

# VISUALISASI DAN REPRESENTASI FOTO PRODUK PAKAIAN ANAK SEBAGAI SARANA PROMOSI (STUDI KASUS: STUDIO DERACATALOGUE)

Vanessa Ayu Putri<sup>1</sup>, Didit Endriawan<sup>2</sup> dan Sigit Kusumanugraha<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>S1 Seni Rupa, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No. 1, Terusan Buahbatu - Bojongsoang, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40257  
vanessaayuputri@student.telkomuniversity.ac.id, didit@telkomuniversity.ac.id,  
sigitkus@telkomuniversity.ac.id

**Abstrak :** Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk menambah wawasan kepada para pembaca mengenai deskripsi dari visualisasi dan representasi pada foto produk pakaian anak di studio Deracatalogue sebagai media promosi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dokumentasi, studi literatur, dan website. Hasil dari data yang telah diperoleh akan diolah dan di analisis sehingga menjadi kesimpulan dan menjadi solusi dari sebuah permasalahan. Hasil dari penelitian tersebut menghasilkan kesimpulan, yaitu: 1) Berdasarkan teori representasi Stuart Hall, perbedaan kualitas visual dan representasi pada foto produk pakaian anak di studio Deracatalogue dipengaruhi oleh beberapa aspek, yaitu objek foto, fotografer (*maker*), kamera atau perangkat fotografi, unsur-unsur desain visual pada foto produk, dan pengamat foto produk (*viewer*), 2) Berdasarkan teori fotografi terdapat tiga teknik fotografi produk yang diterapkan pada foto produk pakaian anak di studio Deracatalogue, yaitu *flat lay photography*, *hero shot*, dan *detailed shot*, 3) Terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas visual dari sebuah foto produk, yaitu unsur-unsur desain visual (garis, bidang, warna, tekstur, pola, gelap terang) dan prinsip-prinsip desain visual (komposisi, keseimbangan, irama, kesatuan, kontras, titik fokus, dan sudut pandang kamera). Dan akhir dari penelitian ini akan memberikan wawasan lebih kepada para pembaca mengenai visualisasi dan representasi dari foto produk pakaian anak di studio Deracatalogue yang digunakan sebagai media promosi.

**Kata Kunci:** Visualisasi, Representasi, Foto Produk

**Abstract :** *The purpose of writing this thesis is to add insight to the readers regarding the description of the visualization and representation of photos of children's clothing products in the Deracatalogue studio as a promotional medium. This study uses qualitative research methods with data collection techniques in the form of observation, interviews, documentation, literature studies, and websites. The results of the data that have been obtained will be processed and analyzed so that they become conclusions and become solutions to a problem. The results of this study resulted in conclusions, namely: 1) Based on Stuart Hall's representation theory, the difference in visual quality and representation of photos of children's clothing products at the Deracatalogue studio is influenced by several aspects, namely the object of the photo, the photographer (maker), camera or*

*photographic equipment, elements of - visual design elements in product photos, and product photo observers (viewer), 2) Based on photography theory, there are three product photography techniques applied to photos of children's clothing products in the Deracatalogue studio, namely flat lay photography, hero shot, and detailed shot, 3 There are two main factors that affect the visual quality of a product photo, namely visual design elements (lines, planes, colors, textures, patterns, light and dark) and visual design principles (composition, balance, rhythm, unity, contrast). , focus point, and camera angle). And the end of this research will provide readers with more insight regarding the visualization and representation of photos of children's clothing products in the Deracatalogue studio which are used as promotional media.*

**Keywords:** *Visualization, Representation, Product Photos*



## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah memberikan dampak yang besar bagi kehidupan masyarakat, terutama pada era modern saat ini. Dengan munculnya perkembangan pada teknologi informasi, yaitu internet dapat memanjakan para penggunanya, salah satunya dengan memberikan kemudahan dalam penyebaran informasi melalui jejaring sosial, seperti Instagram, Facebook, Whatsapp, Twitter dan media sosial lainnya yang disajikan oleh Internet. Jejaring sosial itu sendiri sangat mudah digunakan dan diakses oleh siapa saja dari semua lapisan masyarakat, tanpa memandang usia dan jenis kelamin. Sehingga masyarakat bisa dengan mudah memilih menggunakan cara apa mereka akan berkomunikasi dan membagikan informasi, yang salah satunya adalah dengan melalui sebuah gambar atau foto.

