



Arty 9 (2) 2020

Arty: Journal of Visual Arts

<http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/arty>

APPLIED PHOTOGRAPHY FOR TKP COFFEE HOUSE'S COMPANY PROFILE

APLIKASI FOTOGRAFI DALAM PERANCANGAN COMPANY PROFILE TKP COFFEE HOUSE KUDUS

Cahya Naufal Asyfhani[✉], Wandah Wibawanto

Program Studi Seni Rupa S1, Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima Maret 2020

Disetujui April 2020

Dipublikasikan Juli 2020

Keywords:

Perancangan, Company Profile, Fotografi Produk, Aksesoris, TKP Coffee House, Kudus

Abstrak

Tujuan proyek studi ini adalah menghasilkan perancangan company profile yang akan dikombinasikan dengan fotografi produk sesuai kebutuhan perusahaan, sehingga dapat meyakinkan para calon pelaku waralaba untuk menggunakan jasa TKP Coffee House serta dapat menegaskan positioning TKP Coffee House sebagai kafe yang mempunyai kualitas produk yang unggulan. Perancangan company profile yang dipadukan dengan fotografi ini akan dipublikasikan dalam bentuk cetak yaitu booklet, dan dalam bentuk online yaitu media sosial, maupun website. Proses perancangan company profile dengan perpaduan fotografi melalui beberapa tahapan proses berkarya dengan urutan proses pra produksi, proses produksi, dan proses pasca produksi. Dengan adanya perancangan company profile dengan perpaduan fotografi ini diharapkan dapat membantu TKP Coffee House membangun citra dirinya pada audience dan calon pelaku waralaba, memberikan nilai tambah, dan membuat kafe TKP Coffee House mampu bersaing dengan kompetitornya.

Abstract

The purpose of this study project is to produce a company profile design that will be combined with product photography according to company needs, so as to convince potential franchisees to use the TKP Coffee House services and can confirm the positioning of the TKP Coffee House as a cafe that has superior product quality. The design of the company profile combined with this photography will be published in printed form, namely booklets, and in the online form, namely social media, and websites. The process of designing a company profile with a combination of photography through several stages of the process of creating a sequence of pre-production processes, production processes, and post-production processes. The design of a company profile with a combination of photography is expected to help the TKP Coffee House build its image in the audience and potential franchisees, provide added value, and making the TKP Coffee House cafe able to compete with its competitors.

© 2020 Universitas Negeri Semarang

[✉] Alamat korespondensi:

Gedung B9 Lantai 2 FBS Unnes

Kampus Sekaran, Gunungpati, Semarang, 50229

Email : cahya.naufal@student.unnes.ac.id

ISSN 2252-7516

E-ISSN 2721-8961

PENDAHULUAN

Dalam berbagai bidang usaha di Indonesia, khususnya usaha kafe atau restoran kini semakin berkembang. Hampir setiap kota, setiap daerah terdapat kafe dari kelas menengah ke bawah hingga kelas menengah ke atas. Kini usaha yang bergerak di bidang kafe pun mulai banyak bermunculan dengan berbagai penawaran sebagai strategi untuk menarik para calon konsumen. Dari sekian banyaknya persaingan, setiap restoran atau kafe pasti sangat membutuhkan media promosi.

Salah satu usaha yang berpengalaman di bidang kafe adalah TKP *Coffee House* yang terletak di daerah kabupaten Kudus. TKP *Coffee House* baru berdiri pada tahun 2017 silam. Kepanjangan dari TKP adalah "Tongkrongan Komunitas Pencinta Kopi". TKP *Coffee House* merupakan sebuah kedai kopi, dari berbagai jenis kopi hingga jenis-jenis kopi khas nusantara. Tidak hanya kopi, di "TKP *Coffee House*" juga menyediakan berbagai menu, seperti teh, susu, *ice cream*, makanan ringan seperti kue, snack dan lain-lain, hingga makanan berat seperti nasi, mie, *sandwich*, dan lain lain.

Berdasarkan keterangan dari pemilik kafe, TKP *Coffee House* mempunyai target konsumen dari kalangan menengah ke atas, selain itu TKP *Coffee House* juga mempunyai konsep waralaba sebagai strategi pemasaran produk mereka. Oleh karena itu, perusahaan memiliki upaya untuk memperkuat posisi dan citra perusahaan agar keberadaannya semakin diakui oleh masyarakat luas.

Menurut Desfadlianto (2010:4) *Company profile* (Profil perusahaan) adalah laporan yang memberikan gambaran tentang sejarah, status saat ini, dan tujuan masa depan sebuah bisnis.

