



**PENINGKATAN KEMAMPUAN DAN KREATIFITAS DALAM
DESAIN VISUAL**

LAPORAN KERJA PRAKTIK



Oleh:

TAFFY NOVARIS GIOVAN

18420100086

FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF

UNIVERSITAS DINAMIKA

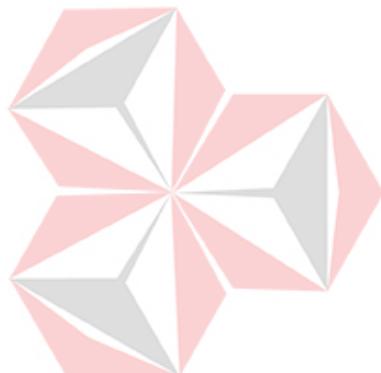
2021

**PENINGKATAN KEMAMPUAN DAN KREATIFITAS DALAM
DESAIN VISUAL**

LAPORAN KERJA PRAKTIK

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan

Mata Kuliah Kerja Praktik



UNIVERSITAS
Dinamika
Disusun Oleh :
Nama : TAFFY NOVARIS GIOVAN
NIM : 18420100086

Program : S1 (Strata Satu)

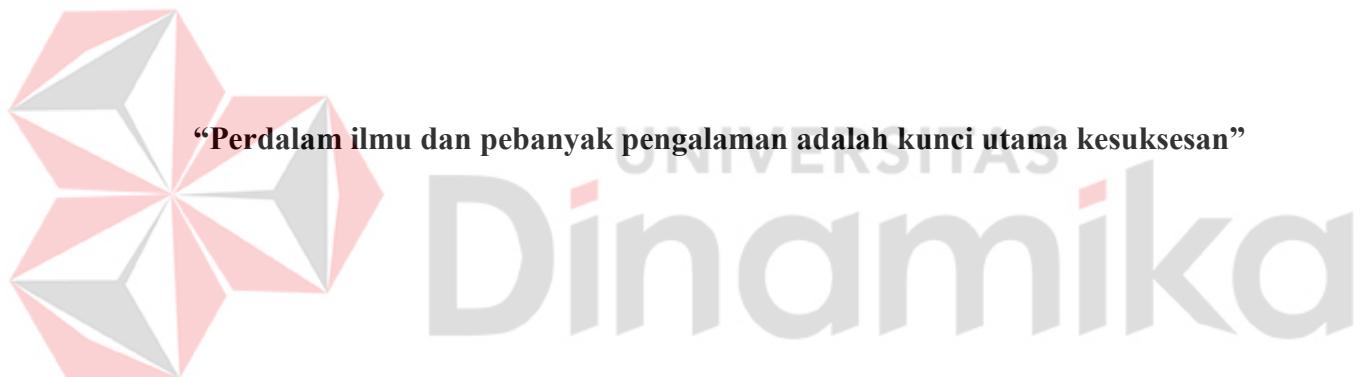
Jurusan : Desain Komunikasi Visual

FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF

UNIVERSITAS DINAMIKA

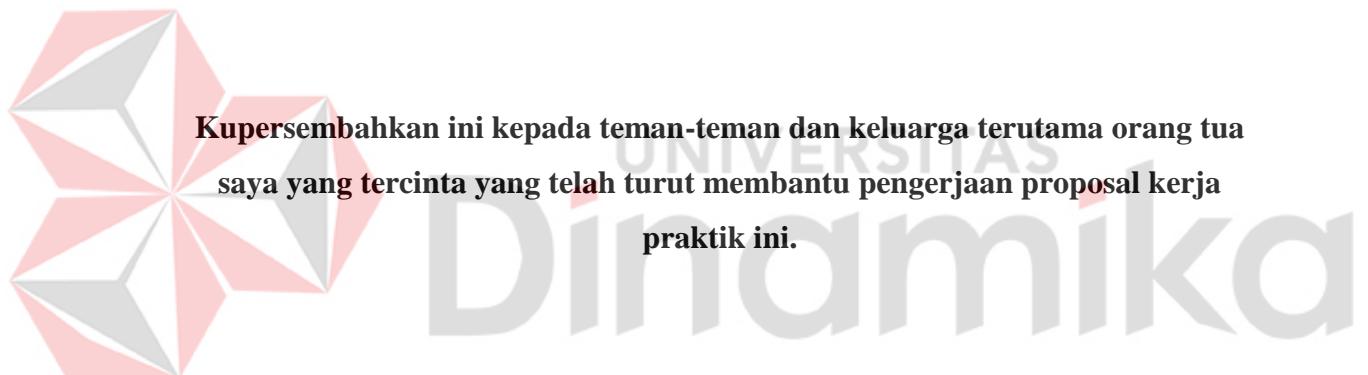
2021

LEMBAR MOTTO



LEMBAR PERSEMBAHAN

Kupersembahkan ini kepada teman-teman dan keluarga terutama orang tua
saya yang tercinta yang telah turut membantu penggerjaan proposal kerja
praktik ini.



LEMBAR PENGESAHAN

PENINGKATAN KEMAMPUAN DAN KREATIFITAS DALAM DESAIN VISUAL

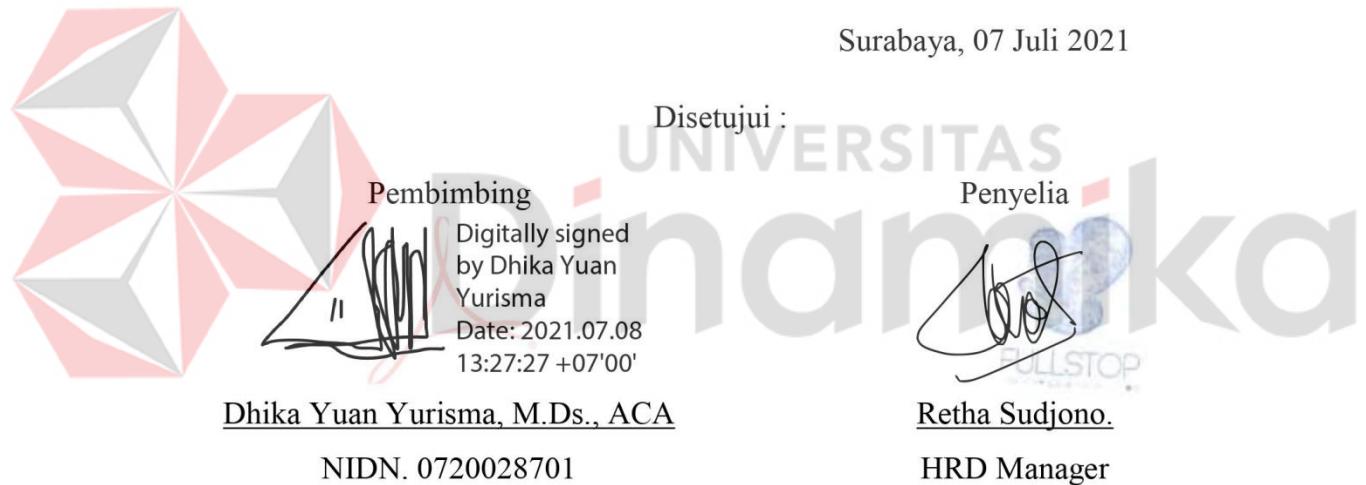
Laporan Kerja Praktik oleh

TAFFY NOVARIS GIOVAN

NIM : 18420100086

Telah diperiksa, diuji dan disetujui

Surabaya, 07 Juli 2021



Mengetahui,
Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual


Digitally signed
by Siswo Martono
Date: 2021.07.09
13:06:20 +07'00'
Siswo Martono, S.Kom., M.M
NIDN. 0726027101

SURAT PERNYATAAN

PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa Universitas Dinamika, saya:

Nama : Taffy Novaris Giovan
NIM : 18420100086
Program Studi : S1 Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Fakultas Desain Dan Industri Kreatif
Jenis Karya : Laporan Kerja Praktik
Judul Karya : **PENINGKATAN KEMAMPUAN DAN KREATIFITAS DALAM DESAIN VISUAL**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Seni, saya menyetujui memberikan kepada Universitas Dinamika Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas seluruh isi sebagian karya ilmiah saya tersebut di atas untuk disimpan, dialih mediakan dan dikelola dalam bentuk pengkalan 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, 07 Juli 2020



