

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Bermain

Istilah bermain berasal dari kata dasar “main” yang mendapat imbuhan “ber-an”. Dalam kamus besar bahasa Indonesia, main adalah berbuat sesuatu yang menyenangkan hati dengan menggunakan alat atau tidak. Menurut Mayke S. Tedjasaputra (2001) yang penting dan perlu ada didalam kegiatan bermain adalah rasa senang yang ditandai oleh tertawa (Tedjasaputra, 2001).¹

Menurut Diana Mutiah (2010) bermain adalah kegiatan yang sangat penting bagi perkembangan dan pertumbuhan anak. Bermain harus dilakukan atas inisiatif anak dan atas kepuasan anak itu sendiri. Bermain harus dilakukan dengan rasa senang, sehingga semua kegiatan bermain yang menyenangkan akan menghasilkan proses belajar pada anak (Mutiah, 2010).²

Menurut Soetjiningsih (1998) bermain adalah unsur yang penting untuk perkembangna anak baik fisik, emosi, mental, intelektual, kreativitas, dan sosial. Anak usia sekolah adalah usia berkelompok atau sering disebut sebagai usia penyesuaian diri (Soetjiningsih, 1998)³

Bermain mempunyai manfaat yang besar bagi perkembangan, anak banyak memperoleh pengalaman baru dan bermain, didalam bermain dapat menambah

¹ Tedjasaputra. Mayke S, 2001. *Bermain, Mainan, dan Permainan*. Jakarta, PT. Grasindo.

² Mutiah. Diana, 2010. *Psikologi Bermain Anak Usia Dini*, Jakarta, Kencana.

³ Soetjiningsih. (1988). *Tumbuh Kembang Anak*. Jakarta, EGC.

tentang logika matematika anak dan dapat mengembangkan imajinasi yang ada pada diri anak. Menurut Martuti (2008)⁴, mengemukakan manfaat bermain adalah:

- a. Meningkatkan pengetahuan akan konsep-konsep warna, bentuk, arah dan lebih mudah diperoleh melalui kegiatan bermain.
- b. Mengaktifkan semua panca indera pada anak.
- c. Meningkatkan kognitif anak.
- d. Memenuhi keinginan pada anak.
- e. Memberikan motivasi dan perancangan anak bereksplorasi (menjelajah) dan bereksperimen (mengadakan percobaan).
- f. Memberikan kesempatan pada anak untuk memecahkan masalah.
- g. Memberikan kegembiraan dan kesetiaan pada anak.

Dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa bermain dapat meningkatkan keterampilan pengetahuan serta mengaktifkan panca indera untuk meningkatkan kemandirian dalam keingintahuan anak dan memberikan motivasi untuk bereksplorasi dalam meningkatkan imajinasi pada anak.

2.2 Oro Wood All

Oro Wood All diambil dari sebuah kata dalam bahasa sunda yaitu “orowodol” yang berarti berantakan. Pengucapannya yang dirasa unik untuk menjadi salah satu alasan digunakannya sebagai nama brand. Dibalik itu *Oro Wood All* mengandung pemaknaan yang lebih baik. *Oro Wood All* merupakan

⁴ Martuti. 2009. *Mengelola Paud dengan aneka Permainan Meraih Kecerdasan Majemuk*, Yogyakarta, Kreasi Wacana.

percampuran dari bahasa Spanyol dan bahasa Inggris. *Oro* diambil dari bahasa Spanyol yang berarti “emas”, *Wood all* diambil dari bahasa Inggris yang berarti “semua kayu”. Menurut Idham Mahardika selaku pemilik dari brand *Oro Wood All* ingin mengartikan *Oro Wood All* sebagai *brand* yang berharga, yang produknya terbuat dari kayu, salah satu apresiasi pemilik *brand* kepada material kayu sebagai salah satu material yang di sukai. Kayu di artikan sebagai sebuah emas.

