

**PERANCANGAN BEAUTY FOTOGRAFI SEBAGAI PENCITRAAN TOKO PERHIASAN  
"RUBEUS" DI SURABAYA**

**Clemens Benedict Marvin William Hartoyo<sup>1</sup>, Hartono Karnadi<sup>2</sup>, Lury Renaningtyas<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain Universitas Kristen Petra Surabaya

Jl. Siwalankerto 121-13, Surabaya

E-mail: m42413061@john.petra.ac.id

**ABSTRAK**

Rubeus, Surabaya merupakan toko perhiasan yang ternama karena terletak di Galaxy Mall, mall yang tergolong mewah. Perhiasan yang dijual seperti cincin, kalung, anting-anting, dan gelang. Perhiasan yang dibuat dari berbagai bahan yaitu, Batu permata, logam mulia, kerang, dan mutiara yang digunakan bahan utamanya untuk perhiasan. Jenis perhiasan lebih dominan untuk wanita, dan untuk laki-laki hanya perhiasan umum dewasa seperti cincin dan gelang. Fotografi dapat membantu untuk banyak hal seperti promosi, tampilan, dan *image* dari toko tersebut. Perancangan karya *Beauty* fotografi dan menambah *display* foto dalam toko ini bertujuan untuk meningkatkan pencitraan di Toko Perhiasan Rubeus untuk *display* didalam toko untuk meningkatkan *shopping experience* ketika ada pelanggan yang masuk.

Kata kunci:

Fotografi, Perhiasan, Tampilan, *Beauty* Fotografi, Pencitraan, *Shopping experience*.

**ABSTRACT**

***Title : Beauty Photography Design for Jewelry Shop "Rubeus" Imaging in Surabaya***

*Rubeus, Surabaya is a famous jewelry store because it is located in Galaxy Mall, the mall is quite luxurious. Jewelry on sale such as rings, necklaces, earrings, and bracelets. Jewelry made from various materials namely, gems, precious metals, seashells, and pearls which are used as the main material for the jewelry. This type of jewelry is dominantly made for women and men only gets generally mature jewelry such as rings and bracelets. Photography can help for many things like the promotion, display, and image of the store. The design of Beauty photography and some photo display in this store aims to improve the imaging of Rubeus Jewelry Store also for in-store displays to enhance shopping experience for incoming customers.*

*Key Words :*

*Photography, Jewelry, Display, Beauty Photography, Imaging, Shopping experience.*

## Pendahuluan

Perhiasan merupakan suatu produk yang digemari dan dicari semua kalangan khususnya wanita, karena pada umumnya wanita menghias dirinya untuk terlihat menarik. Perhiasan biasanya dianggap sebagai benda yang memberikan nilai estetika lebih pada dirinya. Perhiasan terdiri dari kalung, gelang, cincin, anting, dan lain-lain. Perhiasan bukanlah barang kebutuhan primer dalam kehidupan sehari-hari tetapi menjadi investasi, gaya hidup, dan motivasi agar dapat membeli barang tersebut harus bekerja keras dan sukses untuk mencapainya.

Strategi untuk peningkatan citra Rubeus yang pernah dilakukan adalah; beriklan di koran dan pameran.

Toko perhiasan Rubeus ini pernah melakukan pameran perhiasan, itupun tiga tahun yang lalu. Hingga sekarang belum ada kegiatan yang mendukung pencitraan toko perhiasan tersebut.

Berbagai macam promosi dan adanya fotografi di saat ini dapat membantu untuk menambah pecitraan toko ini menjadi lebih menarik, seperti memperlihatkan beberapa koleksinya. Menurut Bill Canton dalam Sukatendel (1990:111) Citra adalah kesan, perasaan, gambaran dari public terhadap perusahaan. Kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu obyek, orang atau organisasi.