Sebuah *profile* perusahaan bisnis dapat sesingkat satu halaman, atau mengandung data yang cukup untuk mengisi beberapa halaman. Walaupun ada sejumlah format yang berbeda yang digunakan menyusun sebuah *profile*, ada beberapa jenis informasi yang penting dan wajib disertakan.

Dari penjelasan di atas, setiap perusahaan membutuhkan *company profile* untuk mendekati pelanggan potensial dengan memasukan kelebihan perusahaan meliputi kapasitas, kualitas, kebutuhan financial, pengalaman dan untuk memperlihatkan kemampuan untuk memulai dan mengembangkan bisnis usaha dalam kepercayaan. Ide yang melatarbelakangi dalam pembuatan *company profile* adalah untuk meyakinkan pasar potensial dan memberikan informasi yang relevan sebagai upaya penawaran.

Dari penjelasan tersebut, TKP *Coffee House* memerlukan media perancangan *company profile* yang kedepannya akan berbentuk buku dan untuk keperluan akun media online resmi TKP *Coffee House*. Agar lebih menarik dan menambah estetika, dalam pembuatan perancangan *company profile* akan menggunakan fotografi sebagai isi konten.

METODE BERKARYA

Menurut Arsyad (2002:4) media adalah semua bentuk perantara yang digunakan oleh manusia untuk menyampaikan atau menyebar ide, gagasan atau pendapat, sehingga ide, gagasan atau pendapat yang dikemukakan itu sampai kepada penerima yang dituju.

Setiap karya seni dihasilkan dengan menggunakan bahan yang sesuai dengan pilihan seniman pembuatnya. Setiap bahan yang mereka

pilih harus dipahami karakteristiknya sehingga bahan tersebut dapat dimanfaatkan untuk mengekspresikan gagasannya (Rondhi dan Sumartono, 2002:25).

Media berkarya merupakan rangkaian alat yang digunakan dalam proses berkarya. Media dalam fotografi mengandung pengertian alat, bahan, dan teknik. Langkah untuk melakukan fotografi desain dalam perancangan *company profile* dimulai dari pemotretan produk, kemudian hasil foto tersebut akan di masukkan dalam perancangan *company profile* melalui *software CorelDraw, Adobe illustrator*, atau sejenisnya. Media adalah alat, bahan dan teknik yang biasa digunakan dalam pembuatan karya seni.

ANALISIS KARYA

1. Karya Fotografi



Spesifikasi Karya

Karya : Fotografi Produk TKP *Coffee House*

Media : Fotografi

Kamera : Canon EOS 600D

Software: *Adobe Photoshop CS6*

Tahun : 2018

Deskripsi Karya

Fotografi yang dibuat dengan kamera Canon EOS 600D dan proses *editing* menggunakan *software Adobe Photoshop CS6*. Fotografi produk TKP *Coffee House* terbagi menjadi 2 yaitu 3 fotografi minuman dan 3 fotografi makanan.

Analisis Karya

Proses pembuatan fotografi diawali dengan menata *background*, properti, dan *lighting*. Selanjutnya mempersiapkan produk makanan atau minuman yang akan dijadikan fotografi untuk media *company profile*. Setelah memilih beberapa fotografi yang terbaik, selanjutnya akan memasuki tahap *editing* menggunakan *Adobe Photoshop CS6*. Penjelasan dari proses pembuatan karya fotografi ini adalah sebagai berikut:

- a. Mempersiapkan dan menata *background*, beberapa properti, dan *lightning* untuk

mendukung kualitas fotografi agar lebih maksimal.

- b. Selanjutnya mempersiapkan produk minuman dan makanan untuk objek utama fotografi, dan fotografi dilakukan menggunakan kamera Canon EOS 600D.
- c. Kemudian menyeleksi hasil fotografi yang terbaik untuk memasuki tahap *editing* menggunakan *software Adobe Photoshop CS6*.

Dalam karya fotografi ini menggunakan latar belakang warna coklat gelap. Konsep warna ini memberikan kesan gelap karena menyesuaikan dengan tempat kafe TKP *Coffee House*.

Konsep gelap pada fotografi ini memberi kesan ketenangan, dan sederhana sehingga dapat menyesuaikan dengan citra yang ingin dibentuk perusahaan. Karya fotografi ini akan diaplikasikan pada perancangan *company profile*. *Company profile* ini ditujukan kepada calon pelaku waralaba yang ingin menggunakan jasa dan produk dari TKP *Coffee House*. Peran fotografi dalam perancangan *company profile* yaitu berfungsi sebagai penjelas mengenai informasi terkait tentang perusahaan.

