

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Fotografi

Fotografi menurut asal katanya berasal dari bahasa Yunani, yaitu *Photos* yang berarti cahaya dan *Graphos* yang berarti melukis, artinya fotografi adalah kegiatan “melukis dengan cahaya”. Secara umum, dikenal sebagai metode untuk menghasilkan gambar dari suatu objek dengan cara merekam pantulan cahaya dari objek tersebut menggunakan medium yang peka terhadap cahaya. ¹(Nardi, 1989: 8-11)

Fotografi lebih dari sekedar sebuah saran ide komunikasi faktual. Fotografi adalah sebuah seni kreatif. Fotografi sebagai media berekspresi dan komunikasi yang kuat, menawarkan berbagai persepsi, interpretasi dan eksekusi yang tak terbatas. (Ansel Adams, 1976) ²

Fotografi adalah sebuah seni observasi. Ini tentang menemukan suatu hal yang menyenangkan di tempat biasa. (Elliot Erwitt, 1968) ³

Fotografi adalah media komunikasi dan alat dialog, fotografi juga dapat dilihat secara fungsi, fotografi berfungsi secara dokumentatif, informatif, dan bagian dari seni (*art*). (Yudhi Soerjoatmodjo, 2011) ⁴

Fotografi menampilkan realitas apa yang terdapat dalam sebuah foto melainkan bagaimana sebuah foto berperan dalam realitas. Foto menjadi bagian dari realitas yang dikenal dan dihayati oleh kita, karena realitas memang tampil kepada manusia sebagai representasi. (Seno Gumira Ajidarma, 2003) ⁵

Dalam dunia fotografi banyak dikenal jenis-jenis fotografi yang dapat dijadikan spesialisasi. Masing-masing jenis fotografi memiliki teknik dan *skill* yang berbeda. Tidak ada aturan baku jenis fotografi yang harus dipilih, itu tergantung pada masing-masing individu itu sendiri. Jenis-jenis fotografi hanya sebagai pengelompokan secara garis besar, yang membantu mempermudah kita dalam

¹ Nardi, Leo, *Penunjang Pengetahuan Fotografi, Fotina Fotografika, Bandung*, 1989.

² Ansel Adam, 1902-1984, *the camera, the print*

³ <http://www.elliott Erwitt.com/lang/en/index.html> diakses 18/12/2015

⁴ <https://ruimages.wordpress.com/2011/02/25/yudhi-soerjoatmojo/> diakses 18/12/2015

⁵ Fotografi Antara Dua Subyek : Perbincangan Tentang Ada, Galangpress, group, 2003

memahami sebuah karya fotografi, dan bukan sebagai penggolongan yang paten untuk menghasilkan karya foto.

2.2 *Still Life Photography*

Kata *still* yang berarti diam atau pada tempatnya, sedangkan *life* berarti hidup, *Still life photography* dapat diartikan sebagai memotret benda mati agar tampak lebih hidup dan berbicara. Fotografi *still life* bukan hanya memindahkan objek ke dalam sebuah gambar, tetapi lebih dapat mengandung arti dengan pencapaian hasil foto yang lebih artistik dan bermakna.

Fotografi *Still life* tanpa disadari sering lihat dalam kehidupan sehari-hari. Foto *still life* banyak ditemui di majalah, koran, kalender, brosur maupun billboard yang ada di pinggir-pinggir jalan. *Still life photography* pada umumnya menampilkan makanan, minuman ataupun benda mati lainnya yang dikomposisikan sedemikian rupa sehingga tampak menarik dipandang mata. Fotografi *Still life* identik dengan dunia komersial dan *advertising*.⁶

Fotografi *still life* dibuat sesuai selera, konsep dan emosi fotografer yang membuat fotografi *still life* tersebut. Seorang fotografer dapat mengekspresikan diri ke dalam fotonya dengan memasukan beberapa unsur pada pemotretannya. Ada 3 unsur yang membuat fotografi *still life* menjadi lebih "hidup" yaitu: pencahayaan, komposisi dan properti. Properti berkaitan dengan benda-benda yang ditambahkan untuk menimbulkan kesan yang ingin ditampilkan dalam gambar yang akan dibuat. Misalnya, bunga akan menambah kesan feminin dan lembut pada gambar, sementara batu bertekstur akan mengesankan sisi maskulin.