Taffy Novaris Giovan

NIM: 18420100086

ABSTRAK

Kemajuan teknologi di era saat ini tidak bisa dipungkiri lagi, kebutuhan akan dunia digital sekarang sudah berkembang pesat dan menjadi sesuatu yang dapat mendorong berbagai aspek dalam kehidupan. Berbagai manfaat teknologi digital telah dirasakan oleh masyarakat, terutama dalam bidang fotografi yang berfokus mendorong kebutuhan desain visual sebagai media promosi saat ini. Fotografi sendiri memiliki peran penting dalam media promosi entah itu jasa maupun produk, bahkan karya fotografi dapat berdiri sendiri sebagai media promosi tanpa melalui tahap penambahan unsur desain grafis. Akan tetapi, tentunya diperlukan penguasaan kemampuan dan kreatifitas yang besar untuk menghasilkan karya fotografi yang baik dan menarik. Pengasahan dan pelatihan akan kemampuan fotografi sangat diperlukan, begitu juga dengan mengasah kreatifitas pikiran serta kemampuan *editing* pada foto yang dihasilkan. Foto yang baik dan menarik mampu menghasilkan citra yang baik pada objek yang difoto, dan itu akan menjadi sesuatu yang dapat menarik mata masyarakat luas. Pentingnya dunia fotografi telah dirasakan oleh banyak instansi jasa maupun produk di dunia, maka dari itu saat ini telah hadir berbagai macam *branding agency* yang menyediakan jasa tersebut guna meningkatkan citra dan promosi penjualan dari berbagai instansi klien nya.

Kata Kunci : Editing, Fotografi, Vidual branding

DAFTAR ISI



LEMBAR MOTTO	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
SURAT PERNYATAAN.....	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
KATA PENGANTAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah	2
1.4 Tujuan	2
1.5 Manfaat	3
1.6 Pelaksanaan.....	3
1.7 Sistematika Penulis	3
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	5
2.1 Sejarah FULLSTOP INDONESIA	5
2.2 Informasi Kontak Perusahaan	5
2.3 Struktur Sumber Daya Manusia	6
BAB III LANDASAN TEORI	9
3.1 Pengertian Fotografi.....	9
3.2 Cahaya.....	9
3.3 Komposisi	11
3.4 Karakter Warna.....	12
3.5 Fokus.....	13
BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN.....	15
4.1 Penjelasan Pekerjaan.....	15
4.1.1 Briefing Brand Guidelines	15
4.1.2 Moodboard.....	16
4.1.3 Persiapan Produksi.....	17
4.1.4 Sesi Pemotretan.....	19
4.1.5 Pemindahan File Foto	20

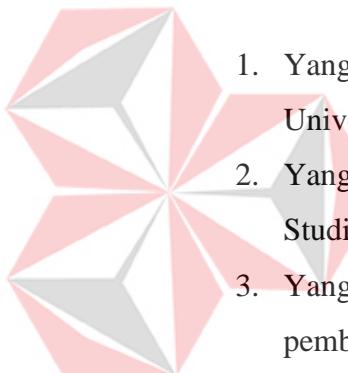
4.1.6 Seleksi Foto.....	21
4.1.7 Editing.....	22
4.2 Software Pendukung	25
4.3 Daftar Brand.....	26
BAB V PENUTUP	27
5.1 Kesimpulan	27
5.1 Saran	27
DAFTAR PUSTAKA	29
LAMPIRAN	30
Lampiran 1	30
Surat Balasan Perusahaan	30
Lampiran 2 – Form Kerja Praktik	31
Lampiran 3	41
Kartu Bimbingan Kerja Praktik	41
Lampiran 4	42
Portofolio Pasca Produksi	42
Lampiran 5 - <i>Curriculum Vitae</i>	68
Lampiran 6 – Sertifikat Kerja Praktik.....	69
Lampiran 7	70
Biodata Diri.....	70



UNIVERSITAS
Dinamika

KATA PENGANTAR

Pertama mari kita ucapkan puji syukur kepada kehadiran tuhan yang maha esa atas limpahan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan kerja praktik dengan judul “Peningkatan Kemampuan dan Kreatifitas Dalam Desain Visual” ini dengan tepat waktu dan tanpa adanya kekurangan. Laporan ini adalah salah satu karya ilmiah yang telah disusun sedemikian rupa sebagai syarat untuk penyelesaian mata kuliah “Kerja Praktik” di Universitas Dinamika Surabaya. Dalam Kesempatan kali ini, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak terkait yang telah memberikan pengalaman dan dukungannya selama kerja praktik berlangsung maupun dalam penyelesaian laporan kerja praktik ini. Diantaranya :



1. Yang terhormat **Prof. Dr. Budi Djatmiko, M.Pd.** selaku Rektor Universitas Dinamika.
2. Yang terhormat **Siswo Martono, S.Kom., M.M.** selaku Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual
3. Yang terhormat **Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA.** selaku dosen pembimbing kerja praktik yang telah memberikan banyak dukungan semangat, pengalaman dan saran-saran sehingga laporan kerja praktik ini segera terselesaikan.
4. Yang terhormat **Retha Sudjono.** selaku *HRD Manager* sekaligus sebagai pembimbing kerja praktik di FULLSTOP INDONESIA yang telah menerima, membimbing, memberikan wawasan serta memberikan banyak dukungan sehingga seluruh tugas yang diberikan dapat segera terselesaikan.
5. Seluruh rekan kerja FULLSTOP INDONESIA yang telah banyak membantu, memberikan wawasan, serta memberikan dukungan dan semangat demi kelancaran kerja praktik beserta kelancaran penggerjaan laporan kerja praktik ini.
6. Yang saya sayangi, seluruh teman-teman dan keluarga terutama kedua orang tua saya yang telah memberikan banyak dukungan, finansial, saran

sekaligus doa demi kelancaran pelaksanaan kerja praktik maupun kelancaran penggerjaan laporan kerja praktik ini.

Atas segala macam bentuk bantuan dan dukungan yang diberikan kepada saya, sekali lagi saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya. Semoga apa yang telah diberikan mendapatkan balasan yang setimpas dari tuhan yang maha esa.

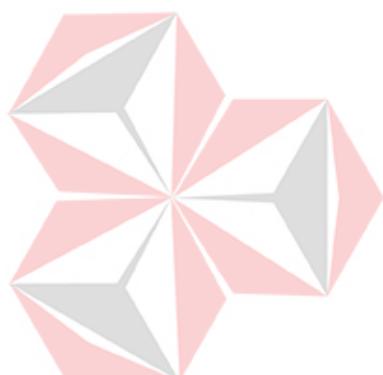
Surabaya, 07 Juli 2021

Penulis



Taffy Novaris Giovan

NIM. 18420100086



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dunia saat ini sedang mengalami perkembangan yang sangat pesat terutama pada sosial media nya. Tidak hanya sekedar platform perpesanan namun juga platform media visual juga sedang digemari oleh hampir seluruh masyarakat di dunia. Seluruh orang pengguna media sosial berbondong-bondong dan berlomba untuk bisa mengeksperikan diri mereka dengan kualitas foto terbaik yang mereka ciptakan dan mempublikasikanya pada akun sosial media mereka. Hal ini tentunya akan menjadi sarana baru yang menunjang kebutuhan mereka, mulai dari kebutuhan pribadi sampai kebutuhan bisnis. Semenjak hadirnya beberapa platform media visual di dunia, masyarakat menjadi tak luput bahkan kecanduan dengan itu semua, dengan hari-hari yang pasti diisi dengan melihat foto orang lain ataupun bisnis yang ada, hal ini akan menjadi kesempatan bagi pribadi ataupun bisnis untuk menaikkan pamor mereka.

Namun untuk menaikkan pamor atau citra, harus ada sesuatu yang menarik perhatian mata masyarakat luas. Salah satunya adalah foto yang unik, menarik serta memiliki kualitas yang baik. Foto dengan kualitas yang baik tidak hanya bisa didapatkan melalui perlengkapan fotografi, namun saat ini, foto dengan kualitas baik bahkan bisa didapat dengan mudah hanya dengan smartphone, mengingat perkembangan teknologi yang pesat dan harga pasar yang semakin terjangkau, smartphone kini dapat dibilang bisa berada di level yang sama dengan alat fotografi sungguhan. Foto yang unik dan menarik hanya bisa didapatkan melalui ide-ide yang cemerlang, Maka dari itu, seseorang wajib meningkatkan kemampuan fotografinya sehingga dapat mnghasilkan kualitas foto yang baik, begitu juga wajib disertai dengan pengembangkan sisi kreatifitasnya agar mendapatkan foto yang unik dan menarik masyarakat luas.

