



INSTITUT BISNIS
DAN INFORMATIKA

stikom
SURABAYA

HEART & MIND TOWARDS EXCELLENCE

**PERANCANGAN FOTO AERIAL SHOOT PABRIK AMUREA 2 PT.
PETROKIMIA GRESIK UNTUK LAPORAN KEMAJUAN KERJA
PERUSAHAAN**

KERJA PRAKTIK

Program Studi

S1 Desain Komunikasi Visual

Oleh:

Ryan Bintang Saputra

INSTITUT BISNIS
DAN INFORMATIKA

stikom
SURABAYA

15420100014

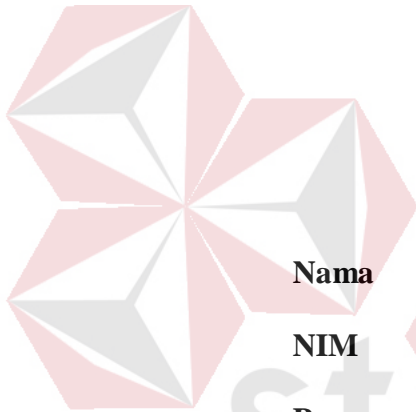
FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM

SURABAYA 2018

**PERANCANGAN FOTO AERIAL SHOOT PABRIK AMUREA 2
PT. PETROKIMIA GRESIK UNTUK LAPORAN KEMAJUAN
KERJA PERUSAHAAN**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
Mata Kuliah Kerja Praktik :



Disusun oleh :

Nama : Ryan Bintang Saputra

NIM : 15420100014

Program : S1 (Strata Satu)

Jurusan : Desain Komunikasi Visual

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA INSTITUT
BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA**

2018

Lembar Motto



“Kejar Dan Raih Sampai Dapat”

LEMBAR PENGESAHAN

**PERANCANGAN FOTO AERIAL SHOOT PABRIK AMUREA 2
PT. PETROKIMIA GRESIK UNTUK LAPORAN KEMAJUAN
KERJA PERUSAHAAN**

Laporan Kerja Praktik oleh :

Ryan Bintang Saputra

NIM : 15420100014

Telah diperiksa, diuji dan disetujui

Surabaya, 2 Desember 2019

Disetujui :



Pembimbing

Abdullah Khoir Riqqoh, S.Sn., M.Med.Kom.

NIDN 0725078203

Penyelia

aryakan.com
Irfan Nugraha CreativeLab

Mengetahui,



Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual

FAKULTAS TEKNOLOGI
DAN INFORMATIKA

stikom
SURABAYA

Siswo Martono, S.Kom., M.M.

NIDN 0726027101

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan dengan benar, bahwa Laporan Kerja Praktik ini adalah asli karya saya, bukan plagiat baik sebagian maupun apalagi keseluruhan. Karya atau pendapat orang lain yang ada dalam Laporan Kerja Praktik ini adalah semata hanya rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka saya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya tindakan plagiat pada Laporan Kerja Praktik ini, maka saya bersedia untuk dilakukan pengulangan terhadap Kerja Praktik saya.



Surabaya, 2 Januari 2019

Ryan Bintang Saputra

SURAT PERNYATAAN

PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya, saya :

Nama : Ryan Bintang Saputra

NIM : 15420100014

Program Studi : S1 Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Fakultas Teknologi dan Informatika

Jenis Karya : Laporan Kerja Praktik

Judul Karya : **PERANCANGAN FOTO AERIAL SHOOT PABRIK AMUREA 2 PT. PETROKIMIA GRESIK UNTUK LAPORAN KEMAJUAN KERJA PERUSAHAAN**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Seni, saya menyetujui memberikan kepada Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-Exclusive Royalti Free Right) atas seluruh isi/ sebagian karya ilmiah saya tersebut di atas untuk disimpan, dialihmediakan dan dikelola dalam bentuk pangkalan data (database) untuk selanjutnya didistribusikan atau dipublikasikan demi kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

2. Karya tersebut di atas adalah karya asli saya, bukan plagiat baik sebagian maupun keseluruhan. Kutipan, karya atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini adalah semata hanya rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka saya.

3. Apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiat pada karya ilmiah ini, maka saya bersedia untuk menerima pencabutan terhadap gelar kesarjanaan yang telah diberikan kepada saya. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 2 Januari 2019

Yang menyatakan



Ryan Bintang Saputra
NIM : 15420100014

ABSTRAK

Pabrik Amurea 2 PT .Petrokimia Gresik adalah sebuah perusahaan PG sebagai salah satu anak perusahaan PT Pupuk Indonesia (Persero) merupakan pabrik pupuk terlengkap dan terbesar di Indonesia. Saat ini, pabrik amoniak eksisting PG memiliki kapasitas 445 ribu ton/tahun, sedangkan kebutuhan PG mencapai 850 ribu ton/tahun.. Didalam era globalisasi sekarang siapa yang tidak membutuhkan sebuah promosi untuk memperkenalkan perusahaan mereka ke orang awam / tidak mengerti perusahaan mereka .Dalam pengerjaan Kerja praktek di Karyakan.com Creative Lab menawarkan pekerjaan berupa foto *Aerial Shoot* yang ditujukan ke Pabrik Amurea 2 PT .Petrokimia Gresik maka dihasilkan yaitu salah satunya *Aerial Shoot*.

Definisi dari foto *Aerial Shoot* adalah sebuah foto yang berisi tentang situasi / Suasana sebuah perusahaan yang memperlihatkan Teknik *Bird Eye View*. *Bird Eye View* adalah teknik pengambilan gambar yang dilakukan dengan posisi kamera berada lebih tinggi daripada *objek* yang diambil. Hasilnya akan menunjukkan adanya lingkungan yang luas, dan benda – benda lain tampak kecil dan berserakan. Pengambilan gambar semacam ini tidak ada ukuran ketinggian tertentu, melainkan atas kebutuhan dan sense kali ditemukan pengambilan gambar, yang biasanya menggunakan *helicopter* maupun dari drone.

Kata Kunci: *Aerial Shoot* , *Bird Eye View*, Fotografi

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat dan rahmat-Nya laporan kerja praktik yang berjudul **“PERANCANGAN FOTO AERIAL SHOOT PABRIK AMUREA 2 PT. PETROKIMIA GRESIK UNTUK LAPORAN KEMAJUAN KERJA PERUSAHAAN”** ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya.

Laporan ini disusun dalam rangka penulisan untuk menyelesaikan mata kuliah Kerja Praktik. Dalam pelaksanaan kerja praktik ini, banyak pengalaman berharga, bantuan dari pihak pembimbing, baik dari pihak Karyakan.com Creative Lab maupun bimbingan dari pihak kampus. Oleh karena itu ucapan terimakasih sebesar-besarnya diucapkan kepada :

1. Allah Swt
2. Kedua orang tua
3. Bapak Prof. Dr. Budi Jatmiko., M. Pd. selaku Rektor
4. Bapak Siswo Martono, S.Kom., M.M. selaku Ketua Program Studi
5. Bapak Abdullah Khoir Riqqoh, S.Sn.,M.Med.kom. selaku Dosen pembimbing.
6. Bapak Irfan Nuari selaku owner Karyakan.com Creative Lab
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu dalam kesempatan ini, yang telah memberikan bantuan moral dan materil dalam menyelesaikan proses penyelesaian laporan ini

Semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan imbalan yang setimpal atas segala bantuan yang diberikan.

Sidoarjo, 2 Januari 2019

Ryan Bintang Saputra

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan	3
1.5 Manfaat	3
1.6 Pelaksanaan.....	4
1.6.1 Detail Perusahaan.....	4
1.6.2 Periode	4
1.7 Sistematika Penulisan	5
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	7
2.1 Identitas Perusahaan.....	7
2.2 Sejarah Singkat Perusahaan	8
2.3 Visi Dan Misi Perusahaan.....	8

2.4 Logo Perusahaan	9
2.5 Struktur Perusahaan	9
2.6 Klien Perusahaan	11
BAB III LANDASAN TEORI	12
3.1 Pengertian Fotografi.....	12
3.1.1 Sejarah Fotografi.....	12
3.1.2 Teknik Pengambilan Fotografi	14
3.1.3 Sudut pandang pada kamera	17
3.1.4 Format Shot.....	19
3.2 Aerial shoot / Fotografi udara	22
3.3 Media Promosi	23
3.3.2 Media	23
3.3.3 Promosi	24
3.4 Warna.....	25
3.4.1 Teori Thomas Young	26
3.4.2 Warna Dalam Karya Fotografi.....	27
3.4.3 Karakter Warna.....	29
3.4.4 Aspek Warna.....	30
3.4.5 Warna dan Exposure	32
3.5 Format file.....	33
3.6 Penentuan Software	34

BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN	35
4.1 Analisa Sistem.....	35
4.2 Obsrvasi	35
4.3 Brief client	35
4.4 Wawancara.....	36
4.5 Perancangan Karya	37
4.6 Briefing Pengambilan Foto	38
4.7 Pemilihan Stok Foto.....	39
4.8 Proses Editing	40
4.9 Proses Editing warna.....	41
4.10 Proses Eport for JPG.....	43
4.11 Hasil Akhir.....	43
BAB V PENUTUP.....	46
5.1 Kesimpulan	46
5.2 Saran	46
DAFTAR PUSTAKA.....	47
LAMPIRAN.....	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Karyakan.com Creative Lab	9
Gambar 2.2 Struktur Perusahaan Karyakan.com Creative Lab	9
Gambar 2.3 Klient Perusahaan Karyakan.com Creative Lab	11
Gambar 3.1 Blurring	14
Gambar 3.2 Panning.....	15
Gambar 3.3 Depth of Field (DoF)	16
Gambar 3.4 Freezing.....	16
Gambar 3.5 City Light	17
Gambar 3.6 Eye Level Angel.....	18
Gambar 3.7 Low Angel.....	18
Gambar 3.8 High Angel	19
Gambar 3.9 CloseUp.....	19
Gambar 3.10 Medium close up.....	20
Gambar 3.11 Big close up.....	20
Gambar 3.12 Extreme Close up	21
Gambar 3.13 Medium Close Up	21
Gambar 3.14 Contoh gambar	25
Gambar 3.15 Contoh gambar	25
Gambar 3.16 RGB	26
Gambar 3.17 Filter lensa.....	28
Gambar 4.1 Tabel wawancara.....	36
Gambar 4.2 Sketsa Foto	37
Gambar 4.3 Sketsa Foto	37
Gambar 4.4 Dokumentasi	38
Gambar 4.5 Dokumentasi	39

Gambar 4.6 Dokumentasi	39
Gambar 4.7 Proses pemilihan Foto	40
Gambar 4.8 Proses Editing Foto	41
Gambar 4.9 Proses Pewarnaan Foto	42
Gambar 4.10 Proses Pewarnaan Foto	43
Gambar 4.11 Proses Pewarnaan Foto	43
Gambar 4.12 Proses Pewarnaan Foto	44
Gambar 4.13 Foto Pabrik Pagi.....	45
Gambar 4.14 Foto Pabrik Siang.....	45
Gambar 4.15 Foto Pabrik Malam.....	46



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Balasan Instansi	48
Lampiran 2 Form KP- 5 (Acuan Kerja)	49
Lampiran 3 Form KP-6 (Log Kerja)	51
Lampiran 4 Form KP-7 (Kehadiran Kerja Praktik)	53
Lampiran 5 Kartu Bimbingan	54
Lampiran 6 Biodata Penulis	55



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tujuan dari kerja praktik ini adalah melatih kemampuan dan mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh selama masa kuliah dalam dunia kerja. Hal ini dilatar belakangi oleh minimnya pengalaman dalam dunia kerja nyata. Dokumentasi adalah sebuah cara yang dilakukan untuk menyediakan dokumen-dokumen dengan menggunakan bukti yang akurat dari pencatatan sumber-sumber informasi khusus dari karangan / tulisan, wasiat, buku, undang-undang, dan sebagainya. Dalam artian umum dokumentasi merupakan sebuah pencarian, penyelidikan, pengumpulan, pengawetan, penguasaan, pemakaian dan penyediaan dokumen. Dokumentasi ini digunakan untuk mendapatkan keterangan dan penerangan pengetahuan dan bukti. Dalam hal ini termasuk kegunaan dari arsip perpustakaan dan kepustakaan. Dokumentasi biasanya juga digunakan dalam sebuah laporan pertanggung jawaban dari sebuah acara.