Oro Wood All berdiri pada 1 oktober 2015 dengan ide untuk mengkomersilkan beberapa karya dari pemilik *brand* (Idham) yang terbuat dari kayu, agar karya tersebut dapat dinikmati oleh orang banyak. Dalam hal ini *Oro Wood All* memproduksi mainan anak. Menurut Idham (*Owner*) membuat mainan anak-anak adalah suatu hal yang menyenangkan, apalagi setelah itu anak-anak senang ketika memainkannya. Selain itu mainan yang diproduksi oleh *Orowoodall* memberikan hal positif dan edukatif bagi perkembangan anak. Dan bahan-bahan yang digunakan adalah bahan yang ramah dan aman bagi anak, seperti penggunaan kayu yang ujungnya membulat (tumpul) tidak menyiku agar pada saat digunakan tidak berbahaya, penggunaan cat juga menggunakan cat yang berbasis air (*water based*) dan berlabel ECHA (*Eruropean Chemical Agency*) dan EPA (*Enviromental Protection Agency*).

Sesuai dengan visi dan misi dari *Orowoodall* yaitu :

- Visi
 - Menjadi brand produk no. 1.

- Misi
 - Meningkatkan kualitas produk dengan baik.
 - Menciptakan lebih banyak lagi produk guna pakai.
 - Memperluas jaringan pemasaran produk.
 - Mempertahankan eksistensi brand
 - Membina SDM agar menciptakan produk dengan baik.

2.3 Promosi

Menurut Charles promosi merupakan komunikasi dari para pemasar yang meniformasikan, membujuk, dan mengingatkan para calon pembeli mengenai sebuah produk dalam rangka memperngaruhi pendapat mereka atau memperoleh suatu respon (dalam Tusakdiyah, 2015)⁵

Menurut Simamora (2001)⁶, mendefinisikan promosi adalah kegiatan memberi innfo produk, membujuk konsumen untuk membeli serta untuk meningkatkan konsumen agar tidak melupakan produk. Bagi konsumen, promosi adalah komunikasi antara produsen dan konsumen.

⁵ Tusakdiyah. 2015. "*Tinjauan Terhadap Strategi Promosi Penjualan Sepeda Motor pada PT. Astra International Tbk-Honda Plaju Palembang*" skripsi, Politeknik Negeri Sriwijaya, Rabu 7 November jam 19.00 WIB

⁶ Simamora. Bilson. 2001. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profabel*, Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama.

2.3.1 Tujuan Promosi

Saladin (2012)⁷ menjelaskan bahwa kegiatan promosi memiliki tujuan, yaitu:

1. Tingkat kesadaran

Dengan menampilkan manfaat produk, perusahaan berusaha untuk menyadarkan konsumen atau kebutuhan yang harus dipenuhi.

2. Tertarik

Dengan menampilkan spesifikasi produk dan citra perusahaan, perusahaan berusaha untuk membuat konsumen tertarik terhadap produk yang perusahaan tawarkan.

3. Ingin

Dengan menampilkan keunggulan produk dibanding pesaing, perusahaan berusaha untuk menimbulkan keinginan pada konsumen untuk mencoba produk tersebut.

4. Tindakan

Dengan menginformasikan spesifikasi produk, menampilkan citra perusahaan, manfaat, dan keunggulan produk, perusahaan berusaha untuk meyakinkan konsumen mengapa konsumen harus melakukan pembelian produknya sekarang.

⁷ Saladin. Djaslim. 2012. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan Pelaksanaan, Unsur-unsur Pemasaran*, Bandung, CV. Linda Karya

2.4 Media Sosial

Media sosial pada dasarnya dapat menyajikan informasi yang disuguhkan media konvensional. Di media sosial, masyarakat juga bisa mendapatkan berbagai macam informasi. Bahkan, media sosial dapat memberikan kemudahan berinteraksi antar anggota yang belum bisa dilakukan media konvensional.

Aneka referensi, jurnal, maupun hasil penelitian yang dipublikasikan melalui internet tersedia dalam jumlah yang berlimpah selain menghemat waktu dan tenaga dalam mencarinya, materi-materi yang dapat ditemui di internet cenderung lebih *uptodate* demikian pula dengan materi ilmiah yang diterbitkan melalui internet cenderung lebih aktual dibandingkan yang diterbitkan dalam bentuk buku konvensional (dalam Febrian, 2017)⁸.

