

FOTO COMPANY PROFILE CAFE GYPSY KITCHEN AND BAR

Adi Rizki Ramdhani Prastyo¹, Anis Raharjo², I Made Bayu Pramana³

^{1,2,3}Institut Seni Indonesia Denpasar

¹ikkyprasty@gmail.com

Abstrak

Gypsy Kitchen and Bar disini belum memiliki *company profile*. Maka dari itu penulis sangat tertarik melakukan prses pengerjaan Tugas Akhir di *Gypsy Kitchen and Bar*. Di kondisi pandemi ini banyak *cafe-cafe* di wilayah Canggu yang gulung tikar akibat dampak Covid 19. Hal tersebut memunculkan ide untuk mempertahankan *Cafe Gypsy Kitchen and Bar* tetap bertahan walaupun di kondisi pandemi ini. Tujuan dari penciptaan karya ini adalah untuk memvisualisasikan dan mengetahui Foto *Company Profile Gypsy Kitchen And Bar* serta mengetahui faktor-faktor pendukung dan kendalanya. Manfaat dari penciptaan karya ini adalah agar dapat menambah wawasan bagi pencipta, dapat menambah refrensi bagi lembaga, dan menambah pengetahuan bagi masyarakat. Penulis melakukan metode observasi mengenai proses pembuatan foto *Company Profile Gypsy Kitchen And Bar* dengan cara mengamati objek terkait dengan pembuatan foto *Company Profile* ini. Kemudian dilanjutkan proses pemotretan ke lokasi. Dari hasil pemotretan, dilakukan tahap pemilihan foto terbaik serta dilanjutkan ke tahap selanjutnya sampai akhir dari proses penciptaan yaitu pameran. Untuk memvisualisasikan Foto *Company Profile Gypsy Kitchen And Bar* yang unik dan menarik penulis harus melakukan observasi pengamatan secara langsung agar mengetahui proses dari awal hingga akhir. Untuk membuat sebuah karya foto *company profile* pasti ada pendukung ataupun kendala pada saat proses penciptaan sehingga harus mencari solusi yang ada. Untuk proses dari Foto *Company Profile Gypsy Kitchen And Bar*, banyak tahapan yang dilakukan mulai dari pemilihan waktu yang tepat saat pemotretan dan pengambilan angle dan pencahayaan yang tepat.

Kata Kunci : foto, *company profile*, *gypsy kitchen and bar*

Abstract

Gypsy Kitchen and Bar is a cafe located in the Canggu area, Badung Bali. *Gypsy Kitchen and Bar* here doesn't have a *company profile* yet. Therefore, the writer is very interested in doing the final project at *Gypsy Kitchen and Bar*. In this pandemic condition, many cafes in the Canggu area have closed due to the impact of Covid 19. This gave rise to the idea to keep the *Gypsy Kitchen and Bar Cafe* afloat even in this pandemic condition. The purpose of the creation of this work is to visualize and find out the *Company Profile Photo* of *Gypsy Kitchen And Bar* and find out the supporting factors and obstacles. The benefits of creating this work are that it can add insight to the creator, can add references to institutions, and increase knowledge for the community. The author uses an observation method regarding the process of making *Company Profile* photos of *Gypsy Kitchen And Bar* by observing objects related to the making of this *Company Profile* photo. Then proceed with the shooting process to the location. From the results of the photo shoot, the best photo selection stage was carried out and continued to the next stage until the end of the creation process, namely the exhibition. To visualize a unique and interesting *Gypsy Kitchen And Bar Company Profile Photo*, the author must make direct observations in order to know the process from beginning to end. To make a *company profile* photo, there must be supporters or obstacles during the creation process, so you have to look for existing solutions. For the process of the *Gypsy Kitchen And Bar Company Profile Photo*, many steps were taken, starting from choosing the right time for shooting and taking the right angle and lighting..

Keywords: photo, *company profile*, *gypsy kitchen and bar*

PENDAHULUAN

Company profile merupakan hal yang esensial bagi perusahaan besar maupun perusahaan rintisan. Sebab, dengan profil perusahaan dapat menggambarkan bisnis seperti apa yang diinginkan untuk target audiens perusahaan. Pada dasarnya *company profile* adalah bentuk ringkasan pengenalan profesional tentang sebuah perusahaan. *Company profile* biasanya dapat ditemukan pada situs resmi perusahaan untuk memberikan gambaran informasi penting kepada *audiens* tentang bisnis perusahaan seperti kisah berdirinya perusahaan, produk, layanan dan posisi *brand* di pasar. *Company profile* dapat mempengaruhi kesan pertama *audiens*, klien atau calon investor terhadap perusahaan. Karena itu, profil perusahaan harus dirancang dengan baik sehingga dapat membuat perusahaan terlihat unik dan menonjol dibanding para pesaingnya. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa *company profile* merupakan suatu informasi mengenai perusahaan yang diberikan melalui beberapa media promosi yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai segala sesuatu yang berkaitan dengan perusahaan tersebut. (Kriyanto, 2008).