Adanya teknologi fotografi membantu masyarakat dalam berkomunikasi dan berbagi informasi melalui gambar atau foto. Jika dahulu fotografi hanya digunakan untuk mendokumentasikan sebuah momen atau peristiwa kini pemanfaatan teknologi fotografi sudah sangat berkembang dengan pesat, tidak hanya untuk mendokumentasikan sebuah momen atau peristiwa saja tetapi juga digunakan untuk berkarya seni dan dimanfaatkan sebagai sarana atau media komunikasi dan berbagi informasi. Salah satu teknologi fotografi yang sangat populer, yaitu fotografi produk. Fotografi produk ini sangat dicari dan digemari oleh para pengusaha di berbagai bidang salah satunya pengusaha di bidang pakaian anak sebagai sarana komunikasi antara produsen dengan konsumen untuk mempromosikan produk yang mereka jual untuk menunjukkan dan menyebarkan informasi melalui visual dari produk yang mereka jual, sehingga masyarakat atau konsumen bisa dengan mudah mengenali dan memahami produk yang diperjualbelikan oleh suatu perusahaan hanya melalui sebuah gambar atau foto dan tanpa melihat produk tersebut secara langsung.

Sehingga foto produk merupakan hal yang berperan penting dalam bisnis *E-commerce* atau perdagangan online guna menjelaskan bentuk dan kegunaan dari sebuah produk yang di perjualbelikan oleh suatu perusahaan. Xin L et al menyatakan, bahwa foto produk mempengaruhi minat beli konsumen (Xin L, 2014). Hal ini juga didukung oleh penelitian Servanda, yang menunjukkan bahwa foto produk yang ditampilkan oleh penjual berdampak positif terhadap minat beli (Servanda, 2020). Sehingga dapat disimpulkan bahwa visual dari foto produk memiliki pengaruh pada minat beli konsumen. Penggunaan foto produk dengan kualitas visual yang tinggi dan tepat dalam menampilkan produk merupakan aset terbesar dari sebuah toko online untuk meningkatkan conversion rate.

Oleh sebab itu peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana deskripsi mengenai visualisasi dan representasi pada foto produk di studio Deracatalogue sebagai sarana promosi pakaian anak dengan memanfaatkan teknologi fotografi dan jejaring sosial media saat ini. Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode kualitatif untuk memperoleh informasi dan data-data yang dibutuhkan saat penelitian, yaitu melalui sebuah wawancara dengan mewawancarai langsung narasumber dan dengan melakukan observasi pada objek penelitian. Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan lebih kepada peneliti dan masyarakat luas mengenai foto produk sebagai media komunikasi.

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan teori fotografi dan teori representasi Stuart Hall. Menurut Bogdan dan Taylor dalam Moleong, metode kualitatif merupakan mekanisme penelitian yang menciptakan data deskriptif berupa kata-kata atau lisan serta perilaku yang dapat diamati (Moleong, 2001). Metode penelitian kualitatif juga merupakan metode penelitian yang menekankan pada pemahaman masalah secara mendalam dari pada melihat penelitian umum dengan melihat

suatu masalah. Metode penelitian kualitatif ini lebih suka menggunakan teknik analisis yang mendalam (*in-depth analysis*), yaitu mengkaji masalah secara kasus perkasus, karena metode kualitatif menganggap sifat suatu masalah berbeda dengan sifat masalah lainnya.

Dalam penelitian ini, jenis pengumpulan data yang dikumpulkan adalah data primer dan sekunder. Untuk mengumpulkan data – data tersebut penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, yaitu:

#### 1. Studi Literatur

Dengan membaca dan memahami buku-buku, jurnal-jurnal, karya ilmiah, dan penelitian terdahulu mengenai teori dasar fotografi, teori fotografi produk dan teori representasi Stuart Hall yang berhubungan dengan latar belakang masalah dan tujuan penelitian.