Kesamaan karakteristik yang dimiliki oleh media sosial dan media konvensional adalah kemampuan menjangkau *audiens* yang kecil atau besar. Namun media sosial pun memiliki beberapa perbedaan dari berbagai aspek dengan media konvensional pada umumnya,

1. Keterjangkauan

Media sosial yang merupakan bagian dari internet, memberikan skala keterjangkauan tidak terbatas. Tingkat keterjangkauan media sosial sangat luas, mampu menembus batas ruang dan waktu. Bisa di akses kapan saja dan di mana saja.

⁸ Febrian. 2017. "Analisis Segmen Remaja Berdasarkan Perilaku Dalam Menggunakan Media Sosial". Jurnal. Universitas Tidar, Kamis 8 November 2018 jam 15.00 WIB

2. Aksesibilitas

Media *mainstream* biasanya dimiliki dan diakses oleh masyarakat terbatas, sedangkan media sosial dapat ditembus oleh masyarakat umum, baik yang bermodal maupun tidak.

3. Penggunaan

Untuk membuat dan mengelola media biasanya diperlukan keahlian khusus sehingga perlu pendidikan secara spesifik. Namun, media sosial tidak demikian, siapa pun yang punya keinginan untuk membuat dan mengelolanya, pasti sebab dari sisi teknis mudah serta dari sisi biaya murah sehingga memungkinkan setiap orang dapat menggunakannya.

4. Respons

Respons dalam proses interaksi antara publik dan media konvensional bersifat tertunda (*delayed feedback*). Namun dalam media sosial, respons bersifat langsung pada saat itu juga, tanpa jeda waktu yang relatif lama. Untuk menjembatani hal ini, media konvensional pada umumnya juga menggunakan beberapa fasilitas media sosial dalam berkomunikasi dengan pembaca atau penontonnya.

5. Konten

Informasi atau konten dalam media sosial dapat diubah kapan saja pengelolanya mau, bahkan orang yang berkomentar pun dapat ikut mengubahnya. Sebaliknya, informasi atau konten dalam media konvensional permanen, tidak dapat diubah sama sekali.

Antony Mayfield (2008)⁹ mendefinisikan media sebagai satu kelompok jenis baru dari media, yang mencakup karakter-karakter berikut ini:

1. Partisipasi

Media sosial mendorong kontribusi dan umpan balik (*feedback*) dari setiap orang yang tertarik. Tidak ada yang dapat membatasi seseorang untuk menjadi bagian dari media sosial. Setiap orang dapat melakukannya secara bersama-sama berdasarkan kesadaran sendiri.

2. Keterbukaan

Setiap kata yang telah dipublikasikan di media sosial berpeluang untuk ditanggapi oleh orang lain karena pada dasarnya media sosial bersifat terbuka untuk siapa saja. Hampir tidak ada penghalang untuk mengakses dan membuat isi. Karenanya setiap pengunjung akan cenderung tidak suka jika dalam media sosial ada semacam password yang dapat menghambat proses interaksi.

3. Percakapan

Perbedaan yang mendasar antara media konvensional dengan media sosial adalah media konvensional bersifat menginformasikan (satu arah), sedangkan media sosial lebih pada percakapan dua arah atau lebih.

4. Komunitas

Media sosial seringkali dimanfaatkan oleh komunitas masyarakat baik terkait dengan pekerjaan, etnis, pendidikan, profesi maupun minat yang sama.

⁹ Mayfield, Anthony. 2008. *What is Social Media*, e-book, https://www.icrossing.com/uk/sites/default/files_uk/insight_pdf_files/What%20is%20Social%20Media_iCrossing_ebook.pdf Kamis 8 November jam 16.30 WIB.

Media sosial memberi peluang komunitas terbentuk dengan cepat dan berkomunikasi secara efektif.

5. Saling terhubung

Sifat dari media sosial itu berjejaring. Antara satu dengan yang lainnya akan saling terhubung. Keberhasilan media sosial terletak pada link-link yang menghubungkan media sosial dengan situs-situs, antarmedia sosial, juga orang per orang.

