

**ESTETIKA FOTOGRAFI STILL LIFE PADA
PRODUK ONLINE SHOP FOLK STORE**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Bahasa dan Seni
Universitas Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
guna Memperoleh Gelar
Sarjana Pendidikan



Oleh :

MUHAMMAD REZA AGASI

11206244010

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN SENI RUPA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**

2017

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir Skripsi (TAS) yang berjudul *Estetika Fotografi Still Life Pada Produk Online Shop Folk Store* ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan.



Yogyakarta, 5 September 2017

Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Hajar Pamadhi", written in a cursive style.

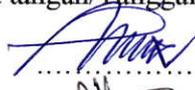
Dr. Hajar Pamadhi, MA.Hons.

NIP. 1954 07221981031003

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Skripsi (TAS) yang berjudul Estetika Fotografi *Still Life* Pada Produk *Online Shop Folk Store* ini telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada hari senin tanggal 18 September 2017 dan dinyatakan lulus.

DEWAN PENGUJI

Nama	Jabatan	Tanda tangan/Tanggal
Dr. Hajar Pamadhi, MA.Hons	Ketua Penguji	 18 September 2017
Aran Handoko, S.Sn. M.Sn.	Sekretaris Penguji	 18 September 2017
Drs. R. Kuncoro W Dewo Jati, M.Sn.	Penguji Utama	 18 September 2017

Yogyakarta, 18 September 2017

Fakultas Bahasa dan Seni

Universitas Negeri Yogyakarta

Dekan



Dr. Widyastuti Purbani, M.A.

NIP 19610524 199001 2 001

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Reza Agasi
Nim : 11206244010
Program Studi : Pendidikan Seni Rupa
Fakultas : Bahasa dan Seni

Menyatakan bahwa Tugas Akhir Skripsi ini adalah hasil karya penulis sendiri dan sepanjang sepengetahuan penulis, tidak berisikan materi yang ditulis oleh orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang diambil sebagai acuan dengan mengikuti tata cara dan etika penulisan karya ilmiah yang lazim.

Apabila terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Yogyakarta, 12 September 2017
Penulis,



Muhammad Reza Agasi

MOTTO

“Gentleman Know How to Respect”

“Just Do It”
(nike)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk Bapak dan Ibu, kakak saya dan Choirul Reza Deani terimakasih atas doa, pengertian, dan motivasi dan semua yang telah diberikan

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, berkat rahmat-Nya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar sarjana.

Penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak yang telah banyak terlibat dalam penyusunan Tugas Akhir Karya Seni ini. Untuk itu penulis sampaikan terimakasih kepada rektor UNY bapak Prof. Dr. Sutrisna Wibawa, M.Pd dan seluruh dosen beserta keluarga besar jurusan Pendidikan Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni UNY yang telah memberikan pelayanan kepada penulis.

Rasa hormat dan terima kasih penulis sampaikan kepada pembimbing, Dr. Hajar Pamadhi, MA.Hons, yang penuh kesabaran, kearifan, dan bijaksanaan telah memberikan bimbingan, arahan, dan dorongan yang tak henti-hentinya di sela-sela kesibukannya.

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada kedua orang tua penulis dan seluruh teman-teman yang telah memberikan dukungan moral, dana, dan dorongan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik.

Semoga segala bantuan dan amal baik yang telah diberikan mendapat pahala dari Tuhan Yang Maha Esa. penulis menyadari tulisan ini jauh dari sempurna, namun dengan penuh harap semoga bermanfaat bagi penulis pribadi khususnya dan pengembangan jurusan Pendidikan Seni Rupa di UNY.

Yogyakarta, 14 September 2017

Penulis,



Muhammad Reza Agasi

NIM. 11206244010

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Estetika dan Keindahan	7
B. Unsur-Unsur Estetika	9
C. Seni Fotografi	19
D. Estetika Fotografi	26
E. Elemen Komposisi dalam Fotografi	30
F. Konsep dalam Fotografi	35
G. Fotografi <i>Still Life</i>	35
H. Teknik Fotografi	37
I. <i>Online Shop</i>	38
J. Produk Online Shop	39
K. Folk Store	39

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	42
B. Subjek dan Objek Penelitian	43
C. Teknik Pengumpulan Data.....	43
D. Teknik Analisis Data	45
E. Triangulasi Data.....	48

BAB IV REPRESENTASI OBJEK

A. Foto Sepatu Asic Gel Lyte III Monaco Blue.....	50
B. Foto Jam Tangan Timex Waterbury.....	60
C. Foto Sepatu Vans Era x Fundamental Denim	68

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	75
B. Saran.....	76
Daftar Pustaka.....	77
LAMPIRAN.....	80

DAFTAR TABEL

Tabel 1: 10 Negara dengan Jumlah Pengguna Internet Terbanyak (dalam juta jiwa).....	2
Tabel 2: Keterangan Teknis foto sepatu Asic Gel Lyte III Monaco Blue.....	57
Tabel 3: Keterangan teknis foto Jam Tangan Timex	64
Tabel 4: Keterangan teknis foto sepatu Vans Era x Fundamental Denim	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: Tingkat Kepopuleran Produk dalam <i>Online Shop</i>	3
Gambar 2: Ilustrasi Diafragma	25
Gambar 3: Teknik Analisis Data Model Miles dan Huberman.....	45
Gambar 4: Triangulasi Sumber.....	49
Gambar 5: Sepatu Asic Gel Lyte III Monaco Blue	50
Gambar 6: Foto Dengan Komposisi Diagonal.....	53
Gambar 7: Penempatan Sepatu Asic Gel Lyte III Monaco Blue.....	55
Gambar 8: Penempatan Sepatu Asic Gel Lyte III Monaco Blue.....	56
Gambar 9: Konten Foto Instagram <i>Folk Store</i>	59
Gambar 10: Jam Tangan Timex Waterburry.....	60
Gambar 11: Imbalance Foto	62
Gambar 12: Foto Dengan Komposisi diagonal.....	63
Gambar 13: Pola Unsur Garis Yang Berlawanan Pada Foto	66
Gambar 14: Sepatu Vans Era X Fundamental Denim	68
Gambar 15: Foto Dengan Komposisi diagonal.....	70
Gambar 16: Unsur Ruang Pada Foto	72

ESTETIKA FOTOGRAFI STILL LIFE PADA PRODUK ONLINE SHOP FOLK STORE

Oleh Muhammad Reza Agasi
NIM 11206244010

ABSTRAK

Penelitian diskriptif kualitatif ini bertujuan untuk mengkaji tentang estetika fotografi *still life* pada produk *online shop Folk Store*.

Data penelitian berupa unsur-unsur estetika pada foto yang diperoleh melalui pengumpulan dokumen, wawancara. Objek material berupa 3 foto produk *online shop Folk Store* yang sudah memenuhi standar pemotretan yang benar. Sedangkan objek formal berupa unsur-unsur estetika foto produk *online shop Folk Store* yang merujuk pada unsur-unsur estetika menurut teori A.A.M Djelantik yaitu wujud (*appereance*), isi (*content*), dan penyajian (*presentation*). Proses analisis data menggunakan teknik analisis data model Miles dan Huberman serta pemeriksaan keabsahan datanya menggunakan metode triangulasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Wujud atau rupa meliputi garis, bidang, ruang, warna. Sedangkan struktur meliputi keutuhan, penonjolan dan keseimbangan pada foto produk *online shop Folk Store*, masing-masing memiliki karakteristik berbeda-beda yang menambah keindahan penyusunannya 2) Isi atau bobot yang terkandung dalam foto produk *online shop Folk Store* terdiri dari suasana, ide atau gagasan, dan pesan yang ingin disampaikan. Ide atau gagasan foto menggunakan konsep *single* yang menggunakan satu obyek foto dalam pengambilan gambar. Suasana yang dibangun yaitu kesan simple sesuai dengan karakteristik foto produknya. Pesan yang ingin disampaikan pada foto berbeda-beda, sesuai dengan karakteristik masing-masing produk, 3) Penyajian foto diunggah melalui *akun instagram* dengan editing *brightnest/contrast* dan *cropping*.

Kata kunci: Fotografi, Estetika Fotografi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kemajuan era digital saat ini berkembang sangat pesat. Dunia internet sudah lazim kita gunakan dalam kehidupan sehari-hari. Dari mencari informasi sampai jual beli secara online. Begitupun dunia fotografi telah berkembang seiring kemajuan teknologi saat ini. Sejak ditemukannya fotografi, manusia semakin mudah menghasilkan imaji yang sebelumnya hanya dapat dilakukan melalui penggambaran dengan tangan. Kemudahan yang didapat dari fotografi selanjutnya dimanfaatkan untuk berbagai kebutuhan visual, seperti untuk keperluan pembuatan potret diri, pemotretan arsitektur, dan pemotretan benda mati.

Menurut Soelarko, “fotografi ialah sesuatu yang disampaikan untuk menyampaikan gagasan, pikiran, ide, cerita, peristiwa dan lain sebagainya seperti halnya bahasa. Foto dapat disampaikan berupa perwujudan atau pengungkapan ide dalam bentuk keindahan” (1990:5). Supaya pesan dapat tersampaikan secara baik melalui foto, maka “**tata bahasa**” yang digunakan harus tepat dan harus dimengerti oleh penonton. Yang dimaksud dengan tata bahasa dalam fotografi meliputi teknik, komposisi dan cahaya yang diramu dengan menggunakan nilai-nilai estetika.

Dewasa ini banyak berbagai hal yang menggunakan fotografi, pemanfaatan fotografi telah banyak diaplikasikan dalam berbagai kehidupan manusia. Salah satunya

adalah berjualan secara online melalui situs di internet. Jumlah pengguna internet di Indonesia banyak menjadikan peluang bisnis *online* sangatlah besar.

**Tabel 1: 10 Negara dengan Jumlah Pengguna Internet Terbanyak
(dalam juta jiwa)**

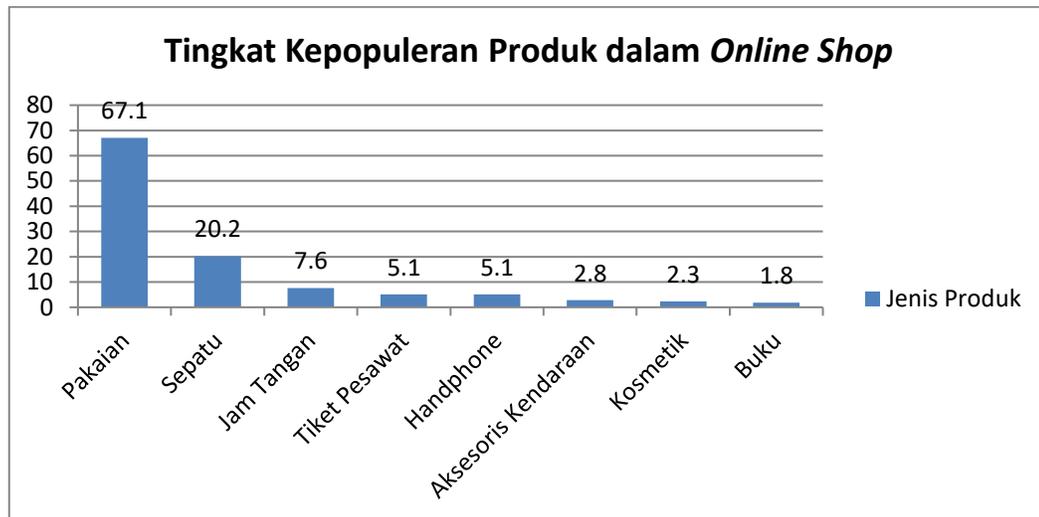
	Negara	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1.	Cina	620.7	643.6	669.8	700.1	736.2	777
2.	Amerika Serikat	246	252.9	259.3	264.9	269.7	274.1
3.	India	167.2	215.6	252.3	283.8	313.8	346.3
4.	Brasil	99.2	107.7	113.7	119.8	123.3	125.9
5.	Jepang	100	102.1	103.6	104.5	105	105.4
6.	Indonesia	72.8	83.7	93.4	102.8	112.6	123
7.	Rusia	77.5	82.9	87.3	91.4	94.3	96.6
8.	Jerman	59.5	61.6	62.2	62.5	62.7	62.7
9.	Meksiko	53.1	59.4	65.1	70.7	75.7	80.4
10.	Nigeria	51.8	57.7	63.2	69.1	76.2	84.3

Sumber : <https://www.emarketer.com/>, diakses pada tanggal 29 November 2016 pukul

10.37

Informasi diatas menunjukkan bahwa orang Indonesia menduduki peringkat ke-6 dari seluruh dunia dengan pengguna internet yang semakin meningkat dari tahun 2013 hingga 2016, bahkan diproyeksikan akan mencapai 123 juta pengguna pada tahun 2018, hal ini disebabkan akses yang lebih mudah dan memungkinkan siapapun untuk

terhubung dan kapanpun diinginkan. Kasus diatas menunjukkan bahwa internet mulai menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari rakyat Indonesia.



Gambar 1: Grafik Tingkat Kepopuleran Produk dalam *Online Shop*

Sumber: Kementerian Komunikasi dan Informatika

Berdasarkan grafik diatas dapat dilihat bahwa tingkat kepopuleran barang dalam *online shop* pada peringkat pertama adalah pakaian yaitu 67,1%, dan yang paling sedikit diminati adalah buku sebanyak 1.8%.

Berjualan di internet memerlukan sebuah foto untuk menampilkan sebuah produk yang akan dijual. Karena tidak dapat menyentuh barang secara langsung, foto produk adalah satu-satunya acuan bagi pembeli sebelum berbelanja secara online. Penelitian membuktikan, sebuah gambar 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.

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. Sebuah foto harus bisa mencerminkan keunggulan produk tersebut dan dapat menyampaikan pesan yang ingin dikatakan penjual kepada pembeli dengan jelas. Di dunia fotografi foto produk dikenal dengan sebutan fotografi *still life*, yaitu karya fotografi yang menjadikan benda mati sebagai objek agar lebih terlihat hidup atau berbicara kepada *audience* untuk menyampaikan pesan.

Salah satu *online shop* yang berada di Yogyakarta yang cukup besar dan banyak diminati pengguna *online shop* adalah Folk Store, yaitu sebuah toko berbasis online shop yang menjual berbagai produk *fashion* berupa sepatu, kaos kaki, jam tangan, *tshirt* dan *hoodie*. Produk-produk yang dijual adalah merk terkenal dikalangan anak muda seperti Vans, Nike, Adidas, Daniel Wellington, Converse, New Balance, Anti Social Social Club, Timex, Supreme, Asic, dll. *Folk Store* mulai membuat *online shop* pada bulan februari 2013 dengan berjalan online melalui *account Instagram*.

Peneliti tertarik untuk mengkaji estetika fotografi *still life* produk *online shop Folk Store* yang memfokuskan pemasarannya menggunakan *account Instagram* untuk memasarkan produknya. Foto-foto yang diunggah dalam akun *Instagram Folk Store* memperlihatkan tema dan karakteristik produk yang jelas dan sederhana. Daya tarik foto yang diunggah *Folk Store* membuat pengikut akun media *Folk Store* sampai saat

ini mencapai puluhan ribu orang dan penyuka dari foto yang diunggah mencapai ribuan, sehingga *Folk Store* menjadi toko *online shop* besar yang berada di Yogyakarta.

Dalam perkembangannya, banyak bisnis *online shop* menginginkan *omset* yang besar, jumlah transaksi yang ratusan bahkan ribuan, tetapi keinginan ini masih belum terwujud dan menggantung, dikarenakan foto produknya tidak jelas, blur, gelap, foto tidak menarik, tidak sesuai dengan produk itu sendiri, bahkan terkesan asal-asalan dalam pengambilan fotonya dan tidak sesuai dengan estetika fotografi. Dengan demikian daya tarik produk terhadap konsumen menjadi berkurang dan kurang berminat untuk berbelanja produknya. Seperti halnya pada saat kita berbelanja, akan lebih menyukai tempat yang nyaman, bersih, dan suasana yang kondusif untuk berbelanja sehingga tidak terasa konsumen sudah mengeluarkan sejumlah uang bahkan untuk barang yang tidak dibutuhkan, jika konsumen disuguhkan dengan foto-foto produk yang menarik, foto yang sesuai dengan produk yang akan dijual, foto yang dapat menggambarkan produk tersebut, dan detail produk maka akan menambah kenyamanan dalam berbelanja produk.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian estetika fotografi *still life* pada produk *online shop Folk Store* penting dilakukan dan perlu dikaji lebih dalam, karena mengingat dalam *online shop* konsumen hanya melihat barang berdasarkan sebuah foto.

B. Fokus Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan dapat difokuskan permasalahannya adalah estetika fotografi *still life* produk *online shop Folk Store*.

C. Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan fokus masalah yang telah disebutkan maka penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan nilai estetika dalam fotografi *still life* produk *online shop Folk Store*.