Tidak hanya itu dokumentasi untuk sebuah progres pengerjaan bangunan pun menjadi salah satu yang wajib bagi sebuah pabrik / perusahaan, untuk memberi laporan ke kantor pusat berupa foto atau pun video.

Seiring dengan pesatnya dunia bisnis dan usaha, iklan dapat menjadi salah satu alternatif cara untuk mempromosikan suatu *brand* maupun produk, karena hampir semua perusahaan membutuhkan jasa Industri Kreatif sebagai media promosi. Dan seiring berjalannya waktu kebutuhan akan hal tersebut semakin berkembang dan dibutuhkan. Karyakan.com *Creative Lab* adalah sebuah

perusahaan yang bergerak di bidang industri kreatif yang mencakup 6 bidang industri diantaranya, arsitektur, animasi, desain grafis, *photography*, videografi dan pembuatan website.

Pada saat ini, Perusahaan yang bernama PT Petrokimia Gresik merupakan suatu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) di bawah naungan PT. Pupuk Indonesia Holding Company. PT. Petrokimia Gresik bergerak dalam bidang produksi pupuk, bahan-bahan kimia serta jasa konstruksi dan *Engineering*. Pabrik Amurea 2 PT .Petrokimia Gresik merupakan pabrik baru dan merupakan anak perusahaan PT Pupuk Indonesia (Persero), yang memiliki pabrik pupuk terlengkap dan terbesar di Indonesia. Pabrik baru ini akan semakin mewujudkan peran PG sebagai produsen pupuk dan bahan kimia untuk memberikan solusi bagi sektor agroindustri di Indonesia Pabrik Amurea 2 PT .Petrokimia Gresik merupakan sebuah pabrik baru keluaran dari PT.Petrokimia dalam permasalahan ini Pabrik Amurea 2 PT . Oleh karena itu lah Pabrik Amurea 2 PT .Petrokimia Gresik membutuhkan dokumentasi laporan kemajuan kerja perusahaan dalam bentuk foto pandangan *bird eye* / foto tampak atas pabrik untuk memperlihatkan progres pengerjaan kepada kantor pusat,maka dari itu Pabrik Amurea 2 PT Petrokimia Gresik berkerja sama dengan Karyakan.com *Creative Lab* untuk mengerjakan dokumentasi laporan kemajuan kerja.

1.2 Rumusan Masalah

1. Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah adalah bagaimana membuat foto *Aerial Shoot* untuk keperluan laporan kemajuan kerja pada Pabrik Amurea 2 PT .Petrokimia Gresik.

1.3 Batasan Masalah

Agar pembahasan tidak menjadi terlalu luas dan melenceng dari tujuan, maka diperlukan sebuah batasan masalah untuk membatasi pembahasan.

Berikut batasan masalah :

1. Bagaimana cara pembuatan foto dengan teknik *Aerial Shoot* pada Pabrik Amurea 2 PT .Petrokimia Gresik.

1.4 Tujuan

Tujuan pembuatan foto dengan teknik *Aerial Shoot* pada Pabrik Amurea 2 PT .Petrokimia Gresik adalah :

1. Tujuan yang ingin dicapai agar Pabrik Amurea 2 PT .Petrokimia Gresik dapat memberikan laporan kemajuan kerja pada perusahaan

1.5 Manfaat

1. Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang di dapat sebagai berikut, sebagai bukti laporan progres pengerjaan Pabrik Amurea 2 PT .Petrokimia Gresik.

2. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yang di dapat sebagai berikut, mengetahui bagai mana cara merancang foto *Aerial Shoot* Pabrik Amurea 2 PT .Petrokimia Gresik dan bermanfaat untuk mahasiswa yang lain nya.

1.6 Pelaksanaan

1.6.1 Detail Perusahaan

Pelaksanaan kerja praktik ini:

Periode Waktu : 31 Juli – 31 Agustus 2018

Hari dan Tanggal : Senin – Jum'at, 31 Juli – 31 Agustus 2018

Tempat : Karyakan.com *Creative Lab*

Griya permata Gedangan K4-06 Sidoarjo Jawa Timur

Email : karyakan@gmail.com

Kegiatan yang dilakukan selama melaksanakan Kerja Praktik di Karyakan.com *Creative Lab* adalah merancang serta membuat foto *Aerial Shoot* Pabrik Amurea 2 PT .Petrokimia Gresik sebagai bukti laporan progres pengerjaan Pabrik.

1.6.2 Periode

Periode waktu pelaksanaan kerja praktik yang telah ditentukan adalah minimal 160 jam dengan ketentuan sebagai berikut :

Tanggal pelaksanaan : 31 Juli – 31 Agustus 2018

Waktu : 09.00 – 17.00

1.7 Sistematika Penulisan

Di dalam penyusunan laporan ini secara sistematis diatur dan disusun dalam lima bab, yang masing-masing terdiri dari beberapa sub. Adapun urutan dari bab pertama sampai bab terakhir adalah sebagai berikut:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab ini membahas latar belakang, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan, manfaat di bagi menjadi 2 yaitu manfaat secara teoritis dan praktisi, di lanjutkan dengan pelaksanaan kerja praktik, dan sistematis penulisan laporan.

BAB 2 : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini membahas tentang gambaran umum tentang instansi atau perusahaan Karyakan.com *Creative Lab*

BAB 3: LANDASAN TEORI

Bab ini akan membahas tentang teori yang di gunakan untuk menjelaskan secara singkat mengenai landasan teori yang berkaitan dengan permasalahan yang di bahas dalam laporan ini. Bab ini sebagai dasar dalam penulisan laporan ini dengan mempertimbangkan beberapa definisi yang pernah di kemukakan oleh beberapa tokoh ahli.

BAB 4: DESKRIPSI PEKERJAAN

Bab ini akan membahas tentang pelaksanaan kerja praktik di Karyakan.com *Creative Lab*. Pada bab ini juga menjelaskan mengenai hasil perancangan

yang di buat dalam bentuk sebuah karya foto *Aerial Shoot* Pabrik Amurea 2 PT .Petrokimia Gresik sebagai bukti laporan progres pengerjaan Pabrik.

BAB 5: PENUTUP

Bab terakhir ini akan membahas dua hal yaitu kesimpulan dan saran, sebagai berikut:

a. Kesimpulan

Pada bagian kesimpulan akan membahas poin-poin penting dari laporan kerja praktik dan hasil dari perancangan yang di buat.

b. Saran

Pada bagian saran akan membahas tentang masukan yang terkait dari permasalahan yang di ambil untuk laporan kerja praktik ini.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi mengenai informasi-informasi yang di ambil untuk menjadi acuan dalam pembuatan laporan kerja praktik ini. Daftar pustaka yang di ambil berupa buku, website, jurnal, dan lain lain.

LAMPIRAN

Berisi keterangan tambahan yang berkaitan dengan isi karya ilmiah seperti dokumen khusus, instrumen/questioner/alat pengumpul data, ringkasan hasil pengolahan data, tabel, peta atau gambar.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Identitas Perusahaan

Nama Penyelia : Irfan Nuari

Nama Perusahaan : Karyakan.com *Creative Lab*

Alamat : Griya permata Gedangan K4-06 Sidoarjo Jawa Timur

No Telp./Fax : 081333569121 / 08533356

E-mail: karyakan@gmail.com

Bisnis Utama : Industri kreatif

2.2 Sejarah Singkat Perusahaan

Seiring dengan pesatnya dunia bisnis dan usaha, *Advertising* dapat menjadi salah satu alternatif cara untuk mempromosikan suatu *brand* maupun *product*, karena hampir semua perusahaan membutuhkan jasa Industri Kreatif sebagai media promosi, dan semakin kesini kebutuhan akan hal tersebut semakin berkembang dan dibutuhkan.

Karyakan.com *Creative Lab* adalah sebuah perusahaan yang awalnya didirikan 5 pemuda Sidoarjo yang dari latar belakang yang berbeda-beda namun memiliki satu tujuan yang sama awal mula berdirinya Karyakan.com *Creative Lab* pada february 2016 hingga sekarang yang terletak dikota sidoarjo. Karyakan.com *Creative Lab* memiliki sebuah tujuan ingin menyatukan pemuda sidoarjo yang memiliki minat dan bakat untuk saling berkolaborasi dan ingin melibatkan *creator* muda dalam berbagai pekerjaan kreatif agar pemuda kota sidoarjo dapat berkembang dan bisa mengikuti perkembangan di dunia kreatif. Karyakan.com *Creative Lab* bergerak di bidang industri kreatif yang

mencakup 6 bidang industri diantaranya, arsitektur, animasi, desain grafis, *photography*, videografi dan pembuatan website.

Saat ini Karyakan.com *Creative Lab* memiliki 12 karyawan, yang disamping itu mengerjakan *project* dari berbagai perusahaan yang juga menyediakan sarana edukasi bagi siapa saja yang ingin belajar dalam bidang industri kreatif. Karyakan pada awalnya terbentuk dari beberapa individu dengan ide dan pandangan kedepan yang sama demi mewujudkan ide-ide yang kreatif dan *out of the box* menjadi sebuah karya yang memiliki sebuah keunikan tersendiri, dan meskipun *project* telah selesai komunikasi dengan klien tetap lancar sehingga hubungan dengan klien dapat berkelanjutan dari tahun ketahun.

2.3 Visi Dan Misi Perusahaan

Visi : “Menjadikan industri kreatif sebagai bidang usaha dikalangan anak muda melibatkan *creator* muda dalam berbagai pekerjaan kreatif”

Misi :

- a) Menyatukan pemuda Sidoarjo yang memiliki minat dan bakat untuk saling berkolaborasi.
- b) Memberikan pendidikan dan pengalaman seputar *creativepreneur* dikalangan anak muda.
- c) Melibatkan *creator* muda dalam berbagai pekerjaan kreatif.

