

PERANCANGAN STUDIO *DIGITAL IMAGING* “*IMAGINE*”

Tommy Himawan

Hutomo Setia Budi

Visual Communication Design

Fakultas Industri Kreatif Universitas Ciputra

UC Town, Citra Land, Surabaya

ABSTRAK

Semenjak kemunculan sosial media terutama instagram, hasil foto lebih diperhatikan kualitasnya, hal ini berdampak positif pada berkembangnya fotografi dan hal lainnya yang mendukung seperti studio foto, fotografer, dan kamera. Namun kamera tentunya memiliki keterbatasan pada hasilnya, ketajaman warna dan dimensi dari gambar yang dihasilkan dari kamera masih bisa dimaksimalkan lagi dan beberapa fotografer belum tentu mahir dalam hal editing khususnya *digital imaging* karenanya penelitian ini ditujukan untuk merancang studio *digital imaging*. Penelitian dilakukan dengan metode kualitatif, kuantitatif dan studi literatur. Hasil penelitian yang diharapkan berupa studio *digital imaging* yang fokus dalam hal editing, kompositing, dan modifikasi elemen visual dalam gambar final.

Kata kunci: *digital imaging*, branding, desain komunikasi visual.

ABSTRACT

Since the emergence of social media, especially instagram image's quality become an attention, it had a positive impact on the development of photography and other things that support such as photo studios, photographers, and camera. However, the camera certainly has limitations on the result, the sharpness of the colors and the dimensions of the resulting image from the camera can be maximized and some photographers may not be particularly good at editing especially digital imaging. Therefore this study aimed to design a digital imaging studio. The study was conducted with qualitative, quantitative and literature studies. Results of the study are expected in the form of digital imaging studio focused in terms of editing, compositing, and modification of visual elements in the final image.

Keyword: *digital imaging*, branding, visual communication design.

PENDAHULUAN

Menurut Kristupa dalam Abdi (2012), perkembangan fotografi pada era digital secara tidak langsung telah berpengaruh terhadap seni fotografi Indonesia, paling tidak sudah berlangsung lebih dari satu dekade. Fotografi sebagai salah satu seni rupa tidak bisa terlepas dari nilai-nilai dan kaidah-kaidah seni rupa. Dengan kata lain, meskipun peralatan yang tersedia sangat canggih, tetap saja kemampuan teknis dan estetitas yang memadai menjadi salah satu kunci.

Sayangnya banyak fotografer yang mahir dalam hal fotografi, namun tidak semua dari mereka memiliki dasar dalam dunia desain seperti DKV (Desain Komunikasi Visual). Dasar seperti inilah yang mengajarkan tentang fotografi dan juga editing. Kamera pada umumnya memiliki keterbatasan dalam hasilnya, oleh karena itu gambar akhir selalu melewati proses editing terlebih dahulu.

Salah satu teknik editing yang mampu memaksimalkan kekurangan dari kamera adalah *digital imaging*. *Digital imaging* telah menjadi satu elemen penting dalam menghasilkan gambar final.

Melihat sejarahnya, pada mulanya *digital imaging* dilakukan dengan teknik double exposur yaitu foto berulang kali menggunakan tonal warna yang berbeda dan kemudian digabungkan menjadi satu gambar dengan manual.

Hampir semua format gambar dapat dimaksimalkan dengan digital imaging. Kebanyakan kamera digital menggunakan sebagai file JPEG sebagai *default*, sehingga mungkin format inilah yang paling sering digunakan untuk sebagai file awal dalam proses *digital imaging*. Namun, banyak fotografer lebih memilih untuk menembak dalam format RAW jika mereka berencana untuk memanipulasi gambar, karena kualitas lebih tinggi.

Jika mengeksplor dari sisi penulis, digital imaging juga merupakan salah satu bidang yang dikuasai, dan menjadi *passion* dari si penulis. Rumusan yang akan dibahas mengenai bagaimana merancang studio digital imaging beserta *brand identity*.

HASIL PENELITIAN DAN KESIMPULAN

Hasil riset terhadap beberapa fotografer menyatakan bahwa hampir semua foto yang telah mereka ambil membutuhkan proses editing dan sebagian besar fotografer membutuhkan jasa digital imaging untuk meningkatkan kualitas foto mereka.

