



ketika komunikasi itu menjadi sangat kompleks dan menjadi sesuatu yang penting untuk dijelaskan “tanpa kata-kata”, pada akhirnya sebuah gambar yang dimaksudkan sebagai media agar sebuah komunikasi dapat terjadi dengan sesuai rencana.

Berbicara dan berdiskusi dengan diri sendiri merupakan suatu proses berpikir dengan bantuan gambar, berpikir dan berkomunikasi dengan diri-sendiri menggunakan konsep dan rancangan yang berada dalam angan-angan untuk kemudian divisualkan dalam bentuk foto produk. Proses komunikasi ini melibatkan sensasi dan persepsi yang ada di benak fotografer melalui indera mata dan dengan bantuan kreatifitas dan kemampuan teknik fotografi. Melihat dengan indera mata berarti mengapresiasi unsur-unsur visual yang mungkin bisa dimanfaatkan sebagai sumber ide. Dengan demikian informasi visual merupakan hal utama dalam pembuatan foto produk. Komunikasi dengan diri-sendiri ini sebagai proses berpikir untuk mengungkap gagasan dalam media gambar.

Teknologi menjadi salah satu media komunikasi, termasuk gambar yang dihasilkan dari seorang fotografer melalui kamera dan ide besarnya. Pesan yang terkandung dalam foto produk adalah sajian visual berupa informasi melalui ekspresi visual dan akan dapat dikomunikasikan dengan baik bila konsep yang bagus juga kehandalan peralatan dan penguasaan terhadap teknik dikuasai, karena mengekspresikan pesan dan gagasan

dapat menghasilkan komunikasi dalam sebuah media yang semakin lama juga semakin canggih.

Penglihatan merupakan indera yang memberi informasi yang cepat dan lengkap, selain memanfaatkan mata sebagai sarana utama untuk memahami apa yang dilihat, fotografer juga menterjemahkan informasi yang diterima oleh indera penglihatan. Kemampuan berkomunikasi secara grafis merupakan kompetensi utama seorang fotografer. Untuk itu seorang fotografer harus memahami unsur-unsur dasar komunikasi (komunikator atau sumber, komunike atau pesan, komunikan atau sasaran, media atau saluran, dan efek atau umpan balik) dan peranannya bagi keefektifan komunikasi mampu mengembangkan bahasa gambar agar dapat membuat bentuk yang paling efektif untuk tujuan-tujuan komunikasi dalam sebuah foto produk.

Komunikasi secara grafis visual merupakan komunikasi dengan menggunakan tanda-tanda, lambang-lambang, dan simbol-simbol. Di dalam komunikasi tersebut terjadi pengiriman informasi yang berawal dari ide seseorang fotografer dalam menerjemahkan suatu produk untuk dijadikan dalam sebuah foto produk dan berakhir pada pikiran orang lain. Proses pengiriman informasi ini pada dasarnya menciptakan kebersamaan arti dengan orang-orang yang terlibat. Kebersamaan merupakan garis besar dari pengertian komunikasi, seperti istilah komunikasi itu sendiri yang berasal dari bahasa latin *communicatio* yang berarti pemberitahuan,

pemberian bagian, pertukaran, dimana pembicara mengharapkan pertimbangan atau jawaban dari pendengarnya.

Jadi dalam penelitian ini seorang fotografer merupakan komunikator dan khalayak atau orang yang dituju adalah komunikannya, untuk kemudian dapat berkomunikasi melalui media visual foto produk dengan tujuan tertentu, baik untuk persuasi, informasi, hiburan atau profit juga untuk tujuan yang lain. Lebih tepatnya inti dari proses ini adalah foto itu dapat berkomunikasi dan dapat berbicara untuk menyampaikan sebuah pesan secara visual.

