



The 2<sup>nd</sup> Conference on Innovation and Industrial Applications (CINIA 2016)

## **Fotografi *Still-Life* untuk Menunjang Produk Daring dengan Memaksimalkan Fungsi *Gadget* pada Komunitas *Woman Online Community Surabaya*(WOSCA)**

Kartika K. Wardani, Bambang M. Soewito, Hertina Susandari, Senja A. Agustin, Nurina O. Darmawati, & Putri Dwitarsari  
Jurusan Desain Produk Industri, Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan, Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya  
kartikawardani.its@gmail.com

### **Abstrak**

Berdagang dengan sistem daring mengalami perkembangan yang pesat sehingga persaingan semakin ketat dan pembeli semakin selektif dalam melakukan transaksi pembelian. Salah satu hal yang penting pada sistem perdagangan seperti ini adalah fotografi produk yang baik. Di sisi lain, saat ini fotografi terlihat menjadi lebih mudah, selain cukup dilakukan dengan ponsel pintar tanpa perlu kamera profesional juga karena adanya aplikasi penyuntingan instan dari ponsel pintar tersebut. Tetapi munculnya standarisasi fotografi oleh *market place* juga merupakan tantangan tersendiri bagi pedagang daring untuk mengembangkan eksistensi produknya. Standarisasi fotografi tersebut menggunakan fotografi *still-life* terutama untuk produk yang dapat diletakkan di atas meja seperti makanan, produk pakai seperti bros, syal, aksesoris, dan lain lain. Sehingga perlu pengetahuan dasar bagi pedagang daring untuk membuat foto produk yang baik, seperti: pencahayaan, komposisi, teknik pengambilan gambar, dan lain-lain.

*Woman Online Community Surabaya* (Wosca) adalah wadah pemberdayaan pedagang bagi wanita berbasis daring yang cukup aktif meningkatkan pengetahuan bagi anggotanya seputar dunia berdagang daring. Berdasar fenomena dan kebutuhan yang diuraikan di atas, maka laboratorium Media Visual Desain Produk Industri ITS mengadakan pelatihan fotografi *still-life*.

Metode yang dilakukan adalah ceramah, diskusi, praktik dan pembahasan. Dengan mempraktikkan pengetahuan baru disertai dengan penggunaan produk dagangan sendiri, peserta pelatihan dapat menampilkan foto produk yang lebih baik.

*Kata kunci:* Fotografi, Daring, *Table-top*

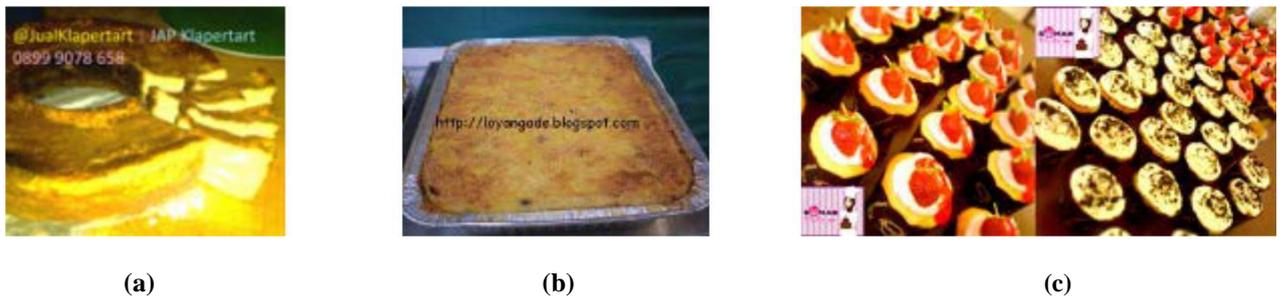
### **1 PENDAHULUAN**

Industri rumah tangga berbasis daring tiap tahunnya mengalami peningkatan. Peningkatan industri ini merupakan salah satu dampak dari peningkatan pengguna alat telekomunikasi bermobilisasi tinggi dan berbasis internet seperti *handphone* (HP), *tab* dan *laptop*. Pengguna alat telekomunikasi dan didukung dengan perbaikan jaringan internet yang semakin murah dan cepat mengakibatkan meningkatnya pengguna alat telekomunikasi ini baik untuk berjualan maupun melakukan transaksi pembelian.

