

EKSPLORASI *AVAILABLE LIGHT* SEBAGAI PENUNJANG VISUALISASI PADA PERANCANGAN FOTOGRAFI IKLAN

Ine Rachmawati¹⁾, Dzulfiqar Fickri Rosyid²⁾, Tiara Khodijah³⁾

^{1,2,3)} Universitas Catur Insan Cendekia

ine.rachmawati@cic.ac.id, dzulfiqar.fickrirosyid@cic.ac.id, tiara.khodijah@cic.ac.id

ABSTRAK

Fotografi saat ini tidak hanya berfungsi sebagai alat dokumentasi, tetapi juga sebagai media periklanan. Salah satu faktor penting dalam menghasilkan foto iklan yang menarik adalah penggunaan cahaya yang tepat untuk menghindari *under* dan *over exposure*. Fotografi dikenal sebagai seni melukis dengan cahaya, sehingga pemahaman dasar tentang cahaya sangat penting. *Available light* atau cahaya alami bisa digunakan untuk eksplorasi teknis pencahayaan. Konsep ini mengandalkan sumber cahaya alami seperti matahari dan sangat berguna bagi pemula yang tidak memiliki pengetahuan dasar atau peralatan fotografi profesional. Penelitian ini bertujuan memberikan wawasan *hardskill* tentang teknik dasar pencahayaan dalam foto iklan. Eksplorasi konsep pencahayaan ini diharapkan dapat menjadi keterampilan dasar bagi pemula, terutama bagi UMKM yang ingin meningkatkan kualitas foto produk mereka untuk iklan. Penelitian ini menggunakan metode Pola Produksi yang dicetuskan oleh Kochbreg dengan studi kasus UMKM binaan CIC Hub UCIC. Permasalahan menunjukkan bahwa banyak UMKM belum memahami cara mengoptimalkan foto iklan, terutama dalam hal eksplorasi cahaya yang mudah dipelajari dan diterapkan. Hasil luaran penelitian ini berupa pendampingan pembuatan foto iklan dengan praktik *available light*. Penelitian ini tidak hanya meningkatkan kualitas visual iklan produk UMKM tetapi juga diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata untuk mendukung keberlanjutan ekonomi lokal dan memanfaatkan sumber daya yang tersedia secara efisien.

Kata Kunci: Foto Iklan, Available Light, UMKM.

ABSTRACT

Photography serves as both a documentation tool and an advertising medium. Proper use of light is crucial to avoid under and overexposure in advertising photos. Understanding basic lighting, especially available light or natural light, is essential. This study explores natural light sources, such as sunlight, which is beneficial for beginners lacking basic knowledge or professional equipment. The research aims to provide hard skills in basic lighting techniques for advertising photography, targeting MSMEs aiming to enhance their product photo quality for advertisements. The Production Pattern method by Kochbreg is utilized, with a case study of MSMEs under the guidance of CIC Hub UCIC. Many MSMEs struggle to optimize their advertising photos, particularly in light exploration, which is easy to learn and apply. The research output includes hands-on assistance in creating advertising photos using available light. This study not only enhances the visual quality of MSME product advertisements but also contributes to local economic sustainability by efficiently utilizing available resources.

Keywords *Advertising Photography, Available Light, MSMEs.*

PENDAHULUAN

Pertumbuhan Usaha Micro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Cirebon berkembang dengan pesat, tercatat di awal tahun 2024 jumlah penerbitan nomor induk berusaha (NIB) yang tembus diatas 5.000 pelaku usaha di Kota Cirebon (Suwarsa, 2024). Menanggapi fenomena ini, Universitas Catur Insan Cendekia yang berada di Kota Cirebon berinisiatif untuk membuat *Lab Incubator* bernama CIC Hub, yang didirikan pada Oktober 2023. CIC Hub melakukan pendampingan UMKM di Kota Cirebon, dengan membuka beberapa Lab seperti Ekspor Impor, Bisnis Properti, Perpajakan, Pemograman, *Student Bisnis Corner*, Kewirausahaan Halal Center, Multimedia dan *Digital Marketing, Digital Corner* dan *Podcast*. Pelaku UMKM dapat menjadi mitra binaan CIC Hub dengan melakukan pendaftaran peserta terlebih dahulu, pendaftaran dilakukan untuk peserta dapat mengikuti semua program pada Lab

