

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penciptaan

Lasi adalah sebuah nagari yang terletak di Kecamatan Canduang Kabupaten Agam Provinsi Sumatera Barat. Nagari Lasi sendiri terbagi tiga jorong, yaitu: jorong Lasi Tuo, jorong Lasi Mudo dan jorong Pasanehan. Masyarakat nagari Lasi sangat produktif dibidang kewirausahaan, salah satunya wirausaha Keju Lasi yang terletak di jorong Lasi Tuo telah berproduksi dari tahun 2016.

Keju Lasi merupakan sebuah UKM sekaligus menjadi merek dari produk yang di kelola oleh Bapak Suhatrik S.T., M.T yang merupakan putra daerah di nagari Lasi. Keju Lasi sendiri adalah sebuah produk lokal yang memproduksi keju jenis *mozarella* yang terbuat dari fermentasi susu sapi murni, dari mulai pemerasan susu sapi sampai pembuatan keju semua dikerjakan oleh karyawan-karyawan yang merupakan masyarakat Lasi Tuo tentunya dibimbing oleh bapak Suhatrik. UKM Keju Lasi memiliki kurang lebih 60 ekor sapi perah yang memproduksi susu murni yang kan difermentasikan menjadi keju jenis *mozarella* dan ruang produksi pembuatan keju yang terletak tidak jauh dari kandang sapi. UKM Keju Lasi bisa memproduksi 400 kg s/d 500 kg perbulan dengan penjualan setara dengan hasil produksi keju. Untuk pemasaran produk Keju Lasi sudah dipasarkan ke tiga Provinsi yaitu, Provinsi Sumatera Barat, Provinsi Jambi dan Provinsi Riau.

UKM Keju Lasi merupakan produk lokal satu-satunya yang memproduksi Keju *Mozarella* di Sumatera Barat, produk Keju Lasi tidak menggunakan bahan pengawet dan pewarna buatan. Keju Lasi biasanya disajikan dengan makanan seperti *Pizza*, *Hamburger*, *Mozarella Stic* dan makanan sejenisnya, dengan tambahan Keju Lasi di setiap makanan tersebut tentunya akan menambah kelezatan tersendiri bagi yang menikmati terutama bagi penikmat keju.

Setelah meriset dari berbagai aspek, melihat dari pasar produk Keju Lasi yang sudah dipasarkan di tiga Provinsi dan hasil produksi yang mencapai 500 kg perbulan, UKM Keju Lasi memiliki kelemahan di bagian foto promosi produknya, sebagian besar foto promosi produk Keju Lasi sendiri hanya di foto dengan camera handphone dan tidak terkonsep, foto produk Keju Lasi hanya menampilkan batangan keju saja dan di foto dengan kamera *handphone*. Adapun foto produk Keju Lasi yang di kombinasikan dengan makanan itupun kurang menarik, hanya sebatas foto makanan jenis gorengan dengan campuran keju *mozarella* didalamnya ditaruh diatas piring dan difoto dengan kamera *Hand Phone*. Foto promosi tersebut juga tidak ada memperlihatkan identitas dari produk Keju Lasi itu sendiri. Akan lebih baik lagi jika foto produk Keju Lasi digarap lebih profesional dengan penataan produk makanan lebih menarik agar produk yang dihadirkan bisa lebih menggugah selera para konsumen yang melihat melalui foto produk Keju Lasi. Menurut Harry Tjiang yang dikutip dari buku *7 Hari Belajar Food Photography*, penataan makanan merupakan hal penting dalam memotret makanan dan merupakan pembeda dari foto produk makanan yang kita lakukan. (2016:90). Dari sinilah timbul niat pengkarya ingin menggarap foto produk Keju Lasi dengan lebih serius dengan mengangkat Keju Lasi Dalam

Fotografi Produk sebagai judul karya tugas akhir fotografi agar nantinya pengkarya bisa menghasilkan karya foto produk Keju Lasi yang lebih menarik sehingga foto promosi produk Keju Lasi terlihat lebih menggugah selera dan memikat hati konsumen untuk mengkonsumsinya.

Secara umum fotografi produk adalah, bagaimana kita memvisualkan suatu produk ke dalam bentuk foto yang bisa menjelaskan bentuk dan fungsi produk tersebut, dan terlebih penting lagi bagaimana membuat produk lebih menarik agar bisa laris terjual. Produk adalah barang atau jasa yang dibuat dan ditambah gunanya atau nilainya dalam proses produksi dan menjadi hasil akhir proses produksi itu (kbbi,2020). Alasan pengkarya mengambil fotografi produk karena fotografi produk sendiri tidak hanya kepentingan dokumentasi semata namun fotografi produk juga menyampaikan komunikasi, sehingga dalam foto produk Keju Lasi nantinya dapat menyampaikan kesan yang menggugah selera kepada konsumen sehingga dengan melihat foto tersebut konsumen akan tertarik untuk membeli. Fotografi adalah media komunikasi dan alat dialog, fotografi juga dapat dilihat secara fungsi, fotografi berfungsi secara dokumentatif, informatif, dan bagian dari seni (art). (Yudhi Soerjoatmodjo, 2011)

B. Rumusan Masalah Penciptaan

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka rumusan penciptaan ini adalah bagaimana mewujudkan karya fotografi Produk dengan memilih produk Keju Lasi sebagai objek penciptaan,

C. Tujuan Dan Manfaat Penciptaan

1. Tujuan Penciptaan

Menciptakan karya fotografi produk yang menarik dengan menggunakan Produk Keju Lasi sebagai objek penciptaan, sehingga foto promosi produk Keju Lasi lebih menggugah selera konsumen.