D. Manfaat Penelitian

Secara teoritis diharapkan penelitian ini dapat memberikan hasil yang positif serta bermanfaat sesuai dengan tujuan penelitian diatas. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna, baik secara teori maupun prakteknya dan diharapkan memberikan penambahan kajian pengetahuan bagi para pembaca. Kegunaan lainnya adalah :

a. Bagi Peneliti dan Akademis

Manfaat penelitian ini bagi peneliti adalah memberikan pengetahuan mendalam tentang estetika fotografi *still life* pada sebuah foto produk *online shop* dan memberi banyak wawasan mengenai nilai-nilai estetika pada foto produk. Selain itu penelitian ini diharapkan berguna bagi mahasiswa desain komunikasi visual sebagai referensi untuk melakukan penelitian dalam kajian yang sama dan dapat menghidupkan wacana pengkajian profesional fotografi di Indonesia.

b. Bagi Penjual *Online Shop*

Kegunaan penelitian ini bagi penjual *online shop* adalah agar penjual *online shop* mengetahui bagaimana cara membuat sebuah foto produk yang baik berdasarkan estetika fotografi agar foto produk tersebut menarik minat pembeli.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Estetika dan Keindahan

Mikke Susanto, (2011:124), kata estetika berarti : “1. Indah; mengenai keindahan;tentang apresiasi keindahan; 2. Mempunyai penilaian terhadap keindahan (indah); 3. Hal yang terkait dengan keindahan dan rasa”. Mikke Susanto melanjutkan, kata estetik diserap dari kata bahasa inggris yaitu *aesthetic* dan berasal dari bahasa Yunani yaitu *aisthanomai*, yang berarti hal yang ditangkap lewat inderawi dan bermuara pada perasaan (*things perceived by the sense*) sebagai oposisi dari hal yang dipahami menggunakan akal (*things kown by the mind*). Kata “*aisthanomai*” memiliki akar kata “*aesthesis*”, sepadan dengan kata perasaan atau persepsi. Istilah ini adalah cabang filsafat yang menelaah dan membahas tentang seni dan keindahan serta tanggapan manusia terhadapnya.

Nyoman Kutha Ratna (2007:6) memaparkan estetika yang dikaitkan dengan interaksi antara subyek dan obyek suatu karya. Dengan kemampuan subyek dalam memahami suatu objek pada umumnya, estetika berhubungan dengan fungsi lidah, selera dan perasaan, sebagai cita rasa (*taste*), persepsi indera (*sense-perception*). Oleh karena itu, pada mulanya estetika juga disebut teori cita rasa. Nyoman Kutha Ratna menambahkan, sejak munculnya tulisan Baumgarten, pengertian estetika dipersempit hanya pada pengalaman keindahan, terutama pada keindahan artistik.

Berbeda dengan Martono (2009:61), memaparkan bahwa: Imam Ghazali melihat keindahan berdasarkan penampakan kesempurnaan dari sudut objek sesuai dengan kualitas kesempurnaan ideal yang sepatutnya ada dalam sebuah objek.. Seekor kuda dikatakan indah sesuai sifat dan proporsi tubuhnya yang ideal bagi seekor kuda yang tangkas dan gagah. Sekuntum bunga dikatakan indah karena proporsi dan komposisi unsurnya ideal bagi sekuntum bunga.

Estetika dibedakan antara indah yang ada dalam tubuh karya seni (obyek seni) dan indah yang ada didalam tubuh pengamat seni (subyek seni). Yang pertama merupakan indah obyektif yang diberi sebutan keindahan bentuk, dan yang kedua merupakan indah subyektif yang diberikan sebutan rasa indah (Soehardjo, 2005 : 96).

Dalam estetika terdapat dua teori, yaitu:

a. Teori subyektif :

Teori yang menyatakan bahwa adanya nilai keindahan hanya tanggapan perasaan orang yang melihat karya tersebut. Teori ini hanya berdasarkan naluri saja untuk menyatakan indah tanpa penjelasan tentang ciri-ciri keindahan dari benda yang dilihatnya. Para penganut teori ini adalah Hendri Home, Lord Ashley, dan Edmund Bruke. (Materi desain grafis, 2016, Pengertian Estetika Teori Subyektif dan Obyektif, <http://materidesaingrafis.co.id/2016/03/pengertian-estetika-teori-subyektif-dan.html>, diakses tanggal 25 desember 2016)

b. Teori Obyektif :

Teori yang menyatakan bahwa nilai keindahan ada pada karya yang dilihatnya. Teori ini melihat nilai keindahan dari komposisi dan unsur-unsur pembentuk karya

yang dilihatnya, sehingga kita bisa memberikan penjelasan tentang ciri-ciri keindahan yang terkandung pada suatu karya seni. Para penganut teori ini adalah Plato, Hegel dan Bernard Bosanquet.

(Materi desain grafis, 2016, Pengertian Estetika Teori Subyektif dan Obyektif, <http://materidesaingrafis.co.id/2016/03/pengertian-estetika-teori-subyektif-dan.html>, diakses tanggal 25 Desember 2016)

Dalam buku “Filsafat Keindahan”, The Liang Gie (1996:18) menyatakan bahwa “Keindahan dalam arti estetis murni menyangkut pengalaman estetis seseorang dalam hubungannya dengan segala sesuatu yang diserapnya. Penyerapan itu bisa secara visual menurut penglihatan, secara audial menurut pendengaran, secara intelektual menurut kecerdasan, misalnya dalam menikmati sajak yang indah. Pencerapan ini tidak semata-mata terjadi dengan melihat (membaca) kata-kata yang indah dan mendengar irama yang selaras dari sajak itu, melainkan terutama memahami dengan kecerdasan makna yang terkandung didalamnya.”

B. Unsur-Unsur Estetika

A.A.M. Djelantik (2004:15) memaparkan, estetika memiliki unsur – unsur yang menjadi dasar terhadap sesuatu (benda karya seni) dianggap indah atau memiliki keindahan, diantaranya: wujud atau rupa (*appearance*), bobot atau isi (*content, substance*), penampilan atau penyajian (*presentation*).

a. Wujud atau rupa (*appearance*)

Wujud adalah sesuatu yang nampak secara konkrit maupun abstrak. Secara konkrit, berarti sesuatu tersebut dapat dilihat maupun didengar, sedangkan secara abstrak menekankan pada sesuatu tersebut dapat dibayangkan dan tidak terlihat (A. A. M. Djelantik, 2004: 17). Wujud terdiri dari bentuk (*form*) atau unsur yang mendasar dan susunan atau struktur (*structure*).

1) Bentuk

Bentuk yang paling sederhana adalah titik. Titik tersendiri tidak mempunyai ukuran atau dimensi. Titik tersendiri belum memiliki arti tertentu. Kumpulan dari beberapa titik yang ditempatkan di area tertentu akan mempunyai arti. Kalau titik – titik berkumpul dekat sekali dalam suatu lintasan titik itu akan membentuk garis. Beberapa garis bersama bisa membentuk bidang. Beberapa bidang bersama membentuk ruang. (A.A.M. Djelantik, 2004: 18).

“Bentuk ialah bangun, wujud, dan rupanya (ragamnya)”(Heri Purnomo, 2004: 14). Dapat disimpulkan bahwa bentuk merupakan wujud atau kenampakan dari benda atau karya itu sendiri.

1.1) Titik

Telah disinggung di atas, titik tersendiri belum berarti dan baru mendapat arti setelah semua tersusun penempatannya (A. A. M. Djelantik, 2004: 19). Di dalam bahasa Indonesia, titik disebut juga dengan kata noktah. Titik adalah salah satu unsur visual yang paling kecil dibandingkan dengan unsur yang lain. Titik memiliki sifat yang lembut dan relatif, karenanya jika diletakkan pada bidang yang kecil akan terlihat

besar. Sebaliknya, jika titik ditempatkan pada bidang yang besar, maka akan terlihat kecil (Heri Purnomo, 2004: 4). Sehingga, titik adalah unsur visual yang paling kecil yang memiliki sifat lembut dan relatif.

1.2) Garis

Garis sebagai bentuk mengandung arti lebih daripada titik karena dengan bentuknya sendiri garis menimbulkan kesan tertentu pada pengamat. Garis yang kencang memberikan perasaan yang berbeda dari garis yang membelok atau melengkung. Yang satu memberikan kesan yang kaku, keras, dan yang lain memberikan kesan yang luwes dan lemah lembut. Kesan yang diciptakan juga tergantung dari ukuran, tebal tipisnya, dan dari letaknya terhadap garis – garis yang lain, sedang warnanya selaku penunjang, menambahkan kualitas tersendiri (A. A. M. Djelantik, 2004: 19).

Menurut Heri Purnomo (2004: 6), garis merupakan suatu goresan yang dapat digunakan untuk mengekspresikan idea atau gagasan dengan cara yang khas. Jadi, garis merupakan kumpulan dari titik – titik yang berjejer dan membentuk goresan yang berfungsi untuk mengekspresikan idea atau gagasan tertentu.

1.3) Bidang

Bila sebuah garis diteruskan melalui belokan atau paling sedikit dua buah siku sampai kembali lagi pada titik tolaknya hingga wilayah yang dibatasi di tengah garis tersebut membentuk suatu bidang. Bidang mempunyai dua ukuran, lebar dan panjang, yang disebut dua dimensi. Bidang yang berukuran dua dimensi itu tidak selalu

mendatar atau tampak. Bisa juga melengkung atau juga tidak merata dan bergelombang (A. A. M. Djelantik, 2004: 20).

Segala bentuk yang pipih atau datar kecuali titik dan garis dapat digolongkan ke dalam kategori bidang. Bidang dikelilingi oleh garis konsep yang akan menjadi sisi dari bidang tersebut. Sifat dan hubungan antar garis ini akan menentukan seperti apa bidang tersebut. Bidang terdiri dari dua jenis, yaitu bidang geometri dan bidang non geometri (*organic*). Bidang geometri memiliki ukuran yang pasti, sedangkan bidang non geometri tidak memiliki ukuran yang pasti. Bidang non geometri dibatasi oleh garis bebas yang mengesankan sesuatu (Heri Purnomo, 2004: 14). Dapat disimpulkan bahwa bidang adalah bentuk pipih atau datar yang dibatasi oleh garis, memiliki ukuran panjang dan lebar (dua dimensi).

1.4) Ruang

Kumpulan beberapa bidang akan membentuk ruang. Ruang mempunyai tiga dimensi: panjang, lebar dan tinggi. Dalam seni patung ruang memiliki peranan yang utama dan terwujud nyata. Dalam seni lukis, yang hanya memakai bidang kertas atau kanvas, ruang merupakan suatu ilusi yang dibuat dengan pengelolaan bidang dan garis, dan dibantu oleh warna (sebagai unsur penunjang) yang mampu menciptakan ilusi sinar atau bayangan. Pengelolaan tersebut meliputi perspektif dan kontras antara terang dan gelap (A. A. M. Djelantik, 2004: 21). Ruang adalah bentuk yang memiliki ukuran panjang, lebar, dan tinggi (tiga dimensi) yang dapat tersusun dari kumpulan bidang.

Peran warna bagi unsur-unsur ini sangat penting. Oleh karena peran yang sangat penting bagi unsur-unsur yang merupakan bagian dari wujud ini, maka pada bagian selanjutnya akan dibahas mengenai warna.

1.5) Warna

“Warna menurut ilmu fisika adalah kesan yang ditimbulkan oleh cahaya pada mata” (Heri Purnomo, 2004:27). Dengan demikian, menurut ilmu fisika, penyebab terjadinya warna adalah cahaya. Warna tidak akan terjadi tanpa adanya cahaya. Kita tidak dapat melihat warna jika tidak ada cahaya. Cahaya menghantarkan warna menuju mata melalui gelombang sinar yang dimiliki oleh cahaya. Berkas sinar-sinar pada cahaya memiliki panjang gelombang yang berbeda-beda. Selain itu, sinar-sinar cahaya juga memiliki getaran-getaran yang frekuensinya berbeda-beda. Apabila gelombang sinar matahari memasuki mata, maka akan terjadi sensasi warna (Sulasmi Darmaprawira, 2002: 19). Sensasi warna tentunya berhubungan dengan dengan indera mata, karena sifatnya yang visual(Sulasmi Darmaprawira, 2002: 27).

Warna memiliki nama – nama, seperti merah, kuning, hijau dan sebagainya. Istilah yang digunakan untuk menunjukkan nama dari suatu warna adalah hue. Warna terbagi menjadi 5 kelas, yaitu: 1) Warna primer atau pokok; merah, kuning dan biru, 2) Warna sekunder; warna hasil pencampuran dari dua warna primer yakni hijau, ungu dan oranye, 3) Warna intermediet; warna yang terjadi karena pencampuran warna primer dengan warna dihadapannya, seperti merah dan hijau, 4) Warna tersier; warna hasil pencampuran antara warna primer dan sekunder, 5) Warna kuarter; warna hasil

percampuran antara warna primer dengan tersier serta warna sekunder dengan warna tersier (Heri Purnomo, 2004: 28-29). “ Dengan mengetahui nama – nama warna, maka identifikasi warna bisa dikenal dengan mudah, karena dengan namanya warna dapat dibedakan antara satu dengan lainnya”(Sulasmi Darmaprawira, 2002: 51).

Sulasmi Darmaprawira (2002: 65) melanjutkan, selain nama, warna juga memiliki komposisi. Komposisi warna merupakan susunan dari warna-warna yang diatur untuk tujuan-tujuan seni, baik seni rupa murni maupun seni rupa terapan atau desain. Pada seni rupa murni, seniman menggunakan susunan-susunan warna sebagai media pengungkapan perasaan atau ekspresi yang bersifat relatif dan subyektif.

Oleh karena itu, masing-masing warna memiliki perlambangan dan efek terhadap emosi atau kejiwaan yang berbeda-beda. Heri Purnomo (2004: 35) menjelaskan tentang hal ini sebagai berikut: 1) Biru; memberi sugesti perasaan tak berdaya atau tidak merangsang, berkesan dingin juga mengurangi rasa sakit, 2) Hijau; berkesan dingin dan mempunyai efek mengurangi rasa sakit, 3) Kuning; melambangkan perasaan riang dan menarik perhatian, 4) Orange; memberikan kesan indicator bahaya, 5) Merah; memberikan kesan merangsang dan dorongan untuk berpikir, 6) Merah jambu; mengandung kekuatan cinta, 7) Ungu; memberi dorongan untuk mengurangi rasa sakit dan member sugesti tenang, 8) Coklat; mengandung rasa istirahat dan hangat, 9) Hitam; memberi sugesti menekan, jika digunakan dengan warna lain berfungsi sebagai penunjang intensitas warna tersebut, 10) Putih; memberi perasaan riang apabila digunakan dengan warna kuning dan orange, 11) Abu-abu; bersifat netral.

Dapat disimpulkan, bahwa warna merupakan kesan yang ditimbulkan cahaya pada mata kita. Warna memiliki nama-nama seperti merah, kuning, hijau, biru dan sebagainya yang masing-masing memiliki efek pada emosi atau kejiwaan manusia.

2) Struktur

Struktur atau susunan mengacu pada bagaimana cara unsur-unsur dasar masing- masing kesenian tersusun hingga berwujud. Penyusunan meliputi pengaturan yang khas, sehingga terjalin hubungan-hubungan berarti di antara bagian-bagian dari keseluruhan perwujudan itu (A. A. M. Djelantik, 2004: 18-19). Disimpulkan bahwa struktur adalah susunan dari unsur-unsur karya seni yang disusun dengan cara tertentu yang khas.

Tiga unsur estetik mendasar dalam struktur setiap karya seni adalah keutuhan dan kebersatuan (*unity*), penonjolan atau penekanan (*dominance*), dan keseimbangan (*balance*) (A. A. M. Djelantik, 2004: 37)

2.1) Keutuhan (*unity*)

Karya yang indah dalam keseluruhannya menunjukkan sifat yang utuh, tidak ada cacatnya, tidak ada yang kurang dan tidak ada yang berlebihan. Terdapat hubungan yang bermakna (relevan) antar bagian tanpa adanya bagian yang sama sekali tidak berguna atau tidak ada hubungannya dengan bagian yang lain. Hubungan yang relevan bukan berarti gabungan yang begitu saja melainkan saling mengisi, bagian yang satu memerlukan bagian yang lain. Dengan demikian terjadi kekompakan antar bagian - bagian tersebut (A. A. M. Djelantik, 2004: 38). Keutuhan dalam karya seni adala

keterkaitan atau kesatuan antara unsur-unsur yang berbeda dan memiliki fungsi yang saling mendukung.

2.2) Penonjolan (*Dominance*)

Penonjolan mempunyai maksud mengarahkan perhatian orang yang menikmati suatu karya seni terhadap sesuatu hal tertentu yang dianggap lebih penting daripada yang lain. Penonjolan dapat dicapai dengan menggunakan asimetri, a-ritmis, dan kontras pada penyusunannya. Penonjolan juga dapat dicapai dengan mengeraskan suara tertentu, melalui perubahan ritme, perubahan kecepatan gerak, atau kecepatan melodi atau memakai warna yang cerah dan mencolok (A. A. M. Djelantik, 2004: 44). Penonjolan dapat diartikan sebagai penekanan unsur atau bagian tertentu pada suatu karya seni yang bertujuan untuk menarik perhatian pengamat unsur atau bagian tersebut.