CIC Hub dan tidak dipungut biaya apapun. Saat ini, lebih dari 50 UMKM telah menjadi mitra binaan CIC Hub. Menurut Fakhrudin selaku ketua CIC Hub, Lab-Lab ini dibuka dengan tujuan melatih *softskill* dan *hardskill* para peserta binaan.

Beberapa kendala yang terjadi salah satunya dalam Lab Multimedia dan Digital Marketing terutama pada keterampilan *hardskill* salah satunya cara membuat foto produk sebagai penunjang dalam media iklan. Para peserta binaan merasa kebingungan harus memulai dari mana untuk membuat foto produk yang dinilai bagus dan sesuai untuk media iklan. Mengingat para peserta tidak memiliki penguasaan dasar teknik fotografi dan peralatan yang profesional. Untuk itu diperlukan adanya pendampingan pelatihan untuk mengasah kemampuan *hardskill* dalam bidang fotografi terutama memotret foto produk.

Fotografi telah berkembang jauh dari sekadar alat dokumentasi semata dan menjadi medium penting dalam berbagai bidang, termasuk menjadi bagian ilustrasi dalam periklanan (Soedjono, 2007). Perancangan ilustrasi foto pada media iklan bertujuan agar memiliki sajian visual yang menarik, dan memuat informasi penjualan kepada target audiens secara efektif untuk membujuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan (Supriyono, 2010). Gambar dalam suatu iklan memiliki fungsi persuasi. Tampilan *image* yang mendekati kenyataan semakin memudahkan persuasi kepada masyarakat. Dalam perubahan zaman terjadi perkembangan teknik representasi, semula dalam iklan ditampilkan gambar berupa ilustrasi yang dibuat dengan tangan, dengan ditemukannya fotografi maka representasi akan semakin dekat dengan kenyataannya (Widiatmoko Suwardikun, 2009). Upaya dalam menyajikan sajian foto iklan yang estetik dibutuhkan keterampilan dasar fotografi, umumnya terbagi menjadi tiga bagian pertama pemahaman pencahayaan, kedua komposisi pengambilan objek foto, dan ketiga kombinasi segitiga exposure. Dari ketiga teknik ini para peserta binaan harus memahami betul terutama dalam pemanfaatan sumber pencahayaan, karena cahaya merupakan bagian terpenting yang harus dipahami untuk menghasilkan sajian visual yang estetik.

Fotografi erat kaitannya dengan cahaya, tanpa cahaya kamera tidak akan berfungsi dengan sempurna. dalam praktiknya cahaya dapat di eksplorasi baik yang berasal dari cahaya alami atau cahaya yang tersedia, misal lampu ruangan, lampu jalan atau cahaya matahari. Selain itu eksplorasi cahaya buatan misal lampu studio. Ada lima arah cahaya yang digunakan dalam fotografi yaitu cahaya depan, cahaya belakang, cahaya atas, cahaya bawah dan cahaya samping. Kelima arah cahaya ini menghasilkan karakteristik yang berbeda, setiap pencahayaan memiliki fungsi dan estetika tersendiri (Karyadi, 2017). Umumnya pencahayaan yang dapat digunakan dalam fotografi bersumber dari pencahayaan alami dan pencahayaan buatan. Menurut sumbernya pencahayaan ini dapat dikategorikan menjadi dua bagian:

1. *Available light* yaitu sumber cahaya yang tersedia misal matahari, lampu jalan dsb. Jenis pencahayaan ini yang memiliki karakteristik pencahayaan yang tersedia di sekitar kita, sifat dari pencahayaan ini besar dan kecilnya kekuatan cahaya serta jarak atau tata letak pencahayaan tidak dapat dengan leluasa diatur.
2. *Artificial Light* yaitu cahaya buatan, misal yang bersumber dari lampu studio. Jenis pencahayaan ini kebalikan dari pencahayaan dengan karakter *available light*, yaitu pada jenis pencahayaan *artificial light* kekuatan gelap terang cahaya serta jarak atau posisi cahaya dapat diatur sedemikian rupa.