Ketiga unsur tersebut, dapat memberikan konten (isi), karena 3 unsur ini akan saling mendukung untuk menghidupkan sebuah foto *still life*. Pada umumnya, seorang fotografer akan mempertimbangkan apakah gambar tersebut mempunyai komposisi yang enak dilihat serta pencahayaan yang bagus. Properti yang digunakan bertujuan menghidupkan point-of-interests. Ketiga unsur tersebut tidak dapat dipisahkan dalam foto *still life*.

⁶ (<http://fotografi-digital.blogspot.com/2011/04/still-life-photography.html>)

2.3 Sejarah *Food Photography*

Pada abad ke 16-17 di Eropa, lukisan dengan thema subjek makanan mulai berkembang. Banyak kalangan atas Eropa membayar pelukis untuk membuat lukisan *still life* dengan tema makanan untuk menggambarkan “kemakmuran”. Di antara lukisan-lukisan yang terkenal adalah karya Michelangelo Merisi de Caravaggio dan Johannes Ver Meer.

Di abad ke 20, *food photography* menjadi bagian tidak terpisahkan dari industri makanan yang dalam skala besar mempengaruhi tumbuhnya gaya hidup modern, bagaimana kita menyantap makanan baik dalam rumah tangga maupun di tempat kerja, mall, dll. Sejarah seperti berulang dalam bentuk yang lain. *Food photography* seperti lukisan *still life* makanan pada abad 16 mempunyai peran yang sama, yaitu sebagai simbol “kemakmuran” namun bedanya di jaman modern saat ini, *food photography* menjadi sangat *persuasive*, sehingga dalam *food photography* selalu menyajikan 4 elemen, yaitu: “Menggoda, Lezat, Sehat dan Bersih”.⁷

2.4 Pengertian *Food Photography*

Food Photography adalah genre fotografi *still life* yang digunakan untuk menciptakan foto makanan menjadi lebih menggoda. Dalam industri kuliner, seperti produsen makanan, rumah produksi, periklanan, hotel, kafe, dan lainnya, fotografi makanan mutlak dibutuhkan. Karena itu pelaku *food photography* semakin dicari. Baik *food photographer*, *chef* sebagai pembuat makanan, maupun *food stylist* yang menata makanan saat difoto. *Food Photography* adalah Salah satu cara yang digunakan untuk promosi pada bisnis kuliner adalah dengan mengekspose makanan melalui fotografi. Disinilah peran fotografer sangat dibutuhkan. Tugas dari fotografer makanan adalah mengambil gambar dari menu makanan semenarik mungkin untuk membuat penikmat kuliner semakin terpicat.

⁷ (<http://ameamh.blogspot.com/2012/01/still-life-photography.html>, 5 januari 2012)

Seorang fotografer makanan harus mampu menonjolkan sisi nikmat atau eksotisnya makanan melalui jepretan. Sedikit berbeda dengan seni fotografi lainnya, karena tentu saja mengambil gambar makanan berbeda dengan mengambil foto pada objek yang lain. Setiap menu makanan memiliki tingkat kesulitan yang berbeda.

2.5 Definisi *Photobook*

Photobook adalah sebuah buku yang berisi rangkaian foto-foto yang saling berkaitan satu sama lain. *Photobook* merupakan sebuah buku yang berisi rangkaian foto-foto yang saling berkaitan satu sama lain. Kaitan antara foto-foto tersebut bisa mempunyai satu atau beberapa tema. Tema-tema yang biasa dipakai untuk membuat sebuah *photobook* bermacam-macam seperti tema *Wedding*, *Wisuda*, *Baby Born*, *Birthday*, *Pre-Wedding*, Iklan komersial bahkan acara kematian seseorang pun bisa dijadikan sebuah *photobook*. Sejarah *photobook* diawali dengan ditemukannya proses pencetakan fotografi konvensional bernama Cyanotype dan Calotype. Pada 1843-1853, *Photographs of British Algae: Cyanotype Impressions* karya Anna Atkins dapat dikatakan sebagai *photobook* pertama.⁸