Company profile atau profil perusahaan bagi pencipta dapat diartikan sebagai gambaran khusus tentang sebuah perusahaan yang bekerja secara teratur dengan tujuan untuk mencari keuntungan yang menyiratkan jiwa berusaha dari perusahaan tersebut. *Company profile* memang identik sebagai kerangka dasar berbisnis antar perusahaan, meski bisa saja ditujukan kepada target audience individual, atau kelompok tertentu dengan pertimbangan- pertimbangan khusus. Sedangkan untuk fungsi dari *company profile* itu sendiri yang paling utama adalah sebagai media untuk menyimpan data atau file yang berisi tentang profil perusahaan, manajemen perusahaan dan data-data yang lain yang dapat digunakan sebagai media untuk berpromosi, ataupun hanya sebagai media untuk memperkenalkan perusahaan kepada pasar atau audience.

Cafe adalah tempat untuk bersantai dan berbincang-bincang dimana pengunjung dapat memesan minuman dan makanan. *Cafe* termasuk tipe restoran namun lebih mengutamakan suasana rileks, hiburan dan kenyamanan pengunjung sehingga menyediakan tempat duduk yang nyaman dan alunan musik. Dalam hal masakan, makanan dari *Gypsy Kitchen and Bar* merupakan makanan yang bertemakan *French Canadian*, adalah jenis masakan yang dikombinasikan dari negara Prancis dan Kanada, Masakan Prancis Kanada yang terus berevolusi bersamaan dengan perubahan sosial dan politik dipandang sebagai jenis kuliner yang elegan, penuh warna, kadang-kadang kedaerahan. Selain itu, juga telah dikenal akan kelezatannya dan merupakan golongan kuliner yang rumit dan menantang untuk dikuasai. (Patricia Kenney, 2002).

Cafe Gypsy Kitchen and Bar yang menjadi salah satu representasi dari *third place* saat ini tidak hanya dipandang sebagai tempat untuk bersantai, akan tetapi juga sebagai ruang sosial yang telah dikonsep ulang menjadi ruang-ruang berkumpul alternatif yang memungkinkan memiliki keterikatan dengan kondisi ruang pribadi sehari-hari (Maharani, 2016:11). Hal ini terlihat dari jumlah kafe di Indonesia yang mengalami perkembangan pesat, terutama di kota-kota besar di Indonesia, seperti: Jakarta, Bandung, Yogyakarta, dan Surabaya. Jumlah *cafe* di Indonesia saat ini diperkirakan telah lebih dari 10.000 kafe dan diprediksi akan memberikan nilai ekonomi sebesar USD 4,16 miliar pada akhir tahun 2020 (Septiyaning, 2016)

Menurut penulis *cafe* adalah tempat untuk makan dan minum sajian cepat saji dan menyuguhkan suasana santai atau tidak resmi, selain itu juga merupakan suatu tipe dari restoran yang biasanya menyediakan tempat duduk didalam dan diluar restoran. Kebanyakan *cafe* tidak menyajikan makanan berat namun lebih berfokus pada menu makanan ringan seperti kue, roti, sup, dan minuman

Cafe Gypsy Kitchen and Bar adalah *Cafe* yang berlokasi di Jalan Pura Batu Mejan, Gg. Munduk Catu No 1 Echo Beach Canggu. *Cafe* ini berdiri pada tahun 2016 dengan *Gypsy Kitchen and Bar*. Dalam kegiatan promosi, *Cafe Gypsy* belum memiliki *Company Profile* untuk keperluan promosi mereka. Sehingga pihak *Cafe* sering mengalami kesulitan dalam menggambarkan dan mengomunikasikan menu hidangan kepada calon konsumen yang potensial. *Cafe Gypsy* berbeda sekali dengan *Cafe – Cafe* biasanya. Selain itu, kemampuan *Cafe Gypsy* untuk menyajikan menu dan cita rasanya yang khas, mampu menghadirkan sejuta memori yang menjadikan *Cafe Gypsy Kitchen and Bar* ini dicari-cari sebagai favorit orang – orang dari negara Prancis atau Kanada yang ada di Bali.

