

STUDI ANALISIS *PHOTO EFFECT* DAN *STICKER* PADA *FOOD PHOTOGRAPHY*

Muhammad Bayu Pratama¹, Tony Wibowo²

Universitas Internasional Batam¹, Universitas Internasional Batam²

Email: 1331113.muhammad.@uib.edu

Abstract:

The world of photography is not only an art of capturing moment with light, it also can be a tool for promotional purpose. By uploading photos on social media, then go through the editing process makes the photos looks attractive. It aims to gain a viewers attention of the product review that is being promoted. The methode used is questionnaire observation, we as a researcher have collected several data about how other users respons about this phenomenon. The points we got are social media users who like to share references about food. How often the users upload it on social media and how often they have seen about this phenomenon. The food photography which is not only about how to take a pictures, but includes the editing process of tones and stickers. In addition we have listed the correspondents' identities as data that we will include in this study.

Keywords: *Food Photography, Sticker, Effect*

Abstrak:

Pada dunia fotografi tak hanya sebagai seni penangkap momen dengan cahaya tapi juga bisa menjadi media untuk promosi. Dengan mengunggah foto di sosial media, kemudian melalui proses *editing* agar foto tampak lebih baik. Sehingga dapat menarik perhatian para pengguna lain untuk melihat *review* produk yang ditawarkan. Dengan mengumpulkan data melalui observasi kuesioner, kami sebagai penulis mendapatkan beberapa data tentang bagaimana perilaku pengguna lainnya dalam menyikapi fenomena ini. *Point-point* yang kami dapatkan seperti pengguna yang suka membagikan refrensi tentang makanan. Kemudian seberapa sering mengunggahnya disosial media dan seberapa sering melihat fenomena ini. Lalu *food photography* yang tak hanya sekedar mengambil gambar, tetapi mencakup proses *editing tone* dan *sticker*. Selain itu kami juga mendata identitas para koresponden sebagai data yang akan kami cantumkan dalam penelitian ini.

Kata kunci: *Fotografi Makanan, Stiker, Efek*

PENDAHULUAN

Seiring perkembangannya waktu, di Indonesia seperti dunia fotografi cukup terlihat pesatnya kemajuan tersebut. Bisa kita ambil contoh bahwa mulai dijadikannya profesi hingga tuntutan *life style* terkhusus untuk masyarakat *modern*, seperti yang menetap diperkotaan atau juga yang jauh dari wilayah perkotaan. Fotografi adalah suatu proses atau metode untuk menghasilkan gambar atau foto dari suatu obyek dengan merekam pantulan cahaya yang mengenai obyek tersebut

pada media peka cahaya, tanpa cahaya tidak ada foto yang bisa dibuat (Satrio Deva Uji & Soedjono, 2016).

Perkembangan dunia fotografi mengalami perkembangan yang sangat pesat sehingga pemanfaatan fotografi saat ini semakin tak terpisahkan dari dunia komunikasi terutama dalam bidang periklanan ataupun komersial. fotografi komersial,

merupakan bentuk visualisasi kegelisahan dan keinginan untuk menciptakan karya fotografi komersial dalam bentuk fotografi iklan dengan

Volume 1 Nomor 1 Edisi Agustus 2020
media baliho. (Adiguna Putra, 2019)
Dalam fotografi komersial foto harus
menghadirkan sesuatu yang unik
sehingga dapat menarik masyarakat
untuk melihat. Foto komersial harus
menarik, persuasif, dan mampu
mengubah perilaku orang lain. *Food
Photography* biasanya digunakan untuk
advertising (iklan), *packaging*, buku
menu, dan buku masakan.

Berbicara soal *food photography*
hal ini sangat berhubungan dengan
penggiat bisnis dalam bidang kuliner.
Dibutuhkan media untuk
mempromosikan produk mereka ke
publik dengan menggunakan sarana
photography. *Food Photography* adalah
Salah satu cara yang digunakan untuk
promosi pada bisnis kuliner adalah
dengan mengekspose makanan melalui
fotografi. Kemudian tak jarang juga
dibagikan ke jejaring media sosial
sepert contoh *Instagram*.

Setelah beberapa foto sudah
diunggah tak hanya sekedar foto polos,
filter *tone* juga dapat dimanfaatkan
gunanya agar komposisi visual pada
makanan tampak menjadi lebih baik,
setelah itu tujuan lainnya adalah untuk
menjadikan foto produk terlihat
menarik dimata para konsumen. Selain
menggunakan objek foto pihak

photography juga tidak jarang
memberikan stiker untuk memperindah
tampilan dari foto yang dihasilkan.
Stiker merupakan sebuah tambahan
media pada foto produk, gunanya selain
memperindah juga dapat dijadikan
sebagai pencantuman identitas. Agar
para konsumen dapat lebih mengenal
produk yang ditawarkan.