2.6 *Photobook* Sebagai Media Promosi

Media Promosi adalah sarana yang digunakan untuk mengkomunikasikan suatu produk/ jasa/ *image*/perusahaan ataupun yang lain untuk dapat lebih dikenal masyarakat lebih luas. Dimana dengan promosi ini diharapkan seseorang bisa mengetahui, mengakui, memiliki, dan mengikatkan diri pada suatu barang/ jasa/ produk/ *image*/ perusahaan yang menjadi sasarannya. Salah satu bagian penting dari promosi adalah menentukan media promosi yang paling tepat. Misalnya Surat Kabar, Televisi, Radio, Majalah (*photobook*), dan lain-lain.⁹Tentunya media-media promosi tersebut mempunyai kekurangan serta kelebihan. Berikut beberapa media promosi beserta kekurangan dan kelebihannya :

⁸ <http://www.rudihartoyo.com/apa-itu-photobook/> diakses pada tanggal 28 Agustus 2014

⁹ <http://reyypare.blogspot.co.id/2010/11/media-promosi.html> diakses pada tanggal Senin, 08 November 2010

Media	Kekuatan	Kelemahan
Surat Kabar	Fleksibilitas, ketetapan waktu, coverage bisa local dan nasional, penerimaan luas, dapat dipercaya, Iklan dapat ditempatkan di lokasi yang potensial, Waktu pemaparannya cukup baru, Pembaca melakukan control terhadap paparan, Dapat menggunakan kupon	Umur informasi relative pendek, kualitas cetakan dan gambar jelek, audience terbatas yang meneruskan informasi, Kemampuan menarik perhatian rendah, Pembaca yang terpapar terseleksi
Televisi	Kombinasi visual, audio dan gerak, perhatian audience tinggi, jangkauan luas, prestisius, prestisnya tinggi, Biaya rendah per tiap orang yang terpapar, Mencapai perhatian yang tinggi, Mencapai citra yang positif	Biaya tinggi, segmentasi kompleks, pemaparan cepat, kurang dapat menyeleksi audience, frekuensi pemasangan harus sering dan berulang, Biaya absolute tinggi, Biaya produksi tinggi
Radio	Banyak pendengar, seleksi demografis dan geografis, dipercaya dan biaya relative murah, frekuensi paparan tinggi, fleksibel, Biaya produksi rendah	Hanya audio, perhatian audience rendah dibandingkan dengan TV, pemaparan cepat, mudah lupa
Majalah, Magazine, Photobook dll	Seleksi segmen lebih akurat, dipercaya, kualitas gambar dan cetakan baik, informasi berumur panjang, penerusan	Audience harus membeli dengan harga tinggi dibandingkan dengan surat kabar, tenggang pemuatan yang lama, tidak ada

	informasi cukup baik, Isi dan informasi tinggi	jaminan mendapat posisi pemuatan yang baik, hanya visual, Fleksibilitas terbatas
Handphone	Peer to Peer, Personal segmented, Targeted, Akurat, Two way communication, Interaktif, Pengukurannya mudah, Visual Dinamis, Biaya produksi rendah, Iklan bisa disimpan dan tidak mudah hilang, Bisa diakses kapan dan dimana saja, Biaya murah	Ada keterbatasan infrastruktur data, jenis handphone berbeda-beda, Masih dalam proses edukasi pasar, Tidak bisa terlalu banyak tulisan
Outdoor	Fleksibel, mudah diubah, murah, relative eksklusif, pengulangan pemaparan tinggi	Seleksi audience rendah, kreativitas rendah, tergantung regulasi daerah
Brosur/Folder	Informasi yang diberikan spesifik, langsung ditujukan pada personal, biaya murah, Daya rangsang bisa kuat dan bisa rendah tergantung atas daya tarik visual yang ditampilkan	Cenderung diabaikan jika isinya tidak menarik atau tidak berhubungan dengan kebutuhan, Ruang pesan ditentukan/dibatasi oleh kemampuan biaya
Banner, Poster	Daya jangkau dan raihan cukup besar, biaya produksi murah	Daya rangsang rendah, informasi yang ditampilkan terbatas, Biaya pajak dan perizinan tinggi, Keamanan kurang terjamin, Jika posisinya tidak strategis, segmentasi yang dituju tidak tercapai.