Dari beberapa penjelasan diatas penulis ingin mengangkat “*Foto Company Profile Cafe Gypsy Kitchen And Bar*” karena ada nya dampak Covid 19 di tahun 2021 membuat banyak *Cafe – cafe* atau tempat usaha pada gulung tikar, jadi tujuan penulis ingin mengangkat *Foto Company Profile Cafe Gypsy Kitchen And Bar* “ ingin membantu mempromosikan penjualan melalui sosial media. Penulis juga membantu menguatkan branding *Cafe Gypsy Kitchen and Bar* yang sepi pengunjung dengan cara menerapkan sistem *company profile* dalam dunia komersil yang dimana isi dari *company profile* tersebut adalah semua tentang perusahaan, jadi secara tidak langsung sangat berpengaruh dalam promosi dengan menggunakan sistem sosial media.

Diharapkan nantinya berguna bagi banyak perusahaan. Fotografi ialah suatu seni yang memberikan informasi maupun pesan kepada orang lain/masyarakat luas dikemas melalui foto atau gambar dan kemudian dipublikasikan melalui media sosial dan memudahkan masyarakat untuk memperoleh informasi tersebut. Melalui karya seni fotografi seseorang dapat menyampaikan pesan melalui media gambar yang dihasilkan dari alat-alat canggih seperti kamera Oleh karena itu, penulis tertarik membuat karya

Foto Company Profile Cafe Gypsy Kitchen And Bar yang nantinya akan digunakan sebagai materi promosi oleh *Cafe* tersebut dan menyajikannya dalam bentuk laporan tugas akhir dengan judul “*Foto Company Profile Cafe Gypsy Kitchen And Bar*”

Atas dasar fenomena di atas, rumusan masalah pada penelitian ini antara lain :

1. Bagaimana cara memvisualisasikan ide tentang “*Foto Company Profile Cafe Gypsy Kitchen And Bar*”?
2. Teknik apa saja yang digunakan dalam penciptaan karya *Foto Company Profile Cafe Gypsy Kitchen And Bar*”?
3. Bagaimana menerapkan teknik – teknik fotografi ke dalam *foto company profile*?

TINJAUAN SUMBER TERTULIS

Tinjauan adalah hasil meninjau, memandang, sesudah menyelidiki, mempelajari (bichu,2013:1470) Sumber tertulis adalah segala keterangan dalam bentuk laporan tertulis yang memuat fakta– fakta secara jelas. Pencipta juga melakukan tinjauan dengan mencari data melalui buku, internet. Setelah pengumpulan semua data yang didapatkan pencipta mulai melakukan proses pembuatan karya yang berjudul “ *Foto Company Profile di Cafe Gypsy Kitchen And Bar* Dalam Fotografi Komersil “. Terkait dengan acuan yang melandasi tema pencipta ini terdapat beberapa sumber diantaranya :

Tinjauan *Company Profile*

Berdasarkan kamus Bahasa Inggris (John M.Echols dan Hassan Shadily), *company profile* berasal dari dua kata berbahasa Inggris yang masing- masing kata memiliki pengertian yang berbeda tetapi memiliki keterikatan, yaitu kata “*company*” dan “*profile*” (Echols dan Shadily 131,449). Kata “*company*” menurut kamus Bahasa Inggris-Indonesia mempunyai arti perusahaan, perseroan, maskapai, firma, persekutuan dan rombongan. Sedangkan kata “*profile*” menurut kamus Bahasa Inggris-Indonesia 4 mempunyai arti profil, riwayat, raut muka dan wajah dari sisi. Berdasarkan definisi yang

telah dijelaskan di atas, apabila kata “company” dan kata “profile” digabungkan, maka akan memiliki arti yang berbeda. Rachmat Kriyantono dalam buku “Public Relations Writing: Media Public Relations Membangun Citra Korporat” mengatakan bahwa company profile merupakan produk tulisan praktisi Public Relations yang berisi gambaran umum perusahaan yang tidak sepenuhnya lengkap, detail dan mendalam sehingga perusahaan dapat memilih informasi apa saja yang ingin disampaikan secara terbuka kepada publik (Kriyantono, 2008).

