

INEFFABLE JEWELLERY DALAM FOTOGRAFI PRODUK

T Muhammad Iqbal, Benny Kurniadi, Cindi Adelia Putri Emas

Institut Seni Indonesia Padangpanjang

iqbalkj001@gmail.com, bennykurniadi.isipp@gmail.com,

cindicgjl@gmail.com

ABSTRACT

Ineffable is a brand located in the city of Padang which was founded by Nisrina Qurrata Aini and started in 2020 which still uses an online sales system, and then in 2022 Ineffable started selling offline in shops in the city of Padang. The products presented by Ineffable are various kinds of accessory products, including; bracelets, necklaces, rings, hairpins, headbands and so on, the sales process uses a by order system. The aim of creating this work is to visualize and present Ineffable products in product photography. The concept used in creating this work is the summer concept. The creation method includes a preparation process consisting of observation, literature study and interviews as well as design (storyboard) and finally the realization process. In this article, 5 works of product photography are displayed with the titles Joy Neklance, Packaging and Product, Crystals Bracelet, Shoes Charm and Three Rings.

Keywords: *Ineffable, product photography, summer*

ABSTRAK

Ineffable ialah salah satu brand yang berlokasi di kota Padang yang didirikan oleh Nisrina Qurrata Aini dan mulai berdiri pada tahun 2020 yang masih menggunakan sistem penjualan online, serta kemudian pada tahun 2022 ineffable mulai menjual secara *offline* di toko yang berada di kota Padang, produk-produk yang disajikan oleh ineffable merupakan berbagai macam produk aksesoris antara lain; gelang, kalung, cincin, jepit rambut, bando dan sebagainya, proses penjualannya menggunakan sistem *by order*. Tujuan dalam penciptaan karya ini yaitu untuk memvisualisasikan serta mempresentasikan produk Ineffable ke dalam fotografi produk. Konsep yang digunakan pada penciptaan karya ini adalah menggunakan konsep *summer*. Metode penciptaan meliputi proses persiapan yang terdiri dari observasi, studi pustaka dan wawancara serta perancangan (*storyboard*) dan terakhir proses perwujudan. Dalam tulisan ini ditampilkan 5 karya fotografi produk dengan judul *Joy Neklance, Packaging and Product, Crystals Bracelet, Shoes Charm dan Three Rings*.

Kata Kunci: *Ineffable, Fotografi produk, Summer*

PENDAHULUAN

Dalam berbagai bidang, seperti seni, desain dan teknologi, aksesoris berperan sebagai komponen pendukung yang mampu meningkatkan nilai estetika, fungsi, atau kenyamanan pengguna. Aksesoris dikenakan seseorang untuk melengkapi dan memperindah penampilan dalam berbusana (Krisnawati, 2012). Secara etimologis, aksesoris berasal dari bahasa Latin *accessorius* yang berarti "tambahan" atau "pelengkap." Keberadaan aksesoris mencerminkan kreativitas, gaya hidup dan preferensi pengguna, menjadikannya bagian penting dalam kehidupan sehari-hari.

Ineffable merupakan sebuah *brand* yang berdiri pada tahun 2020 yang dijual melalui *online*, dan pada tahun 2022 Ineffablee menjualkan produknya melalui toko di kota Padang, tepatnya di Kelurahan Kubu Marapalam, kota Padang Provinsi Sumatera Barat. Ineffable sendiri memiliki arti yaitu "Tak Terlukiskan".

Ada berbagai macam produk yang dihasilkan Ineffable, diantaranya: gelang, kalung, cincin, jepit rambut, bando. Sebagaimana hasil wawancara dengan Pemilik Ineffable yakni Nisrina Qurrata Aini pada tanggal 27 Desember 2023 di toko Ineffablee. Usaha ini sudah menjual produknya melalui media sosial Instagram dengan *username* @ineffablee.id. Bahan manik-manik dari produk Ineffable di impor langsung dari negeri China. Ineffable juga merupakan *supplier* yang menyediakan bahan berupa manik-manik yang tersebar ditoko Miss Glam yang ada di kota Padang dan toko dari *brand* ini juga terdapat cabang yang berada di kota Payakumbuh dan Ulak karang Kota Padang. Untuk setiap produk Ineffable tersedia di toko dan juga bisa dipesan melalui *by order* sesuai dengan bentuk yang pembeli inginkan.