Billboard, Neonbox	Daya jangkau dan raihan cukup besar, daya rangsang cukup tinggi	Biaya produksi, perawatan, perizinan, dan pajak tinggi. Informasi yang ditampilkan terbatas, Jika posisinya tidak strategis atau tidak tepat, segmentasi yang dituju tidak tercapai.
--------------------	---	--

2.1 Tabel Kekurangan dan Kelebihannya Media Promosi

2.7 Street Food Culinary Kota Bandung

Berdasarkan website <http://www.disparbud.jabarprov.go.id/> bahwa potensi kuliner Jawa Barat khususnya Kota Bandung menyebutkan beberapa kuliner jajanan Kota Bandung, diantaranya:

1. Acar Atah
2. Acar Bonteng
3. Acar Lauk
4. Ali Agrem
5. Angeun Bayem
6. Angeun Emes
7. Angeun Haseum
8. Angeun Iwung
9. Angeun Kacang Beureum
10. Angeun Kari
11. Angeun Katuk
12. Angeun Lodeh
13. Angeun Lompong
14. Angeun Nangka
15. Angeun Oyong
16. Angeun Pahinum
17. Angeun Tahu

18. Angleng
19. Apem
20. Ase Cabe
21. Awug
22. Bajigur
23. Bakakak Hayam
24. Bakasem Buah
25. Bakasem Kadongdong
26. Bakasem Salak
27. Balendran
28. Bangket
29. Bandrek
30. Bandros
31. Beuleum Jagong
32. Beuleum Lauk
33. Beuleum Peuteuy
34. Beuleum Siki Jambu Mede
36. Bihun Goreng
37. Bubur Beas
38. Bubur Beureum
39. Bubur Bodas
40. Bubur Kacang Hejo
41. Bubur Lemu
42. Bubuy Boled
43. Bubuy Boled
44. Bubuy Peuteuy
45. Bubuy Sampeu
46. Bubuy Siki Nangka
47. Bugis
48. Burayot
49. Buras Uras

50. Borondong
51. Carancam
52. Cara Bodas
53. Cendol
54. Cimplung
55. Cobek Belut
56. Cobek Genjer
57. Cobek Jantung Cau
58. Cobek Oncom
59. Colenak
60. Comro
61. Cuhcur
62. Dage Cangkring
63. Dage Empoy/ Kadedemes
64. Dage Kalapa
65. Dage Tahu
66. Dage Wijen
67. Dodol Ketan
68. Dodol Peuyeum
69. Dodol Sirsak
70. Epres
71. Ganyol
72. Geblog
73. Gegeplak
74. Gegetuk
75. Gemblong
76. Gerejeg
77. Gule
78. Gurandil
79. Goreng Asin
80. Jalabria

81. Jawadah Pasar
82. Kacang Tanah Rebus
83. Kalua Jeruk
84. Gedang
85. Kalua Kalapa
86. Kalua Suuk
87. Katimus
88. Karedok
89. Kasreng
90. Kecap
91. Keremes
93. Kicimpring
94. Kiripik Cau
95. Kiripik Kentang
96. Kiripik Sampeu
97. Kiripik Taleus
98. Kulub Buncis
99. Kulub Boled
100. Kulub Daun Gedang
101. Kulub Gadung
102. Kulub Ganyol
103. Kulub Gondolo
104. Kulub Hui Amis
105. Kulub Hui Jahe (Talas)
106. Kulub Hui Kemayung
107. Kulub Hui Kutil
108. Kulub Hui Riung Indung
109. Kulub Jaat
110. Kulub Jengkol
111. Kulub Kacang Panjang
112. Kulub Kacang Bulu