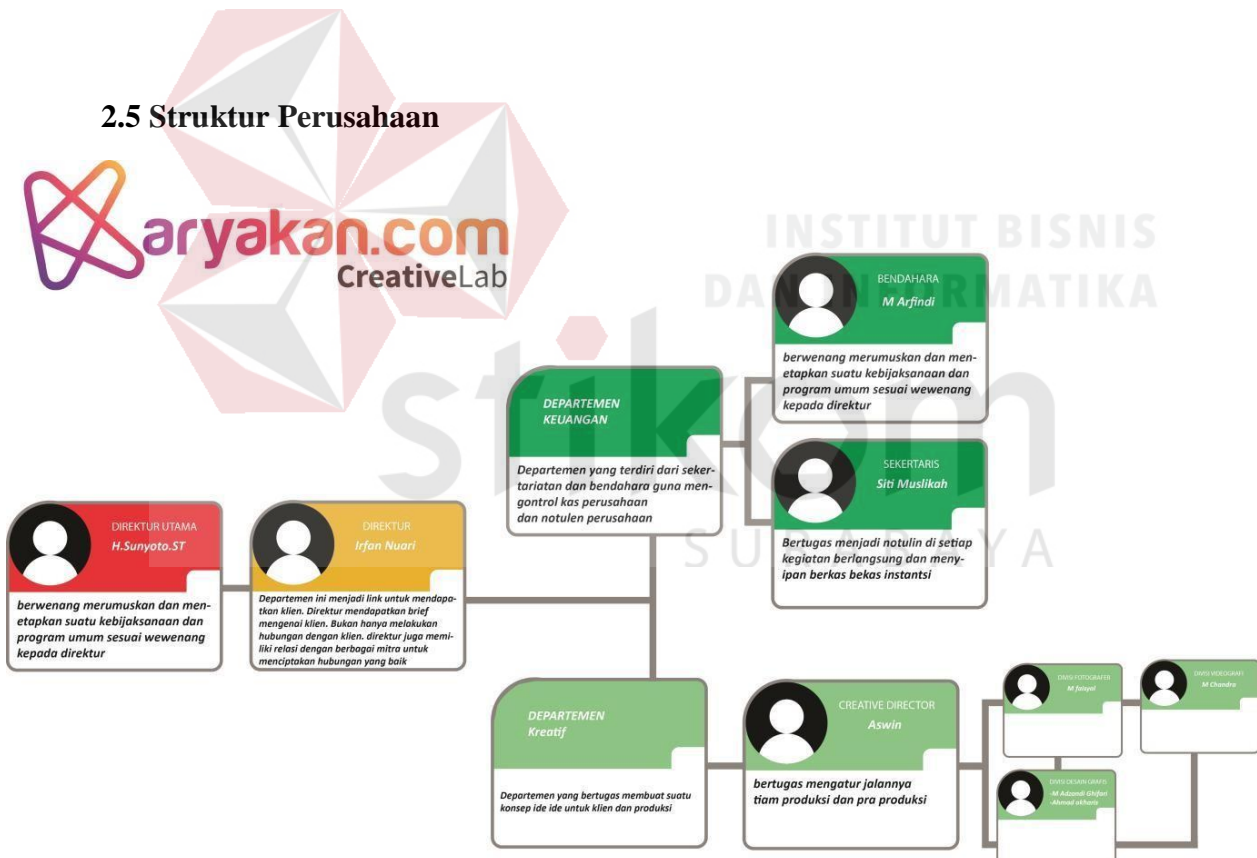
2.4 Logo Perusahaan



Gambar 2.1 Logo Karyakan.com *Creative Lab*

(Sumber : Dokumen Karyakan.com *Creative Lab* 2016)

2.5 Struktur Perusahaan



Gambar 2.2 Struktur Perusahaan Karyakan.com *Creative Lab*

(Sumber : Dokumen Karyakan.com *Creative Lab* 2016)

1. Direktur Utama

- a. H. Sunyoto, S.T.

berwenang merumuskan dan menetapkan suatu kebijaksanaan dan program umum sesuai wewenang kepada direktur.

2. Direktur

- a. Irfan Nuari

Direktur menjadi *link* untuk mendapatkan klien. Direktur mendapatkan *brief* mengenai klien. Bukan hanya melakukan hubungan dengan klien. Direktur juga memiliki relasi dengan berbagai mitra untuk menciptakan hubungan yang baik.

3. Departemen Keuangan

- a. Sekretaris (Siti Muslikah)

Bertugas menjadi notulen di setiap kegiatan berlangsung dan menyiapkan berkas-berkas instansi.

- b. Bendahara (M Arfindhi)

Bertugas untuk merumuskan dan menetapkan suatu kebijaksanaan dan program umum sesuai wewenang kepada direktur.

4. Departemen Kreatif

- a. Creative Director (Aswin)
- b. Divisi Videografi (M. Candra)
- c. Divisi Fotografi (M. Faisyal)
- d. Divisi Desain Grafis (M. Adzandi & Ahmad Akharis)

2.6 Klien Perusahaan



Gambar 2.3 Klient Perusahaan Karyakan.com *Creative Lab*

(Sumber : Dokumen Karyakan.com *Creative Lab* 2016)



BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 Pengertian Fotografi

Fotografi diambil dari bahasa Yunani, yang berarti “*Fotos*” adalah sinar atau cahaya, dan “*Grafos*” yang berarti gambar. Dalam suatu seni rupa, fotografi adalah proses pembuatan lukisan yang menggunakan media cahaya. Gambaran umum fotografi berarti proses atau metode untuk menghasilkan gambar dari suatu objek pada media yang peka terhadap cahaya. Pada umumnya fotografi adalah semua hasil karya yang di kerjakan menggunakan kamera, dan kebanyakan setiap kamera memiliki cara kerja yang sama dengan cara kerja mata manusia. Seperti halnya mata manusia, kamera juga mempunyai lensa dan mengambil pantulan cahaya dari suatu objek untuk menjadikan sebuah gambar yang berbentuk foto. Prinsip fotografi adalah memfokuskan cahaya dengan bantuan pembiasan sehingga mampu membakar medium penangkapan cahaya. Medium yang telah dibakar dengan intensitas cahaya yang tepat akan menghasilkan suatu bayangan indentik dengan cahaya yang memasuki medium pembiasan (Nugroho, 2006: 1-2).

3.1.1 Sejarah Fotografi

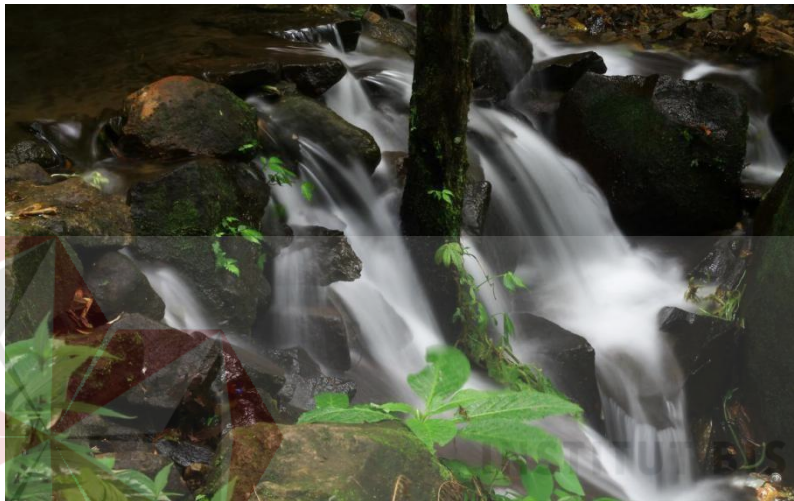
Fotografi merupakan teknologi yang sudah akrab di kalangan masyarakat, pada awalnya bermula dari sebuah kotak penangkap bayangan gambar. Yaitu sebuah alat yang di gunakan untuk meneliti konstalasi binatang yang telah dipatenkan oleh *Gemma Fricius* pada tahun 1554, kemudian temuan dari kotak penangkap bayangan gambar tersebut dikembangkan, sehingga muncul lah fotografi yaitu proses menggambar dengan menggunakan cahaya (Zolani, 2004:2).

Sejarah fotografi sendiri telah dikenal sebelum Masehi. Dalam buku *The History of Photography* (Daveport,1998: 371), terbitan *University of New Mexico Press* Tahun 1991, disebutkan bahwa pada abad ke-5 SM (Sebelum Masehi. MoTi adalah orang pertama yang menyadari fenomena *camera obscura*. Fenomena itu sendiri telah diamati oleh MoTi yang apabila pada dinding ruangan yang gelap terdapat lubang yang kecil (*pinhole*), maka di bagian dalam dari ruangan itu akan terefleksikan pemandangan di luar ruang secara terbalik lewat lubang tadi. Pada abad ke-3 SM Aritoteles dan seorang ilmuwan Arab Ibnu Al Haitam (Al Hazen) pada abad ke-10 SM, dan kemudian banyak yang berusaha untuk menciptakan serta mengembangkan alat yang telah di kenal sebagai kamera.

Fotografi mulai tercatat resmi pada abad ke-19 dan mulai berkembang dengan kemajuan- kemajuan lain yang dilakukan manusia sejalan dengan kemajuan teknologi yang sedang gencar-gencarnya. Pada pada tahun 1839 fotografi di Prancis dinyatakan secara resmi bahwa fotografi adalah sebuah terobosan teknologi. Kemudian fotografi berkembang dengan sangat pesat, menurut Szarkowski dalam Hartoyo (2004: 22). Arsitek utama dunia fotografi modern adalah seorang pengusaha, yaitu George Eastman melalui perusahaannya yang bernama Kodak Eastman, George Eastman mengembangkan fotografi dengan menciptakan serta menjual rol film dan kamera boks yang praktis, seiring dengan berkembangnya dunia fotografi melalui lensa, shutter, film dan kertas foto. Tahun 1950 mulai digunakan prisma untuk memudahkan pembidikan dengan menggunakan kamera *Single Lens Reflex* (SLR). Tahun 1972 mulai ditemukan kamera Polaroid oleh Edwind Land kamera yang mampu menghasilkan gambar tanpa melalui proses pengembangan dan pencetakan film (Ensiklopedia Nasional Indonesia, 1998: 371-379)

3.1.2 Teknik Pengambilan Fotografi

- a. Blurring merupakan teknik yang mendapatkan gambar dengan hasil yang mengalami percepatan gerak dan hasil akhirnya dapat dilihat sebagai objek yang bergerak cepat, sehingga terlihat efek tidak *focus* pada bagian yang bergerak (Way,2014: 9).