Target pasar dari produk ini berasal dari kalangan anak muda hingga dewasa yang berumur 15 sampai 27 tahun yang mengikuti trend masa kini. Ineffable ini juga telah menyediakan layanan garansi seumur hidup. "Apabila terjadi kerusakan atau putus pada produk yang telah dibeli, dapat dilakukan penanganan perbaikan secara langsung di gerai

penjualan”. (Nisrina Qurrata Aini (23th), *pemilik*, wawancara tanggal 21 Januari 2024 di Padang).

Dalam menciptakan sebuah karya tentunya pengkarya akan mencari karya yang sebelumnya sudah pernah diciptakan sebagai acuan untuk karya yang nantinya akan pengkarya ciptakan sehingga tidak ada terjadinya plagiarisme. Acuan karya ini bertujuan untuk menjaga orisinalitas pada karya yang akan diciptakan. Berikut ini adalah karya acuan yang menjadi inspirasi pengkarya dalam pembuatan karya fotografi produk :



Gambar 1. Gelang *Aesthetic*
Karya : Carlos, 2023

Karya pertama yang menjadi acuan adalah salah satu karya Carlos yang berjudul *Gelang Aesthetic*. Karya foto produk yang dihasilkan oleh Carlos ini memvisualkan sebuah gelang dengan memanfaatkan elemen garis dan menggunakan *background* senada dengan objek dan menggunakan *angle high angle* dan *top angle* dengan teknik *lighting hard light*, persamaan dari tinjauan karya di atas yaitu pengkarya menggunakan objek *accecories* dan *angle* pengambilan gambar, sedangkan pembeda dari karya di atas adalah penggunaan teknik pencahayaan *soft light* dengan konsep yang bertema *summer* dan bisa dilihat di karya 6, 7 dan 8 dan dilengkapi properti pasir laut, batu karang, air, dan dedaunan. Pada bagian *background* pengkarya menggunakan *background* dari elemen *summer*.



Gambar 2. *Luxury sky*
Karya : Ekta Soni, 2024

Karya dari Ekta Soni di atas merupakan foto dari produk kalung dengan memanfaatkan pantulan langit dari cermin sebagai *background*. Ekta Soni menggunakan pencahayaan *available light* untuk mendapatkan cahaya yang rata agar refleksi dari birunya langit tertangkap rana sehingga menghasilkan karya yang dinamis. Adapun persamaan dari karya di atas adalah pengkarya menggunakan jenis objek yang sama untuk beberapa karya yaitu *accecories* contohnya seperti kalung, sedangkan perbedaan karya ditampilkan melalui variasi pada objek yang digunakan pengkarya seperti kerang laut, pasir laut yang bertujuan untuk mengkorelasikan antara produk dengan tema yang pengkarya hadirkan.



Gambar 3.
“*Golden of Persia*”(Alireza Seyedsalehi, 2024)

Adapun yang menjadi pembeda dan persamaan dari karya di atas pengkarya menggunakan jenis objek yang sama yaitu *accecories* sedangkan pembeda yakni pengkarya menggunakan properti yang berhubungan dengan *summer*, pencahayaan yakni *soft light* serta komposisi *center* dan penggunaan *low angle* dalam pengambilan gambar yang bertujuan agar berkolerasi dengan konsep *summer* sehingga menampilkan nuansa musim panas.

Pengkarya menggunakan beberapa teori sebagai landasan penciptaan karya seni ini, yaitu:

1. Fotografi Komersial

Fotografi komersial adalah jenis fotografi yang bertujuan untuk mempromosikan suatu produk atau jasa (Frastio et al., n.d.). Fotografi komersial menghasilkan foto yang memiliki nilai jual serta fotografi ini dibuat sesuai dengan tujuan komersial misalnya untuk iklan dari sebuah produk, untuk poster, atau yang lainnya (Kusuma, 2022). Secara teknis, hampir semua gambar yang diambil dengan tujuan menjual atau mempromosikan sesuatu dapat memenuhi syarat sebagai produk fotografi komersial (Widyantoro, 2024).