2. Cover Booklet Company Profile “TKP Coffee House”



Spesifikasi Karya

Karya : *Cover Booklet Company Profile “TKP Coffee House”*

Media : Ivory 190 gsm

Ukuran : 21,0 x 29,7

Software: Corel Draw X7

Tahun : 2018

Deskripsi Karya

Karya ditampilkan dengan fotografi sebagai *background* dengan perpaduan teks, yang menggunakan media kertas ivory 190 gsm. Isi dari *booklet* yang ditampilkan adalah logo dari TKP *Coffee House*. Logo ditampilkan di paling atas bidang dengan diikuti teks *Company Profile* berwarna putih. Teks menggunakan *font “INTRO INLINE”*, dengan sepasi renggang. Teks yang terletak pada bagian paling bawah bertuliskan alamat dari TKP *Coffee House*, yang menggunakan font “DIN PRO”.

Cover Company Profile ini menggunakan *background* fotografi produk yang berisi secangkir kopi, biji kopi, dan *pancake*. Foto ditampilkan hampir penuh yang di beri sepasi berwarna abu-abu di bagian tepi.

Analisis Karya

Proses pertama pada perancangan *company profile* adalah observasi dan membuat fotografi produk untuk perpaduan *company profile* untuk memperkuat isi konten *company profile* tersebut. Setelah fotografi, kemudian *layout* menggunakan *software CorelDRAW X7*. Desain *company profile* tersebut dibuat dengan proses sebagai berikut.

- a. Melakukan fotografi produk TKP *Coffee House*.

- b. Kemudian menyeleksi beberapa foto yang terbaik untuk diedit menggunakan *software Adobe Photoshop CS6*.
- c. Fotografi hasil seleksi dan editing akan dimasukkan pada lembar kerja *Corel Draw X7*.
- d. Kemudian tahap *melayout* desain *company profile* menggunakan *Corel Draw X7* dengan ukuran A4 untuk di padukan dengan fotografi.
- e. Memasukkan teks judul dan alamat, dan logo *TKP Coffee House*.
- f. Setelah memasukkan teks dan logo kemudian menata teks, logo, dan fotografi agar mendapatkan komposisi yang bagus.

Aspek estetis pada desain tersebut ditinjau dari unsur-unsur desain yang ada dalam karya yang dihasilkan. Unsur desain yang dapat dilihat antara lain teks, logo, fotografi, bidang, warna.

Unsur teks dapat terlihat dengan jelas pada desain *cover*. Teks yang ditampilkan adalah yang bertuliskan "*COMPANY PROFILE*" dengan menggunakan *font "INTRO INLINE"* yang terletak di bawah logo *TKP Coffee House* dan juga teks yang bertuliskan alamat *TKP Coffee House* yang terletak pada bagian paling bawah. Pemilihan *font* tersebut mempunyai karakter yang tegas.

Unsur logo dapat dilihat dari *cover* berupa logo *TKP Coffee House* berwarna kuning dengan *font* berwarna putih, yang terletak di atas teks yang bertuliskan "*COMPANY PROFILE*".

Unsur fotografi terlihat jelas pada desain, yang terletak di belakang teks dan logo. Fotografi produk dijadikan *background* supaya *audience* dapat mengetahui *booklet* ini menjelaskan tentang produk dari *TKP Coffee House*.

Unsur bidang terlihat pada bagian tepi berwarna abu abu. Dengan adanya bidang pada

bagian tepi agar desain tidak hanya menempelkan fotografi saja, dan supaya fotografi tidak terlalu besar.

Warna coklat pada *cover* terlihat mendominasi. Bidang yang berwarna abu-abu gelap hanya menyesuaikan warna dari fotografi yang dominan gelap. Warna putih pada teks menyesuaikan warna teks logo dan dari fotografi yang dominan gelap. Selain warna coklat, warna lain dari elemen fotografi tersebut yaitu, warna putih dari cangkir dan piring, warna silver pada sendok dan garpu, dan warna hitam kecoklatan pada objek biji kopi.

Pada desain *cover* memperlihatkan fotografi produk dari *TKP Coffee House*. Peran fotografi pada desain *cover* yaitu untuk mempresentasikan seberapa baik kualitas dari produk tersebut. Warna latar belakang coklat gelap mempresentasikan konsep dari kafe tersebut di mana suasana kafe berwarna coklat. Objek utama pada fotografi adalah kopi, karena kopi merupakan produk utama dari *TKP Coffee House*. Dan pada bagian paling bawah terdapat teks yang menunjukkan alamat dari *TKP Coffee House*.