## Metologi Analisis Data

Banyak faktor yang mempengaruhi perkembangan toko perhiasan Rubeus ini, baik dari luar maupun dalam. Faktor tersebut dijabarkan menjadi analisis SWOT sebagai berikut :

### **Strength (Kekuatan)**

- Selalu *up to date* dalam model perhiasan terbaru
- Banyak varian model
- Harga yang murah
- Berpengalaman di dunia perhiasan sejak 2003
- Lokasi di Galaxy Mall, mudah dijangkau dan tempat yang eksklusif

### **Weakness (Kelemahan)**

- Kurangnya promosi
- *Display* terlihat kurang menarik

### **Opportunity (Kesempatan)**

- Pangsa pasar yang masih luas karena konsumen lebih menyukai harga yang terjangkau
- Daya beli masyarakat yang semakin meluas

- Gaya hidup masyarakat urban khususnya wanita yang selalu memperhatikan penampilan fisik

### **Threats (Ancaman)**

- Banyak persaingan dengan perusahaan perhiasan lainnya
- Pelanggan yang memiliki *mood* model bentuk perhiasan yang bisa berubah-ubah
- Media promosi yang digunakan kompetitor semakin kreatif

## Perhiasan

Perhiasan adalah sebuah benda yang digunakan untuk merias atau mempercantik diri. Perhiasan biasanya terbuat dari emas ataupun perak dan terdiri dari berbagai macam bentuk mulai dari cincin, kalung, gelang, liontin dan lain-lain. Walaupun begitu perhiasan memegang peranan cukup penting dalam kehidupan sosial masyarakat tertentu. Hal ini dapat dilihat dari besarnya perhatian orang terhadap perkembangan perhiasan dari masa ke masa. Fungsi perhiasan sebagai alat untuk memperindah atau mempercantik diri dapat lebih luas lagi karena dapat pula meliputi pemakaian kosmetik.

## Toko Perhiasan Rubeus

Toko Perhiasan Rubeus ini di buka pada tahun 2003 di Galaxy Mall Surabaya didirikan oleh Koeswanto Halim dan dipegang anak-anaknya, Toko ini lebih dominan menjual batu permata atau spesialis batu-batu permata, namun di seimbangi dengan berlian.

Perhiasan yang di jual seperti cincin, kalung, anting-anting, dan gelang. Perhiasan dapat dibuat dari berbagai bahan. Batu permata dan logam mulia, kerang, dan mutiara yang digunakan bahan utamanya untuk perhiasan. Jenis perhiasan lebih dominan untuk wanita dan ada untuk laki-laki hanya perhiasan umum dewasa seperti cincin dan gelang.

## Beauty Fotografi

Seiring berkembangnya dengan dunia model, fotografi *beauty* atau disebut juga dengan *beauty shot* menciptakan secara pasti sebuah aliran yang sangat berkembang secepat perkembangan dunia kecantikan sendiri, dan seiring nuansa yang lahir tak lagi menjadi apa yang awalnya diciptakan, tidak lagi sebagai media acuan ataupun sekedar foto dengan esensi indah, namun sudah berevolusi menjadi sebuah bentuk hasil olah rasa yang tinggi. Di dalam dunia fotografi istilah *beauty shot* menurut Ridha Kusumabrata, mengandung arti bahwa segala sesuatu yang di hasilkan dan di tampilkan sebagai hasil akhir

pemotretan harus tampak cantik, menarik, serta mengeluarkan aura dari foto tersebut.

## Pencitraan

Citra dapat diukur melalui pendapat, tanggapan, kesan seseorang. Dalam membuka pertokoan pasti memerlukan sebuah reputasi nama atau citra agar dikenal oleh masyarakat. Menurut Bill Canton dalam Sukatendel (1990:111) citra adalah kesan perasaan, gambaran dari public terhadap perusahaan. Dan menurut Philip Henslowe (2000:2), citra adalah kesan yang diperoleh dari tingkat pengetahuan dan pengertian terhadap fakta (tentang orang-orang, produk atau situasi).

Jadi dapat disimpulkan bahwa citra adalah gambaran atau cara pandang publik tentang sebuah objek, individu, maupun perusahaan, dimana gambaran atau pandangan yang didapat oleh lingkungan di sekitar atau pihak lain sebagai hasil dari pengalaman dan pengetahuannya yang diberikan itu dapat mempengaruhi publik untuk mendukung, netral, atau memusuhi objek, individu, ataupun perusahaan tersebut.

## Display

Penataan produk dikenal juga dengan istilah *display*. *Display* dalam konteks sebuah toko, adalah suatu cara penataan produk, terutama produk barang yang diterapkan oleh perusahaan tertentu dengan tujuan untuk menarik minat konsumen. Menurut Ngadiman (2008 : 329) bahwa *display*: tata letak barang dengan memperhatikan unsur pengelompokan jenis dan kegunaan barang, kerapihan dan keindahan agar terkesan menarik dan mengarahkan konsumen untuk melihat, mendorong, dan memutuskan untuk membeli.

