

013/DKV-S1/FKOM-UNIKU/SKR/2026

**VISUALISASI PRODUK KERAMIK TERRANOVELLA
MELALUI FOTOGRAFI *STILL LIFE* SEBAGAI MEDIA
PROMOSI**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Desain Program Studi Desain Komunikasi Visual



Oleh

Cuci Cahyani

20221810031

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS KUNINGAN**

2026

LEMBAR PENGESAHAN BIMBINGAN
Visualisasi Produk Keramik Terranovella Melalui Fotografi *Still Life*
Sebagai Media Promosi

Disusun Oleh

Cuci Cahyani

20221810031

Program Studi Desain Komunikasi Visual S1

Skripsi ini telah dibimbing kepada para pembimbing sesuai dengan Surat Keputusan Bimbingan Skripsi di Program Studi Desain Komunikasi Visual Jenjang S1 Fakultas Ilmu Komputer Universitas Kuningan, dan telah disetujui pada:

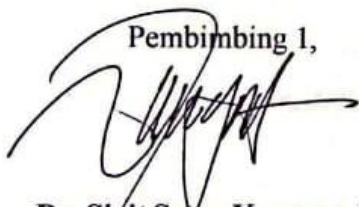
Tempat : Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Kuningan

Hari : Jum'at

Tanggal Bulan Tahun : 19 Juni 2026

DOSEN PEMBIMBING:

Pembimbing 1,



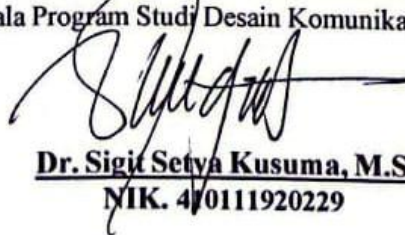
Dr. Sigit Setya Kusuma, M.Sn.
NIK. 410111920229

Pembimbing 2,



Rika Nugraha, M.Sn.
NIK. 410110730227

Mengetahui/Mengesahkan
Kepala Program Studi Desain Komunikasi Visual S1



Dr. Sigit Setya Kusuma, M.Sn.
NIK. 410111920229

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Visualisasi Produk keramik Terranovella Melalui Fotografi *Still Life*
Sebagai Media Promosi

Disusun Oleh

Cuci Cahyani

20221810031

Program Studi Desain Komunikasi Visual S-1

Proposal Skripsi ini telah Diujikan dan Dipertahankan di Depan Dosen Penguji dan Penelaah Ujian Skripsi, Program Studi Desain Komunikasi Visual Jenjang S1 Fakultas Ilmu Komputer Universitas Kuningan dan telah disetujui pada:

Tempat : Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Kuningan

Hari : Jum'at

Tanggal : 19 Juni 2026

DOSEN PENGUJI :

Penguji I


Dr. Sigit Setya Kusuma, M.Sn
NIK. 410111920229

Penguji II

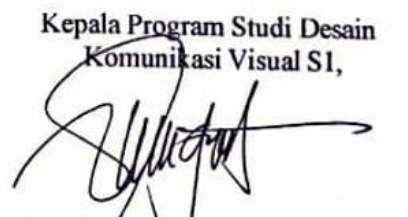

Azhar Natsir Ahdiyat, M.Ds
NIK. 410102950255

Penguji III


Rika Nugraha, M.Sn
NIK. 410110730227

Mengetahui/Mengesahkan


Dekan
Fakultas Ilmu Komputer,
Tito Sugiharto, S.Kom., M.Eng
NIK. 410838101348

Kepala Program Studi Desain
Komunikasi Visual S1,

Dr. Sigit Setya Kusuma, M.Sn
NIK. 410111920229

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Cuci Cahyani
NIM : 20221810031
Tempat, Tanggal lahir : Cirebon, 29 Oktober 2004
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Fakultas Ilmu Komputer
Perguruan Tinggi : Universitas Kuningan

Menyatakan bahwa **Skripsi** dengan judul sebagai berikut :

Visualisasi Produk Keramik Terranovella Melalui Fotografi Still life
Sebagai Media Promosi

Dosen Pembimbing 1 : Dr. Sigit Setya Kusuma, M.Sn

Dosen Pembimbing 2 : Rika Nugraha, M.Sn

Adalah benar benar **ASLI** dan **BUKAN PLAGIAT** yakni tidak melakukan penjiplakan pada karya tulis ilmiah milik orang lain, kecuali yang dikembangkan dan diacu dalam daftar pustaka pada Skripsi / Tugas Akhir ini.

Demikian pernyataan ini **SAYA** buat, apabila kemudian hari terbukti **SAYA** melakukan penjiplakan karya orang lain, maka **SAYA** bersedia menerima **SANKSI AKADEMIK**.