Gambar 3.1 Blurring

(Sumber : Hasil Olahan Penulis)

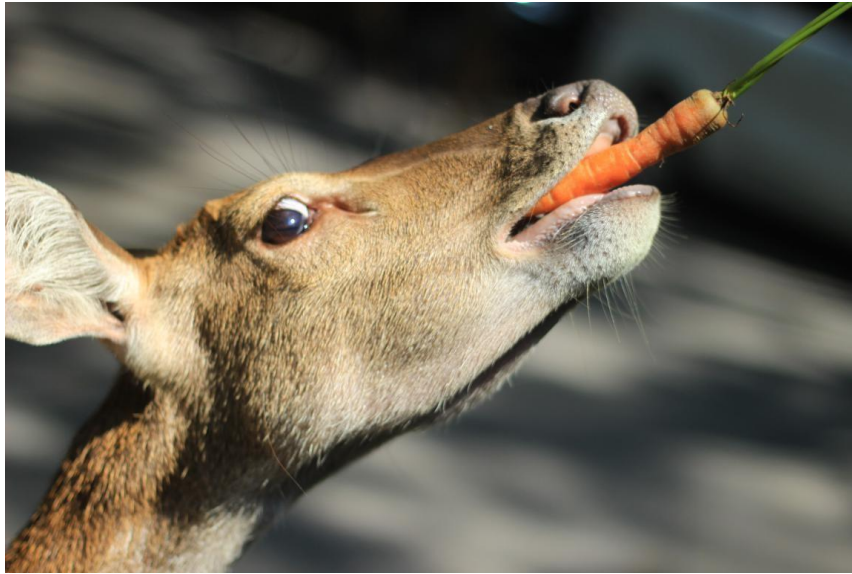
- b. Panning merupakan teknik foto yang hampir serupa dengan teknik *blurring* tetapi perbedaannya terletak pada bidang yang terkena efek blur. Teknik ini merupakan pembuatan objek utama yang terpotret dapat *focus*, dan *blur* pada backgroundnya. *Panning* pada umumnya digunakan untuk memberi kesan tentang adanya gerak cepat, seperti contoh foto orang yang mengendarai motor (Way, 2014: 10).



Gambar 3.2 Panning

(Sumber : Hasil Olahan Penulis)

- c. Depth of Field (DoF) dibagi menjadi dua macam yaitu DoF sempit dan DoF luas. Teknik DoF ini pengaturan dilakukan pada besarnya bukan diafragma, yang nantinya mempengaruhi tampilan *background*. DoF sempit akan menghasilkan *focus* di objek yang dekat, dan latar belakangnya akan terlihat sangat tidak *focus* dan tampak samar. Sedangkan DoF luas, maka hasil yang dapat terlihat malah sebaliknya. *Focus* terjadi dengan merata di kedua objek dan *background* (Way, 2014: 10).



Gambar 3.3 Depth of Field (DoF)

(Sumber : Hasil Olahan Penulis)

- d. Freezing yaitu teknik yang menampilkan adanya pembekuan gerak yang cepat. Dapat dilakukan dengan mengatur *speed* yang cepat agar dapat menangkap gerakan tersebut dengan cepat. Hal ini juga ditunjang dengan pencahayaan yang cukup baik, agar memudahkan dalam mempercepat *speed* (Way, 2014: 10)..



Gambar 3.4 Freezing

(Sumber : Hasil Olahan Penulis)

- e. City Light adalah teknik foto pada malam hari yang bertujuan untuk menunjukkan keindahan lampu kota di malam hari (Way, 2014: 10).



Gambar 3.5 City Light

(Sumber : Hasil Olahan Penulis)

3.1.3 Sudut pandang pada kamera

- a. Eye Level Angel

Sesuai dengan namanya, kamera diletakan sejajar dengan mata manusia.

Angle yang netral dan paling sering digunakan dalam film. Penonton akan merasa berada di tempat yang sama dengan karakter.



Gambar 3.6 Eye Level Angel

(Sumber : <https://fotografiyuda.wordpress.com/seputar-fotografi/komposisi-dasar-dan-sudut-pengambilan-gambar-camera-angle/>)

b. Low Angle

Kebalikan dari high angle, jenis sudut ini memotret objek dari bawah. Kamera diletakkan dibawah subjek dan kamera di titlt mengarah ke subjek. Efek yang dihasilkan pun berkebalikan dengan *high angle*. Dengan sudut pengambilan rendah, maka subjek akan terlihat besar, dominan, dan berkuasa. Ini alasan kenapa sudut pengambilan gambar ini sering dipakai dalam film-film action, koboi dan *thriller*.



Gambar 3.7 Low Angle

(Sumber : <https://fotografiyuda.wordpress.com/seputar-fotografi/komposisi-dasar-dan-sudut-pengambilan-gambar-camera-angle/>)

c. High Angle

Pengambilan gambar dengan sudut pandang tinggi dimana kamera berada diatas dan objek berada dibawah. Kamera dengan sudut pengambilan gambar dari atas maka akan terlihat secara jelas objek yang akan diambil.



Gambar 3.8 High Angle

(Sumber : <https://fotografiyuda.wordpress.com/seputar-fotografi/komposisi-dasar-dan-sudut-pengambilan-gambar-camera-angle/>)

3.1.4 Format Shoot

a. Close Up

Shot yang menampilkan dari batas bahu sampai atas kepala.



Gambar 3.9 CloseUp

(Sumber : https://www.academia.edu/8873558/Teknik_Pengambilan_Gambar_Shooting_Editing_)

b. Medium Close Up

Shot yang menampilkan sebatas dada sampai atas kepala.



Gambar 3.10 Medium Close Up

(Sumber : https://www.academia.edu/8873558/Teknik_Pengambilan_Gambar_Shooting_Editing_)

c. Big Close Up

Shot yang menampilkan bagian tubuh atau benda tertentu sehingga tampak besar. Semisal wajah manusia sebatas dagu sampai dahi.



Gambar 3.11 Big Close Up

(Sumber : https://www.academia.edu/8873558/Teknik_Pengambilan_Gambar_Shooting_Editing_)

d. Extreme Close Up

Shot yang menampilkan detail obyek. Misalnya mata, hidung, atau telinga.



Gambar 3.12 Extreme Close Up

e. (Sumber : https://www.academia.edu/8873558/Teknik_Pengambilan_Gambar_Shooting_Editing_)

f. Medium Close Up

Shot yang menampilkan sebatas pinggang sampai atas kepala.



Gambar 3.13 Medium Close Up

(Sumber : https://www.academia.edu/8873558/Teknik_Pengambilan_Gambar_Shooting_Editing_)

3.2 Aerial Shoot / Fotografi Udara

Fotografi udara adalah “Pengambilan foto dari sudut yang tinggi, biasanya tidak dipasang pada suatu struktur di darat” (Papilaya, 2015). Sejarah fotografi udara dimulai pada tahun 1858 ketika seorang *balloonist* dan fotografer berkebangsaan Perancis, Gaspard-Felix Tournachon atau biasa dikenal dengan Nadar, muncul dengan ide ‘gila’ untuk memetakan Perancis dari udara. Sayangnya usaha foto udara pertama tersebut tidak berjalan sesuai rencana karena kendala teknis yang menyebabkan tidak ada karya yang selamat pada ekspedisi dan bisa dinikmati saat ini (Hawkes & McConnel, 2003:10-11).

Usaha selanjutnya dilanjutkan oleh James Wallace Black pada tahun 1860, dan karyanya yang berjudul “Boston, as the eagle and wild goose see it,” (1860) dikenal sebagai foto udara paling awal yang masih selamat (Stichelbaud 2009:2). Seiring dengan berjalannya waktu, media untuk membawa fotografi udara kian berkembang dan makin umum dipakai adalah drone.

Drone berarti menciptakan suara dengung rendah secara kontinu, dalam Bahasa Inggris lama “*draen*” berarti lebah jantan (Oxford Online). Drone adalah istilah aeronautika yang mengacu pada pesawat tanpa awak yang dikendalikan melalui komputer dan remote control atau *Unmanned Aerial Vehicle* (UAV / Drone).

Istilah tersebut muncul pada tahun 1930-an saat pesawat tanpa awak digunakan sebagai target latihan, pesawat tanpa awak tersebut diistilahkan sebagai lebah dan pengendalinya sebagai ratu lebah. Pengambilan gambar dari udara menggunakan drone memberikan tampilan visual baru dan menarik, terbukanya dimensi vertikal dalam

pergerakan dan penempatan kamera membuka ruang eksplorasi yang luas. Pengoperasiannya pilot harus mengetahui peraturan yang berlaku, tiap negara memiliki peraturan yang berbeda, di Indonesia sendiri regulasi yang berlaku mengacu pada Peraturan Menteri (PM), antara lain; PM 163/2015 ,PM 180/2015, serta PM 47/2016.

3.3 Media Promosi

3.3.2 Media

Kata media berasal dari kata latin, merupakan bentuk jamak dari kata medium. Yang berarti perantara atau pengantar. Kemudian telah banyak pakar dan juga organisasi yang memberikan batasan mengenai pengertian media. Beberapa diantaranya mengemukakan bahwa media adalah sebagai berikut :

1. Teknologi pembawa pesan yang dapat dimanfaatkan untuk keperluan pembelajaran. Jadi media adalah perluasan dari guru (Schram, 1982).
2. National Education Asociation (NEA) memberikan batasan bahwa media merupakan sarana komunikasi dalam bentuk cetak maupun audio visual, termasuk teknologi perangkat kerasnya.
3. Briggs berpendapat bahwa media merupakan alat untuk memberikan perangsang bagi siswa supaya terjadi proses belajar.
4. Asociation of Education Communication Technology (AECT) memberikan batasan bahwa media merupakan segala bentuk dan saluran yang dipergunakan untuk proses penyaluran pesan.
5. Sedangkan Gagne berpendapat bahwa berbagai jenis komponen dalam lingkungan siswa yang dapat merangsang siswa untuk belajar.

6. Segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menyalurkan pesan yang dapat merangsang pikiran, perasaan, perhatian, dan kemauan siswa untuk belajar (Miarso, 1989).

3.3.3 Promosi

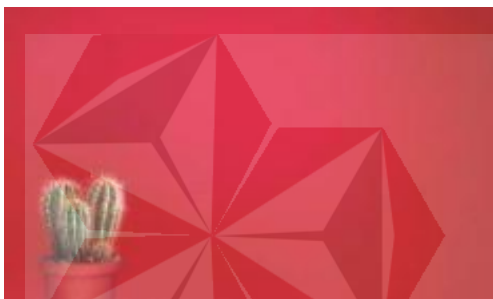
Menurut Maimunah (2012:283) promosi merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Promosi secara harfiah berasal dari kata Bahasa Inggris '*promote*' yang dalam Bahasa Indonesia berarti meningkatkan atau mengembangkan. Pengertian tersebut jika digunakan dalam bidang penjualan berarti alat untuk meningkatkan omzet penjualan. Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang bisa menghantarkan suatu organisasi atau seseorang untuk mewujudkan transaksi pembelian dan penjualan. Kegiatan promosi merupakan kegiatan paling akhir dari marketing mix yang sangat penting dimana keputusan terakhir pembelian semuanya berada di tangan konsumen.