2.3) Keseimbangan (*Balance*)

Rasa keseimbangan dalam karya seni paling mudah tercapai dengan simetri, namun keseimbangan juga dapat dicapai dengan a-simetri. Dalam kesenian, kata “sama berat” sebaiknya digantikan dengan kata “sama kuat”. Pengalaman rasa seimbang biasanya memberikan ketenangan, keseimbangan yang simetris memberikan kesan diam, statis dan tidak berubah. Keseimbangan yang tidak simetris memberikan kesan bergerak, dinamis dan berubah. Keseimbangan yang tidak simetris mempunyai daya tarik yang lebih besar daripada keseimbangan yang simetris karena dinamis lebih terasa “hidup” daripada yang statis (A. A. M. Djelantik, 2004: 46-48). Keseimbangan adalah

kesesuaian, keteraturan, keselarasan antara unsure yang satu dengan yang lain untuk menciptakan daya perhatian yang sama dalam setiap unsurnya.

b. Bobot atau isi (*Content, Substance*)

Bobot atau isi dari benda atau peristiwa kesenian bukan hanya yang dapat dilihat saja tetapi juga meliputi apa yang bisa dirasakan atau dihayati sebagai makna dari wujud kesenian tersebut. Sehingga bobot atau isi dari suatu karya seni adalah sesuatu yang berada di dalam karya seni baik yang tersirat maupun tersurat.

Bobot kesenian memiliki tiga aspek yaitu suasana (*mood*), gagasan (*idea*) dan ibarat atau pesan (*message*) (A. A. M. Djelantik, 2004: 15). Pada halaman lainnya A. A. M. Djelantik (2004: 52) menjelaskan bagian dari bobot ini, yakni :

1) Suasana (*Mood*)

Sering dijumpai dalam penciptaan segala macam suasana untuk memperkuat kesan yang dibawakan oleh para pelaku dalam film, drama, tari-tarian atau drama gong. Di Bali, teknik ini sudah digunakan sejak dahulu dalam seni tradisional seperti pewayangan. Selain itu, juga digunakan dalam kesenian yang lain seperti seni sastra, seni lukis dan seni patung. Suasana adalah keadaan yang memberikan kesan tertentu dalam penciptaan suatu karya seni.

2) Gagasan atau Ide (*Idea*)

Dalam suatu kesenian, tidak terdapat suatu cerita yang tidak mengandung bobot; yakni ide atau gagasan yang perlu disampaikan kepada penikmatnya. Suatu gagasan atau ide adalah latar belakang atau konsep yang dihasilkan dari pemikiran untuk menciptakan suatu karya seni tertentu.

3) Ibarat atau Pesan (*Message*)

Melalui kesenian, diharapkan terdapat pesan-pesan tertentu yang ingin disampaikan kepada *audience* atau penikmat seni. Misalnya, dalam suatu tarian yang ditampilkan pasti terdapat pesan yang ingin disampaikan. Ibarat atau pesan adalah sesuatu yang ingin disampaikan kepada *audience* atau penikmat seni baik berupa konsep, pemikiran, doktrin maupun yang lainnya.

c. Penampilan, penyajian (*Presentation*)

Menurut A. A. M. Djelantik sebuah penampilan mengacu pada pengertian bagaimana cara kesenian itu disajikan atau ditampilkan atau disuguhkan kepada penikmatnya (2004: 15). Sedangkan berdasarkan ahli estetika modern Monroe Beardsley menyatakan bahwa terdapat tiga unsur yang menjadi sifat-sifat suatu karya seni agar dianggap indah (The Liang Gie, 1996: 43), yaitu :

1) Kesatuan (*Unity*)

Artinya bahwa suatu karya seni (karya estetis tersusun secara baik atau sempurna bentuknya.

2) Kerumitan (*Complexity*)

Karya estetis kaya dengan isi maupun unsure-unsur yang saling berlawanan atau mengandung perbedaan-perbedaan yang halus. Apabila tidak terdapat unsure kerumitan maka hal tersebut tidak dapat dikatakan sebagai kesatuan.

3) Kesungguhan (*Intencity*)

Suatu karya estetis harus memiliki kualitas tertentu yang menonjol dan bukan sekedar sesuatu yang kosong.

C. Seni Fotografi

1. Pengertian Fotografi

Fotografi secara harfiah berarti menulis atau melukis dengan cahaya. Istilah ini berasal dari bahasa Yunani *phos* dan *photos* yang artinya cahaya, dan *graphos* yang artinya menulis.

Fotografi adalah seni rupa dua dimensi dengan unsur pokok cahaya, alat perekam, dan bahan peka cahaya sebagai medianya. Fotografi adalah sebuah karya yang kongkrit, bukan mengadakan yang tidak ada (abstrak) seperti halnya dalam seni lukis. Secara harfiah, fotografi mempunyai arti yaitu melukis dengan cahaya, seperti dalam kutipan dari buku "*Focal Encyclopedia of Photography*" :

Photography : Literally "writing with light" (from the Greek, phos, photos – light + suffix graphos – writing). The term is generally accepted as referring to any method of producing a visible image by the action of light – e.g., on light sensitive silver salts, in the camera. The use of the term was suggested by Sir John Herschel to William Henry Fox Talbot in a letter dated 28th February, 1839.

Kutipan diatas mengartikan bahwa fotografi adalah "menulis dengan cahaya" yang diambil dari Bahasa Yunani kuno yaitu pho, foto - cahaya + akhiran - tulisan. Istilah ini umumnya diterima sebagai metode pembuatan gambar yang terlihat oleh tindakan cahaya. Penggunaan istilah tersebut disarankan oleh Sir John Herschel kepada William Henry Fox Talbot dalam sebuah surat tertanggal 28 Februari 1839.

Soedjono (2006:8) sejarah perkembangan fotografi sudah berproses sejak abad ke V sebelum masehi dengan temuan fenomena alam oleh Aristoteles dengan bentuk "*crescent form*" yang tercipta adanya bias cahaya matahari melalui sela-sela kerimbunan dedaunan, dan temuan lainnya oleh Mo Ti yaitu lubang jarum/*pin hole* dan

imaji terbalik atau *inverted image*-nya, dan disusul oleh temuan kamera obscura sebagai alat bantu menggambar (*an aid for drawing*) para seniman renaissance di abad XV dan kemudian berkembang lebih jauh dengan berbagai kelengkapan apparatus (lensa, diafragma, pengatur asa, *light meter*, dll).

Sifat utama dari fotografi adalah sangat otentik dalam artian gambar yang dihasilkan dari kenyataan atau bisa dikatakan sebagai laporan pandangan mata. Sifat inilah yang menyebabkan pemotretan lebih meyakinkan daripada ribuan kata-kata dan dapat memberikan kekuatan serta keyakinan yang tidak dapat ditemukan pada bentuk komunikasi apapun.

2. Tujuan Fotografi

Menurut *Gretchen Garner*, (2003) terdapat enam klasifikasi, yaitu:

- a. *Time suspended*, fotografi adalah saksi waktu dan merekam pribadi
- b. *A wider world*, fotografi menunjukkan berbagai bagian dunia yang eksotik, tersembunyi dan tempat-tempat yang jauh
- c. *Famous faces*, melalui fotografi kita akan lebih mengenal orang-orang terkenal
- d. *Minute detail*, kejelasan optis telah memberikan kesempatan untuk menikmati kekayaan berbagai tekstur yang ada di dunia
- e. *Private theater*, kamera adalah alat yang mendekatkan mimpi-mimpi fotografer
- f. *Pictorial effect*, bentuk, warna dan tekstur telah terciptakan melalui fotografi

Selain itu, menurut Feininger, (1999). I Komang Sudarmo, (2014: 4), tujuan fotografi dibagi kedalam 6 bidang sebagai berikut:

- a. Penerangan, yaitu fotografi bertujuan untuk mendidik atau memungkinkan untuk mengambil keputusan yang benar, seperti pemotretan untuk dokumen, surat kabar buku petunjuk dari gambar-gambar yang dipakai untuk pendidikan.
- b. Informasi yang mempunyai tujuan tertentu, yaitu gambar pada perdagangan dan periklanan serta propaganda politik termasuk dalam bidang ini.
- c. Penemuan, misalnya pemotretan di bidang riset dan pemotretan jarak jauh, sudut-sangat lebar dan pemotretan berkecepatan tinggi, tujuan gambar semacam ini adalah untuk memperluas pandangan cakrawala intelek.
- d. Pencatatan, pemotretan untuk keperluan dokumentasi, misalnya gambar katalog seni, mikrofilm dokumenter, buku-buku, foto pengenalan, dan pemotretan dokumen tertentu.
- e. Hiburan, pemotretan untuk kesenangan, misalnya pemotretan amatir dengan objek yang lucu, foto perjalanan, majalah bergambar, dan buku gambar halus.
- f. Pengungkapan pribadi, pemotretan untuk mengutarakan pendapatnya mengenai jagad perasaan, gagasan, dan pikiran.

3. Teknik Dasar Fotografi

Teknik merupakan cara-cara yang digunakan untuk menyelenggaraan melalui berbagai tahapan. Teknik dasar fotografi ini sangat penting dalam melakukan proses pemotretan. Untuk mendapatkan foto yang baik, fotografer harus mampu memahami teknik dasar fotografi yang baik pula. Di dalam foto yang baik harus ada ketajaman

gambar, fokus, dan pencahayaan *eksposure* yang tepat. Berikut uraian tentang teknik dasar fotografi:

a. Fokus

Fokus adalah titik dimana objek foto mendapatkan perhatian utama sehingga foto tampak jelas dan tajam. Langkah utama untuk membuat objek yang difoto agar tampak jelas dan tajam disebut *focusing*. Hal tersebut dapat dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut (Herry Tjiang, 2015:34):

1) Manual fokus

Manual fokus dapat didapatkan dengan melakukan fokus sendiri yaitu dengan memutar lensa untuk mendapatkan fokus yang diinginkan. Pada fokus ini kecepatan dan ketepatan diperlukan. Jika tidak fokus, berakibat pada hasil foto yang menjadi blur karena ketidaktepatan fokus.

2) Auto Fokus

Dalam pengambilan objek dengan auto fokus tidak terlalu sulit. Kita hanya tinggal membidik objek sambil menekan tombol *shutter*, setelah terdapat bunyi “tiit” dalam kamera yang menandakan objek sudah fokus, kemudian menekan tombol *shutter* dan jadilah sebuah foto.

4. Proses Pencahayaan (*Exposure*)

Pencahayaan merupakan hal terpenting dalam fotografi. Untuk mendapatkan foto yang menarik harus mendapatkan *exposure* yang tepat, sehingga bisa memperoleh foto seperti yang diinginkan. *Exposure* dipengaruhi oleh tiga elemen atau yang disebut *triangle exposure* (segitiga eksposur) yaitu *ISO*, *Speed*, dan *Diafragma*. Menurut Herry

Tjiang (2015:53) *exposure* memiliki banyak definisi. Salah satu definisi di dalam fotografi yang mudah dimengerti adalah bagaimana kamera menangkap cahaya dengan menghitung cahaya yang masuk, waktu yang digunakan, dan kepekaan sensor untuk merekam objek yang difoto. Berikut penjelasan elemen-elemen dalam *exposure*:

a) ISO

ISO adalah tingkat sensitivitas atau kepekaan sensor. Semakin rendah ISO yang digunakan, semakin banyak cahaya yang dibutuhkan untuk mendapatkan *exposure* yang tepat. Semakin rendah ISO semakin kurang sensitif, dan sebaliknya semakin tinggi ISO semakin sensitif sensor tersebut. ISO berhubungan erat dengan *noise* yang muncul dan setiap kamera memiliki tingkat *noise* sendiri.

Contoh ISO sebagai berikut:

1. ISO rendah: 50, 100
2. ISO sedang: 200, 320
3. ISO tinggi: 800, 1600, 3200, dst.

ISO sedang dapat digunakan apabila lokasi pemotretan kurang mendapatkan pencahayaan seperti pada pagi hari ataupun sore hari. Semakin sedikit cahaya, semakin tinggi ISO yang diperlukan. ISO rendah dan sedang memiliki kualitas yang baik. Semakin tinggi ISO yang digunakan maka akan semakin banyak *noise* yang dihasilkan.

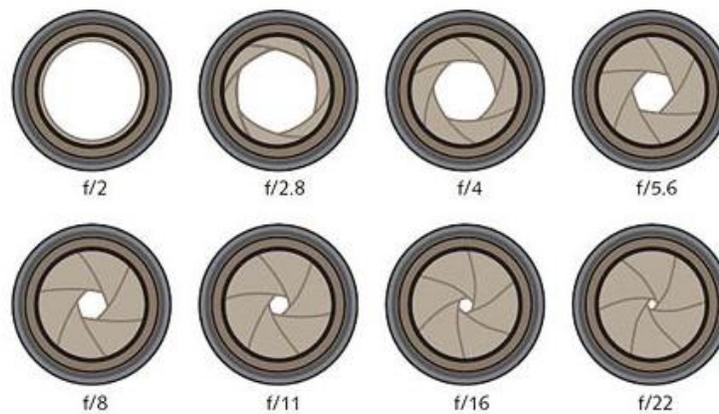
b) *Speed* atau Kecepatan

Speed merupakan kecepatan *shutter* untuk membuka dan menutup atau lamanya membuka dan menerima cahaya yang direkam oleh sensor atau film. Semakin lama membuka, maka semakin banyak cahaya yang masuk. Sebaliknya semakin cepat

membuka dan menutup, maka semakin sedikit cahaya yang masuk. Apabila 30° lebih lambat/ lebih lama dibandingkan 1/30. Sehingga pada shutter 30° akan menerima cahaya selama 30 detik atau lebih banyak cahaya yang masuk. Penggunaan *speed* tergantung objek yang akan difoto. Tidak ada yang salah jika objek itu menjadi *blur* dengan speed 1 detik. Demikian juga dengan *speed* 1/125 yang membuat objek tidak terlalu kabur. Juga jika ingin objek lebih *freeze* bisa menggunakan *speed* tinggi seperti 1/500.

c) Diafragma

Dalam dunia fotografi diafragma merupakan lebar bukaan untuk menerima cahaya yang akan mengenai sensor. Semakin kecil angka diafragma, misalnya f/5.6, f/4, f/2.8, bukaan lensa lebih lebar dibandingkan dengan angka f/11, f/16, f/22 yang memiliki bukaan kecil sehingga cahaya yang masuk ke dalam sensor hanya sedikit. Diafragma digunakan untuk mengatur ruangan tajam atau yang sering disebut DOF (*Depth of Field*) yaitu jarak ketajaman dari titik fokus dan tidak terlihat *blur* (ruang tajam).



Gambar 2 : Ilustrasi Diafragma

Sumber: <http://3.bp.blogspot.com>

Menurut Nicole S. Young (2002: 51), cahaya merupakan hal yang penting yang harus diperhatikan dalam memotret produk. Hal yang berkaitan dengan cahaya yang harus diperhatikan dalam memotret produk yaitu intensitas dan jarak. Intensitas merupakan seberapa banyak cahaya yang menerangi produk. Sedangkan lokasi dan jarak cahaya berkaitan dengan letak subjek. Untuk menghasilkan cahaya yang sesuai dapat dibantu dengan *modifier* seperti *soft box*, payung, reflektor, *light box* atau *soft box*.

Jenis pencahayaan yang digunakan dalam memotret adalah *available light* dan cahaya buatan (*artificial lighting*). *Available light* adalah pencahayaan dengan memanfaatkan sumber cahaya yang ada. *Available light* di antaranya cahaya matahari, cahaya lampu yang ada di rumah, cahaya bulan, dan cahaya lampu di jalan. Jadi, *available light* berkaitan sumber cahaya yang sudah tersedia dan bagaimana agar

sumber cahaya tersebut bisa digunakan untuk menyinari obyek. Sedangkan cahaya buatan (*artificial Lighting*) adalah pencahayaan yang menggunakan lampu untuk menghasilkan cahaya/lighting buatan (*artificial lighting*). Alat yang digunakan dalam *artificial Lighting* antara lain lampu storbis, *continuos lamp* atau lampu yang terus menyala.

D. Estetika Fotografi

Soedjono (2006:7) Salah satu entitas dalam domain seni rupa adalah fotografi, maka dengan hal itu fotografi tidak terlepas dari nilai-nilai dan kaidah estetika seni rupa yang berlaku. Dengan berbagai *sub-genrenya*-nya fotografi tidak lepas dari varian nilai dan kosa estetikanya sendiri. Setiap kehadiran jenis fotografi tentunya juga memerlukan konsep perancangan yang berawal dari ide dasar yang berkembang menjadi implementasi praktis yang memerlukan dukungan peralatan dan teknik ungkap kreasinya.

Dalam eksperimentasi fotografi tidak jarang jika setiap objek perlu dipotret beberapa kali dengan berbagai sudut pandang/angle ataupun dengan varian lensa dengan filter khusus dan paduan pencahayaan dan kecepatan penutup rana yang berbeda. Semuanya digunakan dengan tujuan untuk mendapatkan berbagai hasil alternatif tampilan fotografi yang memiliki nilai estetika yang berbeda secara eksploratif dan bisa memberikan pilihan hasil foto terbaik yang disesuaikan dengan kebutuhan nilai estetika yang diharapkan. Hal ini tercermin dalam domain fotografi sebagai aspek ideasional maupun teknikal.

1. Estetika Fotografi pada Tataran Ideational

Menurut Soedjono (2006:8) perkembangan wacana fotografi berasal dari kesadaran manusia sebagai makhluk yang berbudi/berakal yang memiliki kemampuan lebih untuk dapat merekayasa alam lingkungan kehidupannya. Hal tersebut adalah alasan yang kuat untuk memungkinkannya tetap “*survive*” dan menciptakan berbagai karya kehidupan sebagai tanda eksistensi di dunia ini.