#### 2. Wawancara (*Interview*)

Wawancara atau *interview* adalah proses mendapatkan informasi untuk tujuan peneliti melalui sesi tanya jawab, tatap muka antara pewawancara dan yang diwawancarai, terlepas dari apakah mereka menggunakan pedoman wawancara atau tidak. Peneliti melakukan wawancara dengan *owner* dari studio Deracatalogue melalui aplikasi *zoom meeting* untuk mendapatkan informasi mengenai seputar profil perusahaan studio Deracatalogue dan fotografi produk.

#### 3. Observasi

Metode Observasi merupakan salah satu metode pengumpulan data dengan cara mengamati secara langsung pada objek yang di teliti, pada penelitian ini objek yang di teliti, yaitu foto produk pakaian anak karya studio Deracatalogue.

#### 4. Studi Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan metode untuk memperoleh data data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa foto dokumentasi, seperti foto produk dari studio Deracatalogue, foto produk dari beberapa toko online pakaian anak, foto dokumentasi cuplikan video tutorial dari *Channel* Youtube Roxy Display “How

*to use the Ghost Mannequin*, foto dokumentasi wawancara, foto dokumentasi dari website resmi.

## 5. Website Resmi

Dengan mencari data-data dari situs atau blog-blog resmi yang berhubungan dengan latar belakang masalah, rumusan masalah dan tujuan penelitian.

Analisis data kualitatif bersifat induktif. Dengan kata lain ialah analisis yang berdasarkan pada data yang diperoleh. Menurut Miles & Huberman analisis data kualitatif terdiri dari tiga alur kegiatan, yaitu reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan atau verifikasi (Huberman, 1992).

### 1. Reduksi Data

Pada tahap reduksi data penulis memulai mereduksi data, yaitu merangkai, memilih, memilah dan memfokuskan data-data yang sudah diperoleh disesuaikan dengan latar belakang masalah, dan rumusan masalah yang telah di tentukan pada penelitian ini.

### 2. Penyajian Data

Pada tahap penyajian data penulis menyajikan atau mendisplay data-data dan informasi yang diperoleh selama penelitian. Kemudian penulis melakukan penjabaran hasil analisa penulis berdasarkan data-data dan teori informasi yang telah didapatkan.

### 3. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi

Pada tahap penarikan kesimpulan atau verifikasi ini data data dan informasi yang telah di peroleh dan di analisa harus sudah valid dan konsisten dengan kata lain harus di uji kebenarannya, kekokohnya, dan kecocokannya. Sehingga penarikan kesimpulan tersebut bersifat kredibel atau dapat dipercaya ke akuratannya.

## **HASIL DAN DISKUSI**

### **A. Analisis Teknik Foto Produk**

Untuk memberikan penjelasan dan pemahaman yang lebih dalam, peneliti akan membahas secara lebih detail mengenai teknik fotografi yang terdapat pada foto produk pakaian anak di studio Deracatalogue. Berikut penjabaran mengenai analisis teknik foto produk di studio Deracatalogue dengan menggunakan 3 sampel foto produk yang berbeda-beda karya studio Deracatalogue.



## a. Teknik Fotografi Produk yang diterapkan

Tabel 4.1 Teknik Foto Produk yang diterapkan di Studio Deracatalogue

No.	Sample Foto Produk	Teknik Foto Produk	Sudut pengambilan gambar	Pembeda
1		<i>Flat Lay Photography</i>	<i>High angle (bird eye view)</i> , yaitu posisi kamera lebih tinggi dari pada objek, lensa menghadap ke arah bawah 90 derajat, di <i>zoom out</i>	Menampilkan keseluruhan produk tanpa peraga
2		<i>Hero Shot</i>	<i>Normal angle</i> , yaitu posisi kamera sejajar dengan objek, lensa menghadap ke depan 90 derajat	Menampilkan keseluruhan produk dengan bantuan model
3		<i>Detailed Shot</i>	<i>High angle (bird eye view)</i> , yaitu posisi kamera lebih tinggi dari pada objek, lensa menghadap ke arah bawah 90 derajat, di <i>zoom in</i>	Menampilkan detail tekstur dari produk