Kedua sumber pencahayaan ini memiliki tantangannya tersendiri, pertama pada penggunaan *available light*, pengguna harus jeli melihat karakteristik *soft light* atau *hard light*, idealnya cahaya untuk foto produk menggunakan karakter *soft light* agar menghasilkan kesan foto yang natural. Sedangkan *hard light* biasanya menciptakan kesan dimensi kedalaman atau bayangan terlalu kontras. Untuk menghasilkan kesan cahaya *soft light* terutama pada penggunaan cahaya matahari disarankan untuk menggunakan metode *golden hours* yaitu teknik cahaya yang dilakukan pada jam tertentu yaitu sekitar waktu sunrise hingga matahari mulai naik atau sekitar pada pukul 08.00 – 09.00 pagi. Selain itu pada waktu sore hari dapat dimulai dari pukul 03.30 hingga menjelang sunset.

Kedua penggunaan *artificial light* atau cahaya buatan seperti lampu studio, tantangannya adalah penggunaan karakter cahaya ini dinilai membutuhkan persiapan yang panjang seperti setting lampu. Terlebih peralatan lampu studio membutuhkan biaya yang cukup besar. Dari kedua tantangan ini jenis

pencahayaan *available light* dirasa cocok untuk pengguna non professional terutama bagi pemula yang ingin membuat foto produk dengan memanfaatkan peralatan dan sumber daya yang tersedia di rumah. Upaya pendampingan pembuatan foto produk dengan eksplorasi *available light* menggunakan cahaya matahari sebagai upaya solusi praktis dan ekonomis bagi UMKM dalam meningkatkan kualitas foto produk terutama bagi pemula dan mereka yang memiliki keterbatasan peralatan. Dengan adanya pendampingan pelatihan teknik dasar pemanfaatan cahaya *available light* diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk para UMKM memiliki *hardskill* mereka untuk menunjang pemberdayaan ekonomi lokal dalam bidang fotografi produk. Selain itu teknik *available light* dinilai efektif dan efisien sebagai salah satu upaya dalam pemanfaatan sumber daya lokal berkelanjutan. Penggunaan teknik ini juga dinilai ramah lingkungan serta efisiensi sumber daya energi. Dalam pengembangan produk unggulan, pelaku UMKM perlu memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang relevan. Pengembangan ini memberi kesempatan kepada masyarakat untuk berperan aktif dalam ekonomi lokal, serta meningkatkan partisipasi dalam proses pengembangan produk dan inovasi (Mariska et al., 2023).

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode dengan pola produksi yang dicetuskan oleh Kochbreg. Metode ini merupakan metode yang menggunakan pola produksi dokumenter. Dari karakteristik pola ini, penulis mencoba mengembangkan dan menerapkan kedalam pola produksi membuat foto produk. Metode ini terbagi menjadi empat tahapan yaitu: riset dan pengembangan, praproduksi, produksi dan pascaproduksi yang telah disesuaikan dengan kebutuhan dan tahapan yang diperlukan (Ghalif et al., n.d.). Berikut alur yang telah dilakukan dalam pendampingan pembuatan foto produk:

1. Riset dan Pengembangan

Tahap ini mencakup pengumpulan data dan pencarian ide, melalui riset dan wawancara langsung kepada para UMKM binaan. Tujuannya untuk memperoleh dan memahami keinginan serta kendala dalam memotret foto produk.

