

Perancangan Foto Produk Minuman Es Madu Sebagai Media Branding UMKM CV. Aqso Honey Bee

Oleh :

Fahrul Azhar, S.Sn, M.DS

Wulandari, S.Sn, M.DS

Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Indraprasta PGRI

E-mail: : fahrultop@gmail.com

E-mail buwulandkv@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk membuat foto minuman es madu CV. Aqso Honey Bee sebagai media branding. Dalam era digital saat ini, visual produk sangat penting untuk menarik perhatian konsumen dan meningkatkan daya saing di pasar. Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif dengan pendekatan studi kasus pada CV Aqso Honey Bee. Observasi, dokumentasi, dan studi literatur mendalam digunakan untuk mengumpulkan data. Dalam proses perancangan foto produk, elemen visual seperti pencahayaan, komposisi, warna, dan fitur yang mencerminkan identitas merek dipertimbangkan. Penelitian ini menunjukkan bahwa desain foto produk yang berkualitas tinggi dapat meningkatkan persepsi positif merek dan daya tarik pelanggan. Studi ini menawarkan manfaat praktis bagi UMKM dalam hal mengoptimalkan strategi branding dengan media visual.

KEYWORDS

Fotografi Produk, Branding, Minuman Es Madu, UMKM, Media Visual, Metode Kualitatif, CV. Aqso Honey Bee

This study aims to design product photography for honey ice drinks as a branding medium for the MSME CV. Aqso Honey Bee. In today's digital era, product visuals play a crucial role in attracting consumer attention and enhancing market competitiveness. This research employs a qualitative method with a case study approach at CV. Aqso Honey Bee. Data were collected through in-depth interviews, observations, and documentation. The product photography design process focuses on visual elements such as lighting, composition, colors, and product attributes that reflect the brand's identity. The findings indicate that high-quality product photography can enhance positive brand perception and consumer appeal. This study provides practical contributions for MSMEs in optimizing branding strategies through visual media.

KEYWORDS

Product Photography, Branding, Honey Ice Drinks, MSME, Visual Media, Qualitative Research, CV. Aqso Honey Bee

A. PENDAHULUAN

Dalam era digital yang semakin berkembang pesat saat ini, produk visual sangat penting untuk membangun identitas merek dan menarik perhatian pelanggan. Keberhasilan strategi branding dapat dipengaruhi oleh kemampuan suatu usaha untuk menyampaikan pesannya melalui media visual, seperti foto produk. Fotografi produk sendiri merupakan salah satu senjata utama bagi para brand UKM untuk berjualan di toko online, media sosial, atau marketplace (Siska et al., 2023) . Ini terutama berlaku untuk UMKM. UMKM memiliki peran yang strategis dalam penciptaan lapangan kerja, pengentasan kemiskinan, dan penggerak utama dalam roda ekonomi Masyarakat (Langgeng Wijaya et al., n.d.) . Di tengah persaingan pasar yang ketat, CV. Aqso Honey Bee, salah satu UMKM yang bergerak di bidang minuman berbasis madu, menghadapi tantangan dalam meningkatkan daya saing dan membangun kesadaran merek. Sebagai salah satu produk unggulan CV. Aqso Honey Bee, es madu lemon dapat menarik perhatian pasar. Namun, upaya branding yang kuat diperlukan untuk meningkatkan daya tarik visual produk

di media sosial dan platform digital lainnya. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk menciptakan citra merek yang kuat dan meningkatkan minat beli pelanggan adalah dengan menggunakan foto produk.

Studi ini berkonsentrasi pada perancangan foto produk minuman es madu lemon dengan fokus pada elemen visual seperti pencahayaan, komposisi, dan penggunaan fitur produk. Diharapkan metode ini akan membantu CV. Aqso Honey Bee lebih mudah mengkomunikasikan nilai dan kualitas produk mereka kepada pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari proses kreatif di balik desain foto produk dan bagaimana hal itu berdampak pada strategi branding UMKM.

B. TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Merancang foto produk minuman es madu lemon CV. Aqso Honey Bee yang dapat mencerminkan identitas merek dan nilai produk.
2. Mengidentifikasi elemen visual yang efektif, seperti pencahayaan, komposisi, dan warna, dalam meningkatkan daya tarik visual produk.

3. Menganalisis bagaimana hasil fotografi produk dapat digunakan sebagai media branding yang strategis bagi UMKM.
4. Memberikan panduan praktis bagi CV. Aqso Honey Bee dalam memanfaatkan media visual untuk meningkatkan kesadaran merek dan daya saing di pasar.

C. TINJAUAN PUSTAKA

a. Foto Produk

Foto produk adalah salah satu bidang fotografi komersial yang lebih khusus pada pengambilan gambar sesuatu benda yang merupakan hasil kerja (Solihin, 2021). Dalam membuat foto produk terutama untuk kebutuhan UMKM maka ada beberapa hal yang perlu diperhatikan. Apalagi banyak produk yang dihasilkan oleh pelaku UMKM yang sebenarnya berkualitas baik namun sayang gagal di kemasan atau gagal di promosi karena menggunakan foto yang seadanya (Agustin & Prodi Administrasi Bisnis, 2022).

b. Branding pada Produk UMKM.

Branding adalah sebuah aktivitas berkomunikasi yang dilakukan oleh perusahaan (yang memiliki produk), organisasi, individu atau siapa pun itu yang bertujuan untuk mendapatkan respons dan citra yang baik dari stakeholders, konsumen, atau rekanan bisnis lainnya (Setiawan & Purwanto, 2024). Menurut Ainurrofikin (2021) branding adalah proses disiplin yang digunakan untuk membangun kesadaran dan kesetiaan konsumen. Dengan kata lain proses branding sangatlah diperlukan dalam meningkatkan kesadaran merek pada sebuah produk barang ataupun jasa. Ada banyak cara bagaimana sebuah merek/brand dibangun, salah satunya adalah dengan membangun pesan merek/brand. Menurut Chakti (2019) pesan bisnis berfungsi untuk mendapatkan kesempatan untuk berkomunikasi dengan audience Anda, yang membangun hubungan emosional langsung dengan *audience* Anda.

D. METODE

Metode penelitian yang digunakan adalah dengan metode penelitian kualitatif. dengan teknik pengumpulan data yang kami lakukan yaitu observasi dan studi literatur. Observasi dilakukan dengan mengamati produk dari es madu lemon milik CV. Aqso Honey Bee. Kemudian kami mengolah dan merancang

sebuah hasil akhir berupa foto produk yang sudah dilakukan proses editing dengan software Photoshop. Kemudian teknik pengumpulan data yang lain yang kami gunakan adalah studi literatur. Yaitu dengan mencari data mengenai teori serta artikel yang berkaitan dengan foto produk dan juga branding.

E. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perancangan foto produk untuk minuman es madu lemon dari UMKM CV. Aqso Honey Bee sebagai media branding bisa membantu menonjolkan keunikan produk serta menguatkan citra merek. Berikut beberapa langkah yang dilakukan:

1. Tentukan Konsep Visual

- **Natural & Fresh:** Mengingat madu adalah produk alami, gunakan tema alam seperti daun hijau, buah lemon, dan warna yang kontras sebagai latar belakang. Ini bisa menonjolkan keaslian produk dan menekankan sumber alami.



(Gambar 1 : elemen pendukung untuk foto produk)

- **Clean & Minimalist:** Fokus pada minuman itu sendiri dengan latar belakang yang sederhana, seperti warna putih atau netral, agar minuman terlihat segar dan jernih.
- **Modern & Trendy:** Gunakan elemen-elemen gaya hidup, seperti gelas atau kemasan minuman dengan desain modern, yang akan menarik perhatian kalangan muda.

2. Pencahayaan yang Sesuai

- **Natural Lighting:** Pencahayaan alami adalah pilihan terbaik untuk produk makanan atau minuman. Sumber cahaya alami membantu warna produk terlihat lebih hidup dan jernih.
- **Soft Light:** Jika menggunakan lampu studio, pilih pencahayaan lembut untuk menghindari bayangan keras yang bisa mengurangi estetika.