Terkait pada poin ini menjelaskan
behavior mereka yang sangat antusias
dalam bidang makanan. Seperti mencari
sisi estetis makanan itu sendiri
kemudian mengambil gambar. Mungkin
dengan sedikit sentuhan *editing* agar
makanan yang dihasilkan terlihat cukup
menarik. Kemudian bagaimana
penjelasan mereka saat membagikan
dijejaring media sosial atau bertemu
secara langsung. Penilaian dari *taste*
makanan itu sendiri juga salah satu
bagian dari *behavior* para *food
photography*.

Kami tertarik melakukan studi
yang berkaitan dengan hal ini dan untuk
mengetahui “**Studi analisis *photo effect*
dan *sticker* pada *food photography*”.**
Tujuan kami menulis artikel ini untuk
menambah studi yang berhubungan
dengan dunia fotografi.

TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian ini mendapatkan ide dari penulis (Fahresi, 2018) topik ini membahas tentang penggunaan Instagram dalam mempromosikan *café* cinnamon Sultan Alauddin Makassar. Tujuannya adalah untuk memudahkan promosi *café* tersebut secara luas, salah satunya dengan melalui jejaring media sosial seperti instagram. Inovasi ini cukup membantu dalam mempromosikan *café* karena masyarakat kita pada umumnya sudah menggunakan gadget dan memiliki akun sosial media. Pemilik cukup dengan membuat akun khusus untuk *café*, kemudian mengunggah foto beserta *caption* kemudian pencantuman nama akun tersebut. Bisa juga dengan menggunakan fitur *repost* melalui teman yang juga memiliki akun Instagram.

Penelitian ini juga mendapatkan ide dari penulis (Pramadi & Dewi, 2017) topik ini membahas tentang fenomena mengunggah foto makanan di media sosial instagram. Jika sebelumnya kita mengenal budaya seperti “berdo’a dulu sebelum makan” maka pada saat ini kita juga mengenal dengan sebutan “foto makanan sebelum makan” lalu membagikan nya di sosial media seperti instagram. Saat kita

membagikan foto-foto makanan tersebut, secara tidak langsung kita sudah mempromosikan produk ini secara luas. Oleh karena itu penelitian ini sangat berhubungan dengan artikel ilmiah yang kami tulis.

Penelitian ini juga mendapatkan ide dari penulis (Rochmawati, 2018) topik ini membahas tentang kualitas visual dan representasi foto makanan kuliner Bandung di instagram. Tujuan dari penelitian ini untuk mencari tahu tentang kuliner Bandung yang tersebar di Instagram, mungkin untuk sekedar hobi atau bisa juga sebagai ajang promosi.

Penelitian ini juga mendapatkan ide dari penulis (Nisak & Hariyanto, 2017) topik ini membahas tentang *food photography* dan *eating out* di media sosial instagram. Tujuannya adalah untuk menganalisis pengaruh *food photography* pada *eating out* masyarakat Sidoarjo di sosial media instagram. Dari penelitian ini cukup berhubungan dengan artikel ilmiah yang sedang kami tulis, sehingga kami cukup mendapatkan referensi dari tulisan tersebut.

Penelitian ini juga mendapatkan ide dari penulis (Cindi Adelia Putri, 2018) topik ini membahas tentang

Ingredient of rendang dalam penciptaan karya *food photography*. Tujuannya adalah sebagai langkah untuk melestarikan, menjaga, memperkenalkan, dan mempromosikan sebuah objek rempah-rempah yang merupakan bahan dasar dalam masakan Rendang dalam bentuk karya *food photography*.

Penelitian ini juga mendapatkan ide dari penulis (Sutanto et al., 2019) topik ini membahas tentang Perancangan Fotografi Makanan Tradisional Makassar “Sedap Mentong Makanan Makassar”. Tujuannya adalah dengan melalui media pameran foto, anak muda dapat lebih mengenal dan mencintai serta meningkatkan nilai makanan tradisional yang mulai hilang di Makassar.

Penelitian ini juga mendapatkan ide dari penulis (Kesuma et al., 2015) topik ini membahas tentang perancangan buku *food photography* kuliner kabupaten jember. Tujuannya adalah dapat berperan sebagai media promosi kuliner Kabupaten Jember, dan terutama dengan media fotografi itu sendiri akan semakin menarik minat orang untuk mencoba mencicipi dan berwisata kuliner di kabupaten Jember

melalui buku *Food Photography Kuliner* ini.

Penelitian ini juga mendapatkan ide dari penulis (Susanti Amalia, 2014) topik ini membahas tentang aplikasi fotografi makanan pada berbagai panduan wisata kuliner khas kabupaten pemalang. Tujuannya adalah untuk menjembatani informasi yang ditujukan kepada masyarakat khususnya wilayah Pemalang.