Satu karya fotografi dapat disebut memiliki nilai komunikasi ketika dalam penampilan subjeknya digunakan sebagai medium penyampai pesan atau merupakan ide yang terekspresikan kepada pemirsanya sehingga terjalin kontak suatu pemahaman makna. Hal ini berlanjut ketika calon konsumen sebagai penerima pesan atau ide memahami makna pesan dan meresponnya sesuai harapan pengirim pesan imaji fotografinya. Dalam hal ini karya foto juga dapat dikatakan sebagai medium yang memiliki nilai guna fungsional dan sekaligus sebagai instrument karena dijadikan “alat” dalam proses komunikasi penyampaian pesan atau ide si pencipta karya fotonya.

Seorang Lady Elizabeth Eastlake yang banyak melakukan analisis tentang fotografi menyatakan bahwa karya fotografi adalah bentuk baru “medium komunikasi”. “*After painstakingly cataloging the deficiencies of picture making-by photography as compared to picture-making by painting, Lady Eastlake arrives at the surprisingly modern conclusion that photography is a new medium of communication and has its independent and indispensable place.*”

Dalam hal ini sebuah fotografi dapat dimanfaatkan menjadi sebuah medium komunikasi manakala dimanfaatkan karena nilai *realibility* tampilannya sebagai elemen ilustrasi desain grafis cetak. Ini terjadi karena penampilan sebuah peristiwa sebagai suatu ilustrasi yang “*make believe*” atau penampilan yang realistis dari sebuah

produk tertentu disamping nilai estesisnya tentu lebih meyakinkan dan dianggap memiliki nilai persuasif untuk dapat mempengaruhi konsumen. Dengan kata lain karya fotografi lebih komunikatif secara visual dibandingkan dengan media yang lainnya (Soedjono, 2006:14).

2. Estetika Fotografi pada Tataran Teknikal

Wacana estetika fotografi juga meliputi hal-hal yang berkaitan dengan teknik, baik itu yang bersifat teknis peralatan maupun teknis praxis-implimentatif dalam menggunakan peralatan yang ada guna mendapatkan hasil yang diharapkan (Soedjono, 2006:14). Varian teknik fotografi yang ada ternyata menghadirkan berbagai *terminology* dengan pengertian dan pemahaman istilah yang memiliki keunikan tersendiri. Hal tersebut terjadi karena dari setiap teknik yang digunakan kadang sangat berkaitan dengan peralatan yang ada baik itu dalam teknik pemotretan, proses kamar gelap atau terang dan penampilannya.

Sebagai contoh bagaimana teknik "*epth of field*" yang merupakan paduan teknik mengatur kecepatan menutup rana dengan diafragma yang menghasilkan imaji dengan subjek fokus tertentu (contoh: memotret dengan teknik *d.o.f sempit* menghasilkan subjek yang memiliki ketajaman atau fokus dengan latar belakang ataupun latar depan yang *out of focus*) sehingga menghasilkan kesan estetika keruangan (*spatial-esthetic*) tertentu. Hal lain yang berkaitan dengan teknik pemotretan adalah teknik *panning*, yaitu teknik memotret dengan menggerakkan lensa mengikuti gerakan objek foto yang bergerak disertai pemilihan kecepatan penutup rana yang tinggi sehingga diperoleh imaji fotografi gerak dengan subjek yang jelas tetapi dengan latar belakang yang blur.

Masih banyak lagi hal-hal yang berkaitan dengan teknik memotret dalam menghasilkan berbagai karya fotografi dengan nilai estetika yang berbeda, antara lain adalah dengan penggunaan berbagai sudut pandang tertentu untuk mendapatkan imaji foto dengan kesan tertentu (*bird's/frog's eye view, aerial photography, under water/marine photography, etc*); pendayagunaan tata cahaya baik yang alamiah maupun yang buatan, pemotretan di malam hari dengan teknik kecepatan penutup rana pada B (*bulb*) untuk mendapatkan rekaman cahaya lampu baik yang *still* maupun yang bergerak, dan lain-lain.

Teknik dasar fotografi berkaitan dengan berbagai peralatan dengan berbagai perangkat teknis dan jenisnya. Dimulai dengan berbagai jenis kamera yaitu *SLR* atau *Single Lens Reflex, Box camera, View camera, Instamatic camera, Movie camera*, dll, yang dipadu dengan beberapa jenis lensa (*tele lens, zoom, wide-angle, fish-eye*, dll) dan tidak lupa beragam filter dengan kemampuan dalam berbagai fungsinya untuk menciptakan berbagai imaji fotografi dengan kesan visual dan nilai estetis yang beragam. Dan istilah atau tema-tema yang terkait dengan teknik pemotretan antara lain, *bracketing, back light, bounce light, rim light, soft focus, f stop, close up, medium close up, long shot, zooming, dll*, yang kesemuanya memiliki bobot estetis tersendiri.

Setiap inovasi fotografi merupakan sebuah refleksi adanya perkembangan fotografi dalam konteks pencapaian kearah kemajuan untuk pencarian solusi adanya keterbatasan dan kesulitan yang ada dalam menciptakan fotografi dengan berbagai kompleksitasnya (Soedjono, 2006:15). Hal seperti ini disebabkan oleh upaya-upaya

dalam memenuhi berbagai tuntutan zaman dengan kemampuannya yang terus berkembang guna mengantisipasi berbagai masalah imaji fotografi.

Menurut Soedjono (2006:17) proses lama dalam fotografi analog telah tergantikan dengan proses digital. Setiap upaya kehadiran karya foto dapat direkayasa dengan menggunakan *computer, scanner, dan printer* yang dipadu dengan beragam *software (photoshop, coreldraw, photostyler, image-grabber, adobe illustrator, dll)* beserta terma-terma teknis-praxisnya bagi pencapaian penciptaan imaji foto yang diharapkan. Hampir semua teknis-estetis kehadiran imaji yang dahulunya menggunakan teknik manual sekarang telah tergantikan oleh teknik digital dengan komputer. Proses rekayasa digital pada sebuah karya fotografi dapat dilakukan hampir tak terbatas. Kalau dahulu sebuah hasil pemotretan yang berbentuk imaji foto merupakan hasil akhir, berbeda dengan sekarang dengan teknik digital ini hal itu baru satu tahapan saja dan masih bisa dikembangkan kemungkinannya untuk direkayasa sejauh imajinasi memungkinkan (*what is possible*) untuk menjadikannya sebuah karya foto yang bernilai estetis kreatif. Hal ini juga berlaku bagaimana setiap imaji fotografi tersebut ditampilkan atau disajikan kepada publik yang disesuaikan dengan tujuan dan fungsinya.

E. Elemen Komposisi dalam Fotografi

Menurut Saiful Kabir (2011:41) komposisi adalah penggabungan beberapa elemen dasar yang terdapat pada objek atau area bidik. Komposisi objek yang baik menghasilkan gambar yang bagus, memiliki daya tarik, enak dipandang, dan terutama

mengedepankan *point of interest* atau maksud dari foto tersebut. Elemen-elemen dasar yang terdapat pada komposisi objek antara lain sebagai berikut:

1. Objek

Objek adalah titik fokus atau target bidik yang menjadi hal utama dalam sebuah gambar yang dihasilkan. Dalam meletakkan objek, seorang fotografer harus mencari posisi objek pada titik pandang yang enak dilihat. Titik pandang yang harus ditentukan oleh seorang fotografer tidak harus berada di tengah frame, melainkan menyesuaikan dengan objek disekitarnya.

2. Warna

Warna sangat mempengaruhi daya tarik sebuah gambar. Gambar yang memiliki *point of interest* dapat dengan mudah diketahui pesan yang hendak disampaikan kepada orang yang melihatnya. Untuk mendapatkan hal tersebut, usahakan antara objek dan warna *background* memiliki perbedaan, sehingga maksud dari gambar tersebut mudah terbaca. Warna mempunyai peran yang sangat penting, karena mempunyai nilai bahasa karakter (*Language Character*) dan efek psikologis terhadap yang melihatnya dan dapat memberikan makna dan kesan tertentu.

Warna berfungsi untuk berbicara secara *visual* dalam konteks karakter umum yang lebih mudah dipahami. Begitu hebatnya kekuatan warna, sehingga bisa memberikan efek psikologis kepada semua orang yg melihatnya.

a. Warna primer

Disebut warna primer karena warna-warna inilah yang membentuk warna-warna lainnya. Warna primer adalah warna merah, kuning, biru. Ketiga warna ini menjadi warna primer yang paling menarik bagi yang melihatnya. Warna Merah benar-benar dapat menaikkan denyut nadi orang ketika mereka melihat warna merah. Ini adalah warna yang kuat yang hangat, menarik, seksi, dan mendesak. Sedangkan biru merupakan warna yang menenangkan. Biru menyampaikan perasaan kekuatan, kehandalan, dan ketenangan. Warna kuning adalah warna dari matahari. Sangat mudah untuk dipahami mengapa kuning membangkitkan perasaan optimisme, kejelasan, dan kehangatan. Kuning juga merupakan warna yang kaya, seperti warna yang ada pada emas dan harta karun.

b. Warna sekunder

Disebut warna sekunder karena warna ini terbentuk oleh campuran dua warna primer. Warna sekunder itu adalah *orange*, hijau, dan ungu. Makna warna ungu adalah warna kerajaan. Warna ini memunculkan gambaran keagungan, kemewahan. Warna ungu mengaktifkan imajinasi dan memikat mata. Sedangkan warna *orange* adalah warna yang memberi kesan fokus dan menjadi pusat perhatian. *Orange* melambangkan antusias, percaya diri dan gembira. Warna hijau mewakili makna-makna seperti Alami, kesegaran, Keberuntungan dan kesederhanaan. Warna hijau biasanya digunakan ketika ingin menonjolkan sifat natural

Warna dapat memberikan elemen yang sangat kuat dalam fotografi. Warna dalam fotografi dibedakan menjadi dua macam:

a. *Vivid Colour*

Vivid colour memiliki karakter warna yang ditimbulkan seakan berteriak, bersemangat, riang, ramai, dan terlihat bernuansa keras.

b. *Pastel Colour*

Warna yang memiliki karakter tentram, teduh, halus, dan bernuansa lembut.

Husna Widyani dan Jane Marsa (2014: 27), menyebutkan unsur-unsur komposisi yang lainnya yaitu sebagai berikut:

1. Line atau Garis

Garis merupakan komposisi yang paling dasar dari semua unsur komposisi. Jika tidak ada garis maka tidak ada bentuk. Apabila tidak ada bentuk maka tidak ada wujud. Jika tidak ada wujud maka tidak ada pola, dan seterusnya. Garis terbagi menjadi empat yaitu:

a. Garis horizontal

Garis horizontal merupakan unsur yang mengesankan kestabilan, ketenangan, kekokohan, serta permanen pada sebuah foto. Garis ini berfungsi untuk memberi fondasi pada foto.

b. Garis vertikal

Kesan yang ditampilkan pada garis ini yaitu kesan tinggi dan pertumbuhan.

c. Garis diagonal

Garis diagonal mampu memberikan kesan dinamis. Garis ini akan membuat foto terasa lebih hidup.

d. Garis lengkung

Garis lengkung disebut juga garis kurva, mampu memberikan kesan yang lebih luwes. Garis lengkung mampu memberi kesan lebih dari sekedar hidup daripada garis diagonal. Garis ini mampu membuat gambar menjadi lebih lembut, santai, dan seolah bergerak.

2. Bentuk

Bentuk adalah cara seseorang dalam memberikan identifikasi terhadap objek. Unsur bentuk dalam foto memberikan identitas yang jelas terhadap objek sehingga orang tidak perlu menebak lagi apa maksudnya. Unsur bentuk dapat ditemukan pada kontras pencahayaan yang ekstrim seperti siluet, atau penonjolan detail-detail sebuah benda.

3. Wujud

Wujud merupakan transformasi tiga dimensi dan unsur bentuk. Ketika kita mampu melihat objek secara tiga dimensi. Saat itulah terdapat unsur wujud. Unsur wujud berfungsi memberi kedalaman fokus terhadap sebuah foto. Penggunaan bayangan dan cahaya, sangat penting untuk menekankan bentuk objek dalam sebuah foto.

4. Tekstur

Tekstur berfungsi untuk memperlihatkan keadaan permukaan pada sebuah benda atau objek. Apakah objek tersebut kasar, halus, beraturan, tidak beraturan, tajam, atau lembut. Tekstur juga memberikan kesan tiga dimensi.

5. Pola

Pola merupakan suatu pengulangan dari bentuk dan tekstur. Pola dapat menarik perhatian jika diambil dari sudut yang tepat.

F. Konsep dalam Fotografi

Konsep adalah hal terpenting dalam proses pemotretan. Seperti seorang wartawan saat menyusun sebuah tulisan, konsep harus mengandung 5W + H (*What, Who, Why, When, Where* dan *How*) yaitu : apa yang akan difoto, siapa targetnya, apa yang akan ditonjolkan, dimana dan kapan pemotretannya, lalu teknik apa yang akan digunakan untuk membuat foto tersebut. Dengan konsep dapat mempengaruhi dalam keberhasilan sebuah foto yang dihasilkan melalui sebuah perencanaan yang tepat.

G. Fotografi *Still Life*

Fotografi *Still Life* adalah menciptakan sebuah gambar dari benda mati agar tampak jauh lebih hidup dan berbicara, seperti makanan terlihat hangat, dingin atau lembut. Kata *Still* berarti benda diam atau mati, sedangkan *Life* berarti hidup dan memberikan konteks “tampak hidup” pada benda tersebut (Paulus & Lestari, 2012:11)

Still life juga dapat memberikan arti secara konteks fungsional maupun konteks ekspresif. Konteks fungsional dari fotografi *still life* berupa pemotretan benda dengan tujuan pembuatan katalog, brosur, *newsletter*, *company profile*, *mailer*, *flyer* dan iklan.

Dalam hal ini, *still life* berfungsi sebagai iklan atau komunikasi visual dalam konteks komersial. Semua foto yang dibuat harus komunikatif; seberapa bagus desain barangnya, bagaimana fungsi barangnya dan diperuntukkan untuk kalangan siapa barang yang ada dalam foto tersebut. Dalam konteks ekspresif, foto *still life* dibuat sesuai selera, konsep dan emosi fotografer yang membuat foto *still life*.

Dilihat dari kebutuhannya, *still life* fotografi dapat dipakai untuk berbagai keperluan, yang sifatnya komersial (*commercial art*) maupun non komersial (*fine art*). *Still-life* sebagai karya murni (*fine art*) biasanya memiliki konsep yang sangat bebas tidak terikat dengan batasan-batasan tertentu tergantung dari ekspresi pemotretnya. Tetapi untuk keperluan foto komersial lebih memiliki nilai jual dan konsep benar-benar matang, karena dalam *still-life* untuk komersil berkaitan dengan keperluan promosi.

Munculnya fotografi sangat membantu dalam dunia periklanan dan berkembang seiring maraknya majunya dunia periklanan. Dengan foto akan lebih efisien dan dapat membuat berbagai alternatif gambar untuk mewakili produk yang ditawarkan. *Still-life* fotografi dapat mengubah gaya dalam sebuah iklan karena foto yang dihasilkan memiliki beragam karakter antara foto yang satu dengan foto yang lainnya. Jadi segala sesuatu dirancang dengan hati-hati dan hasil akhir diharapkan sesuai dengan konsep penciptaannya, seperti contoh berikut yaitu *still life* fotografi untuk komersil. Aran Handoko (2011 : 12)

H. Teknik Fotografi

Teknik pemotretan merupakan faktor yang perlu diperhatikan dalam membuat karya yang baik dan menarik. Teknik pemotretan yang digunakan dalam melakukan pemotretan antara lain:

a. *Depth of Field* (DoF)

Menurut Riana Ambarsari (2015, 42) DoF merupakan ruang tajam sebuah foto. 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. DoF dipengaruhi oleh beberapa elemen yaitu:

1) Jarak

DoF sempit jika jarak obyek terhadap lensa dalam posisi dekat dan sebaliknya DoF akan luas jika jarak obyek terhadap lensa dalam posisi jauh. Untuk memperoleh background dengan blur maksimal dapat dilakukan dengan mendekatkan jarak obyek ke lensa atau menjauhkan background.

2) Lensa

Semakin panjang lensa yang digunakan maka semakin sempit DoF-nya, dan sebaliknya semakin pendek lensa maka semakin luas DoF-nya. Jenis-jenis lensa yang digunakan antara lain lensa *zoom*, *fix*, *ultra wide*, *wide*, *tele*, makro, dll

3) Aperture

Semakin lebar aperture, semakin sempit DoF-nya. Sebaliknya, semakin kecil aperture, semakin luas DoFnya.

4) *Point of Interest* (PoI)

Salah satu hal penting dalam fotografi makanan yaitu fokus obyek. Tentukan PoI dari obyek terlebih dahulu kemudian baru mengarahkan fokus pada obyek tersebut. PoI bisa diperoleh dengan mengetahui apa yang akan difoto, tahu apa yang menarik dari obyek yang diambil, dan bisa memastikan orang yang melihat akan mengetahui apa maksud dari obyek yang diambil.