2. Fotografi Produk

Foto produk adalah suatu cara bagaimana kita mengambil gambar foto tersebut agar menjelaskan bentuk, fungsi produk tersebut dan yang terlebih penting membuat produk itu terlihat menarik dan laris terjual. Foto produk merupakan salah satu faktor yang sangat menentukan efektifitas komunikasi visual dalam iklan dan mempengaruhi keberhasilan dalam menjual sebuah produk (Hanifah et al., n.d.). Foto produk dapat memberikan pesan dan kesan bahwa produk yang ditawarkan bersifat kredibel, profesional, dan berbeda dari pesaing sehingga foto yang dihasilkan akan menarik perhatian dan memikat lebih banyak pelanggan (Setyowati & Rohmah, 2022). Pengkarya menggunakan fotografi produk sebagai teori dasar dalam penciptaan karya, yakni bagaimana membuah sebuah karya foto

menjadi lebih menarik bagi calon konsumen yang akan membeli produk dari Ineffable. Fotografi sebenarnya bukan hanya berbicara mengenai keindahan/kecantikan suatu produk/barang tapi juga sebagai promosi dan penjualan (Prayanto Widy Harsanto, 2019)

3. Tata Cahaya

Tata cahaya adalah seni pengaturan cahaya dengan mempergunakan peralatan pencahayaan agar kamera mampu melihat objek dengan jelas dan menciptakan ilusi sehingga pelihat mendapatkan kesan adanya jarak, ruang, dan suasana dari suatu karya foto (Perdana et al., 2024). Pencahayaan adalah faktor yang paling penting. Pada dasarnya, tanpa pencahayaan, tidak akan ada foto produk yang bisa menjadikan objek produk itu terlihat bertekstur dan menarik tidak lain karena pencahayaan yang tepat (sesuai kebutuhan pemotretan). Pencahayaan menjadikan objek menjadi berdimensi (Hadiiswa & Sardo Michael, 2015). Dalam penciptaan karya ini, pengkarya menggunakan pencahayaan alami dan buatan, untuk pencahayaan buatan pengkarya memakai lampu *continuous* serta memakai aksesoris *softbox* dan standar reflektor dengan berbagai arah cahaya seperti *oval light*, *side light* serta *rim light*.

Pada Proses perwujudan karya Ineffable Jewellery dalam Fotografi Produk, metode yang digunakan oleh pengkarya yaitu:

1. Persiapan

Pengkarya melakukan berbagai kegiatan seperti studi pustaka, observasi, studi pustaka dan wawancara untuk mengumpulkan dan mengembangkan ide serta menentukan langkah-langkah dalam proses pemotretan.

2. Perancangan

Perancangan dalam karya fotografi yang dibuat berdasarkan ide dan konsep serta juga gagasan yang telah di dapatkan sebelumnya. Pengkarya membuat rancangan *storyboard*, skema *lighting* dan bagan penciptaan karya.

3. Perwujudan

Dalam proses penciptaan karya seni fotografi tentu tidak lepas yang namanya peralatan sebagai faktor penunjang terciptanya sebuah karya.

PEMBAHASAN

Pada artikel ini pengkarya menampilkan lima karya fotografi beserta penjelasannya, semuanya dihasilkan dari pemotretan di dalam ruangan (*indoor*) menggunakan dua arah cahaya diantaranya *oval light*, dan *rim light*. Karya - karya ini divisualisasikan dalam bentuk fotografi produk dengan konsep visual *summer*. Karya yang tercipta diantaranya sebagai berikut :