Kuningan, 2 Juli 2026
Yang menyatakan,

The image shows an official stamp of Universitas Kuningan, featuring the university's logo and name. Overlaid on the stamp is a handwritten signature in black ink. Below the stamp, the text 'E2ANX422753280' is visible.

Cuci Cahyani

PERNYATAAN ORIGINALITAS

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul
“Visualisasi Produk Keramik Terranovella Melalui Fotografi Still life
Sebagai Media Promosi”

beserta seluruh isinya adalah benar karya saya sendiri dan saya tidak
melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai
dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas dasar pernyataan ini saya siap menanggung resiko atau sanksi
apa pun yang sesuai dengan peraturan yang berlaku apabila di kemudian
hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada
klaim dari pihak lain terhadap keaslian skripsi ini.

Kuningan, 2 Juli 2026
Yang membuat pernyataan,



Cuci Cahyani

MOTTO dan PERSEMBAHAN

(Hiduplah selayaknya manusia hidup.)

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT, skripsi ini saya persembahkan:

1. Kepada orang tua saya yaitu Bapak Toyib dan Ibu Dariti tercinta yang tidak pernah lelah memberikan doa, kasih sayang, dukungan, dan pengorbanan demi keberhasilan saya. Terima kasih atas setiap perjuangan, nasihat, dan cinta yang selalu mengiringi setiap langkah saya.
2. Kepada Kakak saya Siti Ulpah dan Adik saya Ainaya Azzahirah Fathiaturrahmah yang selalu memberikan semangat, perhatian, dan dukungan dalam setiap proses yang saya jalani.
3. Kepada Dosen pembimbing Dr. Sigit Setya Kusuma, M.Sn dan Rika Nugraha, M.Sn yang telah memberikan arahan, bimbingan, ilmu, serta masukan yang berharga hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Kepada pemilik Terranovella yang telah berkenan memberikan izin, informasi, serta dukungan selama proses penelitian berlangsung. Bantuan yang diberikan sangat berarti dalam penyelesaian karya ini.
5. Kepada Sahabat saya Fera Soraya dan teman-teman saya Farahdhiba Hindasah, Regita Putri Arieza dan Silvia Nur Aulia Zahra yang telah memberikan semangat serta bantuan selama perjalanan ini, terima kasih atas segala dukungan yang diberikan.
6. Kepada Sulthon Abdul Majid saya ucapkan terimakasih telah kebersamai, membantu dan mensupport saya. Skripsi ini menjadi bukti bahwa setiap doa, usaha, dan perjuangan akan menemukan hasil terbaik pada waktunya.

Visualisasi Produk Keramik Terranovella Melalui Fotografi *Still Life* Sebagai Media promosi

Cuci Cahyani, Dr. Sigit Setya Kusuma, M.Sn., Rika Nugraha, M.Sn.

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas

Kuningan

Jl. Pramuka No.67, Purwawinangun, Kec. Kuningan, Kabupaten Kuningan, Jawa Barat

45512

20221810025@uniku.ac.id,

sigit.setya@uniku.ac.id rika.nugraha@uniku.ac.id,con

ABSTRAK

Kerajinan keramik Terranovella yang berdiri sejak 2022 di Cirebon belum memiliki visual produk yang mampu menyampaikan informasi dan karakter produk secara optimal di media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan visual foto produk keramik Terranovella melalui teknik fotografi *still life* sebagai media promosi, serta menerapkan teknik pencahayaan dan komposisi yang tepat untuk menonjolkan tekstur dan bentuk produk. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif melalui observasi, wawancara, dan studi literatur. Teknik fotografi *still life* digunakan untuk menonjolkan karakter dari produk keramik terranovella. Media utama yang digunakan adalah katalog cetak dan digital, didukung oleh media pendukung seperti cetak foto, poster, postingan instagram, x-banner, dan postcard. Hasil perancangan menunjukkan bahwa pendekatan visual yang konsisten dengan tone hangat, komposisi sederhana, dan tema visual yang kuat berpotensi meningkatkan daya tarik visual dan memperkuat komunikasi produk pada audiens.

Kata kunci: Fotografi komersial, Terranovella, Media promosi, Teknik *still life*.

Visualisasi Produk Keramik Terranovella Melalui Fotografi *Still Life* Sebagai Media promosi

Cuci Cahyani, Dr. Sigit Setya Kusuma, M.Sn., Rika Nugraha, M.Sn.

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas

Kuningan

Jl. Pramuka No.67, Purwawinangun, Kec. Kuningan, Kabupaten Kuningan, Jawa Barat
45512

20221810025@uniku.ac.id,

sigit.setya@uniku.ac.id rika.nugraha@uniku.ac.id.