I. *Online Shop*

Istilah online memiliki pengertian sebagai jaringan yang terhubung di internet, sedangkan shopping berasal dari bahasa Inggris yang berarti berbelanja. Istilah tempat berbelanja melalui internet disebut juga sebagai *online shop*. *Online shop* memiliki definisi sebagai sebuah tempat untuk menggelar, memamerkan, menampilkan barang dagangan yang terhubung dengan jaringan internet. Selain itu, dapat juga diartikan sebagai aktivitas jual beli barang atau jasa melalui internet.

Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan *online shop* adalah sebuah toko yang berbasis internet dengan menawarkan berbagai macam produk atau jasa kepada konsumen melalui platform. Konsumen berbelanja dan melakukan kegiatan pemilihan produk yang tepat berdasarkan gambar yang telah disediakan oleh pihak *online shop*.

J. *Produk Online Shop*

Produk *online shop* dapat berupa barang atau jasa yang ditawarkan oleh pihak penjual dimana tampilan dari produk dapat menjadi salah satu faktor dalam keputusan membeli suatu produk pada *online shop*. Sehingga produk sebaiknya ditampilkan sebaik mungkin agar konsumen tertarik terhadap produk yang dijual.

K. Folk Store

Folk store adalah sebuah toko berbasis online shop yang menjual berbagai produk *fashion* berupa sepatu, kaos kaki, jam tangan, *tshirt* dan *hoodie*. Produk-produk yang dijual adalah Vans, Nike, Adidas, Daniel Wellington, Converse, New Balance, Anti Social Social Club, Timex, Supreme, Asic, dll. *Folk store* mulai membuat *online shop* pada bulan februari 2013 dengan berjualan *online* melalui *account* Instagram, Twitter, Facebook.

Setelah beberapa waktu *Folk store* memfokuskan pemasarannya menggunakan *account* Instagram, karena *impact* paling besar untuk *online shop* *Folk Store* melalui Instagram yang dianggap media paling populer dan media sosial yang dapat mendisplay sebuah foto produk dengan rapi serta mudah di akses penggunaannya. Sejalan dengan permintaan *online shop* semakin besar *Folk Store* juga mulai mengembangkan bisnisnya dengan menambah produknya seperti *hoodie*, tas, dan berbagai kaos yang semula hanya menjual produk sepatu.

Selain menambah produknya, *Folk Store* juga mengembangkan *online shopnya* dengan membuat *offline shop*. Pada November 2014 *Folk Store* membuat *offline shop* yang berada di Yogyakarta, lebih tepatnya di jalan Demangan Nomor 3. Sebelum memilih *offline store* di Yogyakarta, *Folk Store* melakukan survei di beberapa tempat seperti Malang, Surabaya, Solo, Semarang untuk menentukan lokasi yang terbaik membuka *offline shopnya*.

Setelah 1,5 tahun berada di jalan demangan no.3 folks store berpindah lokasi ke jalan gejayan no.23 karena lokasi sebelumnya dirasa lebih kecil sedangkan produk folk store semakin bertambah yang tadinya hanya sepatu mulai bertambah dengan tas, kaos, dan jaket.

Dalam foto produk, proses pembentukan ide dengan mencari referensi foto melalui website, majalah, dan konten instagram yang mirip. Ide tersebut dituangkan menjadi beberapa konsep foto, yaitu:

a. Daily Concept

Konsep ini digunakan ketika awal berdirinya *Folk Store* yang terinspirasi dari *Kin Folk Magazine* yang pada saat itu digemari oleh anak muda. Konsep ini bertujuan untuk merepresentasikan bahwa produk *Folk Store* dapat digunakan sebagai *daily wear* dan cocok digunakan dengan berbagai *apparel* lainnya.

b. Product Concept

Konsep ini mulai digunakan ketika tren foto produk berpindah ke detail produk yang ditawarkan. Konsep yang bertujuan untuk mempertegas karakter dan detail produk ini berhasil mencapai tujuannya, berdasarkan perbandingan dari respon konsumen setelah adanya produk yang didokumentasikan menggunakan konsep ini. Konsumen memberikan *feedback* dan perhatian yang lebih dibandingkan dengan konsep foto sebelumnya.

c. Daily and Product Concept

Konsep ini merupakan konsep gabungan antara kedua konsep sebelumnya, pada pelaksanaannya konsep ini juga ditambahkan adanya pengetahuan umum mengenai merek atau produk yang ada dalam foto. Adanya penambahan pengetahuan bertujuan agar konsumen lebih tertarik pada produk yang ditawarkan.

Sebelum melakukan foto produk, pihak *Folk Store* melakukan persiapan dengan mencari referensi serta hal – hal apa yang sedang digemari oleh anak muda saat ini. Dalam jangka waktu 1 bulan, pihak *Folk Store* sudah mempersiapkan foto produk yang mana yang akan diupload di Instagram serta dengan *caption* yang seperti apa. Pemotretan produk tidak melupakan unsur estetika fotografi, sehingga produk terlihat menarik dan mempunyai *tone* warna yang sesuai aslinya. Hal ini sangat penting bagi *online shop* dan konsumen agar tidak terjadi perbedaan ekspektasi warna pada produk yang ditawarkan.

Hal yang ingin disampaikan oleh *Folk Store* kepada konsumen mengenai detail produk yang bertujuan menyamakan persepsi detail produk antara *Folk Store* dengan konsumen. Selain itu, menonjolkan karakter atau ciri dari produk serta keunggulan produk, misalnya pemotretan sepatu yang mempunyai ciri khusus pada bagian sepatunya, pihak *Folk Store* akan melakukan pemotretan dengan konsep yang menonjolkan ciri khusus tersebut.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan tugas akhir ini adalah deskriptif kualitatif. Menurut Lexy Moleong (1990) penelitian kualitatif berakar pada latar alamiah sebagai keutuhan, mengendalikan manusia sebagai alat penelitian, memanfaatkan metode kualitatif dan mengadakan analisis data secara induktif. Pendekatan kualitatif (*qualitative research*), yaitu pendekatan dalam metode penelitian yang digunakan untuk meneliti dalam kondisi objek yang alamiah (Sugiono, 2012:1). Artinya bahwa objek penelitian merupakan objek yang sesuai dengan keadaan sebenarnya dan tidak dimanipulasi oleh peneliti sehingga pada saat dilakukan penelitian objek relatif tidak berubah. Penelitian data dari kualitatif didapatkan dari wawancara maupun observasi dan kemudian data - data tersebut diuraikan dan disimpulkan.

Data deskriptif diperoleh dalam sebuah penelitian kualitatif yang hasilnya dideskripsikan berdasarkan pada tujuan penelitian. Data deskriptif merupakan data yang berupa kata - kata, gambar dan bukan angka - angka (Moleong, 2010: 11). Data ini dapat ditemukan dalam struktur internal bahasa, yaitu struktur bunyi (fonologi), struktur kata (morfologi), struktur kalimat (sintaksis), struktur wacana dan struktur semantik (Chaer, 2007: 9).

Pendekatan kualitatif digunakan untuk pemahaman dan penafsiran yang cukup agar tidak melenceng dari kenyataan yang ada di lapangan, karena dengan metode

kualitatif ini dideskripsikan secara akurat dan detail. Dalam penelitian kualitatif ini, peneliti mengkaji tentang nilai estetika fotografi *still life* pada produk *Folk Store* di Instagram.

B. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian adalah keseluruhan dari sumber informasi dan menunjukkan pada orang atau individu atau kelompok yang dijadikan unit atau satuan (khusus) yang diteliti (Hamidi, 2004:100). Subjek dalam penelitian ini berupa foto produk *Folk Store* di akun Instagram @folkstore yang merupakan toko *online* berlokasi di Yogyakarta.

Sedangkan objek dalam penelitian ini meliputi objek material dan objek formal. Objek material berupa 3 foto berada pada akun Instagram @folkstore yang sudah memenuhi standar pemotretan yang benar. Sedangkan objek formal berupa estetika foto pada Instagram @folkstore yang merujuk pada unsur-unsur estetika menurut teori A.A.M Djelantik.

Penelitian ini dibatasi pemilihan foto yang berjumlah 3 foto dikarenakan adanya kesamaan ide, teknik, dan gagasan pada Instagram @folkstore. Pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* yaitu dipilih menurut tujuan, artinya pemilihan foto didasari oleh foto produk *online shop* folkstore yang bertujuan dapat dikaji unsur – unsur estetikanya menurut teori A.A.M Djelantik.

C. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara (*interview*) merupakan pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara langsung oleh pewawancara kepada responden dan jawaban dicatat

atau direkam dalam alat rekam (Sugiyono, 2010:319). Pengumpulan data dengan metode wawancara dilakukan dengan tanya jawab sepihak yang dikerjakan secara sistematis dan berlandaskan pada tujuan penelitian. Saat wawancara pada umumnya dua orang atau lebih hadir secara fisik dalam proses tanya jawab. Dalam proses tanya jawab tersebut, masing-masing pihak dapat menggunakan saluran-saluran komunikasi secara wajar dan lancar. Menggunakan wawancara terstruktur namun tetap memberi ruang bebas dalam pertanyaan yang sesuai dengan lapangan. Sehingga dalam pengumpulan data melalui pertanyaan dapat diperluas tergantung dari tingkat pengetahuan responden, selama tidak menyimpang dari pokok bahasan.

Narasumber dalam penelitian ini adalah pemilik (*owner*) *Folkstore* yang bernama Rezky Ageng Akasianto. Wawancara dilakukan pada hari Selasa 10 Januari 2017 di *outlet Folk Store* yang berada di jalan Gejayan Yogyakarta. Sedangkan wawancara kedua dengan fotografer *Folk Store* yang bernama Erri Rama yang dilaksanakan pada hari Senin 16 Januari 2017, wawancara dilakukan di *outlet Folkstore*.

Sebelum melakukan wawancara peneliti mempersiapkan instrumen wawancara yang disebut pedoman wawancara (*interview guide*). Pedoman berisi sejumlah pertanyaan yang dijawab oleh responden. Isi pertanyaan mencakup fakta, data, pengetahuan, pendapat, persepsi atau evaluasi responden berkenaan dengan fokus masalah atau variabel yang dikaji dalam penelitian (Sukmadinata, 2007: 216).

b. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah mengumpulkan dokumen dari internet yang berhubungan dengan *social media* Instagram (@folkstore), dan foto-

foto produk *Folk Store*. Secara garis besar foto-foto didapat dari internet melalui Instagram (@folkstore) dengan alamat websitenya sebagai berikut:

<https://www.instagram.com/folk.store/>

<https://www.instagram.com/p/BQsjVYdj45H/?taken-by=folk.store>

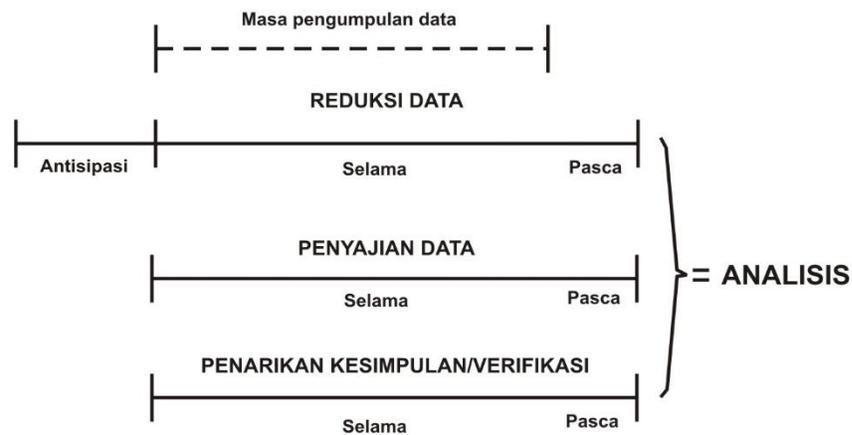
<https://www.instagram.com/p/BPEp7WTAh8Z/?taken-by=folk.store>

<https://www.instagram.com/p/BO1UUgvgOO7/?taken-by=folk.store>

Data ini digunakan sebagai acuan dalam pembahasan mengenai estetika fotografi *still life* pada produk *Folk Store*.

D. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisis data model Miles dan Huberman yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data (Sugiyono, 2013:337)



Gambar 3: Teknik analisis data model Miles and Huberman

(Sumber: <https://insanajisubekti.wordpress.com/2013/03/30/analisis-datakualitatif/>)

Proses analisis data yang diperoleh peneliti terkait estetika fotografi *still life* pada produk *online shop* berdasarkan gambar (model Miles and Huberman) di atas dapat peneliti uraikan sebagai berikut:

1. Masa Pengumpulan data

Peneliti mulai melakukan pengumpulan data pada bulan Desember 2016. Proses pengumpulan data dimulai dengan mengambil foto produk *Folk Store* di internet melalui akun Instagram @folkstore. Selanjutnya peneliti melakukan wawancara terhadap narasumber seperti yang telah disebutkan. Data-data yang diperoleh peneliti berupa data-data yang berkaitan dengan estetika fotografi *still life* produk *online shop*. Selain itu, peneliti juga mendapat data-data penunjang yang terkait dengan profil *Folk Store*.

2. Reduksi Data

Reduksi data adalah bagian dari analisis yang mempertegas, memperpendek, memilih hal-hal pokok, membuang hal-hal yang tidak penting dan mengatur data sedemikian rupa sehingga simpulan penelitian dapat dilakukan (Sugiyono, 2010:338). Selama reduksi data peneliti membagi data menjadi dua bagian yakni data-data yang masuk kedalam kategori estetika fotografi *still life* pada produk *online shop*, serta data-data yang masuk kedalam profil *Folk Store*. Setelah melakukan reduksi data dengan dua pengelompokan tersebut, peneliti mempersiapkan data-data untuk disajikan dengan penyajian data secara deskriptif.

3. *Display Data*

Setelah data direduksi, maka langkah berikutnya adalah menyajikan data/*display data*. Penyajian data ini dilakukan dengan teks yang bersifat naratif. Selain itu ada juga data yang disajikan dalam bentuk tabel atau bagan untuk memudahkan pemahaman data yang sulit dipahami apabila disajikan dengan teks. Setelah melakukan penyajian data, selanjutnya adalah melakukan penafsiran atau menarik kesimpulan terkait topik penelitian estetika fotografi *still life* pada produk *online shop*. Pada tahap ini, persiapan yang peneliti lakukan adalah persiapan intelektual terkait pemahaman tentang unsur-unsur estetika dan komposisi fotografi yang menjadi dasar kajian pada penelitian ini.

4. Verifikasi data

Peneliti melakukan analisis terhadap estetika fotografi *still life* pada produk *online shop* dengan pendekatan unsur-unsur estetika dan komposisi fotografi. Seperti yang telah dijelaskan unsur-unsur estetika terdiri dari wujud, bobot, dan penampilan. Sedangkan komposisi fotografi terdiri dari format, irama, *rule of third*, *point of interest*. Masing-masing foto di analisis dari unsur tersebut. Analisis foto terletak pada Bab IV, sedangkan penarikan kesimpulan terletak pada Bab V.

Setelah peneliti melakukan penafsiran atau analisis terhadap foto *online shop Folk Store*, langkah selanjutnya adalah melakukan verifikasi atau pembuktian. Dengan kata lain, peneliti melakukan pengecekan kebenaran data-data yang menjadi dasar analisis peneliti agar hasil penelitian ini terjamin keabsahannya.

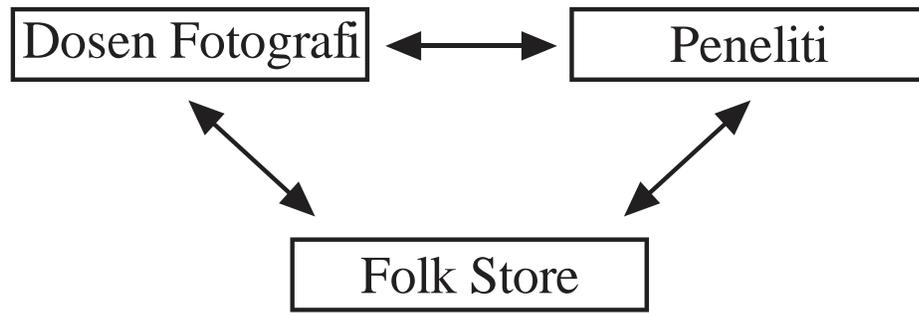
E. Triangulasi Data

Triangulasi merupakan upaya untuk meningkatkan validitas pengamatan atau *interview* dalam konteks penelitian. Dalam hal triangulasi, *Stainback* dalam Metode Penelitian Pendidikan (Sugiyono, 2010:330) menyatakan bahwa tujuan triangulasi bukan untuk mencari kebenaran tentang beberapa fenomena tetapi lebih pada peningkatan pemahaman peneliti terhadap hal yang telah ditemukan. Triangulasi ini termasuk jenis validitas silang, proses triangulasi dilakukan dengan mengamati kasus dengan metode yang berbeda atau memperoleh informasi tentang suatu hal dari sumber lain yang berbeda, bila suatu data diperoleh dari metode yang berbeda tetapi memberikan informasi yang serupa maka pengamatan tersebut dianggap objektif. Pelaksanaan uji validitas secara triangulasi adalah sebagai berikut:

- a. Teknik pengumpulan data: wawancara (*interview*)
- b. Sumber data: karya foto *still life* produk *online shop Folk Store*
- c. Hasil penafsiran data: penafsiran penulis, teori yang ada dan pakar fotografi

Semua keabsahan data didasarkan pada triangulasi data sebagai pengecekan data. Triangulasi data merupakan pengecekan data dengan memanfaatkan data lain diluar data yang ada. Triangulasi data dapat juga digunakan sebagai teknik pemeriksaan data melalui sumber lain. Pada penelitian ini triangulasi sumber dikelompokkan menjadi tiga sumber. Sumber pertama yaitu dari pihak *Folk Store* sendiri, diantaranya; Eri Rama dan Rezky Ageng Akasianto. Sumber kedua dari dosen fotografi yaitu Aran Handoko. Sumber ketiga yaitu dari ahli/seniman fotografi Santo

Umbo. Untuk lebih jelasnya, berikut adalah gambar triangulasi sumber dalam proses keabsahan data.