Yoanita, 2015, pengguna internet Indonesia mengalami peningkatan sebesar 15% sejak Januari 2015 dan total pengguna internet sebanyak 88.1 Juta dari 259.1 Juta jiwa penduduk. Disampaikan pula bahwa rata-rata pengguna internet menghabiskan waktu sebanyak 4 jam 20 menit setiap harinya dari berbagai alat telekomunikasi. Di sisi lain, *marketplace* beramai-ramai menawarkan program potongan harga atau promosi lain untuk menarik pengguna internet agar berbelanja. Salah satunya adalah Hari Belanja Online Nasional (HARBOLNAS) yang secara serentak dilakukan setiap tanggal 12 Desember sejak 2012, yang memperoleh total transaksi mencapai 2,1 Triliun dalam tiga hari. Data tersebut menampilkan peluang yang besar bertemunya penjual dan pembeli dalam ranah daring dan sebuah peluang ekonomi yang menjanjikan. Pembeli semakin memahami produk-produk yang mereka butuhkan sehingga kompetisi dalam berjualan daring semakin meningkat.

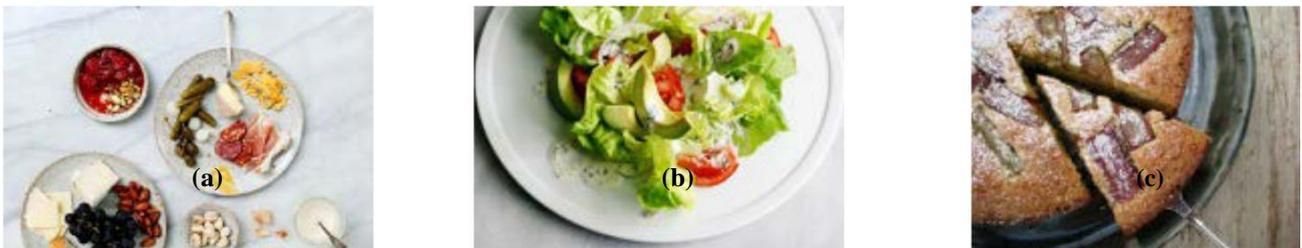
Kesan pertama sebuah produk daring sangat tergantung pada bagaimana toko daring menampilkan visualisasi produk pada etalase belanjanya, selanjutnya lebih menitik-beratkan pada kesesuaian visualisasi dan penjelasan produk dengan barang yang diterima. Sebagaimana data *BMI Research*, 22% pengguna belanja daring enggan melakukan transaksi pembelian disebabkan oleh kualitas tampilan yang tidak sesuai dengan yang diterima oleh pembeli. Tampilan yang tidak sesuai tersebut dapat disebabkan oleh beberapa hal, seperti: pencahayaan, sudut pengambilan gambar, komposisi atau yang lainnya. Seperti

pada yang ditampilkan pada gambar 1.1 tampilan kue tidak menarik disebabkan pemanfaatan cahaya yang kurang tepat. Pencahayaan yang seadanya tidak mampu menampilkan tekstur dan kualitas produk yang mamapu menarik perhatian pembeli. Sedangkan pada gambar 1.2 adalah contoh produk makanan dengan visualisasi yang menampilkan kesegaran produk, dan kualitas produk yang ditampilkan oleh blogger Tara O’Brady. Kedua tampilan tersebut memiliki perbedaan yang mendasar yaitu pemanfaatan cahaya pada fotografi *still-life*.