Menurut Siswanto Sutojo (2003:57) kegiatan promosi ialah kegiatan untuk memperkenalkan produk, meyakinkan dan mengingatkan kembali manfaat produk pada pembeli. Sementara menurut Stanson, promosi adalah kombinasi strategi yang paling baik dari variabel-variabel periklanan, penjualan personal dan alat promosi yang lain, yang semuanya direncanakan untuk mencapai tujuan program .

3.4 Warna

Dengan keberadaan suatu aspek warna, sebuah karya fotografi bisa memiliki suatu komposisi, bisa juga suatu objek menjadi suatu objek utama yang lebih menonjol dibanding warna yang lainnya dalam foto tersebut. Dalam suatu komposisi fotografi, warna bisa menjadi daya tarik atau fokus utama bila dikolaborasikan dengan elemen lain dalam karya foto, bisa juga karena keberadaan suatu warna, suatu karya foto bisa memiliki suatu tema atau menciptakan suatu mood tertentu.



Gambar 3.14 Contoh gambar



Gambar 3.15 Contoh gambar

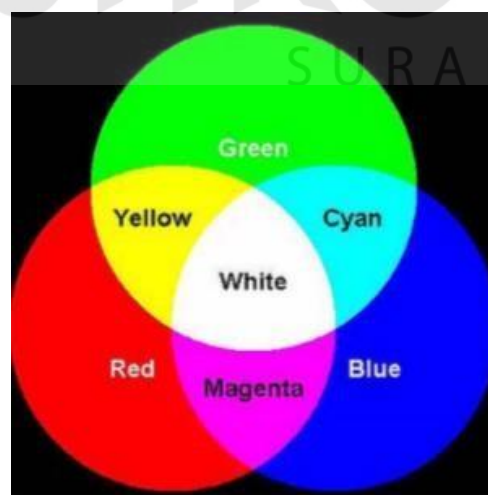
(Sumber : Agnes Paulina Gunawan .2012. Peranan warna dalam karya fotografi)

Secara prinsip, warna merupakan salah satu elemen penting dalam fotografi, warna sangat berpengaruh pada respon visual manusia, serta dapat menstimulus rasa. Warna juga dapat menimbulkan rangsangan emosi, sehingga masing-masing pribadi bisa mengemukakan perasaan yang berbeda-beda dalam mengomentari suatu warna. Warna juga sering menjadi simbolisasi atau digunakan untuk melambangkan suatu maksud, atau mengidentifikasi sesuatu.

3.4.1 Teori Thomas Young

Menurut Thomas Young, cahaya berpindah dan mengalir dalam bentuk gelombang yang memiliki frekuensi dan panjang yang spesifik, dan dari Thomas Young inilah muncul teori bahwa mata manusia hanya sensitif pada tiga gelombang cahaya yaitu merah (*red*), hijau (*green*), biru (*blue*), dan berhubung pemahaman ini sudah cukup umum dalam terminologi dalam fotografi dengan menggunakan istilah dalam bahasa Inggris, maka untuk berikutnya dalam jurnal ini akan di pakai istilah RGB dalam pembahasan yang lebih lanjut.

Ketiga spektrum cahaya ini dikenal sebagai warna utama dan ketiga spektrum warna tersebut akan bercampur membentuk cahaya-cahaya warna yang lain. Dan dengan jumlah yang sama bila ketiga cahaya warna RGB tadi digabungkan, akan terbentuk cahaya berwarna putih. Disebutkan dalam teori bahwa warna yang dilihat oleh manusia sebenarnya bukan merupakan warna yang asli atau pure dari spektrum warna namun merupakan gabungan dari tiga spektrum warna dasar ini.



Gambar 3.16 RGB

(Sumber :<http://designblog.rietveldacademie.nl/?p=36510>)

Berdasarkan teori Thomas Young yang disempurnakan dengan teori dari ilmuwan Jerman bernama Hermann Helmholtz, cahaya warna merah, hijau dan biru yang dihasilkan oleh spektrum cahaya itu disebut sebagai warna *addictive*.

Disempurnakan dengan teori dari ilmuwan Jerman bernama Hermann Helmholtz, cahaya warna merah, hijau dan biru yang dihasilkan oleh spektrum cahaya itu disebut sebagai warna *addictive*. Penggabungan warna *addictive* dengan porsi yang seimbang, menghasilkan cahaya berwarna putih. Dari tiga warna cahaya ini bisa dikreasikan warnawarna cahaya yang lain, dengan mengkombinasikan ketiga warna tadi dalam porsi yang berbeda-beda.

Sedangkan warna *subtractive* adalah warna komplementer dari warna cahaya *additive* yang terdiri dari warna *cyan*, *magenta*, *yellow*, seperti yang tergambar pada lingkaran cahaya di gambar 6 pada gambar itu terlihat perpotongan cahaya *green* dan *blue* menghasilkan cahaya berwarna *cyan*. Sedangkan perpotongan warna *green* dan *red* menghasilkan warna *yellow*, dan perpotongan warna *red* dan *blue* menghasilkan warna *magenta*.

3.4.2 Warna Dalam Karya Fotografi

Dalam fotografi warna dalam sebuah foto bisa dihasilkan dari beberapa cara, yaitu dengan menggunakan filter yang akan merubah seluruh nuansa warna. Cara lainnya dengan menggunakan warna pada cahaya yang digunakan saat pemotretan, atau dengan menggunakan warna-warna pada fisik dari objek yang akan difoto untuk membentuk suatu komposisi. Penjelasan berikut akan membahas perbedaan masing-masing cara yang telah disebut di atas. Selain sebagai warna cahaya, warna-warna tadi juga dipakai sebagai filter warna dalam fotografi. Filter adalah aksesoris kamera yang berupa lapisan kaca, gelatin, atau bahan lain yang digunakan untuk memodifikasi spektrum cahaya.

Filter memungkinkan fotografer untuk memodifikasi foto yang dihasilkan, bahkan kadang kala fotografer memakainya hanya untuk membuat sedikit perubahan pada nuansa foto.



Gambar 3.17 Filter lensa

(Sumber :<https://www.diykamera.com/jenis-jenis-filter-lensa-kamera>)

Aspek negatif dari penggunaan filter adalah terjadinya kemungkinan peningkatan exposure yang disebabkan oleh pengurangan cahaya yang ditransmisikan, misalnya dengan menggunakan filter merah, pengukuran yang biasanya sudah normal, harus ditambah cahayanya untuk mendapatkan exposure yang normal, karena peletakan filter merah di depan lensa itu membuat cahaya yang masuk melalui lensa sedikit berkurang karena kepekatan warna merah dari filter tersebut.

3.4.3 Karakter Warna

Dalam fotografi dikenal tiga kategori warna, yaitu warna yang hangat (*warm*), warna yang dingin (*cool*) dan warna yang netral. Warna dingin (*cool color*) merupakan warna yang memberi kesan kesejukan, kedamaian maupun ketenangan, contoh dari warna-warna tersebut, misalnya biru, hijau dan ungu. Warna biru contohnya warna langit siang hari ketika cerah, sedangkan hijau lebih identik dengan warna hijau daun. Warna hangat (*warm color*) merupakan warna-warna yang memberikan kesan hangat, cenderung panas, contohnya matahari saat sore menjelang tenggelam (*sunset*). Warna-warna yang muncul diantaranya merah, magenta, oren dan kuning yang memberi kesan kehangatan. Sedangkan warna netral terdiri dari warna putih, hitam, abu-abu.

Dalam fotografi ketiga kategori diatas sangat mempengaruhi kesan yang hendak dibangun oleh fotografer atas karya fotonya. Misalnya untuk mendukung pemotretan objek es krim, fotografer mungkin akan membangkitkan kesan dingin kepada pengamat atau konsumennya dengan menggunakan warna-warna yang cenderung dingin didalam fotonya. Dan bila objek yang difoto adalah secangkir coklat hangat, warna yang dipilih untuk mendukung adalah warna yang berkesan hangat. Untuk membangun kesan warna tersebut fotografer dapat menggunakan warna dari objek atau dapat juga menggabungkan dengan warna cahaya. Dengan memilih penggunaan objek yang berwarna dingin, latar belakang yang dingin, bahkan dapat juga dipakai cahaya yang berkarakter kebiruan dengan menggunakan gel berwarna atau merubah temperatur warna sehingga berkarakter kebiru-biruan.

Selain memiliki kategori hangat, dingin dan netral tadi, tiap warna mampu memberikan kesan atau bisa membentuk kesan. Mungkin untuk menampilkan keagungan, kemewahan, kesejukan, kesedihan, maupun kegembiraan sebagai deskripsi

terbatas terhadap kesan yang ditampilkan oleh warna. Warna juga memberi gambaran suasana yang berhubungan dengan rasa, juga menjadi simbol yang digunakan untuk menginterpretasikan makna dalam sebuah karya foto untuk mendukung fotografer menyampaikan ide dan niatnya dalam karya foto. Dalam fotografi, warna menjadi elemen penting, karena keberadaan warna adalah sebagai rangsangan visual yang dilakukan oleh mata dan otak dari interaksi objek dan sumber cahaya. Warna bisa berfungsi memisahkan dan membedakan elemen dalam foto, warna juga memberi keindahan, menarik perhatian, serta berperan penting dalam penyampaian pesan. Disitulah warna membentuk komunikasi psikis.

3.4.4 Aspek Warna

1. Warna Panas

Warna panas mengacu pada merah dengan saturasi penuh dalam roda warna: warna merah dalam keadaan terkuatnya. Warna panas sangat terlihat dan menarik perhatian. Untuk alasan tersebut, warna merah sering digunakan dalam *graphic signage* dan desain. Warna panas bersifat kuat dan agresif. Kekuatan warna panas mempengaruhi orang dalam banyak cara, seperti menaikkan tekanan darah dan menstimulasi sistem syaraf.

2. Warna Dingin

Dingin mengingatkan pada es dan salju, hal tersebut dihasilkan oleh warna dingin yang merupakan kebalikan dari warna panas. Warna dingin memperlambat metabolisme dan meningkatkan ketenangan.

3. Warna Hangat

Segala warna yang mengandung warna merah adalah warna hangat. Campuran warna kuning pada merah yang menjadikan warna hangat berbeda dengan warna panas. Warna hangat, seperti merah-jingga, jingga, dan jingga•kuning, selalu mengandung campuran antara merah dan kuning dengan komposisi dan mencakup area yang lebih besar dari spectrum emosional.

4. Warna Sejuk

Warna sejuk berbeda dengan warna dingin karena kehadiran warna kuning dalam komposisinya yang menghasilkan warna kuning-hijau, hijau, dan biru-hijau. Warna dingin, seperti turquoise, biru, dan hijau verdant, terlihat di alam. Warna dingin menciptakan kesan menyejukkan dan tenang, dan nyaman.

5. Warna Terang

Warna terang merupakan warna pastel yang paling pucat. Warna terang mengambil cahaya dari ketiadaan dari warna dalam komposisi mereka dan hampir transparan. Ketika pencahayaan meningkat, variasi antara perbedaan corak warna menurun. Warna cerah membuat sekitarnya terasa lapang dan sering diasosiasikan dengan tirai di jendela yang mengandung pesan relaksasi.