2.4.1 Peran dan Fungsi Media Sosial

Media sosial merupakan alat promosi bisnis yang efektif karena dapat diakses oleh siapa saja, sehingga jaringan promosi bisa lebih luas. Media sosial menjadi bagian yang sangat diperlukan oleh pemasaran bagi banyak perusahaan dan merupakan salah satu cara terbaik untuk menjangkau pelanggan dan klien. Media sosial seperti *blog*, *facebook*, *twitter*, dan *youtube* memiliki sejumlah manfaat bagi perusahaan dan lebih cepat dari media konvensional seperti media cetak dan iklan TV, brosur dan selebaran.

Media sosial memiliki kelebihan dibandingkan dengan media konvensional, antara lain:

1. Kesederhanaan

Dalam sebuah produksi media konvensional dibutuhkan keterampilan tingkat tinggi dan keterampilan marketing yang unggul. Sedangkan media sosial sangat mudah digunakan, bahkan untuk orang tanpa dasar TI pun dapat mengaksesnya, yang dibutuhkan hanyalah komputer dan koneksi internet.

2. Membangun hubungan

Sosial media menawarkan kesempatan tak tertandingi untuk berinteraksi dengan pelanggan dan membangun hubungan. Perusahaan mendapatkan sebuah *feedback* langsung, ide, pengujian dan mengelola layanan pelanggan dengan cepat. Tidak dengan media konvensional yang tidak dapat melakukan hal tersebut, media konvensional hanya melakukan komunikasi satu arah.

3. Jangkauan global

Media konvensional dapat menjangkau secara global tetapi tentu saja dengan biaya yang sangat mahal dan memakan waktu. Melalui media sosial, bisnis dapat mengkomunikasikan informasi dalam sekejap, terlepas dari lokasi geografis. Media sosial juga memungkinkan untuk menyesuaikan konten anda untuk setiap segmen pasar dan memberikan kesempatan bisnis untuk mengirimkan pesan ke lebih banyak pengguna.

4. Terukur

Dengan sistem *tracking* yang mudah, pengiriman pesan dapat terukur, sehingga perusahaan langsung dapat mengetahui efektifitas promosi. Tidak demikian dengan media konvensional yang membutuhkan waktu yang lama.

2.5 Instagram

Instagram berasal dari pengertian keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata “insta” berasal dari kata “instan”, seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan “foto instan”. *Instagram* juga dapat menampilkan foto-foto secara

instan seperti polaroid dalam tampilannya. Sedangkan “gram” berasal dari kata “telegram”, dimana cara kerja telegram sendiri adalah untuk mengirimkan informasi pada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah *instagram* berasal dari kata instan-telegram (Sundawati, 2018)¹⁰.

Instagram juga merupakan suatu aplikasi media sosial berbasis Android dan iOS yang menggunakan jaringan internet untuk mengaktifkannya. Beberapa fungsi yang dimiliki *instagram*, yaitu:

1. Interaksi sesama pengguna *Instagram*
2. Mencari dan berbagi informasi atau ilmu pengetahuan
3. Sebagai sarana pemasaran (*Marketing Online*)

Berdasarkan penjelasan diatas maka penulis memilih media sosial Instagram sebagai media promosi untuk *brand* Orowoodall dikarenakan banyaknya pengguna media sosial yang menggunakan Instagram serta kemudahan berbagi foto.

2.6 Fotografi

Fotografi berasal dari bahasa Yunani, yaitu Photos yang berarti cahaya dan Graphos yang berarti melukis, artinya fotografi adalah kegiatan “melukis dengan cahaya”. Dikenal secara sebagai metode untuk menghasilkan gambar dari suatu

¹⁰ Sundawati.Nur Mutia. 2018. “Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Upaya Meningkatkan Hasil Belajar dan Motivasi Siswa Kelas XI Pada Materi Sel”, Skripsi, Universitas Pasundan, Kamis 8 November jam 17.00 WIB

objek tersebut menggunakan medium yang peka terhadap cahaya. (Nardi, 1989: 8-11)¹¹.

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)¹².