Gambar 4: **Triangulasi sumber**

(Dibuat oleh Muhammad Reza Agasi diadaptasi dari Sugiyono, 2013)

BAB IV

REPRESENTASI OBJEK

A. Foto Sepatu Asic Gel Lyte III Monaco Blue



Gambar 5: Sepatu Asic Gel Lyte III Monaco Blue

Sumber : Instagram (@folkstore)

1. Deskripsi Foto

Peneliti melihat sepatu **Asic Gel Lyte III Monaco Blue** termasuk dalam jenis sepatu *statement sneakers*, sepatu yang digolongkan ke dalam *statement sneakers* merupakan sepatu olahraga yang memiliki sentuhan *fashion* sehingga sepatu **Asic Gel Lyte III Monaco Blue** dapat digunakan untuk kegiatan olahraga dan kegiatan yang bersifat non formal. Selain itu, jenis sepatu *statement sneakers* dapat menampilkan identitas diri dari pengguna sepatu tersebut.

Sepatu **Asic Gel Lyte III Monaco Blue** diproduksi pada tahun 2015 dengan menggunakan *Asic Gel-Cushioning system*, sistem tersebut dirilis oleh Asic Company

pada tahun 1987 yang memanfaatkan teknologi dengan mengurangi getaran ketika sepatu digunakan sehingga memberikan kenyamanan pada pemakainya. Sedangkan kata “Lyte” disusun berdasarkan empat huruf yang bertujuan untuk kemudahan pengguna dalam melafalkan dan mengingat ciri utama dari sepatu tersebut yaitu ringan atau *light* dalam ejaan Bahasa Inggris yang berarti ringan.

Sepatu **Asic Gel Lyte III Monaco Blue** memiliki lidah sepatu yang berbeda dengan sepatu yang lain, lidah sepatu didesain bercabang yang berfungsi untuk menghilangkan perpindahan lidah ketika digunakan. Sepatu **Asic Gel Lyte III Monaco Blue** terbuat dari bahan kain berserat halus atau disebut neoprene dengan *leather* di atasnya. Pada saat ini sepatu **Asic Gel Lyte III Monaco Blue** telah menjadi “*lifestyle footwear*” bagi para penggemar sepatu *sneaker*. Inovasi warna gambar *galaxy* dan bentuk geometri pada sepatu **Asic Gel Lyte III Monaco Blue** memberikan sebuah karakter kuat pada sepatu **Asic Gel Lyte III Monaco Blue** dan meningkatkan keaslian produk tersebut, karena warna gambar *galaxy* hanya terdapat pada tipe sepatu **Asic Gel Lyte III Monaco Blue**.

2. Penguatan Objek

Objek foto dikuatkan dengan unsur-unsur estetika menurut A.A.M Djelantik yang terdiri dari bentuk dan struktur, bentuk berupa garis, warna, ruang, dan bidang sedangkan struktur berupa penonjolan. Garis merupakan gabungan dari unsur titik yang memiliki peran untuk mendukung keindahan, keseimbangan dan harmoni. Peneliti melihat unsur garis pada foto diatas berada pada *background* dan sepatu **Asic Gel Lyte III Monaco Blue**. Unsur garis pada sepatu membentuk garis lengkung, diagonal, dan

melingkar yang memberi kesan dinamis pada sepatu **Asic Gel Lyte III Monaco Blue**. Unsur garis pada *background* foto membentuk garis vertical seperti bentuk tekstur kayu dengan warna pastel yaitu coklat muda dan coklat tua. Penggunaan Garis *vertical* pada *background* memberi kesan kuat dan kokoh pada foto untuk memvisualisasikan karakter sepatu **Asic Gel Lyte III Monaco Blue** tersebut. Peneliti juga melihat penonjolan terletak pada subjek foto sepatu **Asic model Gell Lyte III Monaco Blue**. Dengan irama pada background yang berbentuk pengulangan garis-garis kayu secara *horizontal* dan dipatahkan dengan subjek sepatu, sehingga membuat sepatu **Asic Gell Lyte III Monaco Blue** menjadi menonjol diantara pengulangan garis-garis kayu tersebut.

Selain garis, unsur warna foto juga memperkuat pandangan kita agar fokus terhadap subjek foto yaitu sepatu, karena kontras warna antara sepatu dan *background* sangat terlihat, warna sepatu yang cenderung gelap maka pemilihan warna *background* menggunakan warna yang terang dan hangat. Hal yang perlu diingat disini adalah elemen warna yang saling kontras membuat mata lebih mudah menangkap *point of interest* pada foto. Kontras sepatu yang berwarna cenderung gelap ungu, hitam, putih, biru dengan *background* yang terang berwarna coklat muda atau warna pastel akan membuat sepatu **Asic Gel Lyte III Monaco Blue** lebih menonjol dan menjadikan kita lebih fokus pada sepatu **Asic Gel Lyte III Monaco Blue**.

Ketika melihat foto diatas unsur ruang dalam foto tidak terlalu terlihat karena foto dipotret dengan teknik *Deep of Field* luas sehingga objek dan *background* menjadi fokus dan tidak menimbulkan ruang dalam foto.

. Penempatan subjek foto menggunakan aturan komposisi *diagonal* yaitu menempatkan subjek pada kemiringan diagonal bagian bidang foto. Komposisi diagonal tersebut guna menempatkan *point of interest* pada foto. *Point of interest* dalam foto diatas yaitu sepatu **Asic Gel Lyte III Monaco Blue**.



Gambar 6: foto dengan *komposisi diagonal*

Sumber : *Folk Store*

3. Analisis konsep

Foto sepatu **Asic Gel Lyte III Monaco Blue** difoto dengan konsep single yang difokuskan pada produk itu sendiri. Dengan konsep single maka produk sepatu **Asic Gel Lyte III Monaco Blue** menjadi lebih kuat dan dominan.

Penempatan sepatu ditempatkan di tengah *frame* dan ditata dengan kemiringan yang berlawanan menyesuaikan bentuk lekukan sepatu yang saling mengisi. Hal

tersebut memberikan kesan yang dinamis sedangkan ruang kosong antara sepatu dengan frame menciptakan keseimbangan pada foto tersebut. Dengan gambar yang seimbang maka gambar mempunyai kesan “lebih tenang”. Sepatu **Asic Gell Lyte III Monaco Blue** adalah sepatu *statement sneakers* dengan desain yang memberi kenyamanan yang optimal untuk pemakainya. Menurut peneliti suasana yang dibangun dalam foto adalah ingin memberikan kesan *simple* dengan hanya menggunakan subjek tunggal yaitu sepatu **Asic Gell Lyte III Monaco Blue**. Tanpa adanya subjek pendukung maka kesan simple dan elegan menjadi tampak. *Tone* warna *background* yang lembut memberi suasana tenang dan dipadukan dengan garis-garis *vertical* yang beraturan memberikan ketegasan dalam foto.

Sepatu kanan ditempatkan dengan memperlihatkan bagian badan sepatu untuk memperlihatkan sisi samping sepatu dengan detail yang berupa garis ikonik sepatu merk **Asic** berwarna putih dan memperlihatkan sol sepatu yang menggunakan teknologi *Gel-Cushioning system*, sistem tersebut dirilis oleh **Asic Company** pada tahun 1987 yang memanfaatkan teknologi dengan mengurangi getaran ketika sepatu digunakan sehingga memberikan kenyamanan pada pemakainya. Selain itu guna memperlihatkan bantalan sepatu yang menjadi karakter sepatu **Asic Gel Lyte III Monaco Blue** tersebut. Serta untuk memperlihatkan ciri khusus sepatu **Asic Gell Lyte III** yaitu sebuah tulisan yang bertuliskan “**GELL LYTE III**” pada bagian belakang samping dari sepatu **Asic Gel Lyte III Monaco Blue**. Sedangkan sepatu kiri diletakkan dengan terlihat bagian atas dimaksudkan untuk memperlihatkan sisi dalam sepatu yang mempunyai ciri khusus dari sepatu model asic yaitu sebuah tulisan yang bertuliskan

“asic”, serta tali, dan lidah sepatu bercabang yang merupakan ciri dari sepatu asic **Gel Lyte III Monaco Blue** ini. Selain itu, dengan penempatan komposisi foto yang diagonal meperlihatkan pesan bahwa sepatu **Asic Gel Lyte III Monaco Blue** menggunakan bahan yang lentur dan ramping. Dengan demikian karakter-karakter sepatu **Asic Gel Lyte III Monaco Blue** dapat dilihat oleh konsumen yang ingin membeli sepatu **Asic Gel Lyte III Monaco Blue**.

Dengan penempatan komposisi diagonal
ada pesan yang ingin diperlihatkan
yaitu kelenturan dan sisi yang ramping
dari sepatu



Gambar 7: Penempatan Sepatu Asic Gel Lyte III Monaco Blue

Sumber : *Folk Store*



Gambar 8: Penempatan Sepatu Asic Gel Lyte III Monaco Blue

Sumber : *Folk Store*

4. Teknik

a. Pemotretan

Objek diambil dengan Teknik pemotretan *Deep of Field* sempit atau disingkat DoF sempit. Dengan lokasi pemotretan *indoor*, peneliti melihat teknik pencahayaan yang dipakai dalam foto adalah teknik *lighting* menggunakan *softbox*, hal itu terlihat karena hasil bayangan yang kabur pada foto dan lebih lembut. *Softbox* ditempatkan diatas objek agar cahaya yang jatuh pada objek menjadi rata sehingga meninggalkan sedikit *shadow* supaya objek menjadi tidak *flat* dan menampilkan detail objek.

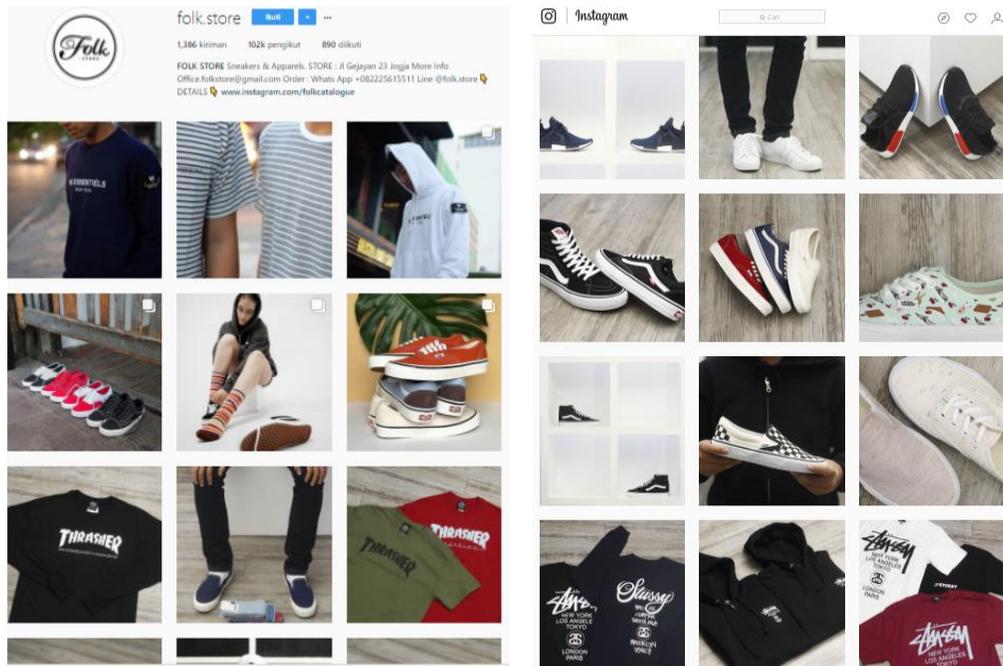
Tabel 2: **Keterangan Teknis foto sepatu Asic Gel Lyte III Monaco Blue**

Keterangan Teknis	
Diaphragma	2.8
<i>ISO</i>	200
<i>Shutter Speed</i>	1/125
<i>Camera</i>	Canon eos 60D
<i>Focal length</i>	50mm
<i>Angle</i>	<i>top angle</i>

5. Presentasi

Foto produk sepatu **Asic Gel Lyte III Monaco Blue** dipotret secara *indoor* dengan menggunakan pencahayaan lampu ruangan dan ditambah *lighting soft box*. Lampu dan *lighting soft box* memberikan hasil foto yang terang sehingga membuat warna foto juga terlihat lebih terang dari aslinya. Peneliti melihat penggunaan pencahayaan yang terang dalam foto sepatu **Asic Gel Lyte III Monaco Blue** diatas diketahui karena bayangan foto yang hanya terlihat kabur. Dengan pencahayaan yang terang maka menyebabkan warna produk yang dihasilkan pada foto menjadi lebih terang. Dengan demikian peneliti melihat warna foto sepatu **Asic Gel Lyte III Monaco Blue** di presentasikan dengan sentuhan *editing brightness* dan *contrast* agar warna foto produk tetap terlihat seperti warna produk aslinya.

Setelah tahapan edit foto, foto di *upload* ke dalam internet melalui akun media *social Instagram @folkstore* yang menjadi media presentasi untuk memperlihatkan foto produk kepada konsumen. Langkah pertama adalah memilih foto yang jenisnya sama dan dikategorikan berdasarkan jenis dan *tone* warna. Hal tersebut bertujuan selain membuat tampilah rapi juga agar memudahkan calon pembeli untuk melihat akun *instagram* sebagai katalog *online* penjual. Langkah selanjutnya memberikan *caption* foto atau informasi mengenai detail produk yang difoto di setiap postingan, hal ini sangat penting karena memberikan info tentang produk yang difoto akan memberikan pemahaman yang lebih kepada para pembeli.



Gambar 9: **Konten foto di Instagram @Folkstore**

Sumber : Instagram @Folkstore

B. Foto Jam Tangan Timex Waterbury



Gambar 10: Jam Tangan Timex Waterbury

Sumber : Instagram (@folkstore)

1. Deskripsi Foto

Jam tangan **Timex Waterbury** adalah jam yang dibuat oleh perusahaan jam yang bernama Timex. Perusahaan jam tangan yang berasal dari Amerika tersebut terkenal karena desain jam tangannya yang abadi. Timex didirikan pada tahun 1854 dan sudah menjadi bagian dari kehidupan konsumen selama lebih dari 160 tahun. Timex membentuk sebuah tradisi untuk menciptakan jam tangan inovatif berkualitas tinggi yang sesuai dengan kebutuhan setiap pelanggannya. Seperti jam tangan **Timex Waterbury**, Timex menggabungkan desain Italia kelas atas dengan teknologi Jerman

yang canggih untuk menjadikan jam tangan **Timex Waterbury** berkualitas. **Timex Waterbury** adalah jam tangan yang mempunyai nuansa lebih *vintage* yang dibuat untuk menunjukkan sesuatu yang sesuai dengan 160 tahun bahwa perusahaan Timex telah membuat jam tangan. Nuansa *vintage* yang terlihat pada *strap* dengan menggunakan bahan kulit Timex Waterbury memberikan pengguna tampak lebih dewasa. **Timex Waterbury** hanya menggunakan satu tombol untuk pengaturan jamnya sehingga memberikan kesan *simple*. Menggunakan bahan baja yang anti karat **Timex Waterbury** sangat cocok untuk penggunaan jangka panjang. Dari beberapa tipe **Timex Waterbury** salah satu ada yang mempunyai fitur *chronograph* yaitu jenis jam tangan yang bisa bertindak sebagai *stop watch*, alarm, dan melacak berlalunya waktu. **Timex Waterbury** juga mempunyai fitur Indiglo yaitu fitur jam tangan yang bisa menyala dalam gelap.

2. Penguatan Objek

Objek foto dikuatkan dengan berbagai unsur-unsur estetika menurut A.A.M Djelantik seperti halnya foto sebelumnya yang berupa garis, warna, ruang, bidang. Unsur garis pada *background* menguatkan subjek jam tangan **Timex Waterbury** yang membentuk pola garis-garis diagonal yang beraturan. Pola garis pada *background* yang berlawanan dengan penempatan jam tangan **Timex Waterbury** memperkuat subjek jam tangan menjadi lebih fokus. Selain itu pola yang berlawanan tersebut menimbulkan kesan yang tidak monoton. Namun unsur warna dalam foto diatas memberi kelemahan pada subjek foto, karena warna subjek jam tangan **Timex**

Waterburry hampir sama dengan warna *background*. Hal itu membuat foto jam tangan **Timex Waterburry** kurang kuat.

Peneliti juga melihat penempatan pola jam tangan yang berirama namun tidak sesuai dengan warna menimbulkan ketidakseimbangan pada foto, warna jam tangan **Timex Waterburry** yang berwarna terang berada ditengah dan paling ujung kiri namun tidak diimbangi warna terang pada ujung kanan sehingga menimbulkan *imbalance* dan berkesan lebih berat di sisi kiri. Bagian sisi kiri lebih menarik mata kita ketika melihat foto diatas karena warna terang pada jam tangan **Timex Waterburry**.