Teori SCAMPER merupakan salah satu cara untuk memecahkan masalah yang ada lalu dimodifikasi sehingga menghasilkan ide yang baru. SCAMPER meliputi beberapa hal berikut.

Subtitute (pengganti) menggunakan digital imaging sebagai cara menghemat biaya dengan mengganti fotografi dengan digital imaging.

Combine (menggabungkan) menggabungkan fotografi dengan digital imaging sehingga kualitas foto menjadi lebih baik yang juga bisa menjadi *guide* dalam proses digital imaging, *guide* yang dimaksud dalam hal ini adalah dari mana arah datangnya cahaya sehingga tidak terjadi kesalahan pencahayaan dalam gambar final, selain itu juga bagaimana jatuhnya bayangan sehingga gambar final menjadi masuk akal dan tidak terlalu terlihat hasil dari editing.

Modify (modifikasi) jika digital imaging selalu identik dengan foto, maka studio digital imaging ini dirancang memiliki keunggulan lain berupa penciptaan gambar yang tidak mengharuskan untuk melakukan sesi foto pada hal-hal tertentu.

Teori yang kedua merupakan teori design thinking. Design thinking membantu untuk mengategorikan siapa saja orang-orang yang berhubungan dengan bisnis, dan membantu kita untuk melihat peluang yang ada disekitar kita dan mengubah data dan segala informasi yang kita dapat dari diri sendiri maupun segala sesuatu yang mendukung bisnis menjadi ide kreatif, yang ada, membantu merumuskan masalah dan memberikan solusi dari masalah.

Design thinking juga berguna untuk lebih memfokuskan bisnis pada market sehingga brand, media komunikasi dari bisnis menjadi tepat sasaran.

Teori berikutnya merupakan *emphaty map* yang merupakan hasil dari design thinking, proses dimana kita berhasil menemukan insight dari kalangan masyarakat tertentu. Kita berhasil untuk mengerti, mengetahui apa yang diperlukan oleh mereka, berhasil melihat dari berbagai sudut pandang yang berbeda dan menemukan apa yang berguna dan berharga bagi mereka, bukan untuk kepentingan diri sendiri.

EMPATHY MAP



Teori berikutnya merupakan 10 types of innovation, teori dimana terdapat kesimpulan tentang bisnis dalam hal inovasi, terdapat stakeholders dan product leadership tentang bisnis kita yang menyimpulkan dimana letak keunggulan sebuah bisnis dibanding dengan bisnis yang lain.

SCAMPER THEORY

MODIFY

Menggunakan Digital Imaging untuk creating image

10 TYPES OF INNOVATION

PRODUCT LEADERSHIP

Menggunakan Digital Imaging untuk creating image

STRATEGY

mem bangun brand yang mempresentasikan studio kreatif yang berfokus pada Digital Imaging

DESIGN THINKING

STAKEHOLDERS

Photographer
Photo Studio
advertising agency

NEEDS

hasil foto yang lebih baik
waktu pengerjaan cepat

WANTS

fotografer dan agensi advertsing ingin menutupi keterbatasan yang ada pada fotografi dan menginginkan hasil yang lebih baik

SOLUSI BISNIS

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijabarkan munculah solusi bisnis dari permasalahan yang ada dengan membuat studio *digital imaging* yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas foto dari fotografer yang bisa jadi memiliki tujuan komersial.

Digital imaging juga mampu menciptakan foto yang bisa dibilang mendekati sempurna, dan tentunya menghemat biaya sebagai contoh, bila anda ingin foto dengan di paris anda akan membutuhkan banyak biaya untuk pergi ke paris, namun dengan *digital imaging* anda bisa saja foto di studio foto lalu foto tersebut dimanipulasikan dan menghasilkan gambar final anda berada di paris tanpa harus kesana. Tentu saja, banyak orang tidak berpikir tentang apa yang mereka lakukan tentang *digital imaging*, bukan, editing foto. Sementara perubahan ke foto secara teknis memenuhi syarat sebagai manipulasi foto, ini adalah perbedaan umum untuk membuat.