Sumber: Penulis, 2021

## 1) Flat Lay Photography

*Flat lay photography* adalah teknik foto dalam fotografi produk yang cara pengambilan gambarnya, yaitu dengan cara memotret objek foto dari arah atas ke bawah menggunakan jenis sudut pengambilan kamera *high angle (bird eye view)*, yaitu posisi kamera lebih tinggi dari objek foto. *Flat lay photography* merupakan subgenre dari *still life photography*. Pada dasarnya teknik *flat lay photography* terfokuskan pada citra atau *image* foto yang *simple* dan natural. Teknik ini juga sangat identik dengan unsur komposisi foto, yaitu *Rules of Third* sehingga membuat foto yang dihasilkan nampak seimbang dan hidup.

Teknik foto produk ini banyak di minati oleh para produsen terutama produsen pakaian karena tujuan utama dari teknik ini, yaitu merepresentasikan foto produk yang natural atau citra produk yang natural. Sehingga dalam

pengambilan dan penataletakan produk saat pengambilan foto produk di desain sedemikian rupa sehingga tampak natural dan nyata, jika di terapkan pada kehidupan sehari-hari kurang lebih seperti itulah produk tersebut dilihat. Dengan demikian audiens dapat membayangkan apabila produk tersebut milik mereka maka kurang lebih seperti itulah produk tersebut mereka lihat sehari-harinya.

Berdasarkan Pendekatan Reflektif (*Reflective Approach*) pada teori representasi Stuart Hall, yang mengartikan bahwa bahasa bekerja, seperti cermin dimana makna yang diproduksi oleh manusia melalui sebuah ide, media objek dan pengalaman-pengalaman di masyarakat merefleksikan arti yang sebenarnya atau nyata, ini diterapkan pada teknik foto produk *flat lay photography* dimana audiens yang merangsang melalui indra penglihatan (visual) kemudian muncul sebuah tanggapan atau opini dimana audiens menganggap bahwa apa yang mereka lihat pada foto produk itu sama dengan yang mereka lihat di kehidupannya nyata, artinya foto produk dengan menggunakan teknik *flat lay photography* itu merefleksikan arti yang nyata atau sebenarnya di kehidupan nyata.

Jika di dibandingkan dengan teknik foto produk yang lainnya, teknik ini lebih menyentuh hati audiens karena terkesan lebih natural dan tidak dibuat-buat sehingga lebih mudah diterima oleh audiens atau masyarakat.

Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam pengambilan gambar menggunakan teknik *flat lay photography*, yaitu sebagai berikut:

a) Tema dan Perasaan

Hal pertama yang perlu diperhatikan adalah tema dan perasaan yang ingin digapai, yang nantinya akan mempengaruhi citra dari hasil foto tersebut. Apakah suasana perasaan yang murung dan gelap untuk foto mekanik , atau suasana perasaan yang cerah dan segar untuk foto kue, minuman dan lain sebagainya.

b) Objek Utama yang menjadi Fokus

Perlu diperhatikan mana objek foto yang menjadi objek utama atau bagian terpenting yang akan diambil gambarnya, agar pesan yang ingin disampaikan bisa tersampaikan dengan sebagaimana mestinya dan bisa lebih terfokuskan.

c) Latar Belakang atau Background Foto

Kemudian yang ketiga adalah latar belakang atau *background* foto. Latar belakang foto juga merupakan hal yang penting ketika mengambil gambar, untuk menyampaikan *mood* atau suasana yang ingin disampaikan.

d) Pencahayaan Flat Lay

Pencahayaan yang lembut sangat cocok digunakan pada teknik ini, karena akan menghasilkan citra yang natural dari hasil foto tersebut. Pencahayaan yang lembut bisa diperoleh dari cahaya atau sinar matahari melalui rongga jendela yang masuk ke dalam sebuah ruangan.