Seorang fotografer diibaratkan menjadi sumbernya, yang kemudian menyampaikan ide/gagasannya, melalui media gambar visual, kepada orang lain seperti masyarakat umum/*clien* atau produsen, agar mereka mengerti gagasan desain tersebut. Bagi seorang fotografer gambar adalah alat untuk mencapai tujuan, gambar merupakan media yang tepat untuk mengungkapkan gagasan karena lebih mudah dipahami.

Berdasarkan penemuan terhadap pandangan fotografer tentang foto produk dalam komunikasi visual adalah *soft skill of photograph* dimana ketrampilan mengkomunikasikan dan menyajikan ide dan gagasan usaha seorang fotografer untuk menyatukan perbedaan antara imajinasi yang ada dalam benak fotografer dalam merencanakan, merancang dan untuk menjelaskan gagasan-gagasan rumit dengan cara yang sederhana agar

orang lain yang dijadikan sasaran dan tujuan dapat mengerti dan memahami maksud dari foto produk tersebut.

Dalam hal ini penemuan *soft skill of photograph* berdasarkan informasi yang telah peneliti peroleh dari informan tidak lain adalah persepsi dan pemaknaan terhadap sebuah benda untuk dijadikan media komunikasi visual berupa foto. *Soft skill* didapatkan seorang fotografer dari pengalaman dan *sense* ataupun selera seorang fotografer dalam berkomunikasi dalam dirinya sendiri untuk kemudian di tuangkan secara visual agar orang lain dapat mengerti maksud dan tujuan seorang fotografer dalam penyampaianya.

Dalam penemuan tentang *soft skill* atau pandangan fotografer mengenai foto produk, pemaknaan yang telah ditemukan oleh peneliti terhadap pandangan fotografer adalah persepsi bentuk sebuah benda, diantaranya konstansi bentuk dimana fotografer memandang bahwa sebuah objek memiliki bentuk yang konstan tidak berubah, semisal meja berbentuk kotak maka selamanya akan berbentuk kotak, kemudian fotografer juga menyebutkan konstansi letak dimana sebuah benda yang tidak bergerak adalah sebagai sesuatu yang tetap pada tempatnya dan letak mempengaruhi penyampaian maksud dari pesannya karena peletakan benda menentukan titik pusat pesan, konstansi ukuran yang berarti sebuah objek tetap memiliki ukuran yang sama walaupun letaknya dekat ataupun jauh, lalu konstansi tingkat kecerahan dimana kecerahan suatu benda

mempengaruhi pesan yang disampaikan karena pandangan mata cenderung melihat pada sesuatu yang terlihat jelas dan cerah, yang terakhir adalah konstansi warna, bahwa benda memiliki warna yang tetap dan tidak berubah meskipun ada beberapa latar yang menyebabkan warna sebuah benda berubah, seperti warna dari air yaitu putih, maka dalam pandangan fotografer air tersebut tetap berwarna putih meskipun terkena latar, cahaya atau yang lainnya, karena warna menunjukkan kondisi yang nyata sehingga pesan dapat disampaikan.

Selain itu peneliti menemukan beberapa poin mengenai pemaknaan produk, dimana pencahayaan dan bayangan memberikan penampilan tiga dimensi pada objek yang akan ditampilkan, kemudian interposisi yang dapat diartikan sebagai foreground atau background sebuah benda yang menghalangi atau menutupi sebagian benda pasti berada di depan benda yang tertutupi sehingga terlihat lebih dekat. Lalu *gradient* tekstur dimana tekstur benda menentukan hasil akhir dari penyampaian pesan.

Hal tersebut merupakan penemuan yang telah peneliti lakukan terhadap pandangan dan gaya gaya fotografer *Delta Independent* dalam berkomunikasi secara visual melalui foto produk yang dimiliki seorang fotografer dengan *soft skill* yang dimilikinya. Pandangan –pandangan ini selalu digunakan oleh para fotografer dalam berkomunikasi secara visual.