6. Warna Gelap

Warna hitam merupakan warna-warna yang mengandung warna hitam dalam komposisinya. Warna gelap memperkecil ruang dan membuatnya terasa kecil. Efek dari warna gelap adalah konsentrasi dan keseriusan, dimana warna gelap memberi kesan musim gugur dan musim salju.

7. Warna Pucat

Warna pucat adalah warna pastel yang paling lembut dimana terkandung setidaknya 65% warna putih dalam komposisi warnanya dan warna yang dikurangi. Warna pucat seperti ivory, biru muda, dan merah muda, memberi kesan kelembutan.

8. Warna Cerah

Jumlah warna murni diantara warna (*hue*) menentukan kecerahannya. Kejernihan dari warna cerah didapatkan dari ketiadaan warna abu-abu atau hitam, sedangkan warna biru, merah, kuning, dan jingga merupakan warna yang paling cerah dalam komposisi. Warna cerah terlihat jelas dan menarik perhatian. Warna cerah memberi kesan menggembirakan dan ceria.

3.4.5 Warna Dan Exposure

Intensitas cahaya yang menerangi sebuah benda mempengaruhi tingkat eksposur, yaitu seberapa besar bukan diafragma dan rana yang digunakan. Warna permukaan benda yang diterangi cahaya bisa mempengaruhi perhitungan eksposur. Warna putih akan memantulkan warna sedangkan warna hitam menyerap warna. Permukaan benda yang gelap akan menyerap banyak sinar yang datang, sedangkan permukaan benda yang terang akan memantulkan sinar yang datang. Hal inilah yang menyebabkan terjadinya *over expose parsial* atau terlalu terang disekitar pengukuran foto dengan objek berwarna gelap ketika cahaya mengenai lingkungan dimana banyak area tidak sama terang.

Tidak heran bila membidik warna putih akan menaikkan nilai eksposur yang lebih terang, sehingga mengelabui pengukuran diafragma dan rana sebenarnya. Sebab warna putih dianggap sinar oleh perhitungan *lightmeter* kamera. Sama halnya warna

pakaian hitam di daerah terang atau ruang terbuka. Maka lingkungan disekitar warna hitam akan tampak *over expose* atau kelebihan cahaya (keterangan) karena *lightmeter* kamera mengukur seperti tempat yang gelap, meskipun diukur dengan penghitungan rata-rata dalam *lightmeter* kamera. Hubungan warna hitam dengan gelap sangat tidak bisa dipahami kamera dengan baik. Dalam pembacaan *lightmeter* warna hitam kadang memberi unsur kesalahpahaman. Kamera membacanya seperti keadaan gelap, akibatnya meng-*overexpose*-kan keadaan sekitarnya.

Selain karena masalah warna gelap dan warna terang, fotografer sangat perlu memahami tentang warna *additive* dan *subtractive* sehingga bila menghadapi situasi pencahayaan yang tidak sesuai dengan kebutuhannya, seorang fotografer dapat mengatasinya dengan pemahaman tentang pemakaian teknologi *auto white balance* atau pengaturan filter sesuai kebutuhan pemotretan.

3.5 Format file

Ada beberapa format file untuk foto , tergantung dari kepentingan dan kegunaannya masing - masing bagian bebrapa format file yang biasanya digunakan adalah

1. JPEG

JPEG adalah singkatan dari *Joint Photographic Experts Group*. Kebanyakan jpegg merupakan file gambar dengan pemanpatan *lossy* (ekstensi file dengan sistem operasi DOS adalah JPG). kebanyakan kamera digital menyimpan gambarnya dengan format JPEG yang mendukung 8 bit per warna (*red, green, blue*) totalnya menjadi 24 bit, dan menghasilkan file yang lumayan kecil. Kelemahan dari JPEG adalah ketika file diedit berulang kali file akan menurun kualitas gambarnya / gambar menjadi pecah.

2. RAW

RAW merujuk pada keluarga raw image format yang secara optimal ada pada beberapa kamera digital. Sesuai dengan namanya, file *RAW* ini masih mentah, belum di proses dan belum dapat digunakan ataupun dicetak. Format ini menggunakan metode penempatan yang lebih kecil dari pada format TIFF ketika di proses dengan ukuran penuh dari kamera yang sama. Format kamera *RAW* memiliki keunggulan ketika di edit file tidak akan mudah pecah dan gambar akan tetap jernih beda dengan format JPEG

3.6 Penentuan Software

Penentuan software yang digunakan merupakan langkah awal yang diperlukan sebelum melakukan editing foto. Karena hasil dari sebuah foto atau desain yang dibuat tergantung pada software yang digunakan untuk pembuat media persentasi. program aplikasi atau perangkat lunak yang digunakan umumnya di gunakan untuk mengedit foto atau pembuatan desain.

BAB IV

DESKRIPSI PEKERJAAN

Pada bab ini akan di jelaskan mengenai deskripsi pekerjaan atau tugas Kerja Praktik yang dilakukan di perusahaan Karyakan.com *Creative Lab*

4.1 Analisa Sistem

Kerja praktik yang dilaksanakan ialah sebagai berikut:

Nama Perusahaan : Karyakan.com *Creative Lab*

Tempat : Griya permata Gedangan K4-06 Sidoarjo Jawa Timur.

Kerja praktik dilaksanakan selama satu bulan, dimulai pada 31 Juli – 31 Agustus 2018, dengan alokasi waktu Senin sampai Jum'at pada pukul 9.00 - 17.00 WIB.

4.2 Obsrvasi

Obsrvasi merupakan sebuah penelitian langsung di lapangan yang bertujuan untuk mendapatkan informasi atau data-data yang berada di lapangan, informasi yang di peroleh selanjutnya di olah kembali untuk menentukan pengambilan foto *Aerial shoot* Pabrik Amurea 2 PT .Petrokimia Gresik.

4.3 Brief client

Brief client adalah data yang diberikan client kepada Karyakan.com *Creative Lab* berupa tulisan atau lisan .*Brief client* merupakan tuntunan untuk menentukan daerah mana saja yang akan di foto dan warna seperti apa yang diinginkan oleh *clien*.

4.4 Wawancara

Fungsi dari metode wawancara adalah agar dapat mengetahui lingkungan kerja dan mengetahui apa yang bisa disarankan untuk proyek Foto *Aerial shoot* tersebut.

Berikut adalah beberapa hasil wawancara :

NO	NAMA	WAKTU	TEMPAT	HASIL WAWANCARA
1	Irfan Nuari	6 – 07 – 2018	Meeting Room Karyakan.com <i>Creative Lab</i>	Kriteria dan contoh Foto <i>Aerial shoot</i> yang pernah ada.
2	Irfan Nuari	7– 07 – 2018	Kantor Karyakan.com <i>Creative Lab</i>	Pengetahuan umum tentang keseluruhan perusahaan klient .
3	Faisyal	8 – 07 – 2018	Meeting Room Karyakan.com <i>Creative Lab</i>	Penjelasan tentang sistematis pengerjaan Foto <i>Aerial shoot</i> .

Gambar 4.1 Tabel wawancara

(Sumber :Olahan Penulis)

Hasil wawancara di atas membuahkan hasil berupa konsep mentah yang akan diolah menjadi sebuah konsep foto *Aerial shoot* yang sesuai dengan *Brief client* dan sistematis pengerjaan di Pabrik Amurea 2 PT .Petrokimia Gresik.

4.5 Perancangan Karya



Gambar 4.2 Sketsa Foto

(Sumber :Olahan Penulis)



Gambar 4.3 Sketsa Foto

(Sumber :Olahan Penulis)

Tahap ini merupakan tahap yang harus dilakukan sebelum mengerjakan langsung foto *Aerial shoot* . Sketsa yang dikerjakan menampilkan ide pemikiran dari *Brief client*, hasil wawancara dan observasi ditentukan oleh *client* dan digambarkan melalui coretan kasar / sketsa. Dari kedua contoh sketsa diatas *client* menginginkan beberapa foto

bentuk pabrik dan memperlihatkan logo yang berada dibangunan pabrik Amurea 2 PT.Petrokimia Gresik, dan memperlihatkan pada 3 waktu yaitu pagi , siang dan , malam

4.6 Briefing Pengambilan foto

Setelah pengecekan area mana saja yang akan di foto dan melakukan *Briefing* Pengambilan foto dirasa cukup untuk pembuatan foto *Aerial shoot*, maka akan dilanjutkan ke tahapan selanjutnya yaitu pengecekan dan pengambilan foto di lapangan menggunakan Drone. Berikut adalah *behind the scene* saat berada di Pabrik Amurea 2 PT .Petrokimia Gresik.



Gambar 4.4 Dokumentasi

(Sumber : Karyakan.com *Creative Lab* 2018)



Gambar 4.5 Dokumentasi

(Sumber : Karyakan.com *Creative Lab* 2018)

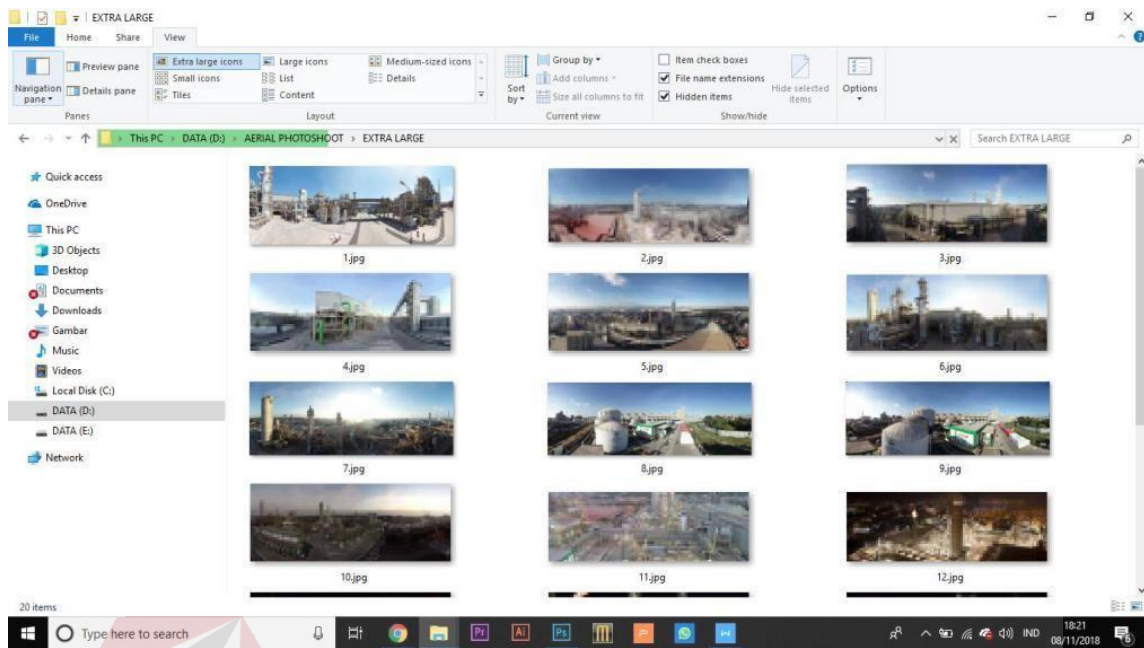


Gambar 4.6 Dokumentasi

(Sumber : Karyakan.com *Creative Lab* 2018)

4.7 Pemilihan Stok Foto

Pemilihan stok foto dilakukan dengan cara memilah foto mana yang layak untuk diproses dalam proses editing selanjutnya. Foto yang telah diambil lalu di sortir dan di kelompokkan dengan foto yang sesuai dengan keinginan klien sebagai acuan agar tidak keluar dari konsep dan keinginan klien yang telah direncanakan.