*Display* memiliki tujuan meningkatkan nilai produk agar terlihat menarik, Adapun menurut Kotler (2000:643) tujuan *display* dapat digolongkan menjadi:

- Untuk menarik perhatian (*attention interest*) para pembeli. Hal ini dilakukan menggunakan warna-warna, lampu-lampu dan sebagainya.
- Untuk dapat menimbulkan keinginan memiliki barang-barang yang di pamerkan di toko (*attention, interest*).
- Kemudian para konsumen masuk ke dalam toko dan melakukan pembelian (*desire + action*).

## Konsep Kreatif

Mengangkat citra toko perhiasan Rubeus melalui fotografi *beauty*, sebagai media pendukung *display* interior toko yang memperlihatkan produk terbaru agar lebih menarik perhatian pengunjung. Disamping

itu penerapan foto *beauty* akan membuat suasana toko menjadi lebih terlihat mewah dan professional.

## What to say

Setiap orang tentu ingin berpenampilan menarik setiap saat pada acara apapun Menggunakan busana disertai dengan perhiasan yang serasi akan membuat penampilan seseorang berbeda. Ini akan menunjang kepercayaan diri seseorang. Dan di jaman sekarang ini sudah banyak toko perhiasan yang buka di mana-mana. Maka dari itu dari Toko Rubeus ini membutuhkan media fotografi sebagai *display* untuk menambah *attention, interest customer, desire dan action*.

## How to say

Foto merupakan salah satu media visual yang sifatnya lebih universal serta faktual dengan demikian lebih mudah dicerna oleh masyarakat. Foto juga dapat menyampaikan pesan dan menciptakan emosi bagi penikmatnya. Adanya peran model dalam foto tersebut tujuannya lebih memudahkan calon konsumen.

## Tema Foto

*Beauty* Fotografi untuk *display* toko.

## Konsep Penyajian

Penggunaan perhiasan milik toko Rubeus dengan model dan dibantu dengan *makeup artist* dan *hair do* untuk menambah kecantikan dalam foto tersebut. Karya foto dikemas dalam konsep penggunaan *highlight* yang tajam untuk menciptakan kesan dramatis dengan pengambilan gambar *close up* dan *extreme close up* untuk memperlihatkan *detail* perhiasan. Tata rias model menggunakan teknik *make up beauty*, dan di bantu dengan program *photoshop* dengan pengurangan warna dalam kulit agar warna dari perhiasan atau objek dari perhiasan itu lebih *eye catching* di lihat dalam foto.



Gambar 1. Refrensi fotografi *beauty* dengan perhiasan

Sumber : <http://rankin.co.uk/advertising/>

## Judul

*The Essentials of Luxury* yang berarti “barang yang kita perlukan dalam kemewahan”. Adanya judul seperti ini akan membuat motivasi untuk masyarakat ingin berpenampilan mewah.

## Lokasi

Pemotretan dilakukan secara *indoor*. tempat utama pemotretan di Toko Perhiasan Rubeus, hal ini dilakukan karena juga demi keamanan terhadap perhiasan tersebut untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan.

## Properti

Properti yang digunakan perhiasan dari Toko Rubeus tersebut dan dilengkapi dengan busana yang terlihat *glamour* yang akan mendukung kemewahan dari perhiasan tersebut.

## Peralatan

Peralatan yang digunakan dalam perancangan karya fotografi ini meliputi:

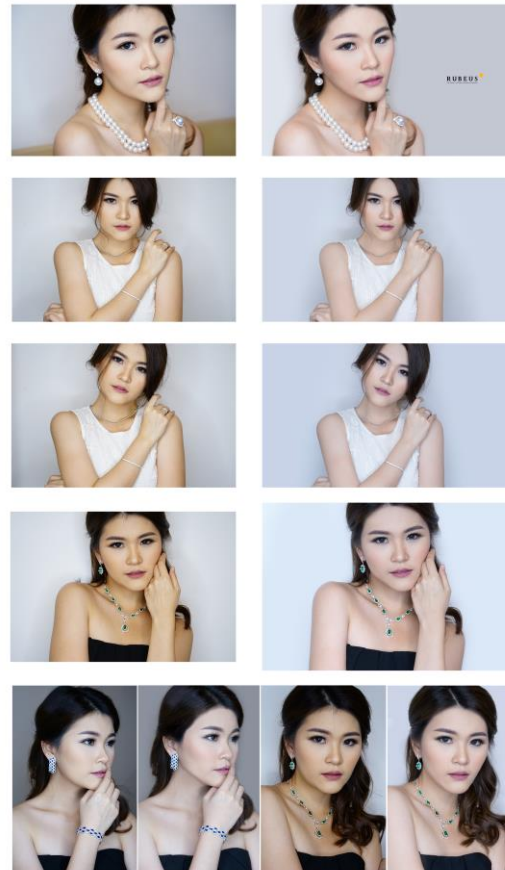
- Kamera Sony A7 Mark II
- Lensa Sony Carl Zeiss 55mm f1.8
- Ringlight
- Software Adobe Photoshop