3. Isi Booklet Company Profile TKP Coffee House





Spesifikasi Karya

- Karya : Isi *Booklet Company Profile* “TKP Coffee House”
- Media : cts 190 gsm
- Jumlah halaman : 19 halaman
- Ukuran : 21,0 x 29,7
- Software : *Corel Draw X7*
- Tahun : 2018

Deskripsi Karya

Isi *Booklet* didesain dengan perpaduan fotografi, teks dan beberapa elemen pendukung. Pada semua halaman menggunakan fotografi. Konten pada halaman 02 sampai halaman 11 berisi tentang perusahaan, visi dan misi, bidang usaha, dan *supply chain management*. Kemudian pada halaman 14 sampai halaman 19 berisi mengenai nama produk, deskripsi produk, dan harga produk. Pada halaman 02 sampai halaman 11, bagian fotografi terletak pada sebelah kiri pada halaman genap, dan penjelasan berupa teks

terletak pada bagian sebelah kanan pada halaman ganjil.

Analisis Karya

Proses pada perancangan *company profile* pada bagian isi adalah menggunakan *Corel Draw X7*. Dalam proses pembuatan desain *company profile* TKP *Coffee House* pada bagian halaman 2 sampai halaman 11 sebagai berikut.

- a. Masukkan fotografi Pada bagian lembar genap sesuai ukuran kertas.
- b. Masukkan logo TKP *Coffee House* dan memberi teks judul untuk fotografi sesuai objek foto.
- c. Pada lembar ganjil menggunakan latar belakang berwarna abu-abu gelap.
- d. Kemudian diisi teks berupa penjelasan mengenai TKP *Coffee House*, yaitu pada halaman 3 berjudul “Tentang TKP”, halaman 5 berjudul “Visi dan Misi”, halaman 7 berjudul “Bidang Usaha”, pada halaman 9 dan 11 berjudul “*Supply Chain Management*”. Dan teks “TKP *Coffee House*” pada bagian kanan atas.
- e. Pada tiap halaman ganjil pada kiri atas terdapat objek lingkaran berwarna gradasi hitam dan abu-abu yang dibuat menggunakan *ellipse tool* dan *dipowerclip* di kertas ukuran 21 x 29,7 sehingga membentuk ¼ lingkaran. lingkaran tersebut akan dijadikan sebagai latar belakang judul tiap halaman.
- f. Bagian tengah terdapat objek berbentuk persegi atau persegi panjang dengan lengkungan pada bagian sudut yang dibuat menggunakan *rectangle toll*, dan *shape tool* untuk melengkungkan bagian sudut. Menggunakan warna gradasi hitam dan abu-abu, dan menggunakan *effect shadow* yang

- dibuat menggunakan *drop shadow tool*. Objek persegi dan persegi panjang ini akan di jadikan latar belakang teks berisi penjelasan.
- g. Selanjutnya membuat lingkaran menggunakan *ellipse tool* yang dipowerclip di kertas bagian kanan bawah yang nantinya akan membentuk $1\sqrt{2}$ lingkaran, yang akan dijadikan latar belakang halaman dan *tag line*, dan menggunakan warna gradasi hitam dan abu-abu.
 - h. Kemudian membuat dua lingkaran kecil menggunakan *ellipse tool* menggunakan warna gradasi hitam dan abu-abu yang di letakkan pada kanan atas dan kiri bawah.

Kemudian pada proses pembuatan desain *company profile* TKP *Coffee House* pada bagian penjelasan produk, harga produk, dan jenis produk, yaitu pada halaman 14 samapai halaman 19 sebagai berikut.

- a. Pertama membuat dua persegi panjang masing masing berukuran 21 x 29,7 dengan warna abu-abu gelap.
- b. Selanjutnya membuat lingkaran menggunakan *ellipse tool* yang dipowerclip pada lembar kertas bagian atas berwarna gradasi hitam dan abu-abu yang akan dijadikan latar belakang judul perhalaman.
- c. Kemudian bagian tengah terdapat objek berbentuk persegi panjang dengan lengkungan pada bagian sudut yang dibuat menggunakan *rectangle toll*, dan *shape tool* untuk melengkungkan bagian sudut. Menggunakan warna gradasi hitam dan abu-abu, dan menggunakan *effect shadow* yang dibuat menggunakan *drop shadow tool*. Objek persegi panjang ini akan di jadikan latar

- belakang fotografi produk, teks berisi penjelasan produk, dan harga produk.
- d. Selanjutnya membuat lingkaran menggunakan *ellipse tool* yang dipowerclip di kertas bagian kanan bawah yang nantinya akan membentuk $1\sqrt{2}$ lingkaran, yang akan dijadikan latar belakang halaman dan *tag line*, dan menggunakan warna gradasi hitam dan abu-abu.