113. Kulub Kadadangel
114. Kulub Kangkung
115. Kulub Paria
116. Kulub Peuteuy
117. Kulub Sagu
118. Kulub Sampeu
119. Kulub Siki Nangka
120. Kulub Suuk
121. Kulub Sukun
122. Kulub Taleus
123. Kulub Waluh Siem
124. Kupat
125. Kolontong
126. Koya
127. Leupeut
128. Lotek
129. Lontong
130. Manisan Balingbing
131. Manisan Cengkalenng
132. Manisan Cereme
133. Manisan Cereme
134. Moho
135. Nagasari
136. Opak Ketan
137. Opak Sampeu
138. Opor Ayam
139. Oncom
140. Ongol-ongol
141. Pais Hayam
142. Pais Jeroan
143. Pais Koci

144. Pais Lauk
145. Pais Oncom
146. Pais Suung
147. Pais Tahu
148. Pencok Hiris
149. Pencok Kacang Panjang
150. Perkedel Jagong
151. Peuyeum Ketan
152. Peuyeum Dodol
153. Peuyeum Gaplek
154. Peuyeum Sampeu
155. Pindang Endog
156. Pindang Lauk
157. Pisang goreng
158. Puncak Manik
159. Putu
160. Ranginang
161. Ranggesing
162. Reuceuh Bonteng
163. Rujak Bebek (Tumbuk)
164. Rujak Cuka
165. Rujak Kanistren
166. Rurujakan
167. Sambel Muncang
168. Sambel Oncom
169. Sambel Suuk
170. Sambel Terasi
171. Sangu (biasa)
172. Sangu Akeul
173. Sangu Goreng
174. Sangu Karih

175. Sangu Ketan
176. Sangu Koneng
177. Sangu Liwet
178. Sangu Tim
179. Sangu Tumpeng
180. Sangu Tutug
181. Sangu Wuduk
182. Sangray Roay
183. Saroja
184. Sasagon
185. Sate
186. Sele Cau
187. Sele Kesemek
189. Semprong
190. Sambel Goang
191. Sambel Jahe
192. Semur Jengkol
193. Seupan Cau
194. Seupan Daun Kacang
195. Seupan Daun Kacang Panjang
196. Seupan Daun Mamangkokan
197. Seupan Daun Sampeu
198. Seupan Engkol
199. Seupan Hui Manis
200. Seupan Taleus
201. Simping
202. Soto Bandung
203. Surabi
204. Tahu
205. Tangtang Angin
206. Tengteng

207. Tumis Buncis
208. Tumis Kangkung
209. Tumis Picung
210. Tumis Waluh
211. Toge
212. Ulen
213. Ulukutek Leunca
214. Urab Jagong
215. Urab Sampeu
216. Urab Sayuran
217. Uras
218. Wajit Ketan

2.8 Referensi Karya

Referensi karya orang lain sebelum membuat karya sendiri memang sangat dibutuhkan. Karena referensi tersebut berguna untuk gambaran sebelum memotret. Berikut beberapa referensi fotografi dan photobook dari beberapa fotografer food photography untuk memvisualkan penelitian yang sudah dilakukan.



Gambar 2.1 Karya Toni Wahid



Gambar 2.2 Karya Agus Hanjoyo



Gambar 2.3 Karya Matt Armendariz



Gambar 2.4 Karya Matt Armendariz



Gambar 2.5 Karya Matt Armendariz



Gambar 2.6 Karya Mittongtare Studio



Gambar 2.7 Karya Mittongtare Studio



Gambar 2.8 Karya Mittongtare Studio



Gambar 2.9 Karya Mittongtare Studio



Gambar 2.10 *Food Photography* (Pinterest)