"mengedit" foto umumnya terdiri dari perubahan kecil yang tidak merubah gambar dengan cara yang mendasar. Tentunya sangatlah jauh berbeda dengan *digital imaging*, dari menghapus mata merah untuk menyesuaikan tonal warna.

Melakukan layout dan penempatan model dan objek juga merupakan pekerjaan yang dilakukan dalam *digital imaging*.

Tepatnya ini menjangkau apa yang lebih populer dianggap foto "digital imaging" adalah hal subjektif, salah satu yang sangat bervariasi oleh fotografer. Secara umum, *digital imaging* adalah ketika Anda membuat dan melakukan penggabungan dari beberapa foto, atau jika foto tersebut telah berubah di luar wajar pengakuan.

Berdasarkan hasil survey fotografer pada umumnya hanya memiliki kemampuan dalam menaikkan tonal warna dari gambar yang diambilnya, banyak pula dari mereka yang belum mengerti tentang *digital imaging*.

Terdapat pula PoP (Point of Parity) dan PoD (Point of Differentiation) yang berisi tentang detail dari bisnis bila dibandingkan dengan kompetitor, dalam hal ini terdapat leverage equities dimana studio *digital imaging* ini memiliki keunggulan dalam menciptakan gambar tanpa harus melakukan sesi foto.

Competitive equities dari studio *digital imaging* ini bila dibandingkan dengan studio kompetitor yaitu apix10 terdapat beberapa kelemahan yaitu tidak dapat menggunakan CGI dan tidak dapat menggunakan 3D objek dalam melakukan *digital imaging*.

Untuk common equities keduanya sama-sama bisa melakukan beauty *digital imaging* atau biasa disebut dengan retouching.

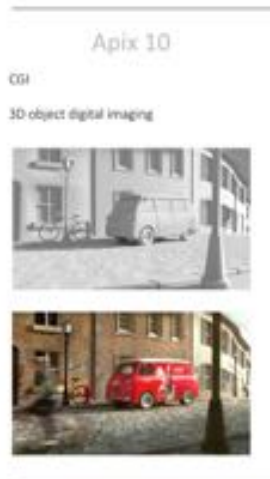
Common disequities keduanya sama-sama tidak menyediakan jasa fotografi.

POP POD

LEVERAGEABLE EQUITIES



COMPETITIVE EQUITIES



COMMON EQUITIES



COMMON DISEQUITIES



Berikut merupakan beberapa contoh visual design dari studio *digital imaging* ini:

VISUAL DESIGN





PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijabarkan munculah solusi bisnis dari kesimpulan yang didapat dari rumusan masalah yang telah dijabarkan adalah fotografer yang tidak memiliki kemampuan untuk melakukan digital imaging.

Maka dari itu perlu dilakukan *research* untuk mengetahui sejauh mana mereka membutuhkan jasa *digital imaging*, dan seberapa jauh kemampuan mereka dalam mengedit foto.

Kemudian solusi yang didapatkan adalah membuat studio *digital imaging* yang memiliki target market para fotografer dan agency advertising sebagai mayoritas. Diharapkan penelitian ini dapat berguna bagi pembaca dan studio *digital imaging* ini nantinya dapat meningkatkan kualitas foto dan design dari para fotografer dan juga agency advertising.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdi, Yuyung. (2012). *Photography From My Eyes*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Cao, Jerry and Cousins, Carrie. (2015). *Web UI Trends Present & Future: The Elegance of Minimalism*. UXPin Inc.
- Davis, Joel J. (2013). *Penelitian Periklanan: Teori dan Praktik, Edisi Kedua*. Jakarta: PT Rajawali Grafindo Persada.
- Design Worksheet: Strategic Branding Version 2.0, VCD Lectures, Universitas Ciputra.
- Herdiansyah, Haris. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Salemba Humanika.
- Mokhov, Oleg "Minimalist Design: A Brief History and Practical Tips", diakses dari <http://spyrestudios.com/minimalist-design-a-brief-history-and-practical-tips/>, pada tanggal 23 Mei 2015
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2014). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

<http://www.dl-c.com/basics.pdf>

<http://www.psdbox.com/tag/photo-manipulation-theory>

<http://www.psdbox.com/tutorials/the-secrets-of-photomanipulation-1-choosing-the-stock-images>