Gambar 11: **Imbalance** pada foto

Sumber: *Folk Store*

Penempatan subjek foto menggunakan aturan komposisi *diagonal* yaitu menempatkan subjek pada kemiringan diagonal bagian bidang foto. Komposisi diagonal tersebut guna menempatkan *point of interest* pada foto. *Point of interest* dalam foto diatas yaitu jam tangan **Timex Waterbury**.



Gambar 12: Foto dengan komposisi diagonal

Sumber: *Folk Store*

3. Teknik Pengambilan foto

Teknik yang digunakan dalam pengambilan foto tersebut adalah menggunakan teknik *Deep Of Field* atau disingkat DoF luas yang mana latar background dan objek foto menjadi fokus. Dengan lokasi pemotretan *indoor*, peneliti melihat teknik pencahayaan yang dipakai dalam foto adalah teknik *lighting* menggunakan *softbox*, hal itu terlihat karena hasil bayangan yang kabur pada foto dan lebih lembut. *Softbox* ditempatkan diatas objek agar cahaya yang jatuh pada objek menjadi rata sehingga meninggalkan sedikit *shadow* supaya objek menjadi tidak *flat* dan menampakkan detail objek.

Tabel 3: Keterangan teknis foto Jam Tangan Timex

Keterangan Teknis	
Diaphragma	2.8
<i>ISO</i>	200
<i>Shutter Speed</i>	1/125
<i>Camera</i>	Canon eos 50D
<i>Focal length</i>	50mm
<i>Angle</i>	<i>top angle</i>

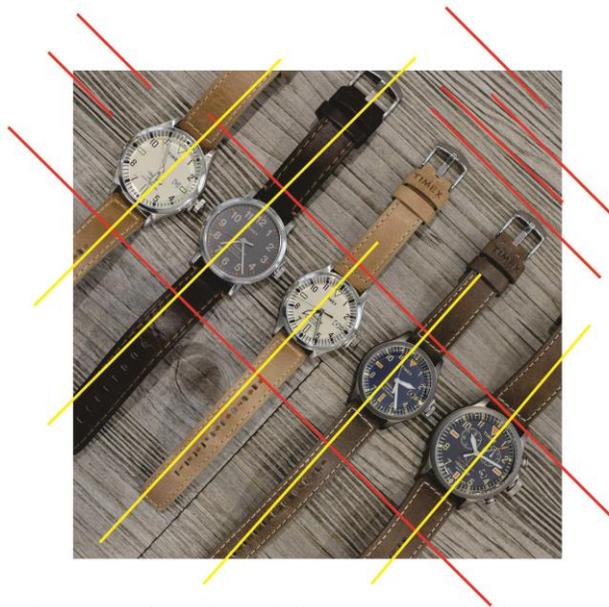
4. Analisis Konsep

Foto produk diatas adalah foto dengan konsep single yang difokuskan pada produk itu sendiri yaitu fokus pada produk jam tangan Timex untuk menampilkan beberapa perbedaan jam tangan Timex tipe Waterbury. Foto yang dipotret dengan sudut pengambilan gambar *top angle* bisa memperlihatkan perbedaan bentuk, warna, dan strap jam. Dengan mengambil 5 bentuk jam tangan **Timex Waterbury** yang berbeda maka orang yang melihat foto diatas dapat mengetahui perbedaan yang ada di jam tangan **Timex Waterbury** tersebut.

Jam tangan **Timex Waterbury** adalah jam yang berdesain *simple* dan elegan dengan harga cukup mahal dibanding jam tangan lainnya. Dengan demikian peneliti melihat suasana yang dibangun dalam foto diatas adalah ingin memberikan suasana yang elegan dan *simple* dengan hanya menggunakan subjek Jam tangan **Timex Waterbury** yang ditata simetris. Tanpa adanya subjek pendukung maka kesan simple dan elegan menjadi tampak. Detail seperti tulisan timex pada strap, serta warna strap dan gambar angka dari jam tangan **Timex Waterbury** disini sangat terlihat, walaupun warna-warna strap hampir sama yang dasarnya adalah coklat, namun mampu membuat warna coklatnya terlihat seperti aslinya.

Penataan jam yang sejajar dan rapi membentuk pola garis yang tegas dan berirama. Dengan pencahayaan *front light* foto jam **Timex Waterbury** terlihat jelas dan terang dengan sedikit bayangan yang terbentuk. Namun peneliti juga melihat kelemahan

dalam foto produk jam tangan **Timex Waterburry** diatas yaitu tidak terlihatnya skala jam tangan, hal itu sangat penting dikarenakan setiap jam mempunyai ukuran yang berbeda dan mempengaruhi seseorang jika dipakai. Pemotretan menjadi lebih bagus apabila jam tangan tersebut dipakai di tangan karena hal itu memperlihatkan skala ukuran jam tersebut. Penataan jam tangan **Timex Waterburry** yang berlawanan dengan pola garis pada *background* memperkuat subjek jam tangan menjadi lebih menonjol dan fokus.



ilustrasi pola garis pada foto,
penempatan pola garis jam tangan Timex Waterburry
ditata berlawanan dengan pola garis background
sehingga menonjolkan subjek jam tangan Timex Waterburry

Gambar 13: **Pola unsur garis yang berlawanan pada foto**

Sumber: *Folk Store*

5. Presentasi

Foto produk jam tangan **Timex Waterburry** dipotret secara *indoor* dengan menggunakan pencahayaan lampu ruangan dan ditambah *lighting soft box*. Lampu dan *lighting soft box* memberikan hasil foto yang terang sehingga membuat warna foto juga terlihat lebih terang dari aslinya. Peneliti melihat penggunaan pencahayaan yang terang dalam foto jam tangan **Timex Waterburry** diatas diketahui karena bayangan foto yang hanya terlihat samar. Dengan pencahayaan yang terang maka menyebabkan warna produk yang dihasilkan pada foto menjadi lebih terang. Dengan demikian peneliti melihat warna foto jam tangan **Timex Waterburry** di presentasikan dengan sentuhan *editing brightness* dan *contrast* agar warna foto produk tetap terlihat seperti warna produk aslinya.

Peneliti juga melihat adanya *cropping* pada foto jam tangan **Timex Waterburry** yang menjadi *square*. *Cropping* tersebut menurut peneliti dirasa tidak perlu karena membuat objek menjadi terpotong walaupun menjadikan foto lebih *full*.

Setelah tahapan edit foto, foto di *upload* ke dalam internet melalui akun media *social Instagram* @folkstore yang menjadi media presentasi untuk memperlihatkan foto produk kepada konsumen. Langkah pertama adalah memilih foto yang jenisnya sama dan dikategorikan berdasarkan jenis dan *tone* warna. Hal tersebut bertujuan selain membuat tampilah rapi juga agar memudahkan calon pembeli untuk melihat akun *instagram* sebagai katalog *online* penjual.

C. Foto Sepatu Vans Era x Fundamental Denim



Gambar 14: Sepatu Vans Era x Fundamental Denim

Sumber: Instagram (@folkstore)

1. Deskripsi Foto

Sepatu **Vans Era x Fundamental Denim** adalah sepatu yang dibuat oleh perusahaan vans dengan berkolaborasi dengan perusahaan **Fundamental Agreement Luxury (FDMTL)** yaitu perusahaan yang bekerja di bidang fashion khususnya denim atau kain. Kolaborasi ini merupakan perayaan 11 tahun lahirnya **FDMTL** di industri denim *fashion*. **FDMTL** dikenal akan hasil karya mereka yang mengutamakan detail dengan aksen *patchwork* sebagai ciri utama **FDMTL** dan itu juga yang diaplikasikan dalam sepatu **Vans Era x Fundamental Denim** ini. **Vans Era x Fundamental Denim** hadir dengan *pattern* pada bagian *upper* sepatu yang dibuat dari potongan berbagai

jenis kain perca berwarna dominan biru yang dijahit dan dibordir dengan sedemikian rupa sehingga menghasilkan sebuah desain yang unik dan berbeda.

2. Penguatan Objek

Objek foto dikuatkan dengan berbagai unsur estetika yang berupa titik, garis, warna, bidang, ruang. Unsur titik menguatkan bagian badan sepatu **Vans Era x Fundamental Denim** sebagai *pattern*. Titik pada bagian tersebut disusun secara teratur seperti membentuk garis namun terdapat jarak antara titik yang satu dengan titik yang lainnya. Titik-titik ini disusun diagonal rapi sampai membentuk kotak-kotak pada bagian sepatu yang berwarna biru. Selain itu pada bagian motif yang lain, titik disusun secara horizontal dan vertical. Perbedaan penyusunan titik ini memberikan kesan yang berbeda-beda pada motif sepatu **Vans Era x Fundamental Denim** ini. Kesan tersebut dapat menambah keindahan yang ada pada sepatu **Vans Era x Fundamental Denim**.

Peneliti juga melihat unsur garis pada foto diatas yang tampak pada pola-pola kain sepatu dengan membentuk garis *vertical* dan diagonal yang memberi kesan tegas dan dinamis pada sepatu tersebut. Selain itu, elemen garis *vertical* yang berada pada *background* foto yang menuju ke titik lenyap namun terpotong oleh *frame* memberi kesan kedalaman sehingga menimbulkan *DOF* pada foto. Unsur lainnya yang membentuk sebuah ruang dalam foto yaitu adanya *blur* pada bagian *background* dan unsur bidang yang terbentuk oleh susunan atau gabungan garis-garis vertikal pada *background* foto.

Sedangkan bidang pada sepatu terbentuk dari garis-garis yang beraturan dan membentuk bidang kotak serta membentuk lengkungan pada sepatu **Vans Era x Fundamental Denim**. Penempatan subjek foto menggunakan aturan komposisi *diagonal* yaitu menempatkan subjek pada kemiringan diagonal bagian bidang foto. Komposisi diagonal tersebut guna menempatkan *point of interest* pada foto. *Point of interest* dalam foto diatas yaitu sepatu **Vans Era x Fundamental Denim**. Peneliti melihat *Point of interest* dalam foto diatas diletakkan di tengah frame.



Gambar 15: foto dengan komposisi diagonal

Sumber: Instagram (@folkstore)

3. Teknik Pengambilan foto

Teknik pemotretan foto sepatu **Vans Era x Fundamental Denim** menggunakan teknik *Selective focus* yaitu memfokuskan gambar objek dan membuyarkan atau memblurkan sekeliling objek. Dengan lokasi pemotretan *indoor*, peneliti melihat teknik

pencahayaannya yang dipakai dalam foto adalah teknik *lighting* menggunakan *softbox*, hal itu terlihat karena hasil bayangan yang samar pada foto dan lebih lembut. *Softbox* ditempatkan diatas objek agar cahaya yang jatuh pada objek menjadi rata sehingga meninggalkan sedikit *shadow* supaya objek menjadi tidak *flat* dan menampakkan detail objek.

Tabel 4: **Keterangan teknis foto sepatu Vans Era x Fundamental Denim**

Keterangan Teknis	
Diaphragma	2.8
<i>ISO</i>	100
<i>Shutter Speed</i>	1/125
<i>Camera</i>	Canon eos 50D
<i>Focal length</i>	50mm
<i>Angle</i>	<i>High angle</i>

latar background yang blur
memberikan kesan ruang
pada foto



Gambar 16: unsur ruang pada foto

Sumber: *Folk Store*

4. Analisis Konsep

Foto produk diatas adalah foto dengan konsep single yang difokuskan pada produk itu sendiri yaitu sepatu **Vans Era x Fundamental denim**. Sepatu Vans yang berkolaborasi dengan *fundamental* sebuah perusahaan denim yang berasal dari Tokyo Jepang. Material sepatu **Vans Era x Fundamental Denim** yang digunakan berasal dari potongan-potongan kain dengan berbagai macam pola pakaian khas Jepang. Pemotretan dengan format horizontal menimbulkan kesan lebih luas pada objek yang diambil. Dengan format horizontal, membuat ruang foto menjadi lebih luas sehingga subjek foto yaitu sepatu **Vans Era x Fundamental Denim** terlihat keseluruhan detailnya.

Penempatan sepatu dibuat tidak sejajar, sisi sepatu kanan dibuat lebih kebelakang daripada sisi sepatu kiri untuk memperlihatkan motif samping sepatu bagian dalam yang berbeda dengan motif samping sepatu bagian luar. Peneliti melihat warna perpaduan antara biru dan putih serta warna hitam pada tanda “+” dengan sempurna. Pola jahitan dari sepatu **Vans Era x Fundamental Denim** diatas juga bisa terlihat dengan baik dengan pola garis-garis dan diagonal memperlihatkan kesan dinamis pada sepatu **Vans Era x Fundamental Denim** tersebut.

Konsep pada foto sepatu **Vans Era x Fundamental Denim** adalah foto *simple* yang memfokuskan pada sepatu, maka pemilihan *background* menggunakan warna *soft* agar memberikan kontras warna pada foto. Kontras warna sepatu **Vans Era x Fundamental Denim** dan background membuat sepatu **Vans Era x Fundamental Denim** lebih fokus dan menonjol. Penataan kedua sepatu yang harmonis sesuai dengan bentuk garis diagonal sepatu dan memperlihatkan kedua sisi samping kiri dan kanan sepatu dimaksudkan agar ciri khas dari sepatu **Vans Era x Fundamental Denim** ini terlihat karena kedua sisi tersebut berbeda pola dan warnanya. Sisi samping dalam sepatu menggunakan warna putih dengan pola tanda “+” dengan warna hitam sedangkan sisi samping luar sepatu menggunakan warna biru dengan pola garis-garis vertical dengan warna putih. Selain itu di sisi samping luar terdapat tag “vans” yang merupakan identitas sepatu vans tersebut. . Dengan demikian karakter-karakter sepatu **Vans Era x Fundamental Denim** dapat dilihat oleh konsumen yang ingin membeli sepatu **Vans Era x Fundamental Denim**.

5. Presentasi

Foto produk sepatu **Vans Era x Fundamental Denim** dipotret dengan teknik *Deep of Field* sempit dan pemotretan dilakukan secara *indoor* menggunakan pencahayaan lampu ruangan dan ditambah *lighting soft box*. Lampu dan *lighting soft box* memberikan hasil foto yang terang sehingga membuat warna foto juga terlihat lebih terang dari aslinya. Peneliti melihat penggunaan pencahayaan yang terang dalam foto sepatu **Vans Era x Fundamental Denim** diatas diketahui karena bayangan foto yang hanya terlihat samar. Dengan pencahayaan yang terang maka menyebabkan warna produk yang dihasilkan pada foto menjadi lebih terang. Dengan demikian peneliti melihat warna foto sepatu **Vans Era x Fundamental Denim** di presentasikan dengan sentuhan *editing brightness* dan *contrast* agar warna foto produk tetap terlihat seperti warna produk aslinya.

Setelah tahapan edit foto, foto di *upload* ke dalam internet melalui akun media *social Instagram @folkstore* yang menjadi media presentasi untuk memperlihatkan foto produk kepada konsumen. Langkah pertama adalah memilih foto yang jenisnya sama dan dikategorikan berdasarkan jenis dan *tone* warna. Hal tersebut bertujuan selain membuat tampilah rapi juga agar memudahkan calon pembeli untuk melihat akun *instagram* sebagai katalog *online* penjual. Langkah selanjutnya memberikan *caption* foto atau informasi mengenai detail produk yang difoto di setiap postingan, hal ini sangat penting karena memberikan info tentang produk yang difoto akan memberikan pemahaman yang lebih kepada para pembeli.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan mengenai estetika fotografi *still life* pada produk *online shop Folk Store*, serta merujuk pada fokus masalah yang diangkat pada penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Foto produk *online shop Folk Store* terdapat unsur seperti garis, bidang, ruang, dan warna.
2. Konsep foto produk *online shop Folk Store* menggunakan konsep *single* dimana konsep tersebut menggunakan satu obyek foto dalam pengambilan gambar.
3. Teknik pemotretan produk *online shop Folk Store* menggunakan teknik DoF (*Depth of Field*) sempit bertujuan untuk menciptakan kesan ruang dalam foto dengan cara menjadikan latar belakang foto *blur* dan DoF (*Depth of Field*) luas yang bertujuan untuk mengambil fokus latar belakang dari sebuah foto.
4. Latar belakang yang digunakan dalam pengambilan foto produk oleh *online shop Folk Store* menggunakan latar belakang yang sama pada setiap foto, sehingga foto yang didapatkan terfokus pada produk dari *Folk Store* namun dengan adanya latar belakang yang sama memberikan kesan monoton dalam foto produk *Folk Store*.
5. Pemotretan dengan teknik *lighting* menggunakan *soft box* memberikan detail foto produk terlihat keseluruhan, seperti detail dari ciri-ciri produk yang difoto menjadi terlihat.