e) Keseimbangan

Pada teknik *flat lay photography*, keseimbangan merupakan fokus utama yang akan menentukan hasil dari gambar yang diambil. Keseimbangan bisa diperoleh apabila sudah menerapkan komposisi *Rules of Third* dengan benar dan sesuai.

f) Perangkat Foto atau Kamera

Menggunakan kamera DSLR lebih disarankan dari pada menggunakan ponsel karena menggunakan ponsel akan lebih banyak memberikan hasil yang *noise* dan kurang fokus dibandingkan menggunakan kamera DSLR.

2) Hero Shot

*Hero shot* adalah teknik fotografi produk yang bertujuan untuk menunjukkan bagaimana suatu produk digunakan dalam kehidupan sehari-hari menggunakan bantuan dari model atau peraga foto. Pada teknik ini fokus pada kegunaan atau

fungsi dari sebuah produk, sehingga gambar yang di ambil harus tampak hidup dan nyata atau *real*. Model atau peraga foto yang biasa digunakan dalam teknik *hero shot* ini ada 2, yaitu manusia dan patung atau *mannequin*. Umumnya teknik fotografi produk ini menggunakan sudut pengambilan kamera jenis *normal angle* namun bisa juga menggunakan *high angle (bird eye view)* ataupun *low angle (frog eye view)*.

Produsen pakaian lebih memilih foto produk dengan menggunakan teknik foto *hero shot* dari pada teknik foto produk lainnya dikarenakan teknik ini meningkatkan kesadaran audiensi tentang manfaat produk dan membantu setiap calon pelanggan untuk membayangkan diri mereka mengenakan produk yang di tawarkan pada foto produk tersebut.

Dalam teori representasi menjelaskan bahwa representasi adalah konsep yang memiliki beberapa pengertian. Ia adalah proses sosial dari *representing*. Representasi menunjuk baik pada proses maupun produk dari pemaknaan suatu tanda. Representasi juga bisa berarti proses perubahan konsep-konsep ideologi yang abstrak dalam bentuk yang kongret. Jadi dalam teknik *hero shot* akan dengan mudah terlihat bagaimana cara memberikan visual yang baik dengan teknik ini, sehingga konsumen tertarik pada manfaat produk yang di tawarkan dan konsumen dapat membayangkan ketika mereka mengenakan produk tersebut. Dari pada teknik lainnya teknik *hero shot* memperlihatkan contoh bagaimana jika audiens yang memakai produk tersebut dan mengetahui manfaatnya, dengan teknik selain *hero shot* pesan yang bertujuan untuk produk agar lebih tinggi peminatnya kurang atau bahkan tidak tersampaikan.



Gambar 4.1 Foto Produk dengan Teknik *Hero Shot*  
Sumber : Perusahaan Deracatalogue, 2021

Dapat dilihat pada gambar di atas yang merupakan foto produk dari pakaian anak dimana pada foto tersebut menggunakan teknik *hero shot*. Melalui foto tersebut audiens dapat mengetahui bagaimana produk tersebut dimanfaatkan atau digunakan dalam kehidupan sehari-hari, seperti contoh pada foto di atas, produk pakaian anak perempuan ketika digunakan oleh anak perempuan berusia 2-4 tahun. Sehingga audiens dapat mengetahui detail bentuk, kegunaan dan fungsi produk tersebut hanya melalui sebuah gambar tanpa melihat atau menyentuhnya secara langsung.

Sehingga dapat disimpulkan bahwasannya teknik foto produk *hero shot* merepresentasikan citra foto yang akrab dan dapat dengan mudah di jumpai di kehidupan sehari-hari.

### 3) Detailed Shot

*Detailed shot* adalah teknik fotografi produk yang bertujuan untuk menampilkan detail tekstur, fitur atau bagian tertentu dari sebuah produk. Jenis sudut pengambilan kamera yang digunakan pada teknik ini adalah *high angle*. Foto produk dengan menggunakan teknik *detailed shot* ini sangat membantu para

produsen untuk meyakinkan para konsumen terhadap produk yang dijualnya, serta memberi pemahaman lebih dalam mengenai detail produk sehingga konsumen bisa membayangkan bentuk nyata dari produk tersebut hanya melalui sebuah gambar.