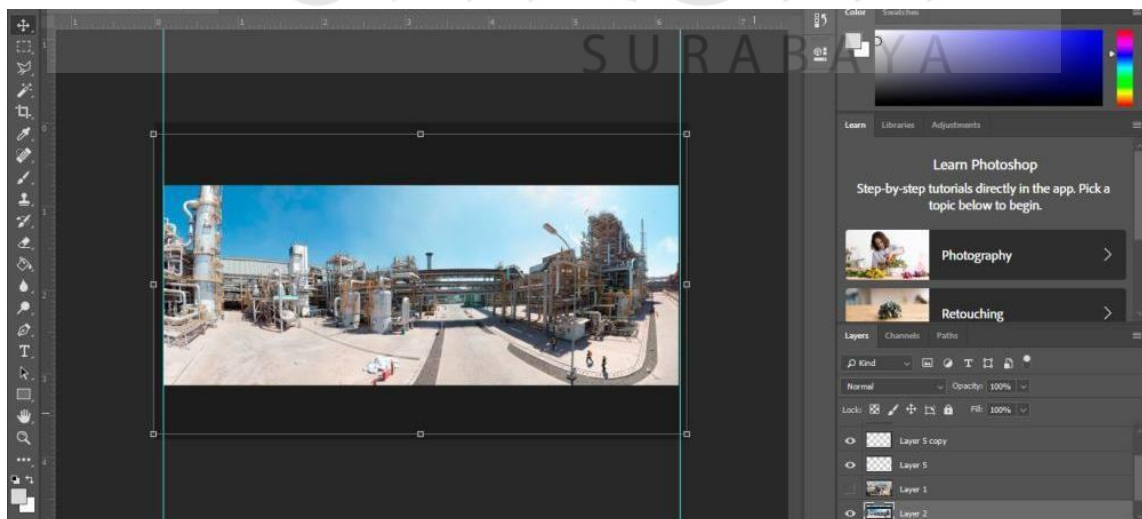


Gambar 4.7 Proses pemilihan Foto

(Sumber : Olahan Penulis)

4.8 Proses editing

Proses *editing* dilakukan dengan memotong bagian yang dirasa tidak diperlukan. Contoh bagian yang tidak diperlukan seperti hasil gambar yang komposisinya kurang, dengan memotong sesuai dengan keinginan klien.

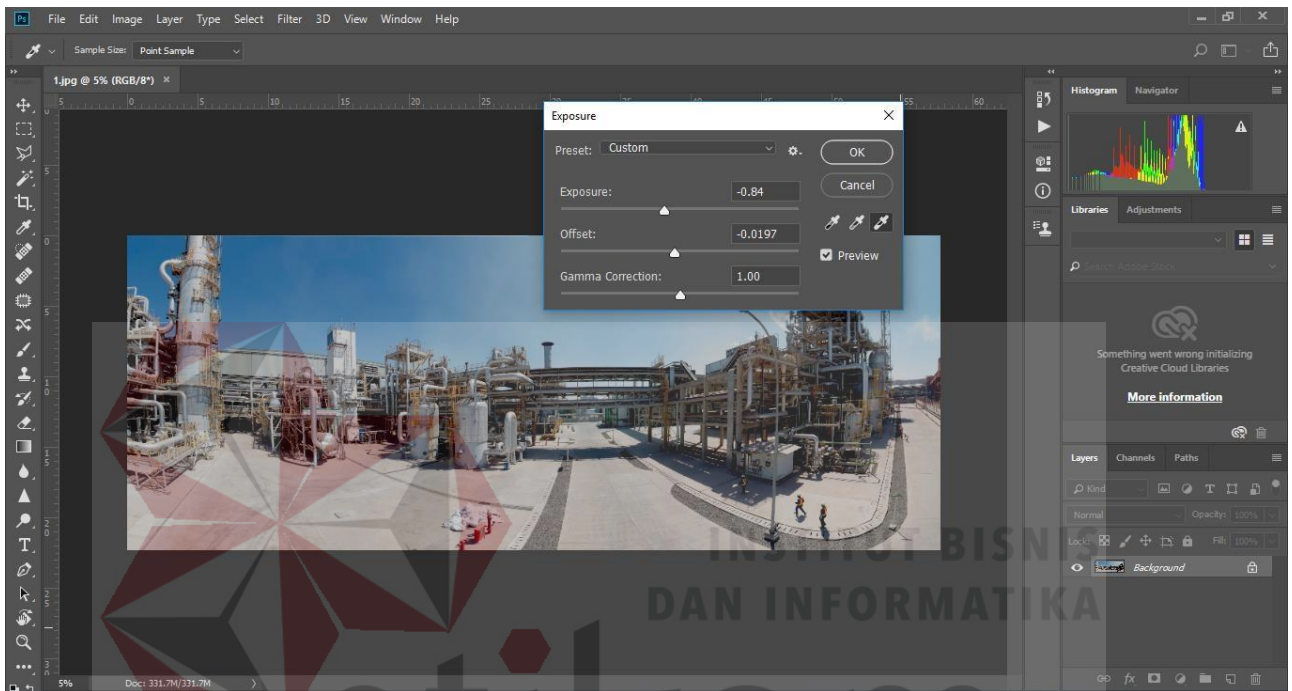


Gambar 4.8 Proses Editing Foto

(Sumber : Olahan Penulis)

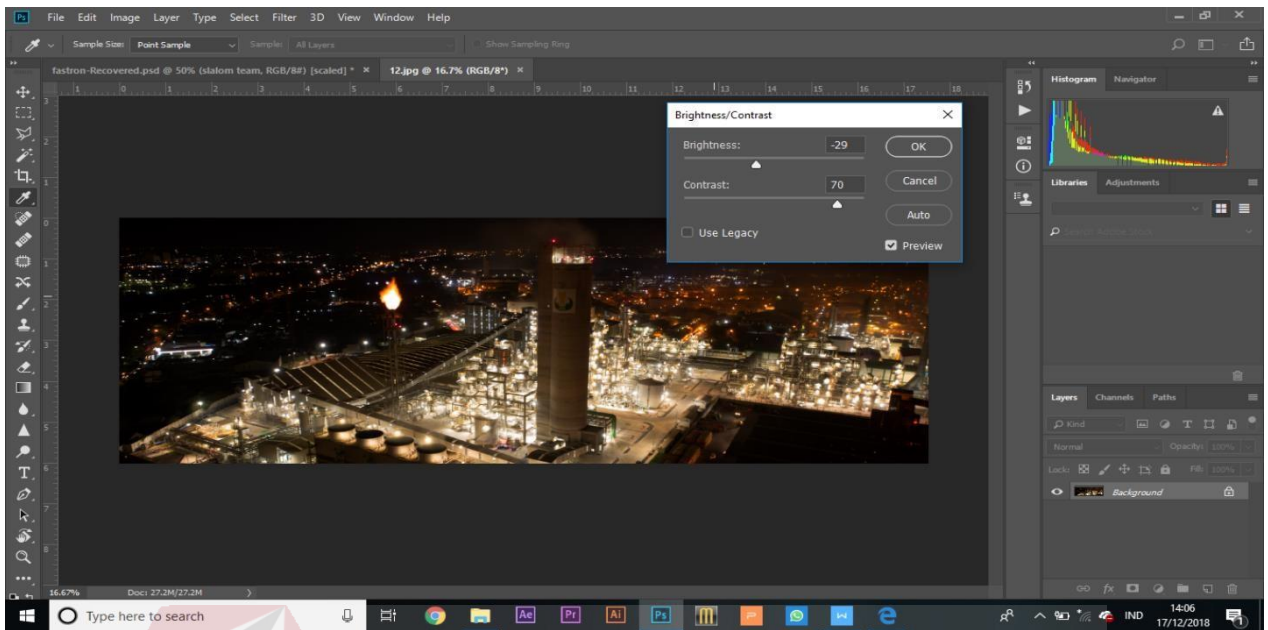
4.9 Proses Editing Warna

Proses editing warna pada proses ini menyesuaikan dengan warna yang diinginkan kient yang sesuai dengan *Brief* yang diberikan dengan menurunkan *Exposure*.



Gambar 4.9 Proses Pewarnaan Foto

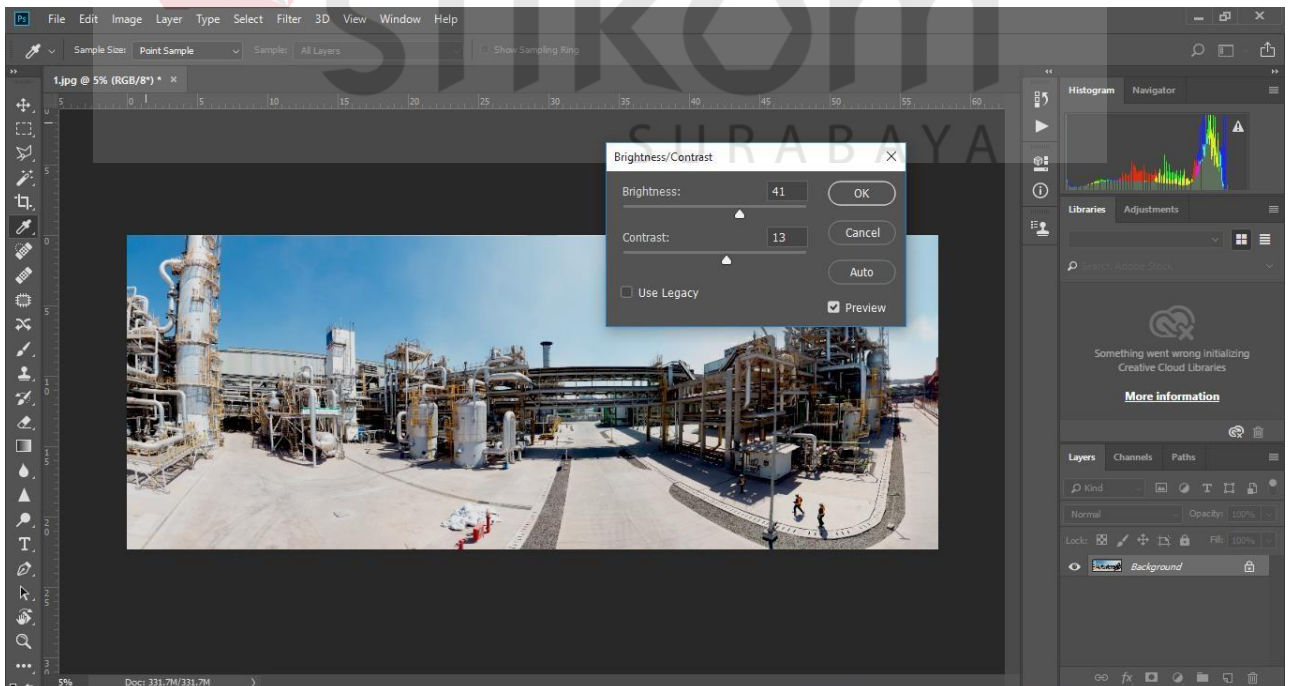
(Sumber : Olahan Penulis)



Gambar 4.10 Proses Pewarnaan Foto

(Sumber : Olahan Penulis)

Proses editing foto pada waktu malam warna pada proses ini menyesuaikan dengan warna yang diinginkan klient yang sesuai dengan *Brief* yang diberikan.

