

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Perancangan fotografi *still life* pada produk keramik Terranovella berhasil mengembangkan visual produk menjadi lebih menarik, estetik, dan komunikatif sebagai media promosi di Instagram melalui penerapan konsep earthy dan minimalis modern. Penggunaan teknik pencahayaan yang lembut, komposisi seimbang, serta properti pendukung seperti kayu, batu, kain, ranting, dan elemen natural lainnya mampu menonjolkan tekstur, bentuk, serta karakter khas produk keramik Terranovella. Hasil perancangan menunjukkan bahwa visual dengan tone warna natural dan penataan objek yang sederhana tetapi terkonsep dapat menciptakan kesan hangat, artistik, dan profesional sehingga meningkatkan daya tarik visual serta memperkuat identitas brand di media sosial. Dengan demikian, fotografi *still life* terbukti efektif dalam membantu proses promosi digital produk keramik Terranovella sekaligus mendukung penyampaian nilai estetika dan karakter produk kepada audiens.

5.2 Saran

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan konsep fotografi *still life* dengan eksplorasi pencahayaan, sudut pengambilan gambar, serta penggunaan properti yang lebih variatif agar visual produk keramik memiliki karakter yang lebih beragam dan inovatif. Dalam proses perancangan, pengaturan pencahayaan dan komposisi masih perlu dimaksimalkan terutama pada pengendalian bayangan, detail tekstur, dan keseimbangan visual agar hasil foto terlihat lebih konsisten dan profesional. Selain itu, pengembangan media promosi tidak hanya terbatas pada Instagram, tetapi juga dapat diterapkan pada media lain seperti katalog untuk memperluas jangkauan audiens. Penelitian ini juga dapat dikembangkan menggunakan pendekatan visual dan konsep tematik yang berbeda agar mampu menghasilkan variasi storytelling visual yang lebih kuat serta memperkuat identitas produk keramik Terranovella .