

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Kerajinan keramik merupakan salah satu bentuk warisan budaya yang memiliki nilai estetika sekaligus fungsional tinggi. Di Indonesia, sebagian besar industri keramik masih dikerjakan secara tradisional oleh masyarakat pedesaan. Seiring perkembangan zaman, banyak pengrajin keramik yang mulai memanfaatkan teknologi modern untuk meningkatkan kualitas visual produk yang dihasilkan, Terranovella menjadi salah satu pengrajin yang berupaya memperkuat daya tarik produknya dengan memanfaatkan media fotografi sebagai sarana media promosi.

Fotografi merupakan salah satu cabang dibidang multimedia komunikasi visual yang saat ini sedang berkembang pesat di Indonesia maupun di mancanegara, dengan fotografi seseorang bisa menyampaikan sebuah pesan yang ditampilkan dalam bentuk gambar, dan pada dasarnya foto adalah ungkapan bahasa dalam sebuah gambar terhadap suatu objek untuk diperlihatkan, sehingga penikmat foto dapat mengerti isi pesan yang ingin disampaikan karena hakekatnya fotografi merupakan sarana komunikasi non-verbal (Kusuma et al., 2023). Fotografi memiliki peran penting dalam komunikasi visual dan pemasaran produk, foto produk yang menarik tidak hanya berfungsi sebagai representasi visual, tetapi juga sebagai media promosi yang mampu memengaruhi persepsi dan minat beli konsumen (Reza Nurfadhli, 2025).

Persaingan pengrajin keramik di media sosial di Indonesia semakin tinggi dan

masing-masing memiliki karakter visual yang berbeda beda. Namun dibalik itu banyak pengrajin yang masih menghadapi kendala dalam menampilkan visual produk yang menarik, salah satunya Terranovella. Kerajinan keramik Terranovella ini dibangun pada tahun 2022 di Cirebon, dimana pemiliknya ini sudah memiliki media untuk memperkenalkan produk Terranovella, namun dalam kurun waktu produk Terranovella perlu adanya pengembangan dan promosi dari produk tersebut karena visual produk yang ada belum mampu menyampaikan konsep dan informasi yang jelas kepada audiens. Pencahayaan dan baground dari visual produk tidak mendukung membuat objek keramik tidak terlihat menonjol dan kehilangan nilai estetis. Oleh karena itu, diperlukan media visual yang optimal melalui penerapan teknik fotografi.

Salah satu teknik yang efektif untuk menampilkan keindahan dan karakter objek adalah fotografi *still life*, yang menonjolkan komposisi, tekstur, serta pencahayaan untuk menciptakan nilai estetis tinggi pada objek benda mati (Dharma Chintya et al., 2022). Dalam penerapan fotografi *still life*, diperlukan penggunaan pencahayaan guna menonjolkan bentuk, tekstur, dan nilai estetika objek secara maksimal. Pencahayaan berperan besar dalam membentuk mood, dimensi, dan karakter objek dalam fotografi studio, termasuk pada objek produk. Penataan cahaya yang tepat dapat memperjelas tekstur sekaligus memperkuat identitas visual suatu benda (Kusuma, 2022).

Pencahayaan menjadi elemen krusial yang memengaruhi kualitas visual terdapat dua jenis sumber cahaya yang umum digunakan adalah lampu flash dan continuous light, yang masing-masing memiliki karakteristik berbeda. Lampu flash memiliki keunggulan berupa cahaya yang kuat sehingga menghasilkan foto tajam, detail, dan minim noise, serta kontrol pencahayaan yang presisi. Namun,

