

Mata Kuliah : Fotografi Komersial
Dosen : Adrian Hartanto A.W, S.Ds, M.Ds
Program Studi Desain Komunikasi Visual – Fikom UPI Y.A.I

1. Pendahuluan

Fotografi bukan hanya soal estetika, tapi juga alat komunikasi visual.

Dalam dunia industri kreatif, fotografi berperan sebagai media untuk menjual, mempromosikan, dan memperkenalkan produk/jasa.

Inilah yang kita sebut Fotografi Komersial.

2. Pengertian Fotografi Komersial

Fotografi komersial adalah jenis fotografi yang diciptakan dengan tujuan utama mendukung aktivitas bisnis, promosi, dan pemasaran.

Bukan sekadar menghasilkan gambar yang indah, tetapi gambar yang punya fungsi menjual (to sell), memengaruhi, dan mengkomunikasikan nilai produk/jasa.

Ciri utamanya:

Berorientasi pada klien atau pasar – foto dibuat sesuai kebutuhan brand/perusahaan.

Tujuan bisnis – meningkatkan nilai jual produk/jasa.

Pesan terarah – setiap foto punya storytelling visual yang jelas.

3. Ruang Lingkup Fotografi Komersial

Fotografi komersial mencakup banyak bidang, antara lain:

Product Photography	: foto makanan, minuman, fashion, gadget.
Advertising Photography	: foto untuk iklan (cetak, digital, billboard).
Corporate Photography	: dokumentasi perusahaan, profil karyawan, company profile.
Fashion Photography	: memotret pakaian, aksesoris, model untuk katalog/majalah.
Food Photography	: untuk restoran, brand kuliner, buku resep.
Architecture & Interior Photography	: hotel, properti, desain interior.
Lifestyle Photography	: menggambarkan gaya hidup sesuai citra brand.

4. Karakteristik Fotografi Komersial

Konsep terencana – foto tidak dibuat spontan, tetapi melalui brief, moodboard, dan arahan kreatif.

Teknis detail – pencahayaan, komposisi, styling, dan editing harus presisi.

Kualitas tinggi – digunakan untuk keperluan publikasi profesional.

Konteks pasar – harus sesuai dengan target audiens.

Kolaboratif – biasanya melibatkan tim (art director, stylist, model, klien).

5. Perbedaan dengan Fotografi Lain

Fotografi Seni (Art Photography): fokus pada ekspresi personal, tidak wajib menjual.

Fotografi Jurnalistik (Photojournalism): menyampaikan fakta, tidak boleh direkayasa.

Fotografi Komersial: berorientasi pasar, boleh diatur agar pesan sesuai tujuan promosi.

6. Pentingnya Fotografi Komersial

Membantu perusahaan membangun citra brand.

Memberikan daya tarik visual agar produk lebih diminati.

Menjadi alat komunikasi pemasaran yang efektif.

Membuka peluang karier luas bagi fotografer: freelance, studio foto, agensi iklan, hingga in-house brand photographer.

CONTOH :