ABSTRACT

Terranovella, a ceramic craft business established in Cirebon in 2022, has not yet developed product visuals capable of effectively conveying the aesthetic value and distinctive character of its products through promotional media. This study aims to develop visual representations of Terranovella's ceramic products through still life photography as a promotional medium and to apply appropriate lighting and composition techniques to emphasize the texture, form, and visual character of the products. A qualitative approach was employed, utilizing observation, interviews, and literature review as data collection methods. Still life photography was selected to enhance and communicate the distinctive characteristics of Terranovella's ceramic products. The primary media used in this project were printed and digital catalogs, supported by additional promotional media such as photo prints, posters, Instagram posts, X-banners, and postcards. The results indicate that a consistent visual approach featuring warm tones, simple compositions, and a strong visual theme has the potential to enhance the visual appeal of the products and strengthen product communication with the target audience.

Keywords: *Commercial Photography, Terranovella, Promotional Media, Still Life Technique*

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT. Yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga tetap tercurah limpahkan kepada junjungan Nabi kita Muhammad SAW, kepada para sahabatnya, kepada keluarganya serta kepada kita selaku umatnya yang Insha Allah taat pada ajaran agama dan senantiasa mengamalkannya. Aamiin. Adapun judul skripsi yang peneliti ambil adalah **“Visualisasi Produk Kerajinan Keramik Terranovella Melalui Fotografi *Still Life* Sebagai Media Promosi”**

Dalam proses skripsi ini, peneliti memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak baik berupa bimbingan, arahan secara tertulis maupun secara lisan sehingga proposal dapat diselesaikan. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Ibu Dr. Anna Fitri Hindriana, M.Si., selaku Rektor Universitas Kuningan.
2. Bapak Tito Sugiharto, S.Kom, M.Eng. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Kuningan.
3. Bapak Dr. Sigit Setya Kusuma M.Sn., selaku Kepala Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Ilmu Komputer Universitas Kuningan.
4. Bapak Dr. Sigit Setya Kusuma M.Sn., selaku Pembimbing I yang sudah banyak meluangkan waktunya untuk membimbing peneliti.
5. Ibu Rika Nugraha M.Sn., selaku Pembimbing yang sudah banyak meluangkan waktunya untuk membimbing peneliti.

6. Orang tua yang telah memberikan do'a, arahan dan dukungan baik material maupun moral.
7. Rekan-rekan Mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer Universitas Kuningan.
8. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan dan membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Dalam penyusunan ini peneliti menyadari hasil penelitian ini masih kurang dari kata sempurna.

Semoga proposal skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti, tempat/objek penelitian, Institusi dan bagi para pembaca pada umumnya. Atas dukungan dan bantuannya, peneliti mengucapkan banyak terimakasih.

Kuningan, 20 Februari 2026

Cuci Cahyani

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN BIMBINGAN	
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	
SURAT PERNYATAAN	
PERNYATAAN ORIGINALITAS	
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Identifikasi Masalah.....	4
I.3 Rumusan Masalah.....	4
I.4 Batasan Lingkup Perancangan	5
I.5 Tujuan Perancangan	7
I.6 Manfaat Perancangan	7
I.7 Sistematika Penulisan	9
BAB II LANDASAN TEORETIS	11
2.1 Kajian Teori dan Studi Literatur	11
2.1.1 Desain Komunikasi Visual.....	11
2.1.2 Kualitatif	18
2.1.3 Konseptual Tematik.....	19
2.1.4 Double Diamond Design Thinking.....	19
2.1.5 Pra-produksi	20
2.1.6 Produksi	21
2.1.7 Pasca-produksi	21
2.1.8 Fotografi.....	21

2.1.9 Still Life	28
2.1.10 Katalog	29
2.1.11 Visualisasi	31
2.1.12 Produk	31
2.1.13 Keramik	32
2.1.14 Terranovella	34
2.2 Tinjauan Perancangan Terdahulu	35
2.3 Tinjauan Karya	37
2.4 Skema Penggunaan Teori.....	40
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	41
3.1 Metode Perancangan	41
3.1.1 Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.1.2 Metode Penyelesaian Masalah	52
3.1.3 Kerangka Metode Perancangan.....	53
3.2 Objek Perancangan dan Analisis Data.....	54
3.2.1 Objek Perancangan	54
3.2.2 Analisis Data.....	55
3.3 Konsep Kreatif	59
3.4 Tujuan Kreatif	59
3.5 Strategi Kreatif	60
3.6 Konsep Visual	61
3.6.1 Teknik Visualisasi.....	61
3.6.2 Proses Perwujudan	70
3.7 Konsep Media	71
3.7.1 Target audiens.....	72
3.8 Konsep Media Utama.....	72
3.8.1 Konsep Media Penunjang	78
3.9 Program Kreatif.....	84
3.9.1 Jadwal Perancangan	84
3.9.2 Biaya Perancangan.....	85
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	86
4.1 Pengolahan Ide	86