Selain itu *hard skill* yang peneliti temui dalam pandangan fotografer dalam foto produk terdapat berbagai pandangan diantaranya

posisi dan kedekatan suatu benda, pola, ukuran, teks, angle, warna dan kesamaan, kesejajaran benda menjadi kunci utama dalam pembuatan foto produk, *foreground* dan *background*, kesempurnaan sebuah benda.

## **2. Proses Fotografer D.I. Menjadikan Foto Produk Sebagai Media Komunikasi Visual**

Memang dalam segi proses karya foto dan karya yang dihasilkan setiap fotografer sangat berbeda. Karya foto benar-benar upaya dari fotografer untuk dapat menuangkan apa yang ada baik itu abstrak (perasaan / emosi) atau kasat mata. Karya foto lebih kepada meniru kembali keadaan yang nyata ada atau menyajikan kembali keadaan yang ada (realitas) kasat mata secara utuh. Sehingga karya fotogarfi lebih bersifat visualisasi dari apa yang diekspresikan oleh fotografer melalui subyek yang diabadikan.

Pada proses fotografi terutama dalam pembuatan foto produk, seorang fotografer berperan penuh dari awal hingga terjadinya karya foto, mulai dari konsep, ide, pesan, sampai teknik dan desain yang dilakukan biasa dikerjakan oleh fotografer itu sendiri. Karena fotografer itu sendiri yang mengetahui harus dibuat seperti apa konsepnya dan mau dibawa ke arah mana foto produk nantinya, sampai berhasil mewujudkan komunikasi dan penyampaian pesannya.



pengalaman dan persepsi mengenai pola dari sebuah benda yang membentuk kesatuan. Sensasi dan persepsi fotografer pada sebuah benda diperlukan dalam foto produk untuk menimbulkan pesan dan menumbuhkan *image* dari sebuah produk.

Penemuan ini sesuai dengan teori gestalt yang menyatakan bahwa seseorang akan cenderung mengelompokkan apa dia lihat disekitarnya menjadi suatu kesatuan utuh berdasarkan pola, hubungan, dan kemiripan. Seorang fotografer dalam melihat suatu benda memiliki sensasi dan persepsi yang tidak jauh dari kreatifitasnya, jika sebuah produk yang dilihat maka dengan adanya kreatifitas tersebut seorang fotografer akan mempunyai insting untuk menjadikan produk tersebut menjadi hal yang istimewa dan mempunyai ciri khas ataupun daya jual melalui media visualnya.

Kemampuan seorang fotografer dalam memandang atau melihat potensi suatu benda yang kemudian memberikan persepsi dan menuangkan kreatifitasnya dalam media visual terhadap sebuah produk itulah yang dinamakan *soft skill of photograph*. *Soft skill* ini diperoleh seorang fotografer berdasarkan pengalaman yang dimilikinya untuk kemudian diolah dalam dirinya sendiri yang kemudian dituangkan kedalam media visual, penemuan ini sesuai dengan teori gestalt yang menyatakan kesatuan, keseluruhan, pola, konfigurasi, pengalaman yang dimiliki manusia selalu membentuk kesatuan, yang memiliki pola dan konfigurasi tertentu.

Tidak semua *soft skill of photograph* dimiliki oleh fotografer, peneliti menemukan banyaknya fotografer yang belum memiliki soft skill secara utuh, hal ini dikarenakan naluri atau insting seorang fotografer dan objek yang akan divisualkan tidak menyatu dalam dirinya. Selera juga mempengaruhi proses penyampaian pesan seorang fotografer, karena dengan adanya selera dapat menumbuhkan pemaknaan-pemaknaan tertentu dalam foto. Kurangnya pengalaman fotografer yang menyebabkan *soft skill* ini tidak tumbuh dalam dirinya sehingga tidak akan ada daya seni dalam penyampaian pesan visual. Akan tetapi bagi fotografer yang telah berpengalaman dan profesional tentunya *soft skill* tersebut mengalir dalam diri dan pikiran fotografer. Jika dianalogikan bagaimana fotografer memberikan pandangan pada sebuah produk agar dapat menyampaikan pesannya dan dapat berkomunikasi melalui media visual, tentunya fotografer telah melalui proses sensasi dan persepsi untuk menyampaikan pesan-pesannya melalui ide/ gagasan dan mengorganisasikannya agar semua terlihat secara utuh dan memiliki hubungan sehingga konsumen menjadi mengerti dengan apa yang dikatakan fotografer melalui media komunikasi visualnya, penemuan ini juga sesuai dengan pengertian teori gestalt dimana teori gestalt merupakan sebuah teori yang menjelaskan proses persepsi melalui pengorganisasian komponen-komponen sensasi yang memiliki hubungan, pola, ataupun kemiripan menjadi kesatuan.