Sebagai penunjang kualitas foto yang baik perlu juga dilakukanya editing pada foto tersebut. Sama seperti alat fotografi, karena perkembangan teknologi yang pesat, kini hadir software atau aplikasi editing profesional yang bisa didapat

dengan mudah bahkan gratis. Beberapa hal yang perlu yang perlu dikuasi editor untuk menghasilkan foto yang menarik di era saat ini dan sering diimplementasikan adalah pewarnaan pada foto (*Toning*), pembersihan (*Cleaning*), pemanipulasi foto (*Retouching*) serta tingkatan manipulasi yang lebih rumit yaitu *Digital Imaging*.

Karena adanya software penunjang editing tersebut, masyarakat kini jadi lebih mudah untuk menghasilkan foto yang baik tanpa harus melalui proses fotografi yang rumit. Karena hadirnya itu semua, kini masyarakat dunia dapat diuntungkan dengan biaya produksi foto yang lebih hemat dan dapat dilakukan secara mandiri bahkan jika seseorang itu tidak berprofesi sebagai fotografer ahli.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah disebutkan diatas, maka dapat dirumuskan topik masalah yang ada, yaitu :

“Peningkatan kemampuan dan kreatifitas Dalam Desain Visual”

1.3 Batasan Masalah

Agar rumusan masalah yang telah disebutkan diatas lebih terfokus, maka batasan masalah akan diuraikan sebagai berikut :

1. Pengenalan tentang fotografi beserta elemen-elemen penting di dalamnya.
2. Pengenalan daftar alat-alat pada software editing yang sering digunakan dan diimplementasikan.

1.4 Tujuan

Tujuan dari pembahasan sampai pemurusan masalah pada laporan kerja praktik ini adalah sebagai berikut :

Dengan adanya pengenalan tentang fotografi beserta editingnya, diharapkan masyarakat awam atau pemula dapat memperluas ilmu dan wawasannya serta dapat memproduksi foto dengan kualitas yang baik secara mandiri.

1.5 Manfaat

Diharapkan laporan kerja praktik ini dapat memberikan manfaat dan keuntungan bagi pihak-pihak terkait secara teoritis maupun praktis.

1. Manfaat Teoritis

Melalui laporan kerja praktik ini, diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi wawasan dan ilmu pengetahuan serta dapat menjadi sumber informasi sebagai penunjang bagi laporan kerja praktik di masa-masa yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktis yang didapat, yaitu sebagai berikut :

Bagi penulis dapat secara langsung hadir dan mengetahui alur penggerjaan projek fotografi pada branding agency terutama FULLSTOP INDONESIA mulai dari pra-produksi, produksi sampai pasca produksi foto. Mulai dari foto produk sampai foto model dengan berbagai macam brand beserta brand guidelines yang berbeda.

1.6 Pelaksanaan

Pelaksanaan Kerja Praktik :

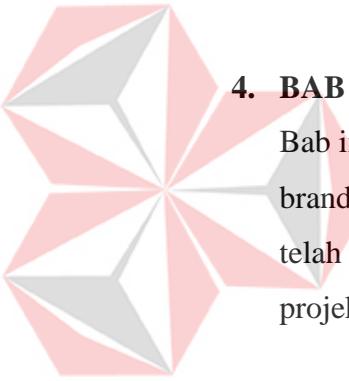
Tanggal Pelaksanaan : 24 Maret 2021 s.d. 9 Mei 2021

Waktu : 08.30 – 19.00

Bagian : Photographer

1.7 Sistematika Penulis

Dalam penulisan laporan kerja praktik ini tersusun dari 5 Bab yang disusun secara sistematik, berikut adalah uraian per-bab secara singkat laporan kerja praktik ini.



1. BAB I – PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang bahasan yang meliputi latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan laporan, manfaat laporan, detail pelaksanaan kerja praktik dan sistematika penulis.

2. BAB II - GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum dari perusahaan branding agency FULLSTOP INDONESIA berupa profil perusahaan, web dan sosial media perusahaan, alamat perusahaan, serta informasi kontak perusahaan

3. BAB III - LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang beberapa teori-teori pendukung yang terkait dengan isi dari laporan kerja praktik ini.

4. BAB IV - DESKRIPSI PEKERJAAN

Bab ini berisi tentang hasil dari kerja praktik yang telah dilakukan di branding agency FULLSTOP INDONESIA selama kurun waktu yang telah tertera diatas, begitu juga disertai dengan penjelasan alur penggerjaan projek sesuai dengan bidang terkait.

5. BAB V - PENUTUP

Bab ini berisi tentang penginformaisan kesimpulan yang didapat dari kerja praktik yang telah dilakukan selamat kurun waktu yang tertera dan disertai dengan saran dan masukan dari penulis.

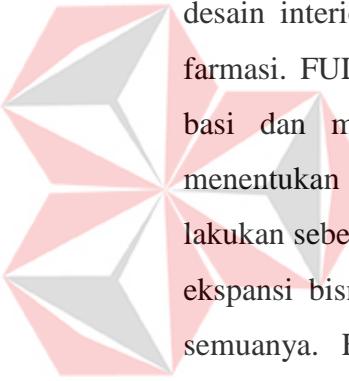
6. DAFTAR PUSTAKA

Bab ini berisi tentang daftar referensi pendukung terkait, seperti daftar jurnal dan daftar penulis yang digunakan sebagai penunjang penggerjaan laporan kerja praktik ini.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah FULLSTOP INDONESIA



FULLSTOP dimulai dengan aksi dari satu orang oleh Felicia Arista pada tahun 2012. Sejak itu, ia telah berkembang pesat dan berhasil membangun serta menjadikan agensi branding kreatif penuh yang dipercaya oleh banyak klien di Surabaya, Indonesia. FULLSTOP menggunakan pendekatan desain yang kreatif dan praktis untuk membantu bisnis keluarga maupun bisnis lainnya untuk memanfaatkan merek mereka. Dengan memiliki banyak tim multidisiplin, FULLSTOP memiliki pengetahuan industri yang menjalankan keseluruhan dari desain interior hingga pakaian, dari jasa hingga produk, dari makanan hingga farmasi. FULLSTOP berkomitmen untuk dapat berbicara langsung, tanpa basa-basi dan menciptakan hubungan yang kolaboratif dan karakteristik yang menentukan sejak awal. FULLSTOP adalah pemberhentian yang perlu Anda lakukan sebelum membuat lompatan ke depan. Dari pengembangan merek hingga ekspansi bisnis, kami memiliki keahlian dan sumber daya untuk mewujudkan semuanya. FULLSTOP memberi Anda semua alat yang diperlukan untuk membuat merek Anda berkembang dalam jangka panjang

2.2 Informasi Kontak Perusahaan

Nama Instansi : FULLSTOP INDONESIA

Jenis Usaha : Branding Agency

Alamat Instansi : Jl. Raya Panjang Jiwo Permai no.12, Panjang jiwo, kec. Tenggilis Mejoy, Kota Surabaya, Jawa Timur 60299

No.Telp : 0838-3123-4345

Fax : -

Email : hello@fullstopindonesia.com

Website : fullstopindonesia.com

2.3 Struktur Sumber Daya Manusia

a) Founder

Pemilik, pencipta sekaligus pengelola yang memiliki hak penuh atas perusahaan branding agency FULLSTOP INDONESIA.

b) Assistant

Memiliki tanggung jawab sebagai tangan kanan dari *founder*, *assistant* memiliki tugas yang berkaitan dengan keperluan *founder*, seperti mengatur jadwal dan bertemu dengan klien.

c) HRD (*Human Resource Development*)

Bertugas sebagai seseorang yang memiliki hak untuk mengawasi, mengayomi, meninjau dan bertanggung jawab atas segala hal yang berkaitan pada sumber daya manusia di dalam perusahaan.

d) Art Director

Bertugas merancang konsep, mengawasi, meninjau, dan mengevaluasi serta bertanggung jawab atas segala desain visual, foto maupun video yang dikerjakan sebelum memasuki tahap publikasi pada media sosial klien. Art director ditugaskan dengan semua brand yang tengah berjalan kontrak dengan FULLSTOP INDONESIA.