Sehingga, dapat dipahami bahwa *company profile* merupakan suatu sistem informasi mengenai sebuah perusahaan yang diberikan melalui beberapa media promosi yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai segala sesuatu yang berkaitan dengan perusahaan tersebut. Informasi tersebut bersifat umum dan perusahaan dapat memilih informasi apa saja yang ingin disampaikan secara terbuka kepada publik. Selain itu, pembuatan *company profile* juga dapat didasarkan kepada kepentingan publik sasaran. Ada *company profile* yang dibuat khusus untuk konsumen (pelanggan), untuk bank, untuk pemerintah, pemasok, investor dan sebagainya. Biasanya hal ini dilakukan oleh perusahaan besar yang memiliki bidang usaha yang luas dan publik yang berbeda-beda.

Tinjauan Tentang Fotografi Komersial

Fotografi komersial adalah fotografi yang aplikasinya untuk keperluan iklan baik itu iklan di majalah dan koran, poster, billboard, POP (*Point of Purchase*) material, dan berbagai materi penunjang pemasaran sebuah merk. (*Being A Commercial Photographer*). *Commercial Photography* merupakan salah satu kategori terbaik yang dapat digambarkan seperti sebuah foto yang digunakan untuk membantu Fotografi Komersial. Fotografi komersial adalah fotografi yang aplikasinya untuk keperluan iklan baik itu iklan di majalah dan koran, poster, billboard, POP (*Point of Purchase*) material, dan berbagai

materi penunjang pemasaran sebuah merk. (*Being A Commercial Photographer*).

Commercial Photography merupakan salah satu kategori terbaik yang dapat digambarkan seperti sebuah foto yang digunakan untuk membantu menjual, mengiklankan atau memasarkan produk, layanan, orang, ataupun banyak orang. Semua foto yang dapat dilihat dalam majalah, media online, billboard, CD, atau poster, semuanya berada di bawah fotografi komersial. Hal ini diungkapkan oleh Rebecca Britt yang merupakan seorang *Commercial Photographer* (Sutton, 2012). Fotografi komersial berarti pengambilan gambar untuk keperluan atau penggunaan komersial, yang berarti bisnis, untuk penjualan, untuk menghasilkan uang. Fotografi ini seringkali berhubungan dengan iklan, brosur, product placement, hingga merchandise (Headshot London Photography, 2012). Fotografi komersial memiliki cakupan jenis yang cukup luas yang di dalamnya termasuk *product photography* dan *still life*, gaya hidup untuk advertising, *architectural photography*, *fashion* (Tuck : 6).

Tetapi di Indonesia, *commercial photography* diartikan oleh sebagian besar masyarakat sebagai fotografi iklan seperti yang dijelaskan oleh salah satu guru fotografi di Indonesia yang menuliskan fotografi iklan sebagai *commercial/advertising photography* (Handoko : 5). *Advertising photography* merupakan salah satu jenis fotografi yang menggunakan konsep untuk setiap pemotretannya. Hal ini dapat dilihat dari kru-kru dalam tim yang terlibat dalam suatu pemotretan mulai dari proses pre-production hingga post-production. “Timnya banyak dari klien hingga *make up artist*, dari *art director* sampai *digital imaging artist*,” kata Henky Christianto, salah satu founder dari 2H Photo (Henky & Heret Photography) pada salah satu interview dalam majalah The Light. (“Henky Christianto Nggak Pernah Mimpi Jadi Fotografer Komersil”). Kini proses foto pada *commercial photography* tidak berhenti sampai pada selesai pemotretan saja, melainkan ada *post production* yang sering

disebut dengan *enchanhing* atau *digital imaging*.

Tinjauan Unsur Visual Fotografi

Dalam Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer menjelaskan bahwa komposisi adalah susunan, tata susunan, cara menyusun intergritas warna, garis, bidang dengan harapan terjadinya satu kesatuan yang harmonis (Salim, 1991:759), atau merupakan suatu cara untuk menyusun suatu bagian sampai keseluruhan di dalam mendapatkan suatu wujud (Poerwadarmita, 1976:17).

Beberapa unsur-unsur komposisi yang digunakan dalam berkarya yang merupakan acuan dalam pembuatan karya cipta, yaitu :

a. Pusat Perhatian (*Focus Of Interest*)

Pusat perhatian yang sering disebut *Focus Of Interest* adalah sesuatu hal yang menjadi titik perhatian yaitu isi pokok pada karya yang diamati. Isi pokok yang menjadi pusat perhatian adanya posisi, gerak dan kejelasan atau ketidakjelasan (Sularko, 1978:30)

Menurut penulis *Focus Of Interest* adalah focus titik utama dalam sebuah foto yang dimana titik tersebut yang menjadi inti cerita dari sebuah foto.

b. Kesatuan (*Unity*)

Kesatuan atau *Unity* adalah salah satu kesatuan yang utuh antara bagian satu dengan bagian yang lain. Pengertian lain tentang kesatuan yang benda seni itu tersusun secara baik dan sempurna bentuknya serta memiliki satu kesatuan yang utuh antara bagian secara keseluruhan (Raharjo, 1986:11).