3. Komposisi dan Penataan Produk

- **Gelas dan Kemasan:** Jika produk dikemas dalam botol atau kemasan tertentu, tampilkan kemasan secara utuh di sebelah produk yang sudah dituangkan dalam gelas es agar pelanggan bisa melihat produk dalam dua bentuk.

- Elemen Pelengkap: Tambahkan elemen pendukung seperti potongan lemon, daun mint, atau es batu untuk menekankan kesegaran minuman.
- Variasi Angle: Ambil foto dari berbagai sudut (top-down, eye-level, close-up) untuk memberikan perspektif yang beragam.

4. Gunakan Warna Madu sebagai Fokus

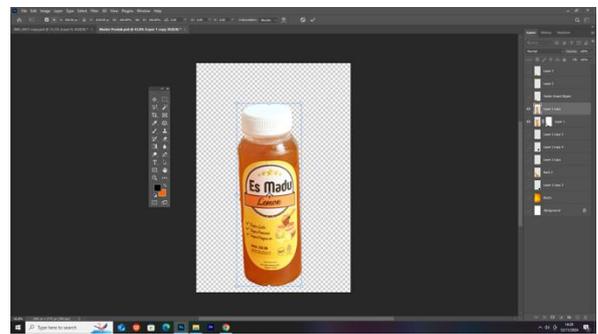
- Warna madu yang khas (kuning keemasan) bisa dijadikan sebagai fokus dalam setiap foto. Pastikan warna madu terlihat menarik dan menggugah selera.
- Cobalah fotografi makro (close-up) pada detail cairan madu atau tetesan madu yang mengalir untuk menciptakan kesan alami dan autentik.

5. Tambahkan Elemen Branding

- Sertakan logo Aqso Honey Bee atau elemen branding lain seperti tag-line di area foto (tanpa menutupi produk).
- Jika foto untuk media sosial, tambahkan elemen desain minimalis seperti bingkai atau elemen grafis yang sesuai dengan identitas visual merek.

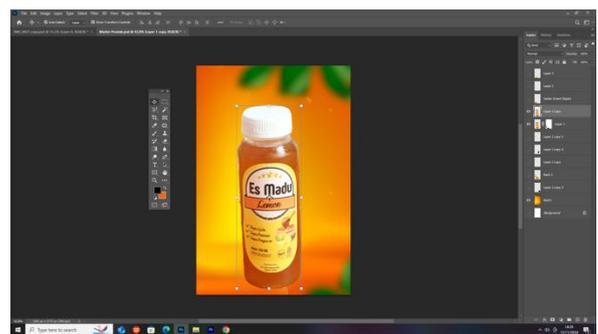
6. Edit Foto untuk Meningkatkan Kualitas

- Gunakan teknik editing untuk meningkatkan warna dan kecerahan, tanpa membuatnya terlihat tidak alami.
- Perhatikan detail seperti ketajaman dan kontras untuk memastikan foto terlihat profesional dan menarik.



(Gambar 2 : editing foto produk)

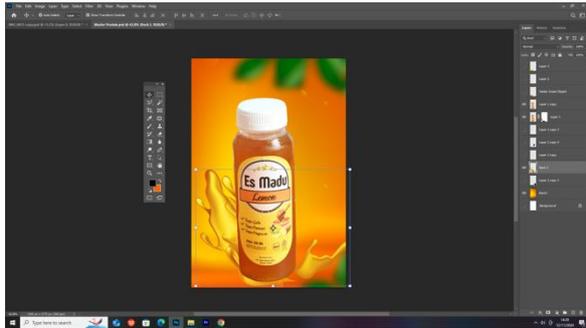
Dengan menggunakan Photoshop, foto produk dibersihkan sehingga hanya terlihat produk yang tanpa latar belakang.