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)¹³.

Menurut Sudarma (2014)¹⁴ media foto adalah salah satu media komunikasi, yakni media dapat yang bisa digunakan untuk menyampaikan pesan atau ide kepada orang lain. Media foto atau istilahkan dengan fotografi merupakan sebuah media yang bisa digunakan untuk mendokumentasikan suatu momen atau peristiwa penting.

Terdapat banyak jenis-jenis fotografi dalam dunia fotografi yang dapat dijadikan spesialis. Masing-masing 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

¹¹ Nardi, Leo, 1989. *Penunjang Pengetahuan Fotografi, Fotina Fotografika*, Bandung

¹² <https://ruimages.wordpress.com/2011/02/25/yudhi-soerjoatmojo/> diakses Jumat 9 November 2018 jam 14.00 WIB

¹³ Adjidarma, Seno Gumira. (2003). *Kisah Mata: Fotografi Antara Dua Subyek Perbincangan Tentang Anda*. Yogyakarta: Galangpress Group

¹⁴ Sudarma, I Komang. (2014). *Fotografi*. Yogyakarta: Graha Ilmu

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

2.7 Fotografi *Still Life*

Pengertian *Still* yaitu diam atau mati dan *life* yaitu hidup dalam konteks memberi kehidupan pada suatu benda. Fotografi *still life* merupakan cabang dari fotografi komersial yang mempunyai dasar pengertian yaitu memotret benda mati tampak lebih hidup dan berbicara, yang dimaksud tampak hidup itu berdasarkan fungsi dan nilai estetika dari benda tersebut, artinya sebuah benda mempunyai fungsi dan nilai estetika yang dapat dimunculkan dalam bentuk visual. Fotografi *still life* bukan hanya memindahkan objek ke dalam sebuah bentuk visual atau foto, tetapi lebih memunculkan arti dari subjek tersebut dengan pencapaian hasil foto yang lebih artistik dan bermakna. (Roger Hicks dan Frances Schultz, 2002).¹⁵

Fotografi *still life* tanpa disadari sering kita lihat dalam kehidupan sehari-hari. Foto *still life* banyak kita temui di majalah, kalender, koran, brosur maupun billboard yang terdapat dipinggir jalan. Pada umumnya fotografi *still life* menampilkan makanan, minuman ataupun benda mati lainnya yang dikomposisikan sedemikian rupa sehingga menarik dipandang mata.

Fotografi *still life* dibuat sesuai selera, konsep dan emosi fotografer yang membuat fotografi *still life* tersebut. Dalam prakteknya, seorang fotografer dapat

¹⁵ Roger Hicks, and Schultz Frances. 2002. *Still Life and Special Effect Photography*, Singapore, Rotovision.

mengekspresikan diri ke dalam fotonya dengan memasukan beberapa unsur pada pemotretannya. Berikut 3 unsur yang membuat fotografi *still life* menjadi lebih “hidup” yaitu:

1. Pencahayaan
2. Komposisi
3. Properti

Ketiga unsur ini saling terkait satu sama lainnya karena dapat memunculkan kesan dan pesan untuk menghidupkan sebuah karya foto. Penerapan teknik pencahayaan dan komposisi yang menarik dapat menambah nilai artistik dalam sebuah foto *still life*, sedangkan properti yang dimaksud adalah yang berkaitan dengan benda-benda yang ditambahkan untuk menimbulkan kesan yang ingin ditampilkan dalam gambar yang akan dibuat. Misalnya, bunga akan menambah rasa 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*. Seorang fotografer pada umumnya 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*.

Dalam fotografi *still life*, konsep atau rancangan *story board* sangat penting. Subjek pemotretan yaitu benda mati dan harus diperhatikan bagaimana cara memvisualkan benda mati tersebut tampak hidup dengan mengacu pada tiga unsur

yaitu pencahayaan, komposisi, dan properti agar dapat menuangkan semua rasa yang dipresentasikan kepada benda tersebut.

Foto *still life* yang dikatakan berhasil yaitu jika fotografer bisa menyelaraskan bentuk, fungsi, dan nilai estetika yang dimiliki benda dengan unsur pencahayaan, komposisi, dan properti yang diaplikasikan dalam konsep pemotretan *still life* tersebut.