Menurut penulis kesatuan menggambarkan hubungan visual yang erat antara elemen – elemen yang terdapat pada satu *frame* gambar.

c. Keseimbangan (*Balance*)

Pengertian yang mudah tentang keseimbangan adalah mempunyai berat atau volume yang sama. Arti lain Keseimbangan adalah sesuatu perasaan akan adanya kesejahteraan, kestabilan,

ketenangan, kekuatan suatu susunan (Suryahadi, 1994:11).

Menurut penulis keseimbangan teknik komposisi yang mensejajarkan gambar dalam sebuah bingkai, sehingga gambar memiliki berat visual yang sama.

d. Keharmonisan

Elemen-elemen di dalam suatu gambar mempunyai ciri-ciri yang hampir sama dan mempunyai kaitan. Keharmonisan boleh menyebabkan beberapa elemen nampak seperti satu estitika.

Menurut penulis keharmonisan adalah bentuk keserasian dalam pemotretan sebuah objek, yang dimana unsur dan komponen yang kita angkat menjadi keselarasan dalam hasil akhir pemotretan.

e. Kerumitan (*Complexity*)

Berbicara mengenai kerumitan sudah pasti mengungkapkan sesuatu yang sukar, sulit, atau tidak sederhana. Kerumitan merupakan karya seni yang bersangkutan tidak sederhana, melainkan ini maupun unsur-unsur yang saling berlawanan atau pun mengandung perbedaan (Raharjo, 1986:11).

Menurut penulis kerumitan ialah titik kesulitan dalam menjalankan sebuah proyek, karena setiap apa yang kita jalani pasti menemukan kerumitan, maka dari itu kita harus bisa menyelesaikan tantangan dari masing-masing dari kerumitan tersebut.

f. Kesungguhan (*Intensity*)

Suatu benda seni yang baik harus memiliki kualitas yang menonjolkan dan bukan sekedar kosong. Bukan soal kualitas yang terkandung asalkan merupakan suatu yang intensif sungguh-sungguh (Raharjo, 1986:11). Menurut penulis kesungguhan adalah sebuah niat yang kita jalani dalam menjalankan sebuah proyek, yang di mana kesungguhan lah yang menjadi nilai kualitas kita dalam membuat proyek tersebut.

LANDASAN TEORI

Teori Estetika

Estetika adalah suatu ilmu yang mempelajari segala sesuatu yang berkaitan dengan keindahan, mempelajari semua aspek dari apa yang disebut dengan keindahan (Djelantik, 1999, hal 9). Pertama, keindahan alami yang tidak dibuat oleh manusia, seperti gunung yang terbentang luas. Kedua, hal-hal yang diciptakan oleh manusia dengan tujuan untuk memperoleh rasa kesenangan dan kepuasan.

Fotografi sebagai salah satu entitas dalam domain seni rupa juga tidak terlepas dari nilai-nilai dan kaidah estetika seni rupa yang berlaku. Namun dengan keyakinan bahwa setiap genre memiliki nilai dan kosa estetikanya sendiri, maka fotografi pun dengan berbagai sub-genre nya juga tidak terlepas dari varian nilai dan kosa estetikanya. Setiap kehadiran jenis fotografi karena mempunyai tujuan tertentu dengan konsep perancangan yang bermula dari ide dasar yang berkembang menjadi implementasi praksis yang memerlukan dukungan peralatan dan teknik untuk mengungkap berdasarkan seni yang dihasilkan. Lebih jauh lagi bagi pencapaian objektifnya, diperlukan berbagai eksperimentasi dan eksplorasi baik terhadap objek fotografi maupun proses penghadirannya (Soedjono, 2007:7). Tidak tertutup kemungkinan bahwa setiap objek perlu diporet beberapa kali dalam rangka eksperimentasi dengan berbagai jenis sudut pandang/angle maupun varian lensa dengan filter khusus dan dukungan pencahayaan dan kecepatan penuturan yang berbeda. Semuanya digunakan untuk mendapatkan berbagai ragam alternatif tampilan yang memiliki nilai estetika yang berbeda secara eksploratif dan dipastikan bisa memberikan beberapa pilihan hasil foto terbaik yang disesuaikan dengan kebutuhan nilai estetika yang diharapkan. Hal tersebut tercermin dalam domain fotografi sebagai aspek yang ideasional maupun yang bersifat teknis (Soedjono, 2007:8).