Teori gestalt banyak dipakai dalam proses komunikasi visual karena banyak menjelaskan bagaimana persepsi visual seorang fotografer dapat

terbentuk. Sesuai dengan pemikiran seorang fotografer dalam mengkonsep sebuah pesan dalam gambar visual. Selain penemuan *soft skill* yang dimiliki fotografer, peneliti juga menemukan *hard skill of photograph* yang merupakan kemampuan secara teknis yang meliputi teknis fotografi.

Pandangan terhadap foto produk juga memperhatikan beberapa prinsip dalam pembuatan foto produk. Seorang fotografer mempunyai persepsi dalam mengelompokkan sebuah benda untuk divisualkan dalam foto produk karena produk akan diolah untuk dijadikan sesuatu yang unik melalui kedekatan posisi untuk menyampaikan pesan secara utuh. Dalam penelitian ini, peneliti menemukan temuan dari hasil observasi terhadap pandangan fotografer bahwa kedekatan posisi sebuah benda juga mempengaruhi penyampaian pesan, hal ini dapat dibuktikan dengan adanya gaya visual fotografer yang lebih menekankan pada peletakan posisi benda ketika membuat foto produk yang selaras dengan prinsip teori gestalt yaitu benda yang berada berdekatan satu dengan yang lainnya cenderung dikelompokkan sebagai satu kelompok. Sebuah kesatuan atau pengelompokan yang terbentuk karena adanya korelasi antara elemen-elemen yang saling berdekatan.

Ketrampilan mengkomunikasikan dan menyajikan ide dan gagasan adalah usaha seorang fotografer untuk menyatukan perbedaan antara imajinasi yang ada dalam benak fotografer dalam merencanakan, merancang dan untuk menjelaskan gagasan-gagasan rumit dengan cara yang sederhana agar orang lain yang dijadikan sasaran dan tujuan dapat mengerti dan

memahami maksud dari foto produk tersebut, pandangan fotografer tentang foto produk sebagai media komunikasi visual juga memperhatikan kesamaan (warna, bentuk, ukuran) mempengaruhi proses komunikasi untuk penyampaian pesannya, kesamaan atau similarity ini juga ada dalam prinsip gestalt sebagai proses psikis interpersonal fotografer yang menyatakan kesamaan (*Similarity*) benda-benda yang serupa dalam satu karakteristik (warna, bentuk, ukuran) cenderung di persepsikan sebagai satu kelompok yang sama. Objek yang sama akan terlihat secara bersamaan sebagai kelompok, hal ini dapat ditentukan lewat bentuk, warna, arah, ukuran.

Bahasa komunikasi visual mempunyai potensi istimewa dalam menyampaikan pesan karena bahasa visual mampu dikenal pasti dengan lebih cepat dan terus difahami daripada bahasa verbal, tulisan, lisan maupun suara. Bahasa visual lebih berkesan daripada bahasa suara yang bergerak dalam waktu, bahasa visual mempunyai nilai simbolik yang lebih kuat dibanding komunikasi verbal. Dalam menyampaikan pesannya, bahasa dan kebaruan diperlukan dalam media visual, komunikasi juga akan mudah mengingat sebuah benda yang terlihat tidak utuh, karena komunikasi pasti akan berfikir untuk menyempurnakan bentuk-bentuk sebuah benda agar terlihat utuh. Bahasa komunikasi ini merupakan prinsip yang digunakan oleh para fotografer untuk berkomunikasi kepada konsumen agar pesan yang disampaikan seorang fotografer dapat ditangkap orang lain, sehingga foto produk dapat berkomunikasi dan menyampaikan pesannya dengan efektif.