Gambar 4.2 Foto Produk dengan Teknik *Detailed Shot*  
Sumber : Perusahaan Deracatalogue, 2021

Teknik foto produk detailed shot ini merepresentasikan citra atau *image* foto yang mendetail atau terfokus pada satu bagian khusus. Dapat dilihat pada contoh foto produk di atas, melalui proses representasi ini audiens dapat mengamati melalui sebuah foto dengan menggunakan indra penglihatan (visual) yang kemudian di proses menjadi kata-kata atau makna dimana audiens dapat mengetahui maksud dan tujuan dari foto tersebut mengarah pada detail apa, serta audiens juga dapat mengetahui bagaimana detail dari foto tersebut bagaimana teksturnya, fitur yang ingin di tonjolkan melalui rangsangan indra penglihatan (visual) yang kemudian di proses menjadi makna yang dapat dipahami dan dimengerti seolah-olah audiens menyentuh langsung produk tersebut dan merasakannya.

Jika dibandingkan dengan teknik foto produk yang lainnya teknik *detailed shot* ini lebih unggul dan terfokuskan dalam menyampaikan pesan pada detail yang ingin disampaikan atau di tonjolkan pada sebuah foto produk kepada audiens.

### **B. Analisis Kualitas Visual**

Pada tahap analisis kualitas visual ini peneliti akan menguraikan apa saja unsur-unsur yang terdapat pada foto produk pakaian anak karya studio Deracatalogue, yang terdiri dari elemen-elemen desain dan sistem desain visual (Rochmawati, 2018). Melalui tahapan analisis kualitas visual ini nantinya akan diperoleh data berupa unsur-unsur apa saja yang muncul sebagai kualitas visual dan intensitas dalam foto produk pakaian anak karya studio Deracatalogue. Yang kemudian hasil dari analisis visual ini nantinya akan menjadi fondasi untuk melakukan analisis visual dan representasi.

Tabel 4.5 Contoh Analisis Visual Foto Produk Pakaian Anak



Sumber: Penulis, 2021

Gambar 4.10 Rules of Third



Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2021

Tabel 4.6 Unsur-Unsur Desain Visual

No.	Unsur-unsur Desain Visual	
1	Garis	Lurus, Melengkung
2	Bidang	Segi empat
3	Warna	<i>Baby pink</i> , Hitam, Putih, Hijau, Cokelat
4	Tekstur	Tidak beraturan
5	Pola	Beraturan
6	Gelap Terang	Sumber cahaya dari arah atas objek menimbulkan bayangan pada bawah objek

Sumber: Penulis, 2021

Tabel 4.7 Prinsip-Prinsip Desain Visual

No.	Prinsip-prinsip Desain Visual	
1	Komposisi	<i>Rules of Third</i>
2	Keseimbangan	Ada
3	Irama	Ada
4	Kesatuan	Ada
5	Kontras	Tinggi
6	Titik Fokus	Titik fokus tertuju pada pakaian (baju dan celana)
7	Sudut Pandang Kamera	<i>High angle</i>

Sumber: Penulis, 2021

Sehingga melalui proses analisis kualitas visual ini dapat diperoleh aspek-aspek atau faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas visual dari sebuah foto produk, yaitu unsur-unsur desain visual, seperti garis, bidang, warna, tekstur, pola, gelap terang dan prinsip-prinsip desain visual, seperti komposisi, keseimbangan, irama, kesatuan, kontras, titik fokus dan sudut pandang kamera.