e) Motion Manager

Bertugas dalam merancang konsep, mengawasi, meninjau, dan mengevaluasi serta bertanggung jawab atas segala motion grafis yang akan digunakan dalam sebuah video.

f) Project Manager

Bertugas merancang konsep, mengawasi, meninjau, dan mengevaluasi serta bertanggung jawab atas segala desain visual, foto maupun video yang dikerjakan sebelum memasuki tahap publikasi pada media sosial klien. Project Manager ditugaskan dengan beberapa brand yang tengah berjalan kontrak dengan FULLSTOP INDONESIA.

g) Production Manager

Bertugas mengawasi, meninjau serta bertanggung jawab atas segala hal yang berkaitan dengan produksi fisik perusahaan.

h) Creative Designer

Bertugas menjalankan pekerjaan yang berkaitan dalam bidang desain visual. Seperti creative post, desain packaging dan visual media promosi dua dimensi lainnya.

i) Photographer

Bertugas melakukan pemotretan dan dokumentasi produk, lokasi, aktifitas dan lain-lain dari brand klien sebagai penunjang kebutuhan desain promosi maupun desain visual lainnya.

j) Videographer

Bertugas melakukan penyutiringan dan dokumentasi produk, lokasi, aktifitas dan lainnya dari brand klien itu sendiri sebagai penunjang kebutuhan promosi maupun company profile perusahaan klien.

k) Content Creator

Bertugas merancang konsep media visual, seperti desain, foto dan video yang akan digunakan sebagai bentuk promosi dan edukasi dari FULLSTOP INDONESIA.

l) Admin

Bertugas mengurus absen kehadiran karyawan sampai dengan mengurus perihal surat-menyurat di dalam perusahaan.

m) Accounting

Bertugas mengawasi dan mengurus perihal keuangan di dalam perusahaan.

n) Operational Crew

Bertugas dalam membantu *Operational Manager* menjalankan produksi yang ada di dalam perusahaan.



BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 Pengertian Fotografi

Salah satu pengertian dari fotografi adalah sebagai media komunikasi yang berbentuk gambar nyata, yakni media yang bisa digunakan sebagai penyampaian ide/pesan kepada orang lain maupun untuk mendokumentasikan suatu momen ataupun peristiwa Menurut Sudarma (2014:2)

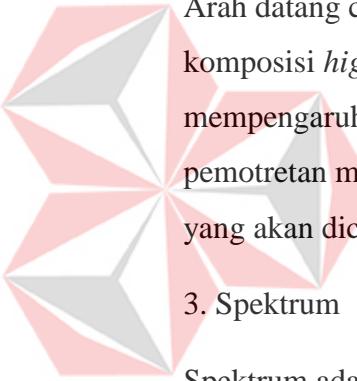
Disisi lain, menurut Nardi (1989:8-11), fotografi adalah gabungan dari 2 istilah yunani yaitu photos (cahaya) dan graphos (melukis), dalam dua kata tersebut dapat disimpulkan bahwa fotografi adalah “melukis dengan cahaya”. Secara umum, fotografi juga dikenal sebagai metode menghasilkan gambar suatu objek dengan cara menangkap atau merekam pantulan cahaya menggunakan medium yang peka terhadap cahaya.

Fotografi adalah sebuah seni observasi tentang menemukan suatu hal yang menyenangkan di tempat biasa. (Elliot Erwitt, 1968)

Fotografi adalah media yang menampilkan realitas yang terdapat dalam sebuah foto. Foto menjadi bagian dari realita yang ada, yang dikenal dan dihayati oleh kita. Karena realita memang tampil sebagai representasi yang nyata. (Seno Gumira Ajidarma, 2003)

3.2 Cahaya

Cahaya merupakan komponen yang memegang peranan penting dalam fotografi. Foto yang indah adalah foto yang tercipta dari cahaya yang bagus yang sesuai dengan konsep foto itu sendiri. Pengaturan pada ISO, Shutter speed dan aperture adalah usaha untuk mendapatkan cahaya yang baik itu sendiri. Cahaya yang ingin diharapkan semua bergantung kepada konsep dan kesan dari apa yang ingin ditimbulkan, begitu juga dengan komposisi yang diharapkan dari cahaya dan



bayangan objek dalam foto. Beberapa hal yang harus diperhatikan dalam pencahayaan adalah sebagai berikut :

1. Intensitas

Intensitas adalah seberapa kuat dan banyaknya cahaya yang masuk ke dalam kamera. Ada dua jenis di dalam intensitas cahaya yang dikenal dengan istilah *hard light* dan *soft light*. Cahaya dengan intensitas yang kuat dan banyak akan menimbulkan foto yang sangat terang dengan bayangan yang akan terlihat sangat jelas (*hard light*). Sedangkan cahaya dengan intensitas rendah akan menciptakan foto dengan minim penerangan dan menimbulkan bayangan yang lembut atau samar-samar (*soft light*).

2. Arah Datang Cahaya

Arah datang cahaya sendiri akan sangat berpengaruh pada metering dan komposisi *highlight* dan *shadow* pada objek. Arah datang cahaya juga akan mempengaruhi arah dan ukuran bayangan pada objek yang akan difoto. Pada pemotretan model, arah datang cahaya juga akan mempengaruhi ekspresi khusus yang akan diciptakan oleh model itu sendiri.

3. Spektrum

Spektrum adalah banyaknya warna yang terkandung di dalam cahaya. Cahaya putih sebenarnya adalah gabungan dari banyak warna. Pencahayaan itu sendiri dapat dihasilkan dari cahaya matahari maupun dari cahaya lampu. Perolehan warna yang beragam dapat dilakukan dengan pengaturan pada sumber cahaya yang digunakan. Seperti halnya ketika ingin menciptakan cahaya dengan warna-warna tertentu, maka perlu dilakukannya pelapisan menggunakan media berwarna namun transparan pada lampu yang digunakan. Begitu juga dengan cahaya alamai atau cahaya matahari. Ketika ingin menggunakan cahaya yang dominan putih maka pemotretan harus dilakukan pagi hari, namun jika ingin memperlohen cahaya dengan warna yang didominasi kuning / *orange*, maka pemotretan harus dilakukan di siang hari sampai sore hari.

Adapun sumber pencahayaan dalam pemotretan yang dibagi menjadi :

1. Available Light

Yaitu cahaya yang telah ada atau tersedia disaat pemotretan berlangsung, baik berupa cahaya alami (sinar matahari) maupun cahaya buatan seperti lampu jalan yang memang tidak disediakan khusus untuk pemotretan.

2. Artificial Light

Yaitu cahaya yang diadakan khusus untuk tujuan pemotretan, seperti lampu studio atau lampu *flash*. Berikut penjelasanya :

- a) *Continuous Light*, yaitu sumber cahaya yang terus menerus menyala, seperti lampu studio.
- b) *Uncontinuous Light*, yaitu sumber cahaya yang hanya menyala disaat yang sama dengan pengambilan gambar. Contohnya adalah *flash* atau *blitz*.

3.3 Komposisi

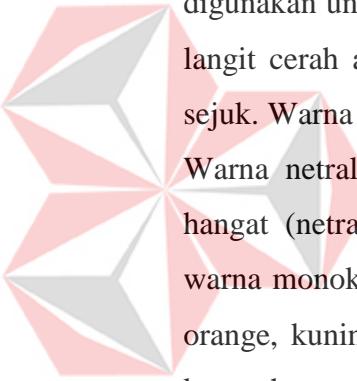
Keberagaman objek yang ditampilkan pada sebuah frame akan membuat mata tidak fokus tertuju pada maksut dari karya foto tersebut. Maka dari itu foto yang menarik harusnya disusun sedemikian rupa sehingga mengarah pada objek atau maksut yang ingin diutamakan walaupun objek tersebut tidak dalam posisi ditengah frame. Hal inilah yang dinamakan komposisi pada fotografi, komposisi pada foto juga merupakan sesuatu yang penting yang harus dikenali oleh para fotografer. RM Soelarko (1990) menuturkan bahwasanya kualitas visual sebuah foto sebagai kekuatan penampilan karya tersebut.

Menurut Cheon dalam panduan yang berjudul “Basic Photography Using a Digital Camera”, ada tiga aturan yang sangat membantu dalam komposisi foto, yaitu :

1. Isi frame dengan objek foto, Tentukan objek foto yang akan menjadi fokus utama dalam foto tersebut, dan buatlah objek tersebut sebagai inti foto dengan pengambilan gambar yang jelas.
2. Ubah posisi kamera, Fotografer dapat merubah posisi dari kamera (angle) untuk mendapatkan foto dari sisi terbaik sesuai apa yang akan difoto.