## Seleksi dan Analisis Pemotretan

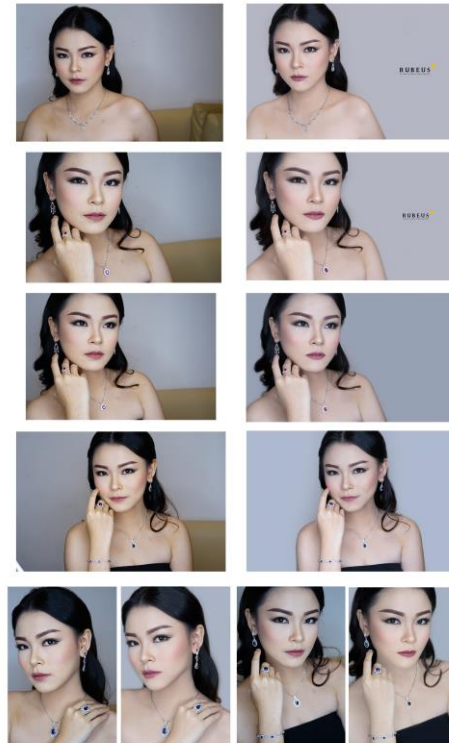
Proses seleksi foto secara mendalam yang bertujuan untuk mendapatkan foto yang sesuai dengan konsep yaitu ketajaman perhiasan, pose dan ekspresi model dan tata cahaya. Selanjutnya karya foto yang terseleksi diaplikasikan dalam bentuk foto display toko, dan media pendukung sebagai bagian dari promosi Toko Perhiasan Rubeus yang berupa katalog produk, kalender dinding dan kalender meja.

Pada pemotretan, model menggunakan set yang sudah di siapkan oleh *Client* atau *Owner* dari Toko Perhiasan Rubeus dan total set perhiasan yang akan di foto 4 set pada model pertama.

Kamera yang digunakan adalah Sony A7 Mark II, Lensa, dengan pengaturan *shutter speed* 125, dan f 8. Untuk lampu menggunakan *Ringlight* dengan diameter 50cm yang dilapisi dengan *diffuser* yang di letakan langsung di depan model.