Berikut ini adalah beberapa jenis benda dengan mengaplikasikan teknik dan unsur pencahayaan, komposisi, dan properti.

2.7.1 Hal-hal Utama Tentang Cahaya

Cahaya merupakan hal terpenting dalam fotografi. Karena cahaya merupakan faktor yang paling penting untuk dapat menciptakan gambar melalui kamera. Tanpa cahaya, gambar tidak akan tercipta. Berikut adalah hal-hal yang utama tentang cahaya.

2.7.1.1 Sumber Cahaya

Cahaya dibagi menjadi dua sumber yaitu:

a. Cahaya alami (*Available Lighting*)

Dalam pemotretan *still life*, cahaya alami bisa didapatkan dari cahaya matahari. Cahaya matahari dapat diperoleh dari luar dan dalam ruangan dengan memanfaatkan cahaya yang masuk melalui jendela atau celah-celah lainnya. Maka cahaya alami dapat diartikan sebagai

pencahayaannya yang sudah ada di suatu lingkungan tanpa campur tangan fotografer.

b. Cahaya Buatan (*Artificial Lighting*)

Cahaya buatan yaitu cahaya yang ditambahkan secara sengaja untuk tujuan pemotretan. Cahaya yang dihasilkan berupa cahaya buatan bahkan di desain khusus untuk keperluan pemotretan.

2.7.1.2 Arah Cahaya

Jatuhnya arah cahaya yang mengenai objek sangat berpengaruh pada sebuah foto *still life*. Pemahaman arah begitu penting karena menentukan karakter cahaya yang dihasilkan. Arah cahaya memberi dimensi bayangan yang berbeda, dimensi tersebut menentukan karakter objek yang terkena cahaya.

a. *Front Light*

Front Light adalah pencahayaan yang berasal dari arah depan objek.

Biasanya diperoleh dari cahaya alami maupun cahaya buatan.

b. *Back Light*

Back Light adalah pencahayaan dari arah belakang objek.

Penggunaan arah cahaya dari belakang ini memberikan efek yang khas pada tepi objek, yang sering disebut dengan *RimLight*.

c. *Side Light*

Side Light adalah pencahayaan dari sisi samping objek. Biasanya bayangan yang dihasilkan jatuh ke arah samping sesuai dengan penempatan sumber cahaya dari objek dan memberikan efek definisi bentuk dan tekstur.

d. *Top Light*

Overhead Light atau *Top Light* adalah pencahayaan dari arah atas objek. Arah cahaya ini memberikan pencahayaan yang dominan pada sisi atas objek, dengan efek hampir seperti *Side Light* dengan arah bayangan ke bawah.

2.7.1.3 Karakter Cahaya

Karakter cahaya yaitu seberapa kuat cahaya tersebut, yang secara awam dikenal dengan kata sifat terang (intensitas tinggi) dan redup (intensitas rendah).

- a. Karakter cahaya keras (*hard*), karakter cahaya ini dihasilkan oleh sumber cahaya dengan *defuser* (peredam) yang minim, seperti *flash* kamera, *standart reflector*, dan lain sebagainya. Cahaya ini cenderung memusat pada satu titik tujuan, sehingga biasanya efek dari karakter cahaya ini lebih keras dibagian tengah dibandingkan sisi pinggirnya.
- b. Karakter cahaya lemah (*soft*), karakter cahaya ini dihasilkan

2.7.1.4 Intensitas Cahaya

Faktor yang berhubungan dengan intensitas cahaya adalah durasi yang merupakan lamanya cahaya menyala saat proses pemotretan. Berdasarkan durasinya, pencahayaan dibagi menjadi dua jenis, yaitu:

- a. *Continous Light* adalah sumber cahaya yang terus menerus menyala (misalnya, lampu senter, *red head*, *dedoliht*, HMI)
- b. *Uncontinuos Light* adalah sumber cahaya yang hanya menyala sesaat bersamaan dengan pemotretan, biasanya berupa flash/blitz.