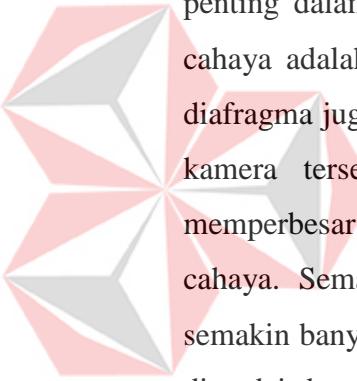
3. The Rule of Thirds, Aturan ini sangat penting bagi fotografer, dimana hubungan proporsional akan menentukan penekanan pada keseimbangan natural dan simetri dinamis. Letakkan objek dan beberapa elemen penting pada titik temu yang membagi foto menjadi tiga bagian baik secara vertical maupun horizontal.

3.4 Karakter Warna



Didalam dunia fotografi, kita mengenal adanya tiga kategori warna, yaitu warna dingin (cool), warna netral dan warna hangat (warm). Dalam dunia fotografi maupun editing kita biasanya mengenalnya dengan istilah tone atau toning warna. Warna dingin (cool) biasanya digunakan untuk menciptakan kesan foto yang dingin, sejuk, ketenangan dan kedamaian. Contoh warna yang digunakan untuk tone ini adalah biru, hijau dan ungu. Misalnya warna biru untuk langit cerah atau es dan hijau seperti warna tumbuhan ataupun dedaunan yang sejuk. Warna netral terdiri atas warna monokrom yaitu, hitam, putih, dan abu-abu. Warna netral sendiri tidak menciptakan kesan perasaan yang dingin maupun hangat (netral), Contohnya adalah foto jaman dahulu yang masih didominasi warna monokrom. Warna hangat (warm) terdiri atas warna-warna seperti merah, orange, kuning dan magenta. Warna ini biasanya digunakan untuk memberikan kesan hangat dan cenderung panas. Contohnya adalah seperti warna yang ada pada saat matahari tenggelam (sunset) ataupun warna yang ada pada foto makanan yang terkesan hangat.

Didalam dunia fotografi, tiga kategori tersebut sangat mempengaruhi kesan yang akan dibangun untuk menciptakan karya foto tertentu. Hal ini wajib diketahui dan digunakan bagi para fotografer, terutama bagi fotografi komersil sebagai penunjang merk mereka. Misalnya adalah merk minuman dingin yang akan menggunakan tone cool disetiap foto yang mereka ciptakan untuk menciptakan kesan dingin, sejuk dan segar. Begitu juga dengan contoh merk makanan cepat saji yang akan menggunakan tone warm disetiap fotonya untuk mempresentasikan kenikmatan dari kehangatan merk atau produk mereka. Untuk membangun kesan-kesan tersebut, fotografer biasanya memanfaatkan warna dari



objek itu sendiri maupun dengan menggabungkan warna cahaya. Warna menjadi elemen yang penting dalam fotografi, karena keberadaan warna dapat digunakan sebagai rangsangan visual yang dilakukan oleh mata dan otak dari interaksi objek dan sumber cahaya. Warna juga dapat memberikan keindahan pada foto, menjadikan foto lebih menarik, menjadi pusat perhatian, serta penting sebagai alat penyampaian pesan. Oleh karena itu warna juga disebut sebagai komunikasi psikis.

3.5 Fokus

Fokus ada salah satu elemen penting untuk menciptakan foto yang bagus, menarik serta jelas. Fokus diciptakan melalui diafragma kamera atau aperture, diafragma atau aperture sendiri adalah lubang di dalam lensa yang berperan penting dalam mengatur intesitas cahaya yang masuk menuju kamera. Karena cahaya adalah elemen penting yang ada di dalam dunia fotografi, maka peran diafragma juga sangat penting untuk menentukan karya foto yang diciptakan oleh kamera tersebut. proses kerja diafragma cukup sederhana, yaitu dengan memperbesar atau memperkecil ukuran lubang sebagai media yang dimasuki oleh cahaya. Semakin besar ukuran lubang, maka yang cahay yang masuk akan semakin banyak, begitu juga sebaliknya. Ukuran besar kecilnya lubang diafragma ditandai dengan huruf F dan angka-angka yang tertera pada kamera (1.4, 2, 2.8, dst). Angka pada diafragma dibaca berlawanan dengan ukuran lubang, jadi semakin kecil angkanya maka bukaan lubang diafragma akan semakin besar, begitu juga semakin besar angkanya maka bukaan lubang diafragma akan semakin kecil. Maka yang terjadi adalah angka diafragma di F 1.4 akan memiliki intesitas cahay yang masuk lebih besar dibandingkan dengan F 22.

Pada bagian diafragma juga memiliki fungsi untuk pengaturan ruang tajam atau yang dikenal dengan DOF (depth of field). Fungsi DOF sendiri adalah dimana seorang fotografer dapat menentukan bidang mana saja yang telihat fokus dan bidang mana saja yang tidak perlu difokuskan. Ada dua macam teknik untuk DOF sendiri, yaitu long depth of field dan short depth of field. Long depth of field adalah teknik dimana fotografer menggunakan bukaan lubang diafragma yang

kecil, seperti contoh F 16, dimana angka 16 termasuk dalam bukaan diafragma yang kecil, bukaan yang semakin kecil inilah yang akan membuat ruang fokus menjadi lebih lebar dan tajam. Teknik inilah yang akan menciptakan sebuah karya foto dengan tingkat fokus yang lebar mencakup objek foto maupun latar belakangnya. Biasanya teknik ini akan digunakan dalam pemotretan landscape, arsitektur dan interior, bahkan foto produk dengan ukuran yang besar. Untuk teknik short depth of field adalah kebalikan dari teknik long defpt of field, yaitu teknik dimana fotografer akan membuat lubang diafragma kamera membesar. Seperti contoh adalah F2.8. Dimana bukaan lubang ini termasuk bukaan yang lebar sehingga intensitas cahaya yang masuk akan semakin banyak namun ruang fokus yang diciptakan akan semakin sempit dan membuat area tertentu tidak fokus (blur). Teknik ini dapat membuat foto dengan sedikit tampilan yang fokus sedangkan lainnya tidak (blur). Biasanya digunakan dalam pemotretan model maupun foto produk dengan teknik close up.



BAB IV

DESKRIPSI PEKERJAAN

4.1 Penjelasan Pekerjaan

Pada tahap awal pelaksanaan kegiatan kerja praktik di FULLSTOP INDONESIA, Penulis harus bekerja dengan mengikuti langkah-langkah yang sesuai SOP (Standard Operating Procedure) perusahaan. Langkah-langkah yang dilakukan mulai dari tahap pra-produksi, produksi sampai dengan pasca produksi foto adalah sebagai berikut:

1. Pemahaman tentang *brand guidelines* yang ada.
2. Membuat *moodboard* yang digunakan sebagai referensi dari karya foto yang akan diciptakan.
3. Persiapan *lighting* dan properti yang digunakan.
4. Sesi Pemotretan.
5. Pemindahan file ke dalam server.
6. Seleksi Foto.
7. Editing Foto (Cleaning, Retouching dan Toning).
8. Penyerahan hasil foto kepada bagian desainer untuk tahap selanjutnya.

4.1.1 Briefing Brand Guidelines

Penulis diberikan beberapa *brand guidelines* yang nantinya akan berperan penting sebagai acuan didalam pemotretan. Seperti halnya adalah intesitas cahaya yang digunakan, tema pemotretan, pewarnaan cahaya maupun latar belakang objek, sampai dengan property pendukung yang ada di dalam foto tersebut. Semua elemen tersebut akan menjadi berbeda tergantung dari citra brand yang akan dikerjakan.



