BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data terhadap ilustrasi teknik fotografi kemasan Indomie varian Mi Goreng tahun 2006 dan 2010, diperoleh kesimpulan sebagai berikut.

1. Setelah dianalisis, perubahan yang terjadi terhadap unsur *food photography* kemasan Indomie varian Mi Goreng tahun 2006 dan 2010 ada pada cara penataan objek hiasan, porsi hidangan yang digunakan, properti yang dipakai, komposisi, dan pencahayaan.
2. Berdasarkan analisis *food photography*, apabila dikaji hanya pada objek makanannya saja, foto pada kemasan tahun 2006 dapat dikatakan lebih menggugah selera. Hal tersebut karena foto tahun 2006 lebih memperlihatkan detail dari setiap objek makanan sehingga audiens langsung tergugah dan terpancing untuk berimajinasi terhadap rasa makanan yang ada pada foto. Namun apabila dibahas berdasarkan dimana foto tersebut diaplikasikan maka foto pada desain kemasan tahun 2010 yang lebih menarik dan menggugah selera. Karena foto lebih terlihat secara keseluruhan dan memiliki ruang kosong yang menjadikan desain kemasan tersebut lebih nyaman dipandang. Sedangkan foto pada desain kemasan tahun 2006 yang awalnya lebih menggugah selera menjadi berkurang karena bidang pada media kemasannya yang sempit sehingga banyak elemen lain yang bertumpuk. Secara keseluruhan hasil analisis, desain kemasan yang paling menarik dan menggugah selera adalah kemasan tahun 2010.
3. Hasil dari kuesioner terhadap masyarakat diperoleh kesimpulan bahwa masyarakat lebih tergugah seleranya pada foto di kemasan tahun 2010. Hal ini sesuai dengan hasil analisis foto berdasarkan ilmu fotografi khususnya *food photography.* Disisi lain, pembuatan foto makanan ternyata melibatkan aspek-aspek psikologi, yaitu psikologi persepsi yang ada pada manusia yang kemudian diterapkan pada karya foto makanan. Sehingga foto dapat mempengaruhi dan membuat masyarakat merasa bahwa makanan tersebut

memiliki rasa lezat yang menggugah selera dan membuat siapa pun yang melihat ingin mencobanya.

V.2 Saran

Setelah melakukan penelitian terhadap kemasan Indomie varian Mi Goreng tahun 2006 dan 2010, diperoleh beberapa saran bagi desainer yang ingin membuat foto makanan untuk suatu kemasan, sebagai berikut:

1. Perhatikanlah penataan hidangan makanan yang akan dijadikan objek foto dan properti yang akan digunakan. Untuk melakukan penataan makanan dan properti dapat menggunakan jasa seseorang yang lebih ahli seperti *food stylist* dan *prop stylist* sehingga foto yang dihasilkan lebih maksimal. Latar dan properti yang akan digunakan pun disarankan menggunakan warna-warna netral sehingga objek utama dapat lebih menonjol.
2. Warna atau pencahayaan yang digunakan ketika akan membuat karya foto makanan sebagai ilustrasi produk pada kemasan disarankan untuk menggunakan warna-warna hangat karena warna hangat lebih dapat menggugah selera audiens.
3. Pemberian ruang kosong pada sebuah foto terutama foto yang akan diaplikasikan pada media kemasan sangat diperlukan. Ruang kosong ini memberikan kenyamanan pada audiens dalam melihat keseluruhan elemen visual pada kemasan. Audiens akan lebih nyaman ketika melihat foto yang menggambarkan sajian produk makanan dengan rapi dan bersih dibandingkan foto makanan yang bertumpukkan dengan elemen visual kemasan itu sendiri.
4. Memperhatikan aspek-aspek psikologi target audiens juga harus dilakukan sebelum membuat suatu karya fotografi makanan. Aspek psikologi khususnya psikologi persepsi ini dapat dijadikan sebagai acuan dalam membuat karya foto makanan. Apabila sebuah foto pada desain visual kemasan melibatkan aspek psikologi agar audiens seleranya akan tergugah maka kemungkinan keberhasilan mempersuasi audiens akan lebih besar.