METODE

Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif sebagai sarana pendekatan dan pengumpulan data yang diperlukan. Proses yang digunakan berupa observasi melalui sebar kuesioner ke beberapa koresponden yang minimal 30 orang. Penyebaran kuesioner menggunakan akses pada *google form*. Disamping mendapatkan data, tujuan penulis membagikan kuesioner ini untuk mengetahui *behavior* atau perilaku para pengguna Instagram mengenai soal makanan. Kuesioner meliputi beberapa pertanyaan seperti umur, jenis kelamin dan pertanyaan-pertanyaan yang menjurus seputar topik. Berikut beberapa pertanyaan-pertanyaan yang menjurus seputar topik itu sendiri:

1. Seberapa sering melihat foto makanan di Instagram?
2. Seberapa sering mengunggah foto makanan di instagan?
3. Menurut anda mengapa orang senang mengunggah foto makanan di Instagram?
4. Menurut anda foto makanan yang lebih menarik itu foto dengan *effect* atau tidak? Mengapa demikian?
5. Menurut anda foto makanan lebih menarik dengan menggunakan sticker atau tidak? Mengapa demikian?

Setelah mendapatkan data yang dibutuhkan, selanjutnya kami berada ditahap analisis. Analisis data dilakukan dengan bentuk kodifikasi hasil interview untuk mencari keyword yang paling sering muncul sehingga dapat dikuantifikasikan fenomena ini. Kodifikasi adalah sebuah tahap pada dalam menganalisis data, seperti penulis mencantumkan nama pada hasil penelitian.

HASIL

Setelah penulis membagikan kuesioner melalui google form, kami mendapatkan beberapa respon dan data dari para koresponden, sebagai berikut:

Pada bagian respon jenis kelamin para koresponden, penulis

menguraikannya menjadi beberapa kelompok seperti:

1. Laki-laki berjumlah: 10 orang (presentasi persen berupa 28,6%)
2. Perempuan berjumlah: 26 orang (presentasi persen berupa 74,2%)

Pada bagian respon umur para koresponden, penulis menguraikannya menjadi beberapa kelompok seperti:

1. Umur 20 s/d 28: 26 orang (presentasi persen berjumlah 72,3%)
2. Umur 29 s/d 55: 10 orang (presentasi persen berjumlah 27,7%)

Pada bagian pertanyaan seberapa sering anda melihat foto makanan di instagan, penulis menguraikannya menjadi beberapa kelompok seperti:

1. Jarang: 6 orang (presentasi persen berjumlah 16,7%)
2. Sedang: 4 orang (presentasi persen berjumlah 11,2%)
3. Sering: 26 orang (presentasi persen berjumlah 69,7%)

Pada bagian pertanyaan seberapa sering anda mengunggah foto makanan di Instagram, penulis mendapatkan data terbanyak seperti:

1. Jarang: 21 orang
2. Sedang: 2 orang
3. Sering: 3 orang

Pada bagian pertanyaan menurut anda mengapa orang senang mengunggah foto makanan di Instagram. Dari 36 tanggapan, penulis akan mencantumkan jawaban menjadi lebih sederhana agar mudah dimengerti, sehingga akan mengambil jawaban terbanyak dari para koresponden tersebut:

1. Berbagi refrensi: 11 orang
2. Pamer: 7 orang
3. Berbagi resep: 2 orang
4. Hobi: 2 orang

Pada bagian pertanyaan menurut anda foto makanan yang lebih menarik itu foto dengan effect atau tidak? Mengapa demikian. Dari 36 tanggapan, penulis akan mencantumkan jawaban menjadi lebih sederhana agar mudah dimengerti, sehingga akan mengambil jawaban terbanyak dari para koresponden tersebut:

1. Penggunaan efek: 17 orang
2. Tidak menggunakan efek: 16 orang

Pada bagian pertanyaan menurut anda foto makanan lebih menarik dengan menggunakan sticker atau tidak, mengapa demikian. Dari 36 tanggapan, penulis akan mencantumkan jawaban menjadi lebih sederhana agar mudah dimengerti, sehingga akan mengambil

jawaban terbanyak dari para koresponden:

1. Suka menggunakan sticker: 6 orang
2. Tidak suka menggunakan sticker: 30 orang

PEMBAHASAN

Berdasarkan pada penelitian ini yang telah kami tulis, dapat disimpulkan dalam beberapa hal yang diperoleh, seperti koresponden jenis kelamin yang merupakan terbanyak adalah perempuan. Kenapa hasilnya bisa demikian? Karena kami sebagai penulis sudah melakukan penjumlahan data seperti pengelompokan identitas dan jenis-jenis respon lalu dianalisis pada terbanyak, sedang dan tersedikit. Kemudian pada umur mayoritasnya berkisar 20 s/d 28 tahun.