Gambar 1.1 Contoh Fotografi Toko Kue Online yang Kurang Menarik: Klappertart milik jualklappertart.wordpress.com (a), macaroni schotel milik loyangade.blogspot.com (b), dan Cup Cakes milik rumahbolu.net (c)

*Still-life* merupakan aplikasi pemotretan objek diam yang diharapkan citranya tampak nyata dengan pencahayaan dan komposisi yang optimal. Pemotretan *still-life* menggunakan alat bantu *table-top* sehingga produk yang akan dipotret memiliki ukuran yang tidak terlalu besar dan dapat diletakkan diatas meja. Foto yang dihasilkan pada fotografi *still-life* memiliki tujuan untuk menampilkan detail produk dan menampilkan kesan tertentu sesuai dengan citra merk



Gambar 1.2. Fotografi Bidang Makanan Karya Fotografer, Food Stylish, dan Food Blogger Tara O’Brady: Makanan Pagi (a), Salad Sayuran (b) dan Cake (c) (Sumber: Sevenpoons.net)

Telepon pintar dan alat telekomunikasi sejenis saat ini memiliki aplikasi yang mampu menunjang hasil fotografi. Sehingga dalam pelatihan ini nantinya tidak hanya akan memberikan dasar pengetahuan tentang pencahayaan, tetapi juga pemanfaatan alat sederhana dan memaksimalkan aplikasi fotografi pada *gadget*. Wosca merupakan salah satu komunitas pedagang daring yang menampung pedagang daring baik pemula maupun tingkat lanjut. Harapan komunitas tersebut melalui pelatihan ini akan secara mandiri menghasilkan foto yang baik dan menarik. Agar materi yang diberikan lebih fokus, maka perlu dilakukan pembatasan jenis produk. Pada artikel ini jenis produknya adalah produk non pakaian, yakni dapat berupa makanan, minuman, aksesoris pakaian dan perhiasan.

## 2 TINJAUAN PUSTAKA

Fotografi produk termasuk dalam bidang kajian foto produk yang memiliki fokus utama dibidang makanan. Peralatan standart yang digunakan adalah dengan menggunakan teknik *table top*. *Table top* yang dimaksud adalah fotografi yang dilakukan di atas meja khusus dan menggunakan peralatan penunjang fotografi dan estetika. *Table top* standart studio foto memiliki ukuran luas penampang terkecil 60x130 cm, yang dapat digunakan untuk produk-produk yang tidak terlalu besar.

Selain mengetahui media pendukung pada fotografi *still life*, hal lain yang penting untuk diketahui adalah: (1) pencahayaan, sebab cahaya tidak hanya berfungsi sebagai penerang objek, tetapi mampu menonjolkan, meredupkan dan menciptakan dimensi, tekstur, warna, ukuran, dan kesan indra lainnya. Pentingnya peran cahaya dalam fotografi, membuatnya dapat diciptakan sedemikian rupa sehingga dapat menyesuaikan dengan tujuan pengambilan gambar; (2) komposisi dan penggayaan, yaitu terdiri atas pemahaman intensitas kegunaan dan mood yang ingin dibentuk, waktu dan lingkungan penunjang yang ingin ditampilkan, detail makanan dan bentuk yang ingin ditonjolkan. Hal tersebut dilakukan bertujuan agar produk makanan yang ditampilkan tidak tampak apa adanya.

## 3 METODE PELATIHAN

Sebelum pelatihan, tim pengabdian mengadakan survey awal kepada calon peserta dengan tujuan untuk mengetahui kebutuhan dan sejauh mana pengetahuan calon peserta terhadap fotografi *still life*. Dari hasil survey didapatkan kesimpulan seperti di bawah:

- Peserta sudah memiliki bekal fotografi, karena mayoritas sudah pernah mengikuti pelatihan fotografi, namun tidak puas karena kurang merasakan pengalaman praktek;
- Peserta telah menyadari pentingnya fotografi untuk menunjang berdagang daring, hanya saja belum mengetahui bagaimana membuat pengayaan dan komposisi tanpa mengganggu produk utama;
- Menghasilkan foto yang layak tampil dengan peralatan yang ada di sekitar rumah

Hasil ini digunakan untuk menetapkan jenis dan metode pelatihan yang sebenarnya dibutuhkan oleh calon peserta. Untuk jenis, tetap diberikan pengetahuan dasar fotografi, yaitu: pencahayaan, sudut pengambilan gambar dan karakter material. Sedangkan cara penyampaian pelatihan adalah menggunakan ceramah, *sharing* pengalaman antara peserta/ diskusi, praktek dan pembahasan.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### 4.1. Gambaran Umum Komunitas WOSCA