2. Pra Produksi

Setelah data terkumpul dan memahami keinginan serta permasalahan yang dirasakan oleh para UMKM binaan, tahap praproduksi dimulai dengan merencanakan dengan cermat untuk memperlancar proses produksi. Ini mencakup langkah-langkah seperti mempersiapkan dan menentukan produk apa yang akan di foto, pemilihan properti pendukung objek utama, setting lokasi pemotretan, teknis pengaturan pencahayaan *available light* cahaya matahari, dan komposisi pengambilan gambar, serta mengumpulkan peralatan yang diperlukan. Semua ini bertujuan untuk memastikan persiapan yang matang sebelum memasuki tahap produksi sebenarnya.

3. Produksi

Setelah praproduksi selesai, langkah selanjutnya adalah tahap produksi, yaitu menyiapkan pencahayaan, serta menggunakan properti atau elemen artistik lainnya sesuai dengan rencana yang telah disusun sebelumnya selama praproduksi.

4. Pasca Produksi

Setelah selesai proses produksi, kemudian memasuki tahap pasca produksi, yang juga mencakup penentuan strategi publikasi foto produk. Dalam tahapan ini dilakukan berbagai tindakan, meliputi editing dasar jika diperlukan seperti penambangan gelap terang, dan *cropping*. Setelah proses finalisasi ini selesai kemudian hasil foto ini sudah dapat dipublikasikan guna media beriklan.

PEMBAHASAN

Eksplorasi *available light* dengan menggunakan sumber cahaya dari matahari. Kebanyakan ialah efisien, mudah diakses dan hemat energi. Berikut eksplorasi yang memungkinkan untuk dilakukan di rumah tanpa menggunakan peralatan profesional.

1. Eksplorasi *available light* dengan metode *window lighting*

Window lighting pertama kali digunakan oleh pelukis Belanda Rembrandt Van Rijn, yang melukis modelnya di dekat jendela dengan memanfaatkan cahaya yang masuk melalui

jendela sebagai sumber cahaya utama. Wajah model lukisannya tersebut terang sedangkan area di sekitar wajah berwarna hitam (gelap). Hasilnya model yang digambar seperti muncul dari kegelapan. Teknik melukis seperti ini cukup digemari pada waktu itu dengan sebutan *painting with window lighting*. Teknik *window lighting* ini kemudian banyak pula dilakukan fotografer, di awal kamera SLR 135 buatan Jerman dengan merk Leica ditemukan, foto potret dengan pencahayaan dari jendela disebut dengan *Portraiture with Window Lighting* (Fitri et al., 2018). Seiring berkembangnya waktu teknik ini digunakan untuk keperluan foto produk sebagai berikut:



Gambar 1. Teknik *window lighting* yang diterapkan dalam foto makanan
Sumber: Ine Rachmawati, 2021

Penggunaan *window lighting* memberikan solusi kemudahan dalam teknik sumber cahaya yang dirasa efektif dan ekonomis. Karakter yang dihasilkanpun menarik karena memiliki kesan cahaya samping serta efek kedalaman ruang objek. Agar lebih optimal dapat juga menambahkan reflector sebagai sumber cahaya tambahan, fungsinya untuk memantulkan cahaya sehingga menghasilkan tambahan cahaya lainnya. Material penggunaan reflector dapat dari kertas putih dan kertas berwarna abu-abu yang sifatnya dapat memantulkan pencahayaan. Kelebihan dari teknik ini dapat dilakukan dijam berapapun pada pagi hingga sore hari walaupun kondisi diluar sedang hujan atau mendung. Fungsi dari kaca jendela yaitu untuk memfilter cahaya yang masuk terutama karakter cahaya *hard light*.