2.7.1.5 Sifat Cahaya

Sifat-sifat cahaya dalam fotografi adalah sebagai berikut:

a. Cahaya langsung (*Direct Light*) adalah cahaya yang langsung mengenai objek tanpa terhalang apapun. Karakter dari cahaya langsung yaitu jika intensitas tinggi sifatnya keras dan menghasilkan bayangan yang kuat.

b. Cahaya tidak langsung (*In-Direct Light*) adalah cahaya yang tidak langsung mengenai objek, tetapi terhalang sesuatu seperti awan, kabut, kaca tembus cahaya dan sebagainya. Seperti, *Windows Light* (cahaya yang melewati celah jendela, celah atap). Karakter *windows light* terarah dan seolah ada volume karena mengikuti bentuk celah yang dilaluinya.

c. *Reflected Light* adalah cahaya yang dipantulkan sesuatu seperti cermin, air, tembok. Karakter dan intensitas cahaya pantulan akan sama jika cahaya tersebut dipantulkan benda-benda yang sifatnya tidak mengkilat.

2.8 Teknik Pencahayaan

Dalam sebuah pemotretan, fotografer harus mengatur pencahayaan, diantaranya sebagai berikut:

a. *Key Light (Main Light)*

Key Light (Main Light) adalah pencahayaan yang utama (inti) karena dalam sebuah pemotretan biasanya menggunakan beberapa lampu.

b. *Fill-In Light (Fill Light)*

Berperan sebagai cahaya pendukung yang mengisi bagian gelap atau bayangan, dan umumnya diletakkan pada sisi lawan yang tidak diterangi *Key Light* dan intensitas *Fill Light* lebih rendah dari *Key Light (Main Light)*.

c. *Rim Light*

Rim light adalah pencahayaan yang berfungsi untuk memberikan separasi terhadap *background*, dengan menonjolkan sisi tepi dari subjek. *Rim Light* umumnya berupa *Back Light*, *Side Light*, *Top Light*, dengan intensitas yang cukup tinggi sehingga muncul *high light* berupa garis cahaya pada sisi-sisi objek.

d. *Background Light*

Background Light berperan memberikan penerangna pada *background* pemotretan. Pencahayaan *Background* bisa dengan menggunakan *light modifier* (payug, *softbox*, *reflector*, dan sebagainya). Pengaturan arah, warna, bentuk, dan intensitas cahaya yang jatuh pada *background* dapat menambah daya tarik sebuah foto.

e. *Mixed light*

Mencampurkan dua atau beberapa jenis sumber cahaya yang berbeda karakter, mencampur beberapa temperatur warna. Misalnya: cahaya biru yang menggambarkan bahwa di luar sana sudah malam atau matahari sudah terbenam lalu sinarnya masuk melalui jendela dan mengenai objek yang akan kita potret, sementara itu dibagian lain dari objek tersebut terkena cahaya kekuning-kuningan atau *warm* (warna interior). Intinya bisa membangun suasana dengan perbedaan warna cahaya tersebut.

Berdasarkan hal-hal diatas penulis memilih pencahayaan *Mixed light* untuk pembuatan karya fotografi *still life* dikarenakan sesuai dengan konsep yang akan digunakan dalam pembuatan karya. Yang mana konsepnya menggunakan set lokasi dimana mainan itu biasa digunakan atau di tempatkan.

2.9 Komposisi

Dalam fotografi *still life* sangat diperlukan pemahaman komposisi untuk dapat mengatur benda yang akan difoto. Komposisi dibedakan menjadi tiga pembagian besar yaitu: Komposisi *center*, *off-center*, dan diagonal.

2.9.1 Komposisi Center

Komposisi *Center* dikenal sebagai komposisi *dead center* yaitu yang meletakkan elemen-elemen foto pada bagian tengah gambar. Komposisi ini biasanya digunakan untuk objek-objek pemilihan simetris yang memberikan kesan rigid atau kaku. Komposisi *center* juga meliputi *linear* dan komposisi *diamond*.