keterbatasannya terletak pada sifat cahayanya yang muncul sesaat, Hal ini membuat proses eksplorasi visual menjadi lebih sulit dan membutuhkan pengalaman serta percobaan berulang untuk mendapatkan hasil yang diinginkan. Sebaliknya continuous light memberikan cahaya yang stabil dan bisa langsung dilihat hasilnya, sehingga fotografer lebih mudah mengatur arah cahaya, bayangan, serta menonjolkan tekstur. Meskipun cahayanya tidak sekuat flash, hal ini bisa diatasi dengan pengaturan kamera yang tepat. Oleh karena itu, continuous light dipilih mampu menampilkan arah cahaya secara langsung sehingga memudahkan proses pengaturan bayangan, tekstur, dan bentuk keramik selama pemotretan. Karakteristik keramik yang memiliki detail tekstur dan bentuk organik membutuhkan kontrol pencahayaan yang presisi agar karakter visual produk dapat terlihat secara optimal. Selain itu, continuous light lebih efisien dalam proses eksplorasi komposisi dibandingkan flash karena hasil pencahayaan dapat diamati secara langsung sebelum pengambilan gambar dilakukan.

Untuk itu, penelitian ini memanfaatkan fotografi *still life* sebagai penerapan di media utama. Penggunaan fotografi *still life* ini tidak hanya menampilkan bentuk dan fungsi produk, tetapi juga menyampaikan nilai, tekstur, serta karakter khas dari produk keramik Terranovella. Fotografi *still life* memudahkan produk dipromosikan melalui katalog digital dan katalog analog, sehingga audiens dapat memperoleh gambaran yang jelas mengenai produk. Visual yang dihasilkan berpotensi meningkatkan daya tarik visual dan memperkuat komunikasi produk pada audiens, karena menampilkan produk dengan komposisi, pencahayaan, dan estetika yang dirancang secara khusus. Oleh karena

itu, fotografi *still life* efektif digunakan sebagai media promosi karena mampu menyampaikan pesan produk secara visual sekaligus menarik perhatian konsumen. Berdasarkan latar belakang diatas penulis memiliki ketertarikan untuk visualisasi produk keramik Terranovella melalui fotografi *still life* dengan judul **“Visualisasi Produk Keramik Terranovella Melalui Fotorafi *Still Life* Sebagai Media Promosi”**

I.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti mengidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut :

1. Belum tersedianya media katalog sebagai media promosi yang mampu menyampaikan informasi produk keramik Terranovella secara lengkap, menarik, dan informatif.
2. Belum diterapkannya fotografi still life pada media katalog untuk menampilkan karakter visual, tekstur, bentuk, dan nilai estetika produk keramik Terranovella secara optimal.

I.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah yang diidentifikasi peneliti merumuskan masalah, diantaranya :

1. Bagaimana merancang katalog sebagai media promosi yang mampu menyampaikan informasi produk keramik Terranovella secara lengkap, menarik, dan informatif??
2. Bagaimana penerapan teknik pencahayaan dan komposisi fotografi sill life untuk menampilkan karakter produk keramik?

I.4 Batasan Lingkup Perancangan

Dari hasil identifikasi masalah dan rumusan masalah di atas, diperlukan Batasan lingkup perancangan agar memiliki focus yang jelas dan terarah, diantaranya yaitu:

a) Batasan Media

Media utama dalam penelitian ini adalah katalog cetak dan digital yang digunakan sebagai sarana penyajian informasi dan promosi produk keramik Terranovella. Katalog dipilih karena mampu menyajikan informasi produk secara lebih lengkap, terstruktur, dan mudah diakses oleh audiens. Katalog memuat hasil fotografi still life produk keramik Terranovella yang dilengkapi dengan informasi produk, seperti nama produk, deskripsi, spesifikasi, dan kontak pemesanan. Media pendukung dari perancangan ini diantaranya ada foto cetak, poster, katalog cetak, x-banner, dan postcard. Kelima media pendukung tersebut relevan karena menggunakan visual utama yang sama, sehingga menciptakan konsistensi visual dan meningkatkan daya tarik serta daya ingat konsumen terhadap produk.

b) Teknik

Dalam perancangan foto produk ini menggunakan teknik *still life* dengan teknik cahaya *continuous light*. Dalam fotografi still life, fotografer memiliki kendali penuh terhadap penataan objek, komposisi, pencahayaan, warna, latar, sudut pengambilan gambar, dan suasana visual, sehingga hasil foto dapat tampil lebih artistik, komunikatif, dan terkonsep. Menggunakan teknik ini dibutuhkan properti diantaranya komposisi yang terkandung pada produk

kerajinan Terranovella.

c) Target Audiens

Target audiens dalam perancangan ini diklasifikasikan berdasarkan beberapa aspek segmentasi, yaitu sebagai berikut:

1. Demografis

Fokus target audiens adalah masyarakat yang aktif di sosial media berusia 20 tahun hingga 35 tahun.