### C. Analisis Visual dan Representasi

Pada tahap analisis visual dan representasi ini didasarkan pada hasil pemetaan analisis kualitas visual yang telah dijelaskan sebelumnya. Tahap analisis visual dan representasi ini akan menjabarkan mengenai bagaimana visualisasi dan representasi representasi pada foto produk pakaian anak, yang pada representasinya sendiri menjabarkan mengenai apa saja yang disajikan oleh seorang pelaku seniman atau fotografer (*maker*) foto produk pakaian anak dan penikmat foto (*viewer*) yang menangkap stimulus dari objek foto produk pakaian anak karya studio Deracatalogue tersebut.

Berdasarkan teori representasi Stuart Hall yang telah dipelajari, perbedaan representasi dapat terjadi karena tiap-tiap individu memiliki persepsi yang berbeda-beda terhadap objek yang mereka lihat. Persepsi itu sendiri muncul dari rangsangan yang ditangkap oleh indera penglihatan (visual) yang kemudian

menarik para pecinta foto sehingga menimbulkan interpretasi pada foto produk pakaian anak yang kemudian muncul sebuah tanggapan atau opini publik.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disebutkan aspek-aspek apa saja yang mempengaruhi terjadinya perbedaan pada kualitas visual dan representasi foto produk pakaian anak di studio Deracatalogue, diantaranya:

#### 1) Objek

- Tingkat keterkaitan elemen visual yang memancarkan *image* positif pada foto.
- Tingkat kekreatifan konsep dari foto produk dalam membangun citra produk.

#### 2) Fotografer (*maker*)

- Tingkat penguasaan kamera yang digunakan.
- Tingkat penguasaan visualisasi pada objek foto produk.

#### 3) Kamera atau Perangkat Fotografi

- Tingkat potensi dalam penangkapan objek yang akurat.

#### 4) Visual Foto Produk Pakaian Anak

- Tingkat ketepatan, keseimbangan dan kreativitas konsep dari foto produk yang dihasilkan.

#### 5) Pengamat Foto Produk Pakaian Anak (*viewer*)

- Tingkat kemampuan mengamati visual foto produk pakaian anak.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas visual dan representasi foto makanan dipengaruhi oleh objek visual foto produk pakaian anak, pelaku fotografi (*maker*) dan pengamat foto (*viewer*). Ketiganya saling berkaitan, dan dapat dinilai dari tingkat kemampuan kamera (alat fotografi) dan pelakunya (manusia).

## KESIMPULAN

Berdasarkan pada hasil pembahasan pada penelitian ini, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan teori representasi Stuart Hall, perbedaan kualitas visual dan representasi pada foto produk pakaian anak di studio Deracatalogue dipengaruhi oleh beberapa aspek, yaitu objek foto, fotografer (*maker*), kamera atau perangkat fotografi, unsur-unsur desain visual pada foto produk, dan pengamat foto produk (*viewer*).
2. Berdasarkan teori fotografi terdapat tiga teknik fotografi produk yang diterapkan pada foto produk pakaian anak di studio Deracatalogue, yaitu *flat lay photography*, *hero shot*, dan *detailed shot*.
3. Terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas visual dari sebuah foto produk, yaitu unsur-unsur desain visual (garis, bidang, warna, tekstur, pola, gelap terang) dan prinsip-prinsip desain visual (komposisi, keseimbangan, irama, kesatuan, kontras, titik fokus, dan sudut pandang kamera).

## REFERENSI

### Buku

1. Miles, M.B. dan A.M. Huberman. (1992). *Analisis Data Kualitatif*: Buku Sumber Tentang MetodeMetode Baru. Jakarta: UI Press
2. Moleong, Lexy J. (2001) *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
3. Rochmawati, I. (2018). *Visualisasi dan Representasi Foto Makanan (Food Photography) di Media Sosial Instagram*.

## Jurnal

1. Servanda, I. R. (2020). *Peranan Ulasan Produk dan Foto Produk yang Ditampilkan Penjual Pada Marketplace Shopee Terhadap Minat Beli Pria dan Wanita*. Jurnal Manajemen dan Bisnis, 69-79.
2. Xin L, Mengyue W., Yubo C. (2014). *The Impact of Product Photo on Online Consumer Purchase Intention: an Image-Processing Enabled Empirical Study*. Computer Science.