2.9.2 Komposisi Off-Center

Komposisi *off-center* meliputi *third rules* dan *golden section*.

a. Komposisi *Rules of Third*

Rules of Third merupakan metode komposisi dasar yang paling populer yang digunakan pada saat ini. *Rule of Third* merupakan komposisi yang didapat dari hasil membagi bidang gambar dalam tiga bagian yang sama besar baik horizontal dan vertikal. Dengan menarik garis khayal diatas bidang gambar teradapat titik-titik perpotongan. *Point of Interest* ditempatkan pada salah satu titik perpotongan.

b. *Komposisi Golden Section*

Komposisi *golden section* adalah susunan foto dimana *point of interest* diletakkan pada titik persimpangan dua garis horizontal yang memiliki perbandingan 1:1,6 atau 38/62.

2.9.3 Komposisi Diagonal

Diagonal dikenal sebagai komposisi yang dinamis. Komposisi diagonal merupakan komposisi yang dibangun oleh garis diagonal dan dibentuk dari garis yang ditarik pada titik sudut ke titik sudut yang bersebrangan pada bidang datar. Garis-garis ini akan memberikan kesan (*sense of depth*) kedalaman dan perspektif.

Selain komposisi, didalam fotografi *still life* terdapat elemen-elemen pendukung, diantaranya sebagai berikut.

a. *Form dan Shape*

Form adalah bentuk skala tiga dimensional pada sebuah benda atau objek. Sedangkan *Shape* adalah bentuk skala dua dimensional pada sebuah benda atau objek. Dalam mengungkap *shape* lebih banyak mengarah pada angle kamera sedangkan *form* lebih banyak pada penyinarannya.

b. **Tekstur (*texture*)**

Tekstur hampir mirip dengan form hanya saja skalanya lebih kecil, lebih rapat-rapat, pengulangannya lebih banyak (ada tonjolan). Sebuah *form* (bentuk)

bisa dirasakan karena adanya pantulan-pantulan yang membentuk *highlight* dan *shadow*.

c. *Page Shot*

Biasanya digunakan untuk foto produk. *Page shot* mempunyai kekhususan dari sekedar foto produk yakni untuk katalog. Dalam foto katalog mempunyai ketentuan yakni semua informasi yang ada di dalam produk tersebut harus bisa disampaikan dengan baik.

2.9.4 *Digital Imaging*

Digital imaging adalah metode untuk melakukan proses pengeditan pada gambar yang telah di scan dari file aslinya, menjadi file digital dalam bentuk pixel agar komputer dapat melakukan manipulasi pada gambar tersebut. *Digital imaging* telah berkembang sejak tahun 1960-1970 untuk mengatasi kelemahan dari kamera film. Perkembangan yang pesat dari *digital imaging* saat ini sangat berkaitan erat dengan munculnya era kamera digital. Dengan menggunakan *digital imaging*, dapat memperbaiki kekurangan dari gambar dan memperbaiki warna dari gambar sesuai dengan selera, maupun mengkomposisikan satu gambar dengan gambar lainnya agar eksplorasi dan gagasan bisa lebih mudah diciptakan.

2.10 **Fotografi sebagai media promosi**

Fotografi berkembang seiring perkembangan teknologi. Fotografi banyak digunakan dalam berbagai bidang. Fotografi menunjang banyak hal misalnya dalam

bidang keilmuan, kedokteran, biologi, geografi, dan masih banyak bidang-bidang lainnya yang memanfaatkan fotografi. Kemunculan fotografi memberikan alternatif baru dalam penciptaan karya visual. Dalam media cetak peranan fotografi dirasa penting sebagai penguat sebuah iklan. Tidak hanya sebagai penunjang ilustrasi semata, unsur fotografi juga berperan sebagai penarik perhatian. Fotografi sekarang ini menjadi salah satu media promosi yang ideal, penggunaan fotografi sebagai media komunikasi yang baik banyak digunakan dalam berbagai bidang. Seperti pengenalan produk, iklan komersial, dan hal-hal lain yang berhubungan dengan media komunikasi dan komersial.

Setelah pembuatan karya selesai foto akan di unggah kedalam Instagram Orowoodall sebagai promosi.