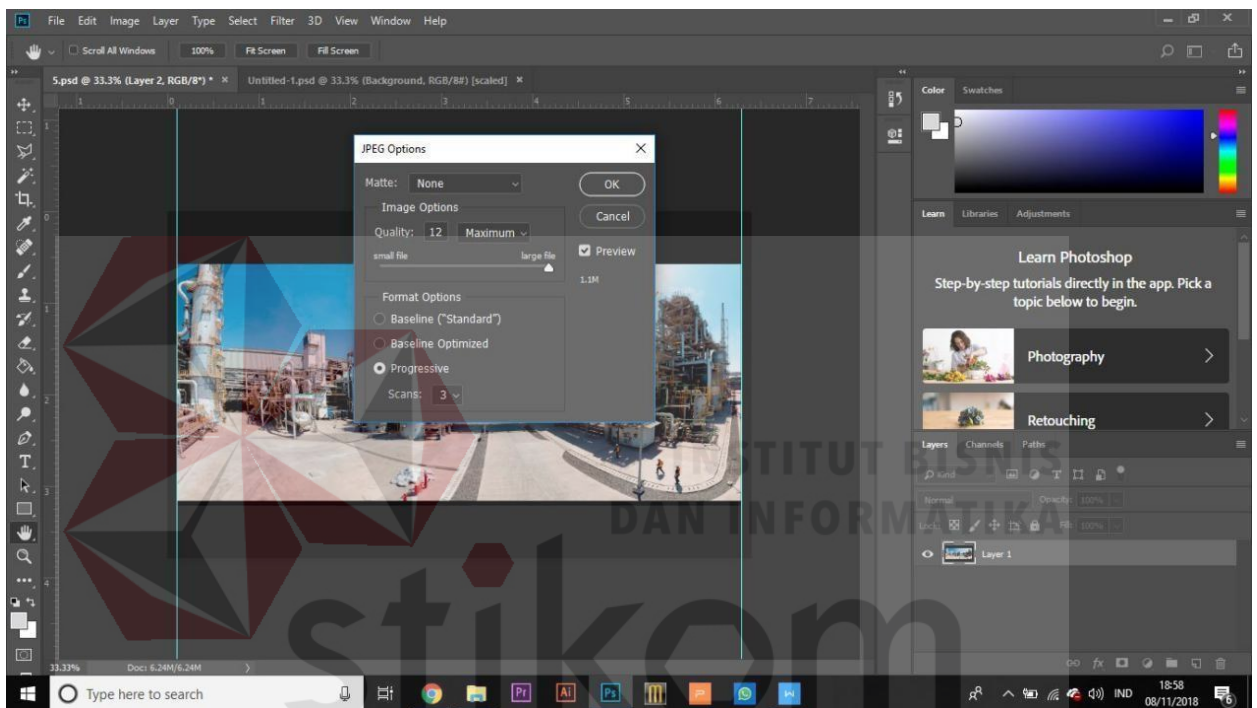


Gambar 4.11 Proses Pewarnaan Foto

(Sumber : Olahan Penulis)

4.10 Proses Export for JPG

Proses *Export* adalah tahap terakhir editing untuk menjadi kan file menjadi jpg. Pada tahap *Export* semua foto yang telah di edit di program ini akan menjadi file foto yang sesuai hasil yang di edit.



Gambar 4.12 Proses Pewarnaan Foto

(Sumber : Olahan Penulis)

4.11 Hasil akhir

Di bawah ini merupakan hasil akhir foto *Aerial shoot* yang telah melalui proses editing dan proses *Export* yang telah sesuai dengan *brief client*, hasil wawancara dan observasi dengan 3 waktu yaitu pagi, siang dan, malam.

Suasana Pagi



Gambar 4.13 Foto Pabrik Pagi

(Sumber : Olahan Penulis)

Pada foto diatas memperlihatkan foto *Aerial shoot* Pabrik Amurea 2 PT .Petrokimia Gresik di bagian paling depan pabrik jalan utama untuk memasuki area utama pabrik. Waktu pengambilan foto ini pada waktu pagi hari.

Suasana Siang



Gambar 4.14 Foto Pabrik Siang

(Sumber : Olahan Penulis)

Pada foto diatas memperlihatkan foto *Aerial shoot* Pabrik Amurea 2 PT .Petrokimia Gresik di bagian paling belakang pabrik memperlihatkan sebuah mesin pengolah pupuk pada pabrik Amurea 2 PT .Petrokimia Gresik. Waktu pengambilan foto ini pada waktu pagi siang hari.

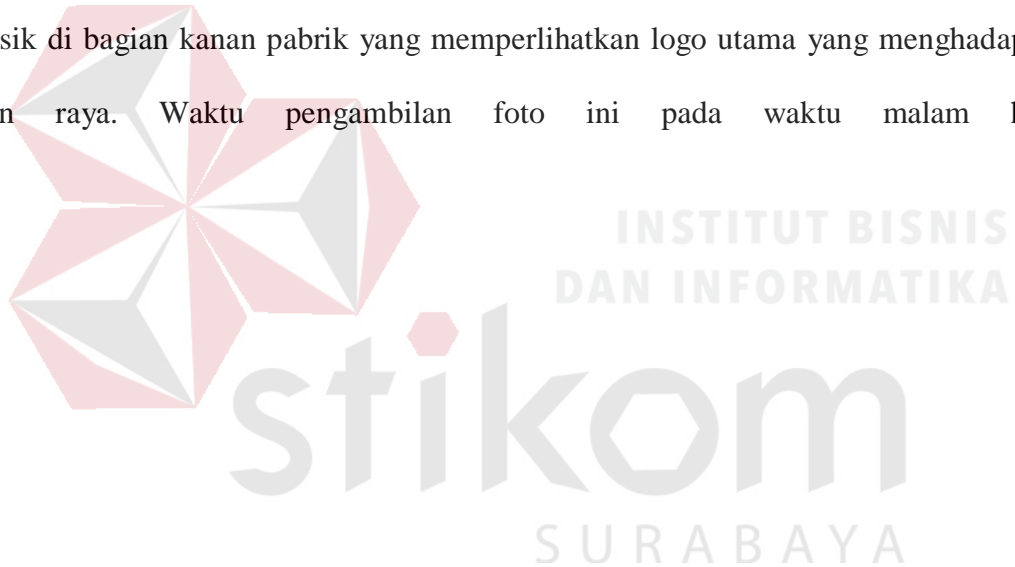
Suasana Malam



Gambar 4.15 Foto Pabrik Malam

(Sumber : Olahan Penulis)

Pada foto diatas memperlihatkan foto *Aerial shoot* Pabrik Amurea 2 PT .Petrokimia Gresik di bagian kanan pabrik yang memperlihatkan logo utama yang menghadap ke jalan raya. Waktu pengambilan foto ini pada waktu malam hari.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Pembuatan foto *Aerial shoot* sebuah perusahaan harus dilakukan dengan cara mengenali perusahaan itu sendiri terlebih dahulu dibidang seperti apa. Setelah mengenali profil perusahaan, maka dilakukan diskusi tentang apa saja yang akan di potret di perusahaan tersebut.

Foto *Aerial shoot* yang dibuat harus sesuai keinginan klien sekalipun hal yang klien minta tidak sesuai dengan menurut kita kurang baik, tapi menurut klien baik dan sesuai dengan yang diinginkan, kita harus tetap mengikuti keinginan klien/kita bisa memberikan edukasi dan pengarahan ke klient secara sopan dengan menyarankan titik mana saja yang menjadi poin utama.

5.2 Saran

Adapun saran yang disampaikan berkaitan dengan penulisan laporan kerja praktek ini sebagai berikut:

1. Saran bagi pembuatan foto *Aerial shoot* ini adalah penggunaan alat yang lebih baik lagi terutama di bagian kamera drone dengan menggunakan filter uv, agar dalam pengambilan gambar tidak terlalu over dikarenakan sinar matahari yang terang saat di siang hari.
2. Relasi antara perusahaan dan pribadi harus dijalin dengan baik, guna melancarkan segala urusan yang ada dilingkup kerja.

DAFTAR PUSTAKA

- Child, J., & Galer, M. (2008). *Essential skills: Photographic lighting*. Oxford: Focal Press.
- Hirsch, R. (2005). *Exploring colour photography*. United Kingdom: Laurence King.
- Kevin, Andrian. (2017) *Simulacra Yogyakarta Dengan Drone Photography*. Yogyakarta. Penerbit: Institut Seni Indonesia
- London, B., Upton, J., Stone, J., Kobre, K., & Brill, B. (2005). *Photography*. New Jersey: Pearson Education.
- Agnes Paulina Gunawan .(2012). *Peranan warna dalam karya fotografi*. Jakarta Barat Penerbit : , Universitas Bina Nusantara
- Yuliadewi, Leslie. *Jurnal Nirmana* (2000): *Komposisi dalam Fotografi*. Surabaya Penerbit: Universitas Kristen Petra
- Atmajaya Photograh. *Buku Latsar* (2002). Atmajaya Photography Club, Yogyakarta
- Binanto, Iwan. (2006). *Multimedia Digital – Dasar Teori dan Pengembangannya*
- Sudaryanto. 2003. *Teori dan Praktik Analisa Wacana*.
- Bishop, S. (2013). *Panduan Fotografer Warna Cahaya Dan Komposisi*. Jakarta Penerbit PT. Elex Media Komputindo
- Burhannudin. (2014). *Fotografi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Darmaprawira, S. (2002). *Warna Teori dan Penggunaannya*. Bandung: Institut Teknologi Bandung.
- Dharsito, Wahyu. (2015). *Dasar Fotografi Digital 2: Komposisi dan Ketajaman*. Jakarta: Penerbit PT. Elex Media Komputindo
- Chase, Guttman. (2017) *The Handbook of Drone Photography: A Complete Guide to the New Art of Do-It-Yourself Aerial Photography*
- Rambey, Arbain. *Sejarah Fotografi*.