Wosca kependekan dari Woman Online Community Surabaya merupakan wadah pedagang daring wanita yang berada di Surabaya. Wosca didirikan sejak 11 September 2011, dengan tujuan sebagai wadah pedagang daring wanita untuk menunjukkan eksistensinya juga sebagai wadah diskusi, bertukar pikiran, menjalin *networking* dan melakukan kegiatan sosial lainnya sehingga anggota komunitas ini menjadi semakin maju dan berkembang. Dan saat ini keanggotaannya telah mencapai 300 tenan daring. Berbagai kegiatan telah dilakukan pengurus Wosca antara lain *Talk Show*, Seminar, Pelatihan Bisnis, dll dengan bekerja sama dengan instansi pemerintah, swasta dan komunitas bisnis sebagai nara sumber, konsultan ahli, dll

##### 4.2. Data peserta

Peserta yang mengikuti sejumlah 13 tenan dari beragam produk daring dan wanita dengan rentang usia 25-35 tahun. Tingkat pendidikan rata-rata adalah Sarjana (S-1). Dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 1.1. Daftar tenan pelatihan dan jenis usahanya

No	Nama	Nama Toko	Produk
1	Indri Mirdiyanti	Niceforkids	Perlengkapan bayi
2	Anjar Hapsari	Annie Baby	Perlengkapan bayi
3	Beti Bistiorini	Belfashop	Perlengkapan bayi
4	Dina A.	Dapur Bunda Dina	Makanan
5	Ikhawati	Haniko	Makanan
6	Anindya Sukmajati	Waroeng tjemilan	Makanan
7	Strata F.	Abibu	Suvenir
8	Tita Mahdi	Yuk Design Yuk	Training desain
9	Dyah Cempoko Sekar	Lobang Hitam Coffee	Minuman
10	Endah Puji Astuti	Danish Cake	Makanan
11	Dian Natalia	Tokožio Design	Desain dan cetak
12	Rachmah Setyawati	Kedai Rachmah	Makanan
13	Aprilitasari	Etalaseibu	Makanan

Supaya hasil pelatihan lebih merata dan menyentuh sasaran, maka pada sesi praktek peserta akan dibagi menjadi dua kelompok besar dan didampingi oleh dua orang mentor.

##### 4.3. Pelaksanaan pelatihan

Pelaksanaan pelatihan dilaksanakan pada hari minggu, 30 Oktober 2016. Lokasi dilaksanakan di ruang pertemuan Milan Ceramics Gallery, bertempat di Jln. Pahlawan No. 02 Surabaya (gambar 4.1). Pemilihan lokasi tersebut didasarkan pada kesediaan ruang representatif seperti ruang-ruang dalam rumah, seperti ruang tamu, dapur, dan ruang santai. Ketersediaan cahaya sangat baik pada lokasi ini, serta mudah dijangkau peserta karena berada di tengah kota Surabaya. Sedangkan susunan pelaksanaan pelatihan adalah:

Waktu	Kegiatan
10.00 – 10.29	Pembukaan
10.30 – 11.29	Materi tentang fotografi <i>still life</i> disampaikan oleh Bambang Mardiono S
11.30 – 13.00	Istirahat, Sholat, dan Makan
13.00 – 14.29	Praktik tiap kelompok Pada sesi ini peserta melakukan praktek foto sesuai dengan materi yang telah diberikan dan menggunakan produk yang dijualnya. Di sini peserta diberikan arahan oleh dua orang pembimbing dan satu orang asisten, baik arahan komposisi, asesoris pendukung, hingga pencahayaan
14.30 – 15.00	Pembahasan dan Penutupan Tujuan dari pelatihan ini adalah untuk meningkatkan kualitas foto produk, sehingga perlu dilakukan sesi pembahasan terhadap karya foto yang sudah dibuat pada sesi sebelumnya. Sesi ini dipandu oleh Bambang Mardiono S.