Aspek estetis pada desain tersebut ditinjau dari unsur-unsur desain yang ada dalam karya yang dihasilkan. Unsur desain yang dapat dilihat antara lain teks, logo, fotografi, bidang, warna. Fungsi utama dari media ini adalah sebagai penyampai informasi yang berkaitan dengan perusahaan. Adanya keserasian terlihat dari penataan berbagai unsur-unsur, seperti fotografi yang sangat ditonjolkan dalam *company profile* ini untuk memperlihatkan produk produk yang terbaik dan sehingga memunculkan bagian yang menjadi pusat perhatian (*center of interest*). Penggunaan warna abu abu gelap pada latar belakang teks juga menyesuaikan dengan fotografi yang mempunyai latar belakang dominan gelap sehingga mendapatkan keserasian warna yang sederhana. Prinsip kesederhanaan juga dapat dilihat dari tampilan *layout* yang tidak berlebihan, serta hanya menggunakan dua jenis *font*. Pemilihan *font* menunjukkan penerapan kejelasan yang cocok untuk dipadukan dengan fotografi.

Pada *Company profile* TKP *Coffee House* ini berisi jenis pesan informatif karena berisikan penjelasan mengenai informasi tentang produk dari perusahaan. Konsep desain dibuat sesuai dengan konsep yang sudah ditentukan dan menyesuaikan dengan fotografi agar terlihat

seimbang yakni dari segi warna, *font*, bidang, bentuk, dan lain-lain. *Company profile* ini berbentuk *booklet*, selain itu *company profile* ini juga dibuat dalam bentuk digital, sehingga penggunaannya dapat lebih mudah dan fleksibel.

KESIMPULAN

Proyek studi ini menghasilkan fotografi produk TKP *Coffee House* yang diaplikasikan pada perancangan *company profile*. TKP *Coffee House* mempunyai target sasaran kalangan menengah ke atas dan konsep fotografi ini diharapkan bisa menjangkau target sasaran yang dituju. Selain itu TKP *Coffee House* mempunyai konsep waralaba sebagai salah satu strategi pemasarannya, maka dari itu TKP *Coffee House* membutuhkan media *company profile*, dan fotografi ini akan diaplikasikan pada perancangan *company profile* agar para calon pelaku waralaba selain mengetahui informasi tentang perusahaan, juga dapat meyakinkan untuk mengetahui visualisasi dari kualitas produk. Dengan adanya perancangan *company profile* yang dipadukan dengan fotografi ini diharapkan dapat mencapai target konsumen yang diinginkan maupun dari calon pelaku waralaba nantinya.

Bagi penulis, untuk pengembangan ilmu pengetahuan perancangan *company profile* ini nantinya dapat diterapkan dan dapat diaplikasikan dalam dunia kerja. Selain itu diharapkan proyek studi ini ke depannya dapat dijadikan sebagai portofolio dalam menjalin kerjasama dengan instansi atau perusahaan.

Bagi mahasiswa jurusan seni rupa prodi desain komunikasi visual, diharapkan dengan adanya proyek studi ini dapat memberikan gambaran mengenai sebuah perancangan

company profile yang menggunakan perpaduan fotografi, dan juga sebagai masukan yang nantinya dapat digunakan referensi dalam pembuatan *company profile* yang menggunakan perpaduan fotografi bagi para mahasiswa jurusan seni rupa khususnya prodi desain komunikasi visual.

Bagi TKP *Coffee House*, diharapkan perancangan *company profile* dengan perpaduan fotografi ini dapat terealisasi, sehingga mampu menarik perhatian target konsumen yang diharapkan dan para calon pelaku waralaba yang ingin menggunakan jasa TKP *Coffee House* sebagai usahanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arsyad, A. 2002. *Media Pembelajaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Desfadlianto. 2010. "Perancangan *Company Profile Cafe* Rumah Bako melalui Media *Website*". *Jurnal Desain Komunikasi Visual*. 4 (1) 4.
- Rondhi dan Sumartono. 2002. *Tinjauan Seni Rupa 1*. Semarang: Jurusan Seni Rupa FBS UNNES.