Gambar 4.2

Briefing brand guidelines

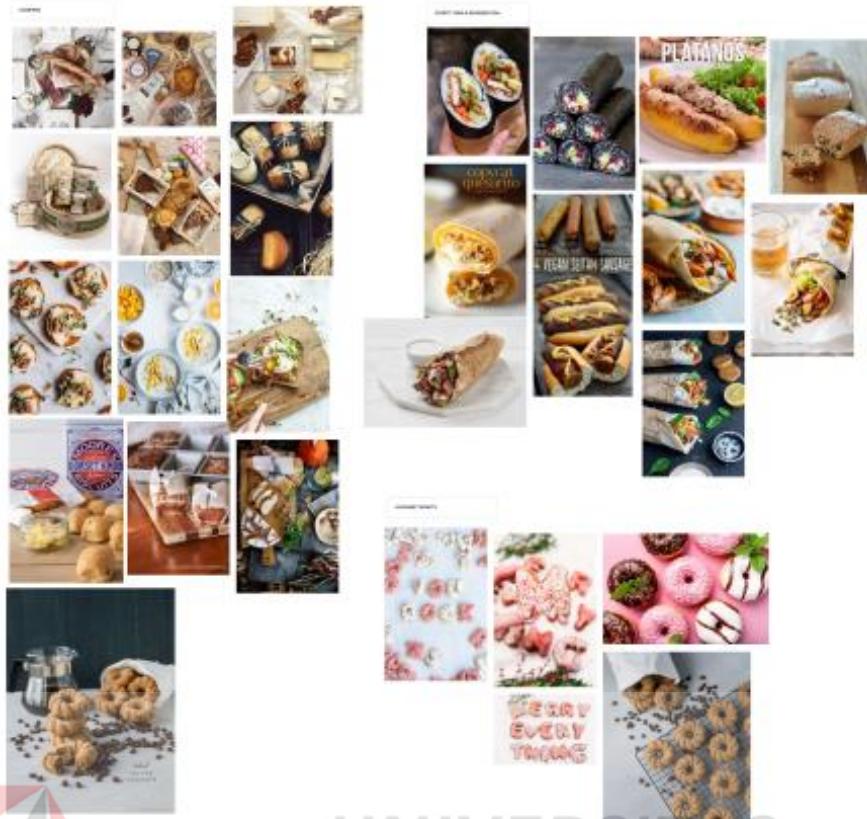


Gambar 4.2

Briefing brand guidelines

4.1.2 Moodboard

Tahan selanjutnya adalah pembuatan *Moodboard* sebagai bahan pendukung pada sesi foto / sesi produksi. *Moodboard* adalah gambar referensi yang diambil dari situs web maupun sosial media tertentu sebagai penunjang imajinasi pendukung pada tahap produksi / sesi pemotretan. Tentunya moodboard yang didapatkan harus sesuai dengan konsep yang telah ditentukan. Berikut adalah contoh *moodboard* yang dibuat pada tahan pra-produksi :



Gambar 4.3
Moodboard

4.1.3 Persiapan Produksi

Tahap ini adalah tahap yang dilakukan sebelum memulai sesi pemotretan. Pada tahap ini seorang fotografer diharuskan untuk menyiapkan alat-alat fotografi beserta properti / elemen yang akan digunakan dalam pemotretan, Seperti contoh lampu studio, kamera, lensa, batrai dan memori, *background*, *softbox* dan lainnya. Untuk properti foto yang digunakan wajib mengikuti *brand guidelines* maupun tema karya foto yang akan diciptakan, Seperti contoh memakai background berwarna putih untuk mendapatkan kesan mewah dan eleganya, dilengkapi dengan alat makan dan gelang bening sebagai faktor pendukung untuk menambah kesan tersebut.



Gambar 4.4

Lampu studio, reflector dan softbox

Sumber : <http://jasafotojakarta.com/perlengkapan-food-photography-yang-harus-dimiliki/>



Gambar 4.4

Alat fotografi

Sumber : <https://jsp.co.id/cara-membuat-studio-foto-sederhana-di-rumah/>



Gambar 4.4
Properti Foto

4.1.4 Sesi Pemotretan

Untuk tahap selanjutnya adalah tahap produksi yaitu sesi pemotretan. Disini fotografer akan memulai pengaturan terhadap pencahayaan lampu, penataan produk, komposisi foto, pengaturan kamera, dan tata letak objek. Untuk foto yang dihasilkan harus memenuhi kriteria tertentu sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Sebagai berikut :

1. Foto yang dihasilkan harus tajam dan jelas bahkan ketika foto tersebut diperbesar ukuranya.
2. Foto yang dihasilkan memiliki *tone* warna yang terlihat sedikit kusam, hal ini bertujuan untuk mempermudah kesempatan untuk menyunting warna foto pada tahap editing warna.
3. Foto yang dihasilkan harus terang dan meminimalisir bayangan yang ditimbulkan oleh objek.

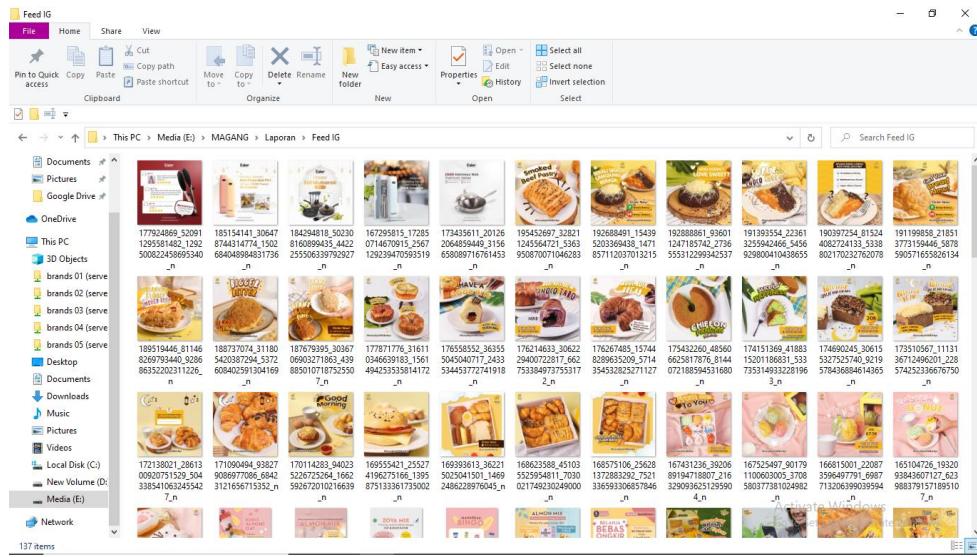


Gambar 4.5

Properti Foto

4.1.5 Pemindahan File Foto

Setelah melalui tahap pemotretan, file foto yang ada pada memori harus sesegera dipindah kedalam server yang telah disediakan oleh perusahaan. Hal ini bertujuan untuk menjaga kerahasiaan perusahaan dan klien serta menjaga file foto tetap aman. Pemindahan foto dilakukan dengan estimasi waktu kurang lebih 1 sampai 2 jam tergantung banyaknya foto yang dihasilkan pada sesi pemotretan.

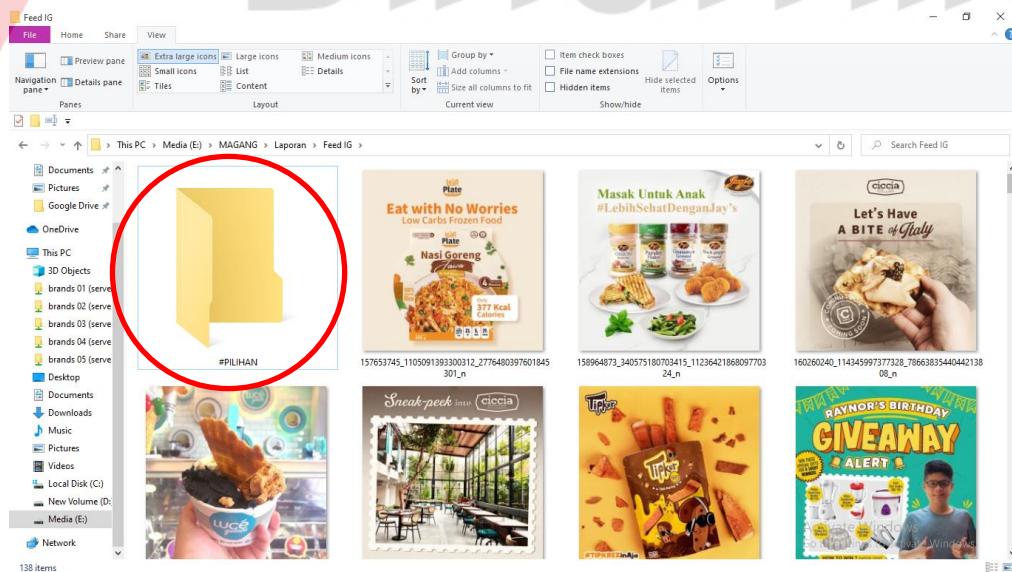


Gambar 4.6

File hasil sesi pemotretan

4.1.6 Seleksi Foto

Setiap kali produksi, foto yang dihasilkan akan sangat banyak, maka dari itu perlu dilakukanya seleksi pada foto yang dianggap bagus dan cocok dengan feed yang telah dikonsep oleh *project manager* maupun *art director*. Foto yang terpilih akan dimasukkan kedalam folder tertentu yang hanya berisi foto-foto pilihan.