Untuk pertanyaan yang menjurus pada topik seperti:

1. Seberapa sering melihat foto makanan di Instagram sebanyak 26 orang dan kategori Sering masuk dalam kategori terbanyak.
2. Seberapa sering anda mengunggah foto makanan di Instagram sebanyak 21 orang dan kategori Jarang masuk dalam kategori terbanyak.

3. Menurut anda mengapa orang senang mengunggah foto makanan di Instagram sebanyak 11 orang dan respon terbanyaknya adalah Berbagi Refrensi. Terkait untuk hal ini mengapa hasilnya demikian adalah karena banyaknya pengguna Instagram yang gemar berbagi informasi ke pengguna lainnya, terutama dalam hal makanan atau *food photography*.

4. Menurut anda foto makanan yang lebih menarik itu foto dengan effect atau tidak? Mengapa demikian? Sebanyak 17 orang dan respon terbanyaknya adalah menggunakan efek. Perlu kita ketahui ternyata penggunaan *effect* pada makanan sangat mempengaruhi visual pada makanan itu sendiri, kemudian dengan sentuhan tersebut dapat membantu memperindah tampilan warna, sehingga makanan tampak lebih menarik.

5. Pertanyaan menurut anda foto makanan lebih menarik dengan menggunakan *sticker* atau tidak? Mengapa demikian? Sebanyak 30 orang dan respon terbanyak adalah tidak menggunakan *sticker*. Alasannya cukup sederhana dikarenakan tidak ingin mengganggu tampilan pada makanan, para koresponden lebih menyukai tanpa obyek tambahan, jadi

point of view pada foto hanya terfokus pada makanan saja.

KESIMPULAN

Pada tulisan ini bisa disimpulkan bahwa fotografi tak hanya sekedar untuk mengabadikan suatu momen, bisa juga menjadi media untuk ranah promosi suatu produk atau tempat usaha perorangan dalam bidang kuliner. Tentu dengan media pendukung lainnya, seperti sosial media Instagram. Seperti mengunggah foto yang berisi konten makanan dan akhirnya tersebar dalam skala masif. Tak lupa dengan beberapa sentuhan *editing* pada foto tersebut guna memperindah tampilan makanan yang diunggah.

Disamping itu dengan mendata identitas para koresponden, kami juga mendapati beberapa kebiasaan pengguna Instagram seperti ada yang gemar dan tidak gemar mengunggah foto makanan. Walaupun bukan dalam bentuk ranah promosi, tetapi hanya sekedar untuk berbagi informasi bahwa pengguna tersebut memiliki resep yang mungkin belum banyak diketahui pada kalangan umum. Dengan menggunakan metode kualitatif, kami sebagai penulis melakukan proses observasi sebar kuesioner guna untuk mendapatkan data

Volume 1 Nomor 1 Edisi Agustus 2020 yang dibutuhkan sebagai bahan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Adiguna Putra, J. (2019). *Media Promosi Visual Fotografi STPMD “APMD” Dalam Fotografi Komersial*. 1–22.

Cindi Adelia Putri, E. (2018). Ingredients of Rendang Dalam Penciptaan Karya Food Photography. *Jurnal*, 1, 46–51.

Fahresi, M. (2018). Penggunaan Instagram Dalam Mempromosikan Cafe Cinnamon Sultanaluddin Makassar. *Jurnal*, 1, 1–100.

Kesuma, N. R., Negara, I. N. S., & Aryanto, H. (2015). Perancangan Buku Food Photography Kuliner Kabupaten Jember. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(6).

Nisak, K., & Hariyanto, D. (2017). Food Photography dan Eating Out di Media Sosial Instagram. *KANAL: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 31.

Pramadi, Y., & Dewi, R. (2017). *Fenomena Mengunggah Foto Makanan Di Media Sosial Instagram (Studi Fenomenologi mengenai Fenomena Mengunggah Foto Makanan pada Akun Instagram @sigerfoodies Lampung)*. September 2019, 1–13.

Rochmawati, I. (2018). Kualitas Visual Dan Representasi Foto Makanan

Kuliner Bandung Di Instagram. *ARTic*, 1, 1–12.

Satrio Deva Uji, P., & Soedjono, S. (2016). *Kreasi Estetis Huruf Melalui Fotografi*. 1(1), 31–41.

Susanti Amalia, R. (2014). Aplikasi Fotografi Makanan Pada Berbagai Panduan Wisata Kuliner Khas Kabupaten Pematang. *Jurnal*, 3(1), 45–53.

Sutanto, J. A., Banindro, B. S., & Yulianto, Y. H. (2019). *Perancangan Fotografi Makanan Tradisional Makassar “Sedap Mentong Makanang Makassar.”* 1–9.