Penemuan tersebut merupakan salah satu prinsip yang digunakan fotografer untuk mempersepsikan produk yang ada dalam prinsip gestalt yakni Penutupan bentuk (*Closure*) Otak cenderung mengisi celah yang ada untuk mempersepsikan bentuk-bentuk yang tidak sempurna atau tidak lengkap. Suatu objek akan dianggap utuh walaupun bentuknya tidak tertutup sepenuhnya.

Ketika manusia membutuhkan komunikasi sederhananya, mereka membangun dengan mengkomunikasikan maksud dan gagasannya dengan kata-kata, tetapi ketika komunikasi itu menjadi sangat kompleks dan menjadi sesuatu yang penting untuk dijelaskan “tanpa kata-kata”, pada akhirnya sebuah gambar yang dimaksudkan sebagai media agar sebuah komunikasi dapat terjadi dengan sesuai rencana. Sebuah produk akan lebih menarik dan efektif ketika produk tersebut berkesinambungan dari sisi desain, warna, juga pesan yang disampaikan, jadi ada keterkaitan antara gambar dengan pesan yang pada akhirnya menuju pada kesamaan persepsi antara fotografer sebagai komunikator dan konsumen sebagai komunikan melalui media visual foto produk. Prinsip kesinambungan ini juga digunakan fotografer juga sesuai dengan prinsip kesinambungan oleh gestalt dimana Kesinambungan pola (*Continuity*), Garis dan pola cenderung di persepsikan sebagai sesuatu yang berkesinambungan dalam waktu ataupun ruang. Objek akan dipersepsikan sebagai suatu kelompok karena adanya kesinambungan pola. Penataan visual yang dapat menggiring gerak mata mengikuti ke sebuah arah tertentu.

Fotografer juga mengutamakan *foreground* yaitu produk itu sendiri, kemudian *background* menjadi pemanis atau latar belakang pendukung dari sebuah produk. Tentunya hal ini sangat sesuai dengan *Figure ground* dalam gestalt yang menyebutkan Sebuah objek bisa dilihat sebagai dua objek dengan permainan *foreground* dan *background*. Masing-masing bisa diidentifikasi sebagai objek tanpa harus membentuknya menjadi solid. Dengan menggunakan prinsip *figure ground* konsumen bisa memastikan bahwa produk adalah gambar (sesuatu yang menonjol ke depan), dan settingnya adalah latar (*ground*), hal ini dimaksudkan agar konsumen tidak mempunyai persepsi yang salah terhadap maksud fotografer dalam foto produk.

Proses komunikasi visual hendaknya dimengerti secara luas, identifikasi teori-teori, prinsip dan teknik-teknik yang membantu dalam pemecahan masalah-masalah visual. Komunikasi, membantu dalam menyusun masalah yang dihadapi dalam hubungan dengan pesan yang dimaksud dengan khalayak sasaran. Semiotika, membantu dalam membentuk dasar struktural dengan mengidentifikasi dan mewujudkan menjadi bentuk atau figur yang dapat dikenali. Persepsi, membantu dalam membentuk dasar struktural dengan mengidentifikasi dan mewujudkan menjadi bentuk atau figur yang dapat dikenali. Prinsip organisasi visual, membantu dalam membangun hubungan antara unsur-unsur visual (titik, garis, bidang, warna, dan sebagainya) dalam proses penciptaan pesan yang diinginkan. Estetika