4.2 Eksekusi Visual	86
4.3 Penerapan pada Media.....	108
4.3.1 Visualisasi Media Utama	108
4.3.2 Visualisasi Media Penunjang	109
BAB V PENUTUP	117
5.1 Simpulan.....	117
5.2 Saran.....	118
DAFTAR PUSTAKA	119
Riwayat Hidup (<i>Curriculum Viate</i>)	122
Lampiran (<i>Appendices</i>)	123

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Macam-macam garis	22
Gambar 2. 2 Warna RGB & CMY.....	23
Gambar 2. 3 Bentuk	23
Gambar 2. 4 Tekstur.....	24
Gambar 2. 5 Jenis Typeface	26
Gambar 2. 6 Anatomi Huruf	26
Gambar 2. 7 Aneka bentuk keramik	31
Gambar 2. 8 Logo Terranovella	32
Gambar 2. 9 Dasar Foto	33
Gambar 2. 10 Gambar Tajam.....	35
Gambar 2. 11 Fotografi still life.....	45
Gambar 2. 12 Fotografi still life.....	46
Gambar 2. 13 Fotografi stilllife.....	47
Gambar 2. 14 Kerangka teoretis.....	48
Gambar 3 1 Observasi keramik terranovella.....	50
Gambar 3 2 Wawancara pemilik terranovella.....	52
Gambar 3 3 Wawancara founder eravisaual	53
Gambar 3 4 Wawancara ahli fotografi	54
Gambar 3 5 Wawancara ahli keramik.....	55
Gambar 3 6 Foto produk keramik terranovella	57
Gambar 3 7Akun instagram terranovella	58
Gambar 3 8 Kerangka perancangan	61
Gambar 3 9 Kamera sony A7iii	69
Gambar 3 10 Lensa 7artisan 50mm f1.8.....	70
Gambar 3 11 Lensa sony FE 85mm f/1.8	71
Gambar 3 12 Set Godox continous light SL60W.....	72
Gambar 3 13 Memory Card lexar high-performance 800x PRO.....	73
Gambar 3 14 Komputer.....	73
Gambar 3 15 Produk keramik terranovella	74
Gambar 3 16 Backdrop foto.....	75
Gambar 3 17 Ranting dan kayu.....	75

Gambar 3 18 Livingmoss	76
Gambar 3 19 Pasir aquascape	76
Gambar 3 20 Batu kali	77
Gambar 3 21 Batu krikil aquascape	77
Gambar 3 22 Aksesoris rustic	78
Gambar 3 23 Proses perwujudan karya.....	79
Gambar 3 24 Proses perwujudan karya.....	80
Gambar 3 25 Referensi teknik still life	83
Gambar 3 26 Referensi teknik still life	84
Gambar 3 27 Referensi teknik still life	85
Gambar 3 28 Referensi teknik still life	86
Gambar 3 29 Pallet warna	87
Gambar 3 30 Referensi tone warna.....	88
Gambar 3 31 X-banner.....	90
Gambar 3 32 Frame foto	91
Gambar 3 33 Flipbook	92
Gambar 3 34 Katalog cetak.....	93
Gambar 3 35 Postcard	94
Gambar 4 1 Pemilihan pallet warna.....	98
Gambar 4 2 Tipografi.....	99
Gambar 4 3 Skema pemotretan	101
Gambar 4 4 Editing foto.....	102
Gambar 4 5 Seleksi foto.....	103
Gambar 4 6 Visualisasi media utama.....	108
Gambar 4 7 Foto frame 1	109
Gambar 4 8 Foto frame 2.....	110
Gambar 4 9 Foto frame 3.....	111
Gambar 4 10 Poster.....	112
Gambar 4 11 Flipbook	113
Gambar 4 12 Katalog cetak.....	113
Gambar 4 13 X-banner.....	114
Gambar 4 14 Postcard	115

DAFTAR TABEL

Tabell 1 Tinjauan perancangan terdahulu	44
Tabell 2 Analisis tematik	67
Tabell 3 Konsep penerapan pada media sosial	82
Tabell 4 Jadwal perancangan	95
Tabell 5 Biaya perancangan	96
Tabell 6 Deskripsi karya	107

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 SK Pembimbing.....	122
Lampiran 2 Kartu Bimbingan	123
Lampiran 3 Kartu Mengikuti SHP	125
Lampiran 4 Lembar Revisi SUP	126
Lampiran 5 Hasil Pengumpulan Data	127