Gambar 2. Pemotretan pertama



Gambar 3. Pemotretan Kedua





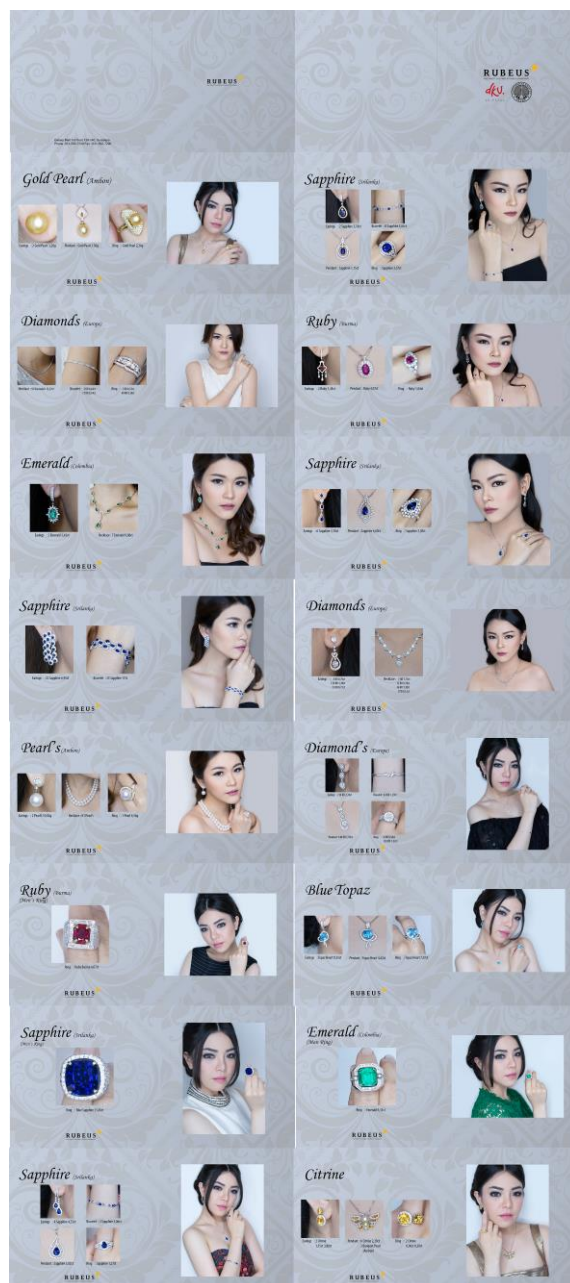
Gambar 4. Hasil Foto Final

## Penyajian Dalam Bentuk Katalog

1.1 Buku katalog yang berisi koleksi dari Toko Perhiasan Rubeus dan foto dan detail dari setiap perhiasan yang di pakai oleh model.

Target market yang dituju adalah anak-anak mudah menengah keatas, maka dari itu Buku katalog didesain secara simple dan minimalis, dengan tujuan memberikan kesan eksklusif.

Ukuran katalog 14.8 x 14.8 cm, dengan 18 halaman termasuk cover.



Gambar 5. Katalog Produk 14.8 x 14.8 cm

## Penyajian Dalam Bentuk Calendar Meja

Kalender meja yang bisa dijadikan souvenir dalam pertokoan jika ada pelanggan yang melakukan pembelian, dan kalender dinding ini dicetak ukuran 25 x 18 cm dengan 14 lembar termasuk cover



Gambar 6. Kalender Meja 25 x 18 cm

## Penyajian Dalam Bentuk Calendar Dinding

Kalender dinding yang bisa dijadikan souvenir dalam pertokoan jika ada pelanggan yang melakukan pembelian, dan kalender dinding ini dicetak ukuran A3 dengan 14 lembar termasuk cover.



Gambar 7. Kalender Dinding ukuran A3

## Kesimpulan

Adanya *Beauty* fotografi membantu toko perhiasan ini terlihat lebih menarik dalam *display* foto, dalam *display* foto itu bisa membantu meningkatkan pencitraan toko terlihat lebih mewah dan menambah *shopping experience* di dalam toko.

Membuat sebuah *beauty* fotografi diperlukan berbagai persiapan, mulai dari konsep perencanaan yang matang, hingga pada teknis pengerjaan mulai dari *make up*, *hairdo*, ekspresi model, *lighting*, dan kemampuan teknis fotografer dalam mengabadikan gambar.

Membuat karya foto dengan benda berharga itu tidak semudah yang kita perkirakan karena dari pihak *client* penulis tidak diperbolehkan untuk membawa benda berharga itu untuk keluar dari Toko atau studio di situlah penulis mengusahakan membuat studio kecil dalam Toko Rubeus itu tersebut. Mengatur semaksimal mungkin pencahayaan untuk sesi pemotretan di dalam toko yang ruangnya sangat minim.

Perlu diperhatikan bahwa dalam pengerjaan suatu karya fotografi *beauty*, perlu diberikan perhatian lebih pada detail yang ada, karena pengambilan gambar menggunakan teknik *close up* dan *extreme close up* dan mengatur diafragma pada lensa sekecil mungkin sehingga *detail* dari perhiasan maupun *detail* dari model terlihat dengan jelas pada hasil foto.

### Daftar Pustaka

Arko K. Sukatendel. (1990). *Public Relations Perusahaan*. Fikom Unpad. Bandung.

“Fotografi Beauty”

<<http://www.rkusumabrata.com/post/fotografi-fashion--beauty-shot>>

Kotler, Philip, (2000), *Manajemen Pemasaran*, PT. Prenhallindo, Jakarta.

Ngadiman (2008). “*Marketing*”. Departemen Pendidikan Nasional.

Philip Henslowe. (2000). *The Art and Science of Public Relations Vol. 3*, Crest Publishing House. New Delhi.