#### 5 HASIL DAN PEMBAHASAN

Studi yang dilakukan pada pedagang daring, mereka telah memiliki pengetahuan tentang fotografi, tampak beberapa sudah memikirkan penataan dan angle. Namun, untuk memperoleh hasil gambar yang baik, tidak hanya menguasai penataan dan angle, hal yang terpenting adalah penguasaan terhadap cahaya, baik itu cahaya buatan maupun cahaya alami. Pemahaman tentang dasar cahaya akan sangat membantu dalam merekayasa bentukan cahaya sesuai tujuan dalam pengambilan gambar. penggunaan cahaya yang diajarkan adalah arah datangnya cahaya, cara meratakan cahaya, intensitas cahaya yang berakibat pada keras lembutnya bayangan. Selain cahaya, rekayasa visual pada produk dan aksesoris penunjang menjadi hal utama dalam menghasilkan foto yang komunikatif

Pada pelatihan ini dikenalkan tentang penggunaan alat bantu yang mudah ditemukan disekitar kita, seperti diffuser dengan menggunakan kain putih dan beraneka warna tergantung cahaya yang ingin ditampilkan. Contoh penggunaan kain yang menghasilkan warna kekuningan akan sangat baik untuk jenis produk kecantikan yang ingin menampilkan tema musim panas dan menonjolkan fungsi produk sebagai penangkal panas. Alat bantu lain adalah reflector yang dapat menggunakan tutup kaca mobil, dan alumunium foil yang dimodifikasi tergantung cahaya yang ingin dihasilkan lembut atau keras. Untuk menghasilkan cahaya yang lembut untuk alumunium foil dapat melakukan peremasan terlebih dahulu sehingga cahaya yang dipantulkan acak dan tidak langsung.



(a)

(b)

Gambar 4.1. Lokasi Pelatihan (a), Suasana Pelatihan Sesi 1 (b).



Gambar 4.2. Peralatan penunjang fotografi

Peralatan penunjang seperti alas foto, taplak mini, alat dapur tambahan, dan bunga-bunga aneka warna digunakan sebagai pelengkap dalam pengambilan gambar (gambar 4.2. ). Peralatan tersebut juga sangat mudah ditemukan dilingkungan sekitar, namun yang perlu diperhatikan adalah sejauh mana fungsi benda penunjang tersebut tidak menjadi dominan mengalahkan produk yang ingin ditampilkan. Sehingga, untuk itu diperlukan juga pemahaman tentang material dan ukuran dari aksesoris tersebut, seperti apakah benda tersebut memantulkan cahaya, berwarna dengan intensitas yang lebih kuat atau redup, memiliki ukuran yang lebih besar atau kecil dari objek, dan benda tersebut dapat digunakan hanya sebagian ataupun keseluruhan bagiannya. Pada gambar 4.4., penataan yang dilakukan oleh peserta pemilik tenant dibantu dengan kontributor dan asisten, menggunakan pelengkap kopi, alas gelas dan setengah bagian aksesoris berupa rumput buatan sebagai aksen, supaya gambar tidak monoton. Selain itu pada gambar selanjutnya juga menggunakan daun yang cukup lebar sebagai pengganti latar.



Gambar 4.3. Contoh menggunakan alat *table-top* sederhana, dengan diffuser kain kaca.





Gambar 4.5. Hasil Foto Menggunakan HP

Pada sesi akhir dilakukan beberapa ulasan terutama yang terkait dengan hasil tampilan sebelum dan sesudah. Pada gambar 4.5, ditampilkan dengan jelas bagaimana menampilkan informasi produk yang komunikatif. Foto menampilkan merk dan kualitas produk yang baik dan suasana yang diciptakan sesuai dengan saat produk tersebut dikonsumsi. Kreativitas dalam pemilihan material pendukung dapat menampilkan berbagai alternatif visual dan suasana. Kesimpulannya Inovasi yang telah dilakukan oleh tenant, tidak hanya berhenti dalam pembuatan produk itu sendiri, tetapi juga bagaimana cara menampilkan hasil inovasi tersebut dengan baik sehingga mampu meningkatkan nilai produk melalui pemahaman fotografi *still-life* juga meningkatkan rasa aman dan nyaman bagi pembeli.

## 6 DAFTAR PUSTAKA

Use the "Insert Citation" button to add citations to this document.