2. Manfaat Penciptaan

Hasil penciptaan fotografi ini diharapkan dapat memberikan manfaat :

a. Bagi Pengkarya

1. Mengasah kemampuan pengkarya dalam menciptakan karya fotografi produk.
2. Meningkatkan kemampuan dalam merealisasikan suatu ide kedalam karya fotografi
3. Menghasilkan karya seni fotografi yang dapat dinikmati oleh penikmat karya seni fotografi terutama dibidang fotografi produk.

b. Bagi Institusi Pendidikan

1. Terciptanya sebuah karya yang mempresentasikan karakter pengkarya dalam bentuk visual fotografi agar menjadi referensi mahasiswa Institut Seni Indonesia Padang Panjang khususnya Program Study Fotografi
2. Karya fotografi ini akan menjadi inspirasi bagi mahasiswa lain nantinya khususnya *genre* fotografi produk.

c. Bagi Masyarakat

1. Memperluas pengetahuan masyarakat tentang fotografi produk.
2. Membantu pemasaran produk UKM Keju Lasi.

3. Terciptanya karya fotografi yang dapat dinikmati oleh masyarakat banyak dan dapat memberikan dampak positif terhadap produk keju Lasi.

D. Tinjauan dan Orisinalitas Karya

1. Doddy Bening

Untuk menjamin orisinalitas karya yang akan digarap pengkarya menghadirkan foto pembanding yaitu karya foto Doddy Bening. Doddy Bening adalah seorang fotografer komersil indonesia, doddy juga mendirikan sebuah *workshop photography* yang bernama Bening *Photography* yang tersebar di beberapa kota di indonesia dan beliau sekaligus Founder dan CEO dari Bening Group perusahaan fotografi kelas internasional yang berdiri sejak tahun 2004. Dalam fotografi komersilnya karya-karya doddy meliputi foto iklan, model, food fotografi dan juga fotografi produk.



Gambar 1. Surabaya Snow Cake
Karya Doddy Bening
Sumber: Instagram Doddy Bening

Dari karya diatas Doddy Bening memotret produk makanan dengan menambah *Snow Sugar* dengan menggunakan gerakan tangan. faktor

faktor yang menjadi pembeda antara karya Doddy Bening dengan konsep pengkarya adalah, pengkarya tidak memakai objek yang bergerak seperti bantuan tangan diatas, dan pengkarya akan lebih banyak menambahkan ingredient dalam karya foto Keju Lasi yang akan pengkarya garap nantinya.

1. Rika Ekawati

Rika Ekawati adalah seorang food blogger makanan halal sekaligus fotografer produk makanan dan menjadi *food stylist* foto produknya dengan cirikhas makanan halal yang karya-karya fotonya banyak dimuat di blog dan media sosial instagram. Rika Ekawati juga sering melakukan Workshop dan Kelas Fotografi yang sering disebut Kelas Teh Rika. Workshop fotografi Rika Ekawati mengajarkan tentang cara menciptakan foto makanan agar terlihat lebih menarik, mulai dari pencahayaan hingga penataan.



Gambar 2. Guava Juice
Karya Foto Rika Ekawati

Sumber: Instagram rika ekawati 15 oktober 2019



Gambar 3. Kurma Ajwa
Karya Foto Rika Ekawati
Sumber: Instagram rika ekawati 27 desember 2019

Dari karya foto diatas, Rika Ekawati selalu memperhatikan posisi pengambilan gambar dan tata letak produk agar tampak menarik. Maka dari itu pengkarya mengambil karya foto Rika Ekawati sebagai tinjauan karya.

E. Metodologi Pengumpulan Data

1. Study Literatur

Studi Literatur dilakukan untuk pencarian data tentang Keju Lasi dalam Fotografi Produk dari berbagai sumber. Informasi yang berkaitan dengan objek penciptaan karya ini diperoleh dengan cara menelusuri data berupa buku Harry Tjiang, *7 Hari Belajar Food Photography* (Harry Tjiang,2016) yang berhubungan dengan objek sebagai referensi untuk memperluas wawasan dan meningkatkan kepekaan terhadap objek.

2. Study Lapangan

Pengkarya melakukan observasi terhadap Keju Lasi di Jorong Lasi Tuo dalam metode studi lapangan dan juga media sosial tempat promosi produk Keju Lasi. Dengan mengenali objek melalui teknik observasi dan mengamati. Fotografi adalah seni observasi, ini tentang menemukan suatu hal yang menyenangkan ditempat biasa. (Elliot rwin, 1968). Pengkarya dapat menjadi lebih peka dengan objek sehingga dapat mempermudah pengkarya dalam memvisualisasikan karya yang akan dibuat.