2. Eksplorasi *available light* dengan metode *Golden Hours*

Teknik ini digunakan pada jam tertentu yaitu pagi hari dari mulai *sunrise* hingga matahari mulai condong keatas atau sekitar pukul 08.00 pagi. Sedangkan untuk waktu sore hari dimulai sekitar pukul 15.00 hingga menjelang *sunset*. Pencahayaan *golden hours* dipercaya dapat menciptakan karakter pencahayaan yang ideal dengan kesan *soft light*. Kekurangan metode ini tidak cocok digunakan dalam nuansa mendung. Teknik ini juga dapat diterapkan dalam foto produk.

3. Eksplorasi *available light* dengan metode *outdoor*

Teknik ini dengan metode pemotretan langsung diluar ruangan secara spontanitas dengan posisi cahaya langsung terkena matahari. Teknik ini memiliki kekurangan yaitu terjadinya *hard light* atau kondisi pencahayaan terlalu *over exposure*, serta kondisi cuaca mendung yang terkadang menghasilkan pencahayaan yang *flat*. Namun untuk menanggulangnya hal tersebut dapat dilakukan dengan memilih lokasi pemotretan yang tidak terkena langsung matahari misal halaman ruangan yang terdapat atap fungsinya agar menghindari terkena cahaya langsung terutama pada suasana siang hari saat matahari terlalu terik. Untuk menciptakan kedalaman ketika sumber cahaya terlalu *flat* dapat menambahkan reflector sebagai sumber pencahayaan lain.

Dari ketiga jenis eksplorasi pencahayaan ini, penggunaan metode *outdoor* dilakukan pada pendampingan pembuatan foto produk, dengan langkah sebagai berikut:

1. Riset dan Pengembangan

Tahap ini dilakukan dengan wawancara langsung kepada para binaan CIC Hub yang telah diselenggarakan pada Selasa 07 Mei 2024. Kegiatan pendampingan ini melibatkan mahasiswa

Desain Komunikasi Visual yang ikut aktif dalam praktik membuat foto produk dan dilakukan selama dua kali pertemuan. Pertemuan pertama untuk mengambil data riset dan pengembangan berupa wawancara, kemudian hari kedua untuk kegiatan pemotretan. Ada tujuh UMKM binaan yang ikut dalam kegiatan ini.



Gambar 2. Kegiatan pendampingan hari pertama membuat foto produk yang melibatkan mahasiswa
Sumber: Ine Rachmawati, 2024

Hasil pada tahap ini berupa data wawancara yang mana data ini digunakan untuk pengembangan pendekatan foto produk yang diinginkan dan dapat menjawab solusi dari permasalahan yang ada. Setelah cukup memahami mengenai data dan *insight*, kemudian dilakukan eksekusi pada tahap pemotretan.

2. Pra Produksi

Tahap kedua ialah dengan merumuskan kebutuhan apa saja yang perlu dipersiapkan untuk memotret foto produk yang akan dilaksanakan pada tahap pra produksi. Contoh sebagai berikut:

a. Produk Rempyek Rasheeda's Food

daftar property dan teknik pencahayaan

1. Daun pisang	Teknik
2. Daun jeruk	pencahayaan yang akan di gunakan
3. Kacang tanah	adalah artifical light, window lighting
4. Piring	
5. Mangkuk kayu	
6. Sendok kayu	

Gambar 3. Daftar properti dan teknik pencahayaan yang akan digunakan Renpeyek Rasheeda's Food
Sumber : Ine Rachmawati, 2024

b. Produk Abon Ketewel Enzy Family

PROPERTIES & LIGHTING	
- Mangkok	Menggunakan cahaya mix,
- Sendok	gabungan
- Nasi	antara cahaya alami dan
- Nangka	buatan serta bantuan reflektor.

Gambar 4. Daftar properti dan teknik pencahayaan yang akan digunakan produk Abon Ketewel Enzy Family
Sumber : Ine Rachmawati, 2024

Gambar 3 dan 4 merupakan hasil perumusan data wawancara yang mana akan dijadikan sebagai konsep pemotretan yang akan dilakukan pada tahap produksi.