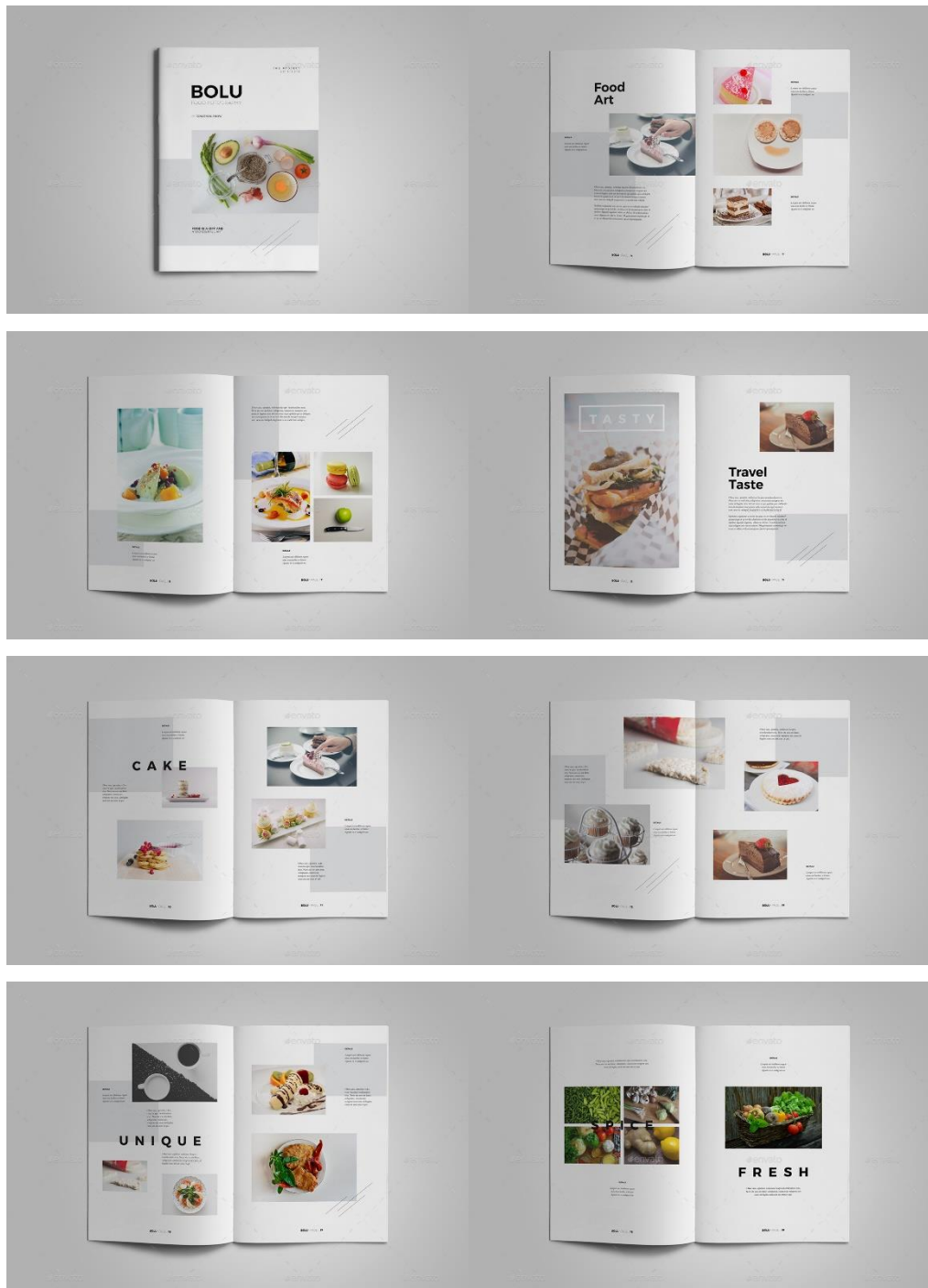
Gambar 2.11 *Photobook* (sumber google)



Gambar 2.12 *Photobook* (sumber google)



Gambar 2.13 Photobook (Pinterest)



Gambar 2.14 Photobook (Pinterest)