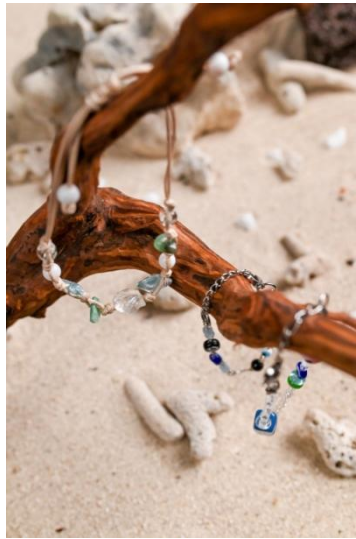
Karya 1. *Joy Necklace*
T Muhammad Iqbal, 2024

Karya pertama dalam artikel ini berjudul “*Joy Necklace*”. Karya ini merupakan produk kalung dari brand Ineffable. Kalung ini terdiri dari manik-manik kecil dalam berbagai warna cerah, seperti hijau, merah, kuning, hitam, dan putih, yang disusun dalam pola acak namun seimbang. Foto diambil menggunakan kamera Sony A7 Mark ii dengan lensa Sony 35mm, setingan f7.1, ISO 1600, dan *speed* 1/125. Proses *editing* dilakukan dengan *Adobe Photoshop CC 2019*.



Karya 2. *Packaging and Product*
T. Muhammad Iqbal, 2024

Karya kedua dalam artikel ini berjudul "Packaging and Product," Foto di atas menampilkan produk dan kemasan dari merek Ineffable, yang disajikan dalam suasana tematik musim panas. . Tata letak dan komposisi gambar ini mencerminkan citra merek yang menggabungkan keindahan, kreativitas, dan semangat musim panas. Pada foto tersebut terlihat tas kertas daur ulang berwarna cokelat dengan logo dan slogan merek "Ineffable" yang tercetak dalam warna hijau cerah. Slogan "*When in Doubt, Bling It On*" menekankan identitas merek sebagai penyedia aksesoris yang penuh gaya. Foto diambil menggunakan kamera Sony A7 Mark ii dengan lensa Sony 35mm, setingan f9.0, ISO 200, dan speed 1/100. Proses editing dilakukan dengan *Adobe Photoshop CC 2019*.



Karya 3. *Crystals Bracelet*
T. Muhammad Iqbal, 2024

Karya ketiga dalam artikel ini berjudul "*Crystals Bracelet*". Objek utama dalam foto ini adalah aksesoris berupa gelang dari Ineffable, yang dihiasi dengan manik-manik berwarna hijau, biru, serta transparan, dan dipadukan dengan rantai logam yang memberikan sentuhan modern. Objek ditata dengan cara digantung pada batang kayu alami, menciptakan tampilan visual yang unik dan artistik. Latar belakang berupa pasir dan bebatuan koral melengkapi kesan tropis yang natural, sehingga elemen alam tampak berpadu sempurna dengan aksesoris yang dipotret. Penyusunan ini bertujuan menonjolkan detail dan estetika produk secara keseluruhan. Foto diambil menggunakan kamera Sony A7 Mark ii dengan lensa Sony 35mm, setingan f7.1, ISO 1600, dan *speed* 1/125. Proses *editing* dilakukan dengan *Adobe Photoshop CC 2019*.



Karya 4. *Shoes Charm*
T Muhammad Iqbal, 2024

Karya keempat dalam artikel ini berjudul "*Shoes Charm*". Foto ini menampilkan aksesoris berupa pita sepatu dengan hiasan manik-manik berwarna cerah, bunga, dan bintang, yang mencerminkan keceriaan musim panas (*summer*). Warna-warna ceria seperti ungu, hijau, merah, dan biru dari kalung memberikan kesan hidup, segar, dan penuh semangat, sesuai dengan energi musim panas yang identik dengan kebebasan dan keceriaan. Kalung ini diletakkan di atas pasir hitam dengan sentuhan properti pendukung seperti batu-batu alam, cangkang kerang, dan serat ranting kering. Elemen-elemen tersebut menciptakan suasana pantai tropis yang khas musim panas. Foto diambil menggunakan kamera Sony A7 Mark ii dengan lensa Sony 35mm, setingan f9, ISO 200, dan *speed* 1/100. Proses *editing* dilakukan dengan *Adobe Photoshop CC 2019*.