2. Geografis

Audiens utama yang berdomisili di wilayah Cirebon Timur, Jawa Barat. Serta audiens dari luar wilayah Cirebon yang memiliki akses internet dan media sosial yang cukup baik, sehingga memudahkan audiens dalam mengakses media digital.

3. Psikografis

Target audiens memiliki ketertarikan terhadap gaya hidup estetik dan kreatif, seperti fotografi, kerajinan handmade, dekorasi rumah dan coffe culture.

4. Perilaku

Audiens aktif dalam menggunakan media sosial sebagai sarana eksplorasi referensi visual, mengikuti tren desain, serta mencari inspirasi terkait produk dan gaya hidup.

1.5 Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan ini Adalah sebagai berikut :

1. Untuk merancang visual produk keramik Terranovella melalui teknik fotografi still life yang mampu menampilkan karakter yang meliputi tekstur alami keramik, warna earth tone, bentuk dan tekstur produk secara optimal.
2. Untuk menghasilkan katalog produk keramik Terranovella yang didukung oleh fotografi still life sebagai media promosi untuk meningkatkan kualitas visual produk, memperkuat identitas merek, serta memudahkan penyampaian informasi produk kepada audiens.

1.6 Manfaat Perancangan

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dalam bidang Desain Komunikasi Visual, khususnya tentang penggunaan teknik fotografi *still life* untuk membuat tampilan produk lebih menarik. Penelitian ini juga dapat menjadi bahan referensi bagi mahasiswa atau peneliti lain yang ingin memvisualisasikan produk di media digital.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Audiens

Penelitian ini memberikan informasi dan referensi visual mengenai produk kerajinan keramik Terranovella sehingga audiens dapat lebih mudah mengenali, memahami, dan menilai nilai estetika serta karakter produk hanya melalui tampilan visual di katalog digital.

b. Bagi Pengrajin

Penelitian ini dapat membantu pengrajin dalam menghasilkan foto produk yang lebih menarik dan profesional untuk promosi, sehingga berpotensi meningkatkan minat konsumen, memperkuat identitas produk, serta memperluas jangkauan pemasaran melalui media digital.

c. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengalaman dan menjadi referensi bagi penulis dalam mengaplikasikan teknik fotografi *still life* pada visualisasi produk. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memperluas wawasan penulis mengenai penerapan strategi promosi digital di media sosial yang efektif, komunikatif, serta mampu meningkatkan kualitas dan daya tarik visual produk.

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

- 1.1 Latar Belakang
- 1.2 Identifikasi Masalah
- 1.3 Rumusan Masalah
- 1.4 Tujuan Perancangan
- 1.5 Batasan Lingkup Perancangan
- 1.6 Manfaat Perancangan
- 1.7 Sistematika Penulisan**

BAB II LANDASAN TEORETIS

- 2.1 Kajian Teori dan Studi Literatur
- 2.2 Tinjauan Perancangan Terdahulu
- 2.3 Kerangka Teoretis

BAB III METODOLOGI PERANCANGAN

- 3.1 Metode Perancangan
- 3.2 Objek Perancangan dan Analisis Data
- 3.3 Konsep Kreatif
- 3.4 Konsep Visual
- 3.5 Konsep Media
- 3.6 Program Kreatif

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

- 4.1 Pengolahan Ide
- 4.2 Eksekusi Visual

4.3 Penerapan pada Media

BAB VPENUTUP

5.1 Simpulan

5.2 Saran

.