Berry Matcha



Gambar 8. Foto Produk Varian Mix Berry Matcha
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

D. Foto Produk Produk Varian Mix Matcha Caramel



Gambar 7. Foto Produk Varian Mix Matcha Caramel
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

KESIMPULAN

Pada kegiatan magang/praktik kerja MBKM semester 7 penulis bersama mitra Quarantesix Studio bekerjasama dalam penciptaan foto produk Falala Chocolate. Sebelum melakukan perancangan foto peroduk untuk Falala Chocolate, penulis melakukan briefing dengan pihak mitra MBKM. Penciptaan foto produk disesuaikan dengan brand guidelines yang sudah ada di perusahaan Falala Chocolate. Sehingga pada tahap

final menghasilkan foto produk untuk Falala Chocolate yang sesuai.

Setelah penulis mendapatkan informasi mengenai brand dan juga melakukan analisis data yang menghasilkan kriteria untuk perancangan foto. Penulis masuk ke tahap eksekusi dibantu oleh pihak mitra saat melakukan *photoshoot*. Tahap-tahap yang dilalui antara lain, pembuatan *moodboard*, *photoshoot*, dan tahap *editing*. Setelah melalui beberapa tahapan, maka menghasilkan foto produk final untuk Perancangan Foto Produk untuk Konten Media Sosial Falala Chocolate di Quarantesix Studio

DAFTAR RUJUKAN

Hardani, dkk. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.

Yoga, P. G. S. K. D., Swendra, C. G. R., dan Sarjani, N. K. P. (2023). Perancangan Desain Maskot Festival Ubud Campuhan Budaya di Yayasan Janahita Mandala Ubud, *Amarasi: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 04(01), 115-122.

Dinata, I. K. R. S., Swendra, C. G. R., & Sarjani, N. K. P. (2022). PENCIPTAAN KARYA MENGGUNAKAN ILUSTRASI DENGAN KONSEP ANALOGI. *AMARASI: JURNAL DESAIN KOMUNIKASI VISUAL*, 3(02), 116-122