Karya 5. *Three Rings*
T Muhammad Iqbal, 2024

Karya kelima dalam artikel ini berjudul "*Three Rings*". Foto ini menghadirkan nuansa musim panas yang lembut dan natural melalui elemen-elemen sederhana namun penuh makna. Tiga cincin *handmade* dengan sentuhan manik-manik biru, mutiara putih, dan aksen warna-warni menggambarkan suasana ceria dan bebas khas musim panas. Piring kerang putih sebagai alas cincin menjadi simbol pantai, laut, dan liburan tropis, yang identik dengan musim panas. Latar belakang tanah gelap dengan tambahan ranting kering dan batu alami menciptakan kesan *earthy* dan organik, seakan-akan membawa kehangatan pasir pantai ke dalam bingkai. Komposisi ini merepresentasikan keindahan musim panas yang sederhana namun memikat, penuh kebebasan dan keceriaan. Foto diambil menggunakan kamera Sony A7 Mark ii dengan lensa Sony 35mm, setingan f5.0, ISO 100, dan *speed* 1/200. Proses *editing* dilakukan dengan *Adobe Photoshop CC 2019*.

KESIMPULAN

Sebagai salah satu *brand* lokal yang telah berdiri sejak tahun 2020, Ineffable berupaya menghadirkan produk aksesoris dengan karakter yang unik. Keunggulan produk ini terletak pada perhatian terhadap detail, ketelitian dalam proses pembuatan, serta pemilihan bahan berkualitas yang menjadikannya memiliki ciri khas tersendiri. Dalam upaya mengeksplorasi teknik fotografi produk aksesoris, pencipta karya memilih Ineffable sebagai objek utama. Konsep fotografi produk yang diusung dalam karya ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai materi promosi bagi Ineffable di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Alireza Seyedsalehi. (2024). *Food-Product Photographer*. (<https://500px.Com/p/Alirezaseyedsalehi?View=photos>).
- Frastio, D., Kurniadi, B., & Saputra, I. (n.d.). *GRAND ELITE HOTEL PEKANBARU DALAM FOTOGRAFI KOMERSIAL*. Retrieved <https://journal.isi-padangpanjang.ac.id/index.php/MTLS>
- Hadiiswa, & Sardo Michael. (2015). *Food Photography*. Puspawara.
- Hanifah, F., Fitri Rahmadinata, M., & Rahmat Program Studi Fotografi Fakultas Seni Rupa dan Desain, F. (n.d.). *KERAJINAN BOTAC DALAM FOTOGRAFI PRODUK*.
- Krisnawati, M. (2012). PEMBUATAN AKSESORIS DARI BAHAN FLANEL SEBAGAI SALAH SATU PELUANG USAHA. In *Peningkatan Kompetensi Guru dalam Menghadapi UKG*.
- Kusuma, S. S. (2022). Analisis Arah Cahaya Dalam Studio Fotografi. *IMAJI: Film, Fotografi, Televisi, & Media Baru*, 13(2), 144–152. <https://doi.org/10.52290/i.v13i2.78>
- Perdana, A. G. L. S., Raharjo, A., & Bratayadnya, P. A. (2024). Foto Food And Beverages Raffles Bali – CG Pictures. *Retina Jurnal Fotografi*, 4(1), 84–95. <https://doi.org/10.59997/rjf.v4i1.3476>
- Prayanto Widyo Harsanto. (2019). *Fotografi Desain*. PT Kanisius.
- Setyowati, R., & Rohmah, A. N. (2022). Peningkatan Promosi Melalui Fotografi Produk Dengan Smartphone Pada Bukuan Fried Chicken (BFC). *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, 1(3), 75–82. <https://doi.org/10.54099/jpma.v1i3.236>
- Widyanoro, A. O. (2024). *IKAN CUPANG HIAS SEBAGAI OBJEK FOTOGRAFI KOMERSIAL: INTEGRASI ESTETIKA VISUAL DAN KONSEP ARTISTIK* (Vol. 8).