(Gambar 3 : memasukkan elemen daun ke dalam foto produk)

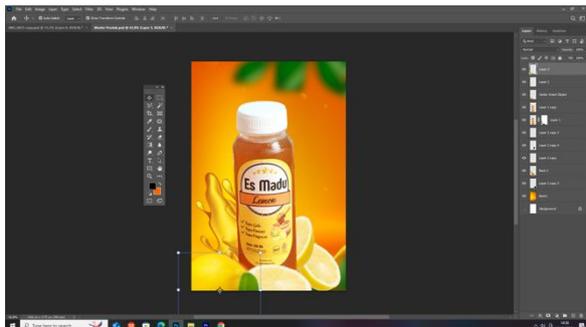
Bagian latar belakang ditambahkan gradasi warna kuning oranye supaya terlihat kontras, juga tambahan daun berwarna hijau yang

diletakkan di bagian latar depan atau foreground, hal ini guna menambahkan kesan alami



(Gambar 4 : menambahkan splash pada foto produk)

Supaya terlihat lebih segar ditambahkan juga splash yang diletakkan di dekat botol. Tone warna juga disesuaikan supaya terlihat menyatu dengan botol.



(Gambar 5 : menambahkan lemon pada foto produk)

Terakhir tambahkan lemon supaya terlihat bahwa es madu lemon ini terbuat dari bahan alami. Dan juga menampilkan bahwa lemon merupakan salah satu bahan dari produk tersebut.

7. Konsistensi Visual

- Pastikan semua foto produk minuman es madu memiliki gaya visual yang konsisten. Ini akan membantu membangun citra merek yang mudah dikenali oleh konsumen.

Dengan strategi ini, CV. Aqso Honey Bee dapat menciptakan foto produk minuman es madu yang menarik dan efektif dalam membangun branding produk UMKM mereka.

F. KESIMPULAN

Studi ini menunjukkan bahwa menggunakan foto sebagai media branding untuk produk minuman es madu CV. Aqso Honey Bee dapat meningkatkan daya tarik visual produk dan kesadaran merek. Terbukti bahwa elemen visual seperti pencahayaan, komposisi, dan penggunaan warna yang tepat dapat mencerminkan identitas merek dan menarik perhatian pelanggan dengan sukses.

Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa foto produk yang berkualitas tinggi memiliki kemampuan untuk meningkatkan interaksi pelanggan dengan produk di platform digital seperti media sosial dan e-commerce. Ini menegaskan bahwa fotografi

produk adalah strategi branding yang relevan bagi UMKM untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

G. DAFTAR PUSTAKA

Buku, Jurnal, Artikel

Ainurrofikin, M. (2021). 99 Strategi Branding di Era 4.0: Kupas Tuntas Metode Jitu Membangun Citra Baik, Meyakinkan Pelanggan, dan Membangun Kesadaran Merek. Anak Hebat Indonesia.

Chakti, G. (2029). Langkah Membangun Merek/Branding Bisnis. Celebes Media Perkasa.

Langgeng Wijaya, A., Ayu Pemata Sari Ariawan, S., Nur Latifah, N., & dan Bisnis Universitas PGRI Madiun, E. (n.d.). *Peningkatan Kualitas Foto Produk dan Tampilan Pengemasan Produk Susu Kambing Etawa pada Setia Aji Farm Madiun sebagai Usaha untuk Mendukung Pemasaran Produk secara Online* (Vol. 3, Issue 3).

Prasetyo, Bambang, D dan Febriani, Nufian, S. (2020). Strategi Branding: Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis. UB Press

Setiawan, M. R., & Purwanto, E. (2024). Pemberdayaan UMKM Dengan Pelatihan Branding Dan Penguatan Pemasaran Produk Menggunakan Strategi Branding Di Kebraon. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5, 91–99.
<https://doi.org/http://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i1.2407>

Siska, E., Eva Puji Lestari, N., Mabur Rachmah, S., & Elvira, L. (2023). Pelatihan Pembuatan Foto Produk Untuk Penguatan Visual Branding Dalam Pemasaran Online Produk KSU Kowage. *JPM: Jurnal*

Pengabdian Masyarakat, 4(2), 153–159.
<https://doi.org/10.47065/jpm.v4i2.1255>

Solihin, Septian, R. (2021). Foto Produk Keren Cuma Pake HP. CV RAWs Syndicate: Bandung.