6. Penempatan produk yang difoto mempengaruhi bagaimana bentuk dan ciri khas produk tersebut dapat dilihat oleh konsumen ketika melihat foto produk *online shop Folk Store*.
7. Bobot dan pesan pada foto tersampaikan dengan baik

B. Saran

1. Penelitian dengan topik estetika fotografi *still life* pada produk *online shop Folk Store* diharapkan mampu menjadi pedoman fotografer atau mahasiswa yang mempelajari tentang fotografi, bagaimana menyusun estetika fotografi yang baik berdasarkan unsur – unsur estetika fotografi agar pesan yang ditangkap oleh foto dapat tersampaikan.
2. Kepada *Folk Store* agar dapat menghasilkan karya fotografi yang memiliki nilai estetika yang lebih tinggi lagi.
3. Dalam memotret foto produk tidak sekedar memotret sebuah produk, namun dapat merekam suasana dan pesan produk agar tersampaikan ke konsumen.
4. Membuat karya foto produk dengan teknik lain agar karya foto tidak monoton dan membuat produk yang difoto lebih menarik, seperti dengan teknik pencahayaan *front light* atau menggunakan lokasi *outdoor*

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Darmaprawira, Sulasmi. 2002. *Warna: Teori dan Kreativitas Penggunaannya*. Edisi Kedua. Bandung: Penerbit ITB.
- Dharsono (Sony Kartika) & Sunarmi. 2007. *Estetika Seni Rupa Nusantara*. Solo: ISI Press Surakarta.
- Djelantik, A. A. M. 2004. *Estetika Sebuah Pengantar*. Bandung: Masyarakat Seni Pertunjukan Indonesia bekerjasama dengan Arti.
- Feininger, Andreas, Terjemahan, Soelarko, 1998, *The Complete Photographer (Unsur Utama Fotografi)*. Semarang: Dahara Prize.
- Gie, The Liang. 1996. *Filsafat Keindahan*. Yogyakarta: Pusat Belajar Ilmu Berguna (PUBIB).
- Hamidi. 2004. *Penelitian Kualitatif*. Malang: UMM Press.
- Husna Widyani dan Jane Marsha. (2014). *Kamera DSLR Itu Gampang Kok!*. Yogyakarta: Shira Media
- Langford, M. 1982. *The Complete Encyclopaedia of Photography: The Most Comprehensive Reference Work on Styles, Techniques, Equipment, Processes and practical applications of the Photographer's Art*. London: Dorling Kindersley Limited.
- Martono. 2009. "Mengenal Estetika Rupa dalam Pandangan Islam oleh Dosen Universitas Negeri Yogyakarta". *Imaji: Jurnal Seni dan Pendidikan Seni*, Vol. 7, No. 1, Februari 2009: 1-104
- Moleong, L. J. 1993. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muhadjir, Noeng. 2000. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Rake Sarasin.
- Peres, Michael (ed). 2007. *Focal Encyclopedia of Photography*, Oxford UK : Elsevier Inc. 2007
- Purnomo, Heri. 2004. *Nirmana Dwimatra*. Yogyakarta: Fakultas Bahasa dan Seni UNY.

- Ratna, Nyoman Kutha. 2007. *Estetika Sastra dan Budaya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Saiful Kabir. 2011. *A-Z Tutorial Lengkap Fotografi untuk Pemula*. Yogyakarta: DIVA Press.
- Soedjono Soeprapto. 2006. *Pot-Pourri fotografi*, Jakarta: Universitas Trisakti
- Soehardjo, A.J. 2005. *Pendidikan Seni: dari Konsep sampai Program*. Malang: Penerbit Balai Kajian Seni dan Desain, Jurusan Pendidikan Seni dan Desain, UNM.
- Soeprapto Soedjono, Teori D-B-A-E (Discipline-Based Art Education) dalam Pendidikan Seni Fotografi, “*Jurnal Seni*”, Vol. IX/ 02-03/ 2003, BP. ISI, Yogyakarta
- Soelarko, RM. 1990. *Komposisi Fotografi*. Bandung: Balai Pustaka.
- Tjiang, Herry. (2015). *7 Hari Belajar Fotografi*. Jakarta : KPG
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, Mikke. 2012. *Diksi Rupa Kumpulan Istilah dan Gerakan Seni Rupa*. Yogyakarta: Dicti Art Lab dan Djagad Art House.
- Young, Nicole S. 2012. *From Snapshots To Great Shots*. Berkeley: Peachpit Press.

Sumber Internet

<https://www.emarketer.com/> , diakses pada tanggal 29 November 2016 pukul 10.37

Materi desain grafis, 2016, Pengertian Estetika Teori Subyektif dan Obyektif, <http://materidesaingrafis.co.id/2016/03/pengertian-estetika-teori-subyektif-dan.html>, diakses tanggal 25 Desember 2016 pukul 13.10

Aran Handoko. *KONSEP ESTETIK DALAM STILL LIFE FOTOGRAFI*. Diakses dari staffnew.uny.ac.id/upload/132319839/pendidikan/KONSEP%20BESTETIK%20Bdlm%20BSTILL%20BLIFE%20FOTOGRAFI.pdf+&cd=9&hl=id&ct=clnk&gl=id, diakses pada tanggal 25 Desember 2016 pukul 15.40

http://corp.asics.com/en/about_asics/history, diakses pada tanggal 7 Februari 2017 pukul 08.30

<http://www.complex.com/sneakers/2015/08/asics-gel-lyte-iii-galaxy-pack>, diakses
pada tanggal 7 Februari 2017 pukul 10.15

LAMPIRAN

PEDOMAN WAWANCARA

ESTETIKA FOTOGRAFI STILL LIFE PADA PRODUK

ONLINE SHOP FOLK STORE DENGAN PAKAR AHLI

1. Bagaimana pendapat Anda mengenai estetika dalam fotografi ?
2. Bagaimana pendapat Anda mengenai pengertian fotografi *still life* ?

3. Bagaimana pendapat Anda mengenai fotografi *still life* pada produk online shop ?
4. Unsur-unsur estetika apa sajakah yang wajib ada dalam fotografi *still life* pada produk online shop ?
5. Menurut pendapat Anda, bagaimanakah ciri-ciri fotografi *still life* pada produk online shop yang baik?
6. Menurut pendapat Anda, Bagaimana estetika fotografi *still life* produk *online shop* Folk Store ?
7. Setelah Anda mengamati foto-foto tersebut, apa yang menjadi karakteristik dari fotografi *still life* pada produk Folk store?
8. Apakah unsur-unsur estetika mempengaruhi foto agar terlihat baik atau dapat menyampaikan pesan foto tersebut ketika anda melihat foto produk Folk Store?
9. Kritik dan saran apa yang bisa Anda berikan kepada Folk store?

PEDOMAN WAWANCARA
DENGAN PEMILIK *ONLINE SHOP FOLK STORE*

1. Bagaimana latar belakang dan sejarah singkat berdirinya Folk Store?
2. Mengapa Folk Store hanya memilih instagram sebagai media bisnisnya?
3. Foto produk merupakan hal utama dalam berbisnis melalui sosial media, bagaimanakah Folk Store menciptakan foto produk yang dapat menarik pelanggan?
4. Dalam memutuskan konsep untuk foto produk, apa saja hal –hal yang menjadi dasar pengambilan keputusan?
5. Apakah estetika fotografi terhadap suatu foto produk merupakan hal yang penting dalam berbisnis online?
6. Ide foto produk yang seperti apa yang ingin disampaikan melalui foto – foto produknya? Bagaimanakah proses pembentukan ide tersebut?
7. Untuk melaksanakan ide foto tersebut, teknik fotografi yang seperti apa yang digunakan oleh Folk Store?
8. Apakah pesan yang ingin disampaikan oleh Folk Store dalam setiap foto produknya?

INTERVIEW GUIDE

DENGAN FOTOGRAFER *FOLK STORE*

1. Teknik foto apakah yang digunakan dalam pengambilan foto produk pada folk store?
2. Terdapat 3 foto produk Folk Store yang akan saya analisis, dari masing – masing foto berapakah ISO, Speed dan Focal Length yang digunakan? Serta kamera dan lensa apa yang digunakan?
3. Bagaimanakah teknik pencahayaan dalam pengambilan foto produk Folk store?
4. Kapan waktu yang diambil untuk pemotretan ?
5. Dimana tempat diambil untuk pemotretan?
6. Bagaimana cara mengatur komposisi foto?
7. Apakah ada referensi lain untuk pengambilan foto tersebut?
8. Darimana saja sudut pengambilan foto/angle yang digunakan dalam pemotretan foto produk?

TRANSKRIP WAWANCARA
ESTETIKA FOTOGRAFI STILL LIFE PADA PRODUK
ONLINE SHOP FOLK STORE

Narasumber : Susanto Umboro, M.Sn

Pekerjaan : Dosen TPLB (Tenaga Pengajar Luar Biasa) ISI Yogyakarta

Tempat : Sebapang RT 40 Pendowoharjo Sewon Bantul

Waktu : Kamis, 7 September 2017 pukul 16.30

1. Bagaimana pendapat Anda mengenai estetika dalam fotografi ?

Jawab:

Estetika dalam fotografi sangat penting, karena sebuah karya fotografi harus memperlihatkan keindahan sehingga foto dapat dinikmati oleh kalangan pecinta fotografi sendiri atau khalayak umum.

2. Bagaimana pendapat Anda mengenai pengertian fotografi *still life* ?

Jawab:

Still life sama dengan memotret benda yang tidak bergerak atau diam, jadi still life memotret benda diam atau obyek diam dan bisa diatur sedemikian rupa agar estetika dalam foto tersebut menarik.

3. Bagaimana pendapat Anda mengenai fotografi *still life* pada produk online shop ?

Jawab:

Dalam bisnis online shop, barang yang dijual harus terlihat menarik, jadi foto yang dibuat harus ditata bisa dengan memotret menggunakan teknik still life.

4. Unsur-unsur estetika apa sajakah yang wajib ada dalam fotografi *still life* pada produk online shop ?

Jawab:

Komposisi, gambar, background, dan teknik memotret.

5. Menurut pendapat Anda, bagaimanakah ciri-ciri fotografi *still life* pada produk online shop yang baik?

Jawab:

Komposisi foto yang menarik, warna sesuai, penataan produk dalam memotret, dan unsur tambahan yang berkaitan dengan produk yang dibuat.

6. Menurut pendapat Anda, Bagaimana estetika fotografi *still life* produk *online shop Folk Store* ?

Jawab:

Masih banyak unsur yang harus ditambahkan dalam pemotretan dari segi komposisi gambar, teknik pencahayaan, pemilihan background dan teknik memotret.

7. Setelah Anda mengamati foto-foto tersebut, apa yang menjadi karakteristik dari fotografi *still life* pada produk Folk store?

Jawab:

Karakteristik foto produk jelas dan sederhana.

8. Apakah unsur-unsur estetika mempengaruhi foto agar terlihat baik atau dapat menyampaikan pesan foto tersebut ketika anda melihat foto produk Folk Store?

Jawab:

Unsur estetika dalam foto sangat mempengaruhi hasil gambar, jadi sangat penting estetika diperlukan dalam sebuah foto produk.

9. Kritik dan saran apa yang bisa Anda berikan kepada Folk store?

Jawab:

Saran dalam pengambilan gambar fotografi produk, harap memperhatikan unsur estetika yang meliputi komposisi, pemilihan background, juga teknik memotret karena fotografi produk termasuk dalam fotografi komersial.

TRANSKRIP WAWANCARA
ESTETIKA FOTOGRAFI STILL LIFE PADA PRODUK
ONLINE SHOP FOLK STORE

Narasumber : Aran Handoko, S.Sn,M.Sn

Pekerjaan : Dosen Fotografi UNY

Tempat : Kampus FBS UNY

Waktu : Kamis, 7 September 2017 pukul 13.00

1. Bagaimana pendapat Anda mengenai estetika dalam fotografi ?

Jawab:

Estetika dalam fotografi sangat penting, karena estetika dalam fotografi digunakan untuk sebuah foto tampil menjadi lebih baik, tidak hanya sebatas foto tapi sudah ada nilai-nilai artistik dalam sebuah karya fotografi.

2. Bagaimana pendapat Anda mengenai pengertian fotografi *still life* ?

Jawab:

Still life sama dengan memotret benda yang tidak bergerak atau diam, dan cenderung lebih mengolah benda tersebut sehingga tampak hidup dengan didukung oleh teknik-teknik dasar foto seperti *lighting*

3. Bagaimana pendapat Anda mengenai fotografi *still life* pada produk online shop ?

Jawab:

Dalam bisnis online shop, ada yang pemotretan hanya sebatas dokumentasi biasa yaitu memotret benda dengan apa adanya yang terpenting benda tersebut laku, tetapi ada pula yang lebih cenderung menekankan pada estetika fotografi. Hal ini sudah terjadi pada belakangan ini yaitu banyaknya produk *online shop* difoto dengan

memasukkan unsur-unsur estetika untuk menarik perhatian konsumen dan memberikan tatanan visual yang bagus.

4. Unsur-unsur estetika apa sajakah yang wajib ada dalam fotografi *still life* pada produk online shop ?

Jawab:

Yang pertama adalah warna, karena bisa menjadikan produk tersebut diminati konsumen. Warna tidak hanya pada objek foto namun bisa pada pengolahan *background, lighting*. Yang kedua adalah komposisi, penerapan komposisi dalam fotografi bisa menambah nilai-nilai estetika. Yang ketiga adalah tata cahaya.

5. Menurut pendapat Anda, bagaimanakah ciri-ciri fotografi *still life* pada produk online shop yang baik?

Jawab:

Selama menggunakan teknik yang benar maka bisa dibilang foto tersebut sudah baik, namun ada beberapa point yang bisa dipertimbangkan yang pertama yaitu mengenai layout produknya, bagaimana cara penataannya dan bagaimana penataan warnanya sehingga menghasilkan estetika yang baik.

6. Menurut pendapat Anda, Bagaimana estetika fotografi *still life* produk *online shop Folk Store* ?

Jawab:

Menggunakan komposisi diagonal yang artinya memberikan kesan dinamis yang disesuaikan dengan sasaran produknya untuk anak muda.

7. Setelah Anda mengamati foto-foto tersebut, apa yang menjadi karakteristik dari fotografi *still life* pada produk *Folk store*?

Jawab:

Karakteristik foto produk jelas dan sederhana dan menggunakan warna-warna yang cerah, netral dan soft yang cenderung mengarah ke *style* anak muda. Lebih ditonjolkan pada produknya.

8. Apakah unsur-unsur estetika mempengaruhi foto agar terlihat baik atau dapat menyampaikan pesan foto tersebut ketika anda melihat foto produk Folk Store?

Jawab:

Layout produk yang bisa menyampaikan pesan, warna yang cenderung soft menyampaikan pesan bahwa produk untuk pemakaian yang santai, elemen garis yang tegas dan kuat.

9. Kritik dan saran apa yang bisa Anda berikan kepada Folk store?

Jawab:

Saran dalam pengambilan gambar fotografi produk, harap memperhatikan unsur estetika yang meliputi komposisi, pemilihan background jangan terlalu monoton.

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Reeki Ageng Akasiyanto
Umur : 30
Pekerjaan : Owner Folk Store / wirausaha
Jabatan : Owner Folk Store
Alamat : Jl. Gejayan Yogyakarta

Menerangkan bahwa :

Nama : Muhammad Reza Agasi
Nim : 11206244010
Jurusan/Prodi : Pend. Seni Rupa
Fakultas : Bahasa dan Seni

Benar-benar telah melakukan kegiatan wawancara validasi data hasil penelitian Tugas akhir skripsi mengenai Estetika Fotografi *Still Life* Pada Produk *Online Shop Folk Store*.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan seperlunya

Yogyakarta, 12 Juni 2017



Reeki Ageng Akasiyanto

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Aran Handoko, M. Sn
Umur : 39
Pekerjaan : Dosen
Jabatan : Dosen
Alamat : Taman siswa umbulharjo Yogyakarta

Menerangkan bahwa :

Nama : Muhammad Reza Agasi
Nim : 11206244010
Jurusan/Prodi : Pend. Seni Rupa
Fakultas : Bahasa dan Seni

Benar-benar telah melakukan kegiatan wawancara validasi data hasil penelitian Tugas akhir skripsi mengenai Estetika Fotografi *Still Life* Pada Produk *Online Shop Folk Store*.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan seperlunya

Yogyakarta, 7-9-2017



SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Susanto Umboro, M.Sn
Umur : 36 th
Pekerjaan : SWASTA / Dosen TPLB (Tenaga Pengajar Luar Biasa) ISI YK.
Jabatan : -
Alamat : Sebalangs, RT.40 Pendowoharjo Sewon Bantul

Menerangkan bahwa :

Nama : Muhammad Reza Agasi
Nim : 11206244010
Jurusan/Prodi : Pend. Seni Rupa
Fakultas : Bahasa dan Seni

Benar-benar telah melakukan kegiatan wawancara validasi data hasil penelitian Tugas akhir skripsi mengenai Estetika Fotografi *Still Life* Pada Produk *Online Shop Folk Store*.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan seperlunya

Yogyakarta,



Susanto Umboro, M.Sn

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : *Erri Rama*
Umur : *30*
Pekerjaan : *Fotografer*
Jabatan : *Fotografer Folk Store*
Alamat : *Jalan. Katamso Prawirodirjan Yogyakarta*

Menerangkan bahwa :

Nama : *Muhammad Reza Agasi*
Nim : *11206244010*
Jurusan/Prodi : *Pend. Seni Rupa*
Fakultas : *Bahasa dan Seni*

Benar-benar telah melakukan kegiatan wawancara validasi data hasil penelitian Tugas akhir skripsi mengenai Estetika Fotografi *Still Life* Pada Produk *Online Shop Folk Store*.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan seperlunya

Yogyakarta, 12 Juni 2017



Erri Rama