Soeprapto Soedjono dalam bukunya yang berjudul *Pot-Pourri Fotografi* menyatakan bahwa ada dua aspek tataran estetika dalam fotografi yang harus diperhatikan, yaitu:

1. Estetika Pada Tataran Ideational

Secara ide wacana fotografi berkembang dan kesadaran manusia sebagai makhluk yang berbudi/berakal yang memiliki kemampuan lebih untuk merekayasa alam lingkungan kehidupannya. Dalam konteks fotografi hal ini terlihat bagaimana manusia menyikapi setiap Fenomena alam dengan menemukan “sesuatu” dan mengungkapkannya dalam berbagai bentuk konsep, teori dan wacana (Soedjono, 2007:8)

Dalam penciptaan karya ini, estetika dalam tataran ideational diperlukan untuk membentuk sebuah konsep yang selaras dengan tema yang akan diangkat yaitu *Foto Company Profile Gypsy Kitchend And Bar*. Pencipta bermaksud membuat proyek kemudian dituangkan dalam karya *Fotografi Company Profile* yang memiliki nilai estetis dan artistik.

2. Estetika Pada Tataran Teknis

Wacana estetika fotografi juga meliputi hal-hal yang berkaitan dengan berbagai macam teknik baik itu yang bersifat teknis peralatan maupun yang bersifat teknis praktis-implementatif dalam menggunakan peralatan yang ada guna mendapatkan hasil yang diharapkan (Soedjono, 2007:14)

Hal tersebut terjadi karena dalam setiap teknik yang digunakan berkaitan dengan peralatan yang ada dan digunakan dalam pengambilan suatu foto. Terkait *technical* tersebut variannya meliputi teknik pemotretan dan tahap penampilan atau pengemasan hasil fotografi sesuai dengan kebutuhannya. Dalam hal ini fotografer memiliki peran yang sangat penting dalam pemilihan Teknik yang digunakan dalam penulisan ini menggunakan Teknik pencahayaan peranan cahaya dalam fotografi sangat penting untuk

menghasilkan foto yang baik. Seorang pemotret selain harus memperhatikan kualitas cahaya, juga harus memperhatikan arah dan efek yang dihasilkan dari sumber cahaya, baik cahaya alam (matahari) maupun cahaya buatan (artifisial). Pengertian arah pencahayaan adalah bagaimana memposisikan sumber cahaya terhadap objek yang akan difoto. Sedangkan efek pencahayaan adalah menyangkut akibat yang ditimbulkan dari memposisikan sumber cahaya tersebut terhadap objek yang akan dipotret. Arah sumber pencahayaan praxix- implementatif dalam menggunakan peralatan yang ada guna mendapatkan hasil yang sesuai dengan yang diharapkan (Soedjono, 2007:14).

VISUALISASI DAN ANALISIS KARYA

Karya foto yang berjudul “Identitas”



Foto 1. “Identitas”, 2022
(Sumber: Adi Rizki Ramdhani Prastyo)

Penulis menggunakan teori estetika dimana secara *ideational* penulis ingin menciptakan karya dari Identitas ini untuk menampilkan proses dari pemotretan bagian tampak luar dan plang yang bertuliskan *Cafe Gypsy Kitchen And Bar*. Sedangkan secara *technical* penulis melakukan pemotretan dengan sudut pandang *eye level* (sejajar mata). Penggunaan sudut pandang tersebut berfungsi agar foto terlihat lebih menarik. Pengambilan foto ini menggunakan lensa sony 28-70 mm dan

menggunakan bukaan diafragma f/14 agar membuat latar lebih jelas dan *foreground* menampilkan *slowspeed*, dengan *Shutter Speed* 8 sec, dan ISO 100 untuk menyesuaikan bukaan diafragma yang dipakai, sehingga foto yang ditampilkan fokus pada Identitas dan sedikit menampilkan tampak luar parkir dari *cafe* tersebut. Penulis menggunakan kamera Sony A7 II sehingga mampu mendapatkan foto yang sesuai keinginan penulis. Cahaya yang digunakan adalah cahaya buatan yaitu *Continuous Light* Yongnuo YN560II dan cahaya lampu yang ada pada tempat kejadian. Penggunaan cahaya ini agar objek yang terkena cahaya terlihat dengan jelas dan tajam. Pemotretan dilakukan pada sore malam hari.