3. Produksi

Tahap produksi dengan mengeksekusi hasil dari perumusan pada tahap sebelumnya. Pemotretan menggunakan *handphone* tujuannya agar para UMKM mudah menerapkannya saat ingin memulai praktik sendiri dirumah.



Gambar 5. Kegiatan pemotretan Renpeyek Rasheeda's Food yang dilakukan diluar ruangan berikut dengan hasilnya

Sumber : Ine Rachmawati, 2024



Gambar 6. Kegiatan pemotretan Abon Ketewel Enzy Family yang dilakukan diluar ruangan berikut dengan hasilnya

Sumber : Ine Rachmawati, 2024

4. Pasca Produksi

Tahap akhir yaitu pasca produksi dengan mengedit dasar hasil foto menggunakan aplikasi bawaan yang terdapat pada *handphone* yang digunakan. Hal ini dilakukan sebagai tahap finalisasi akhir sebelum hasil foto digunakan dalam beriklan.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Kegiatan pendampingan pembuatan foto produk dengan teknik *available light* yang bersumber dari cahaya matahari telah dilakukan, berikut kesimpulan dan rekomendasi pada kegiatan tersebut:

1. Metode pencahayaan ini sangat efektif dan efisien terutama menghemat sumber daya energi. Selain itu mudah dan terjangkau yang mana dapat dipraktikkan dirumah tanpa peralatan professional.
2. Metode ini memiliki kekurangan seperti efek cahaya yang dihasilkan terlalu keras jika objek pemotretan langsung terkena sumber cahaya sehingga menghasilkan kesan *over exposure*.
3. Perlu adanya media tambahan seperti reflector sebagai sumber pencahayaan penunjang.
4. Perlu persiapan matang seperti pembuatan konsep properti dan konsep setting objek utama dan objek pendukung.
5. Perlu adanya aplikasi penunjang untuk finalisasi akhir foto produk, terutama untuk mengoptimalkan hasil akhir foto.

REFERENSI

Fitri, N. D., Kusumohendrarto, R. H. 2018. *Mengoptimalkan Window Ligthing untuk Foto Potret dengan Menggunakan Kamera DSLR 1000D dan 60D*. Jurnal Aksa, Vol 02. No 01. Hal 188–202. Penerbit Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi Indonesia.

- Karyadi, B. 2017. *Belajar Fotografi*. Bogor: Nahl Media.
- Mariska, R., Hasri Siregar, F., dkk. 2023. Pengembangan *Produk Unggulan UMKM Dalam Mendukung Pertumbuhan Ekonomi Di Desa sukasari Kecamatan Pegajahan Kabupaten Serdang Bedagai*. *Jurnal Journal of Human And Education*, Vol 03. No 02. Hal 292–298. Penerbit Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai.
- Sadewa, Ghalif , P., Samaratunga, Oscar. 2023. *Film Dokumenter Mereka: “Episode Ekspresi Personal Risman Marah Dalam Berkarya Seni Fotografi”*, Genre *Biografi Sebagai Media Pendidikan*. *Jurnal Rekam Jurnal Fotografi, Televisi, Animasi*. Vol. 19. No 2. Penerbit Fakultas Seni Media Rekam ISI Yogyakarta.
- Soedjono, S. 2007. *Pot – Pourri Fotografi*. Jakarta:Universitas Trisakti.
- Supriyono, R. 2010. *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.
- Suwarsa, R. H. 2024. *Pertumbuhan UMKM Pesat, Tercatat di Awal 2024, Jumlah NIB di atas 5.000 Pelaku Usaha*. (<https://radarcirebon.bacakoran.co/read/5810/pertumbuhan-umkm-pesat-tercatat-di-awal-2024-jumlah-nib-di-atas-5000-pelaku-usaha>) diakses 10 Agustus 2024
- Widiatmoko Suwardikun, D. 2009. *Persuasi Melalui Ilustrasi dalam Iklan Cetak*. *Jurnal Journal of Visual Art and Design*. Vol. 03. No 02. Penerbit Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Teknologi Bandung.