Gambar 4.7

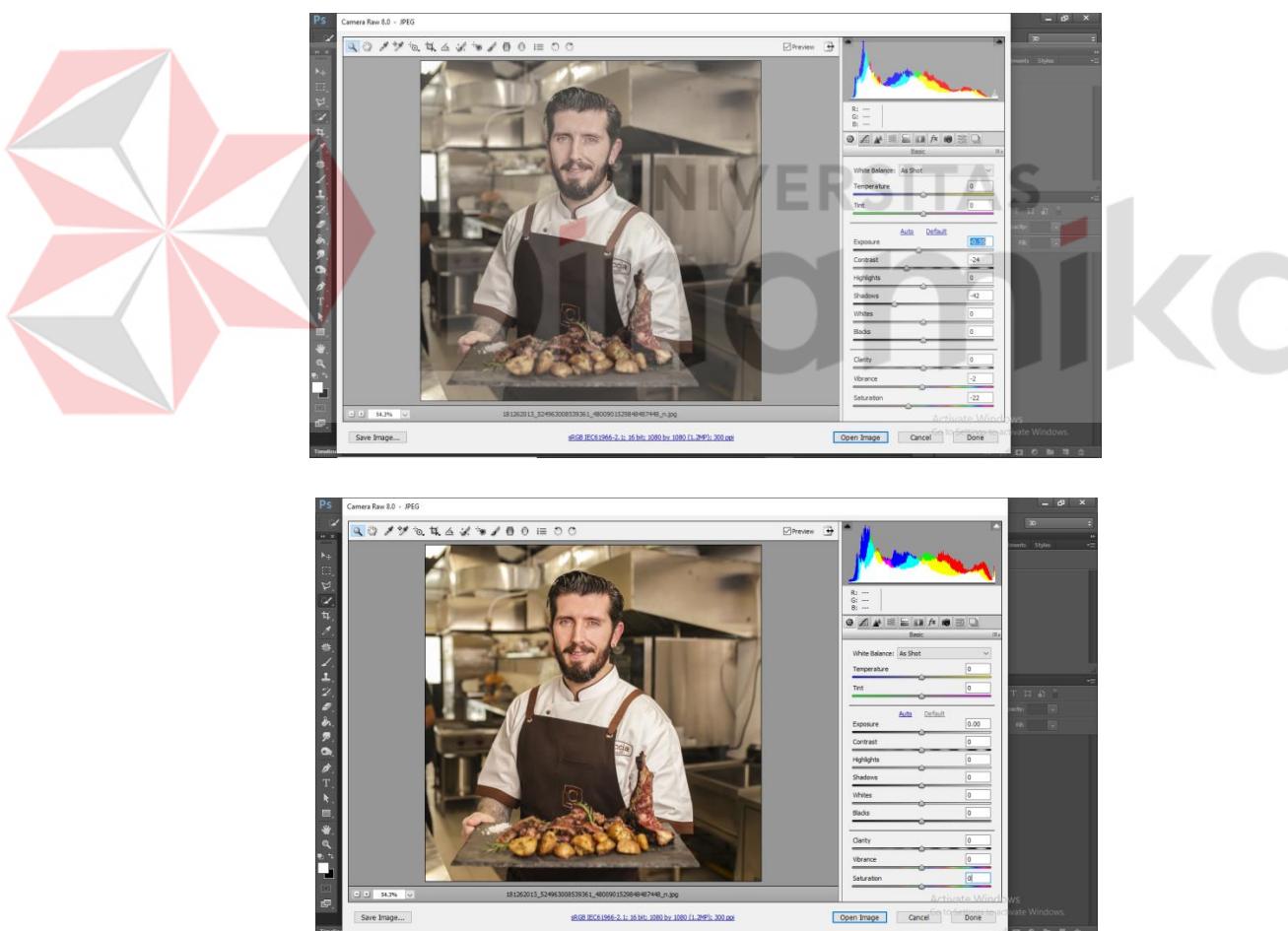
File hasil seleksi

4.1.7 Editing

Setelah dilakukanya produksi atau sesi pemotretan, maka tahap selanjutnya adalah editing foto yang telah melalui proses seleksi, editing foto tersebut mencakup (*toning*, *cleaning* dan *retouching*) yang dilakukan untuk memperindah foto sehingga meminimalisir kekurangan yang ada pada tahap produksi. Proses editing dilakukan dengan menggunakan *Adobe Photoshop*. Berikut adalah penjelasan dari tahap editing yang wajib diimplementasikan :

1. Toning

Pewarnaan dalam foto yang dihasilkan akan sangat penting sebagai penginterpretasian konsep serta peningkatan daya tarik foto tersebut. Tone warna yang diciptakan harus mengikuti *brand guidelines* yang telah ada.



Gambar 4.8

Sebelum dan sesudah *toning*

2. Cleaning

Foto yang akan diberikan kepada client maupun yang akan dipublikasikan ke sosial media harus terlihat maksimal, bersih dan rapi. Cleaning dilakukan untuk meminimalisir kekurangan yang ada pada foto seperti halnya rempahan kecil dari biskuit, tetesan air pada latar belakang, dan noda-noda lainnya.