Karya foto yang berjudul “Interior”



Foto 2. “Interior”, 2022
(Sumber: Adi Rizki Ramdhani Prastyo)

Penulis menggunakan teori estetika dimana secara *ideational* penulis ingin menciptakan karya dari Interior ini untuk menampilkan proses dari pemotretan interior yang dilakukan di *Cafe Gypsy Kitchen And Bar*. Sedangkan secara *technical* penulis melakukan pemotretan dengan sudut pandang *eye level* (sejajar mata). Secara teori estetika teknikal Penggunaan sudut pandang tersebut berfungsi agar foto terlihat lebih menarik. Pengambilan foto ini menggunakan lensa sony 28-70 mm dan menggunakan bukaan diafragma f/14 agar membuat latar dan *foreground* tampak lebih jelas, *Shutter Speed*

8 detik, dan ISO 100 untuk menyesuaikan bukaan diafragma yang dipakai, sehingga foto yang ditampilkan fokus pada interior dan sedikit menampilkan meja dan kursi. Penulis menggunakan kamera Sony A7 II sehingga mampu mendapatkan foto yang sesuai keinginan penulis. Cahaya yang digunakan adalah cahaya buatan yaitu *Continuous Light* Yongnuo YN560II dan cahaya lampu yang ada pada tempat kejadian. Penggunaan cahaya ini agar objek yang terkena cahaya terlihat dengan jelas dan tajam. Pemotretan dilakukan pada sore hari.

Karya foto yang berjudul “Full Team”



Foto 3. “Full Team”, 2022
(Sumber: Adi Rizki Ramdhani Prastyo)

Karya diatas yang berjudul “*Full Team*” dalam karya ini memperlihatkan beberapa staff yang di konsepskan oleh penulis, yang di posisikan di balik *table bar*, dengan keselarasan seragam yang di gunakan, menggambarkan bahwa ini adalah *staff* dari *cafe Gypsy Kitchen and Bar*.

Di Dalam karya ini pencipta memperlihatkan suasana atau *cafe* dan *Staff*. Lensa yang pencipta gunakan adalah lensa Sony 28-70mm dengan bukaan diafragma *f/4 shutter speed 1/80 sec* dan ISO 800 kamera yang pencipta gunakan adalah Sony A7 IIS. Pencahayaan yang pencipta gunakan adalah pencahayaan *Continous light* , Angle yang pencipta gunakan saat pemotretan karya ini adalah *eye level* atau sejajar dengan mata.

Karya foto yang berjudul “Serve To Customer”



Foto 4. “Serve To Customer”, 2022
(Sumber: Adi Rizki Ramdhani Prastyo)

Karya diatas yang berjudul “*Serve To Customer*” dalam karya ini memperlihatkan aktivitas antara *customer* dan *waiters* yang sudah di konsepskan oleh penulis, dengan suasana *cafe* yang ada, menggambarkan bahwa aktivitas ini adalah *customers* dan *waiters*. Di Dalam karya ini pencipta memperlihatkan aktivitas *customers* dan *waiters*.

Untuk menciptakan karya ini penulis menggunakan Lensa Sony 28-70mm dengan bukaan diafragma *f/4 shutter speed 1/160 sec* dan ISO 250 kamera yang pencipta gunakan adalah Sony A7 II. Pencahayaan yang pencipta gunakan adalah pencahayaan *Continous light* , Angle yang pencipta gunakan saat pemotretan karya ini adalah *eye level* atau sejajar dengan mata.

Karya foto yang berjudul “Menu”

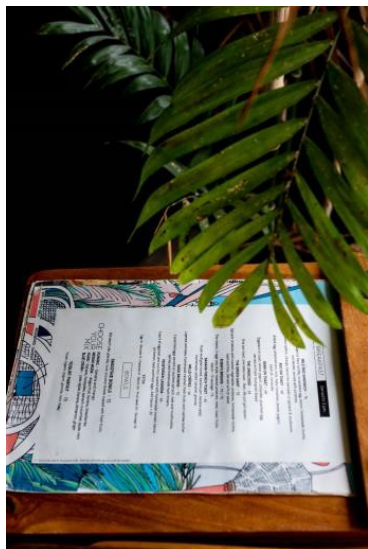


Foto 5. “Menu”, 2022
(Sumber: Adi Rizki Ramdhani Prastyo)

Karya diatas yang berjudul “Menu” dalam karya ini memperlihatkan potret menu di *Cafe Gypsy Kitchen And Bar* yang sudah di konsepskan oleh penulis, dengan suasana *cafe* yang ada, Untuk menciptakan karya ini penulis menggunakan Lensa Sony 28-70mm dengan bukaan diafragma *f/5 shutter speed 1/400 sec* dan ISO 500 kamera yang pencipta gunakan adalah Sony A7 II.