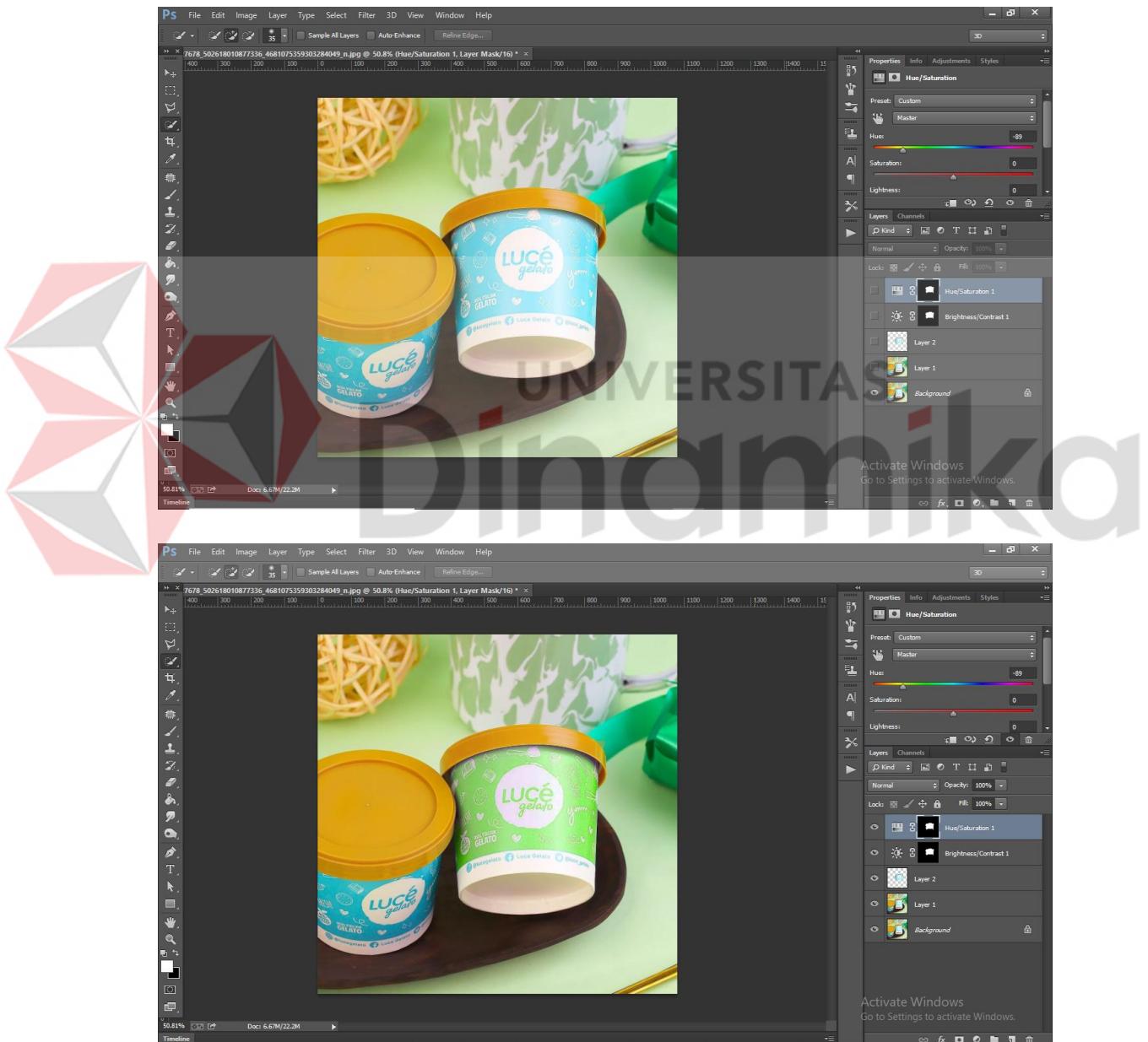


Gambar 4.8

Sebelum dan sesudah *cleaning*

3. Retouching

Retouching dilakukan untuk meyempurnakan foto yang akan dipublikasi, terutama untuk keadaan fisik yang tidak sesuai dari objek yang difoto. Penyempurnaan ini juga disebut dengan pemanipulasi. Contohnya adalah kaleng minuman yang penyok, produk makanan yang gosong, sampai wajah model dengan noda jerawat dan bekas luka.



Gambar 4.8

Sebelum dan sesudah *retouching*

4.2 Software Pendukung

Penggunaan software atau aplikasi untuk editing sangat dibutuhkan oleh seluruh branding agency di dunia saat ini. Software inilah yang akan membantu dalam memperindah foto dan meminimalisir kekurang yang ada di dalamnya. Berikut adalah beberapa software yang digunakan di dalam branding agency FULLSTOP INDONESIA sebagai penunjang kebutuhan dalam editing foto :

1. Adobe Photoshop

Adobe Photoshop adalah sebuah software besutan Adobe yang telah didesain sedemikian rupa yang dikhususkan untuk mengedit dan memanipulasi sebuah foto. Adobe Photoshop sendiri memiliki fitur yang sangat banyak, fitur-fitur tersebut bahkan telah tersedia walaupun itu adalah fitur yang dimiliki oleh produk dari Adobe yang lain. Seperti contohnya Adobe photoshop dapat mengubah tone warna pada foto yang harusnya diedit menggunakan Adobe Lightroom, Adobe Photoshop juga menyediakan fitur desain grafis yang bahkan telah dimiliki oleh Adobe Illustrator. Beberapa fitur dari Photoshop sendiri digunakan untuk mengedit foto termasuk *tone* warna (pewarnaan), *cleaning* foto (pembersihan) dan *retouching* (manipulasi).

2. Adobe Lightroom

Adobe Lightroom adalah sebuah software besutan Adobe yang telah dedesain sedemikian rupa untuk fokus kedalam pengeditan tone warna pada foto. Fitur-fitur yang dihadirkan oleh Adobe Lightroom sendiri telah terbilang lengkap dan telah memenuhi kebutuhan editing tone warna bagi fotografer. Selain itu, Adobe Lightroom juga menghadirkan fitur dimana kita bisa mentransfer tone warna yang kita buat untuk foto lain maupun untuk diberikan kepada orang lain sehingga dapat lebih membantu dalam meringankan pekerjaan dalam hal editing tone warna.

4.3 Daftar Brand

Pada kegiatan kerja praktik yang telah dilaksanakan, penulis berkesempatan untuk mengerjakan projek fotografi dari berbagai barang yang tengah berjalan kontrak dengan FULLSTOP INDONESIA, diantaranya :

1. CICCIA
2. Mamabear
3. Duckmee
4. Lean Plate
5. De'Maderaas
6. Bantan
7. Raynor
8. Tipker
9. Maharva
10. The Gentle Pig
11. IBM
12. Jays Kitchen
13. LUCE
14. Barby's
15. SIAM
16. Esier
17. Babathe



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari uraian laporan kerja praktik diatas dapat disimpulkan :

1. Peningkatan kemampuan dan kreatifitas dalam desain visual yang terfokus pada fotografi sebagai pendorong kebutuhan desain promosi sangat diperlukan di era saat ini, mengingat saat ini kebutuhan akan dunia digital sangat berpengaruh di dunia.
2. Foto yang baik, bagus dan menarik mampu untuk meningkatkan citra instansi terkait maupun produknya serta membantu meningkatkan penjualan produknya.
3. Foto yang baik, bagus dan menarik dihasilkan dari penguasaan kamera yang baik dan disertai kemampuan *editing* foto yang baik juga.

5.1 Saran

Berdasarkan hasil uraian laporan kerja praktik diatas, adapun beberapa saran yang dapat penulis berikan, sebagai berikut :

1. Bagi Mahasiswa
 - a) Mahasiswa harus mencari tempat kerja praktik yang sesuai dengan bidang keahlian yang dimiliki.
 - b) Mahasiswa harus beradaptasi dengan baik pada lingkungan perusahaan dan mengenali dunia pekerjaan di *branding agency* saat ini.
 - c) Adanya kewajiban melaksanakan pekerjaan yang diberikan dengan penuh tanggung jawab.
 - d) Mahasiswa berkewajiban untuk mempelajari, meningkatkan dan mengasah *soft skill* beserta *hard skill* yang telah diajarkan oleh

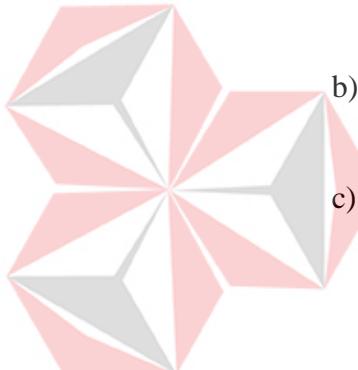
perusahaan selama kegiatan kerja praktik berlangsung maupun setelahnya.

2. Bagi Universitas

- a) Terus menjalin hubungan yang baik dengan perusahaan sehingga mempermudah mahasiswa generasi selanjutnya untuk mendapatkan referensi tempat kerja praktik.
- b) Memaksimalkan sosialisasi dan pelatihan sebagai bekal mahasiswa untuk melaksanakan kegiatan kerja praktik.

3. Bagi Perusahaan

- a) Tetap memberikan bimbingan dan arahan pekerjaan yang baik kepada peserta kerja praktik sehingga dapat membantu pekerjaan di dalam perusahaan dengan maksimal.
- b) Tetap menciptakan lingkungan kerja yang baik, ramah dan harmonis demi kenyamanan pegawai maupun peserta kerja praktik.
- c) Terus memberikan pelayanan dan hasil kerja yang baik demi kemajuan perusahaan kedepanya.



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR PUSTAKA

Prasetyo, Andy. 2012. “Melukis Dengan Cahaya” dalam *Panduan Belajar Fotografi Edition : 1*. Tegal : Bengkel Sinema Indonesia

Gunawan, Agnes Paulina. 2015 “Pencahayaan Dalam Studio Fotografi” dalam *Dimensi, Vol. 12- No. 1*. Jakarta Barat : School of Design – Universitas Bina Nusantara

Setiawan, Rudi., dan Bornok, Mardohak Batu. 2015. “Estetika Fotografi”. Bandung : Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat – Universitas Katolik Parahyangan.

Waskito, Setyo Bagus. 2015. “Eksplorasi Objek Bergerak dengan Fotografi Tiga Warna” dalam *Volume 7 No.1*. Yogyakarta : Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Wurmonugroho, Wegig. 2020. “Pelatihan Fotografi Dasar Sebagai Media Visual Promosi Wisata Indonesia Timur” dalam *Jurnal AKAL : Abdimas dan Kearifan Lokal Vol. 1, No. 1*. Jakarta Barat : Universitas Trisakti

Wibowo, Arif Ardy. 2015. “Fotografi Tak Lagi Sekedar Alat Fotografi” dalam *Vol. IX, No. 2*. Yogyakarta : Institut Seni Indonesia Yogyakarta