Dan untuk Pencahayaan yang pencipta gunakan adalah pencahayaan *Continous Light* Yongnuo YN-600, Untuk Angle yang pencipta gunakan saat pemotretan karya ini adalah *bird eyel* atau mata burung.

Dalam karya ini pencipta mengolah foto dengan *software Adobe Lightroom cc* dikarenakan program tersebut mudah digunakan dan selain itu dalam proses editing lebih cepat dan mengatur warna dari foto tersebut lebih mudah. Proses *editing* dilakukan yaitu *cropping* sesuai ukuran yang akan dicetak dengan ukuran 60x75 cm, mengatur *brightness, contrast, highlight, white, black* dan *curve* ini dilakukan agar cahaya pada foto tidak ada terlalu *over exposure* ataupun *under exposure*, mengatur *vibrance* serta *saturation* sehingga warna yang dihasilkan pada foto lebih tajam dan natural.

KESIMPULAN

Berdasarkan Penelitian dan penciptaan karya Foto *Company Profile Cafe Gypsy Kitchen And Bar* dapat diperoleh beberapa silmpulan yaitu sebagai berikut:

Untuk memvisualisasikan Foto *Company Profile Cafe Gypsy Kitchen And Bar* agar terlihat unik dan menarik. Penulis memulai dengan penciptaan ide, proses pengerjaan dan diakhiri dengan pameran dan presentasi. Sebelum proses penciptaan pertama-tama penulis melakukan eksplorasi yaitu dengan observasi, pengamatan, studi pustaka, dan eksperimen. Setelah data-data terkumpul, penulis melakukan pemotretan ke lokasi yaitu di *Cafe Gypsy Kitchen And Bar*. Setelah melakukan pemotretan, pencipta menyeleksi karya-karya yang menurut pencipta bagus untuk diproses melalui olah digital gelap terang foto (*editing*) dengan *adobe Lightroom cc* yaitu *software* yang ada pada komputer. Selanjutnya dilakukan asistensi kepada dosen pembimbing. Karya yang dipilih akan di masukkan ke dalam skrip karya dan dicetak serta dipamerkan sebelum melakukan presentasi ujian sidang skripsi. Melalu fotografi *Company Profile* ini diharapkan mampu meningkatkan penjualan dan konten yang ada di *Cafe Gypsy Kitchen And Bar* dan membantu *Cafe Gypsy Kitchen And Bar* untuk bangkit dalam kondisi pandemi covid-19.

DAFTAR PUSTAKA

- Djelantik, A.A.M. 2004, estetika: *Estetika Sebuah Pengantar*, Bandung: Masyarakat Seni Pertunjukan Indonesia.
- Hadi, Sutrisno. 1986. *Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Iqbal, Hasan. 2002, *Manajemen Strategik*, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Laurie Excell, A.M. et al. 2012. *Komposisi: Dari Foto Biasa Jadi Luar Biasa*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Nugroho, R. Amien. 2006. *Kamus Fotografi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Raharjo, J. Budhy. 1986, *Himpunan Materi Pendidikan Seni Rupa*, Bandung: CV.

- Yrama.
Soedjono, Soeprapto. 2007. *Pot-pourri Fotografi*. Jakarta.
Soelarko, R.M. 1978. *Komposisi Fotografi*. Bandung: PT. Indira.
Sugiarto, Atok. 2006. *Paparazi: Memahami Fotografi Kewartawanan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
Sugiyono Prof. Dr. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Cv. Alfa Beta.
Suryahadi, A. Agung. 1994, *Pengembangan Kreatifitas Melalui Seni Rupa*. Yogyakarta: Pusat Pengembangan Penataran Guru Widiasarana Indonesia.
Trestianto, Rizki. 2011. *Tips Praktik Bisnis Fotografi*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.

DAFTAR WAWANCARA

- Ibu Laurence, pemilik *Cafe Gypsy Kitchen And Bar* asal Prancis, Tanggal wawancara 10 November 2021, jam 14.00 WITA dan 16 November 2021, jam 16.00 WITA.
Kadek Widiantera, *Manager Cafe Gypsy Kitchen And Bar*, Tanggal wawancara 22 November 2021, jam 17.15 WITA.