
Penerapan Desain Kemasan yang Efisien dan Ekonomis untuk Sayur Mayur pada Produk Bada

Pujo Adi Prastyo¹, Yekti Asmoro Kanti², Rina Nurfitri^{3*}

^{1,3}*Sekolah Tinggi Informatika & Komputer Indonesia, Desain Komunikasi Visual, Malang, Indonesia*

²*Sekolah Tinggi Informatika & Komputer Indonesia, Sistem Informasi (D3), Malang, Indonesia*

Informasi Artikel

Diterima: 31-01-2024

Direvisi: 02-02-2024

Diterbitkan: 03-02-2024

Kata Kunci

Desain Kemasan, Efisien, Ekonomis, Produk

***Email Korespondensi:**

Rina.nurfitri@stiki.ac.id

Abstrak

Peningkatan kesadaran masyarakat akan pentingnya gaya hidup sehat telah mendorong pergeseran signifikan dalam pola konsumsi makanan, terutama sayur-mayur. Produk Bada sebagai penyedia berbagai jenis sayur-mayur berupaya memenuhi tuntutan pasar yang semakin meningkat. Tantangan yang dihadapi adalah bagaimana mengintegrasikan ketahanan produk dan desain kemasan yang efisien tanpa mengorbankan kualitas. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pemanfaatan ketahanan sayur melalui perancangan desain kemasan pada Produk Bada. Metodologi penelitian melibatkan analisis UCD (*User Centered Design*), dengan mempertimbangkan kualitas sayur-mayur, serta aspek teknis dan ekonomis desain kemasan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain kemasan yang mengutamakan ketahanan produk, efisiensi distribusi, dan kepraktisan konsumen dapat memberikan kontribusi positif terhadap citra produk dan keberlanjutan lingkungan. Pemanfaatan bahan kemasan yang ramah lingkungan juga menjadi fokus dalam meningkatkan aspek keberlanjutan produk. Hasil penelitian ini memberikan rekomendasi praktis bagi produk sayur-mayur pada Bada. Desainer kemasan untuk mengoptimalkan pemanfaatan ketahanan sayur melalui desain kemasan yang inovatif. Implikasi temuan ini menciptakan peluang untuk meningkatkan daya saing produk, memenuhi ekspektasi konsumen yang semakin tinggi, dan memberikan dampak positif terhadap lingkungan melalui praktik desain kemasan yang berkelanjutan.

1. Pendahuluan

Dalam era globalisasi dan kesadaran akan pola makan sehat yang semakin meningkat, produk sayur-mayur menjadi unsur kritis dalam upaya meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Produk Bada, yang menyajikan berbagai jenis sayur-mayur seperti bunga kol, bayam, wortel, mentimun, sawi, kacang panjang, dan ragam

sayuran lainnya, hadir sebagai alternatif yang berpotensi memenuhi kebutuhan gizi masyarakat yang semakin beragam

Pasar sayur-mayur menghadapi tantangan kompleks, termasuk persaingan yang ketat dan harapan konsumen yang semakin tinggi terhadap kualitas dan kemudahan produk. Dalam konteks ini, desain kemasan memiliki peran yang sangat penting dalam membangun citra produk, menarik perhatian konsumen, dan memastikan ketahanan produk dari mulai produksi hingga konsumsi. Kemasan dapat mengangkat citra dari sebuah perusahaan dan menciptakan kesetiaan atau loyalitas konsumen terhadap produk yang dikemasnya (Cenadi, 2000)

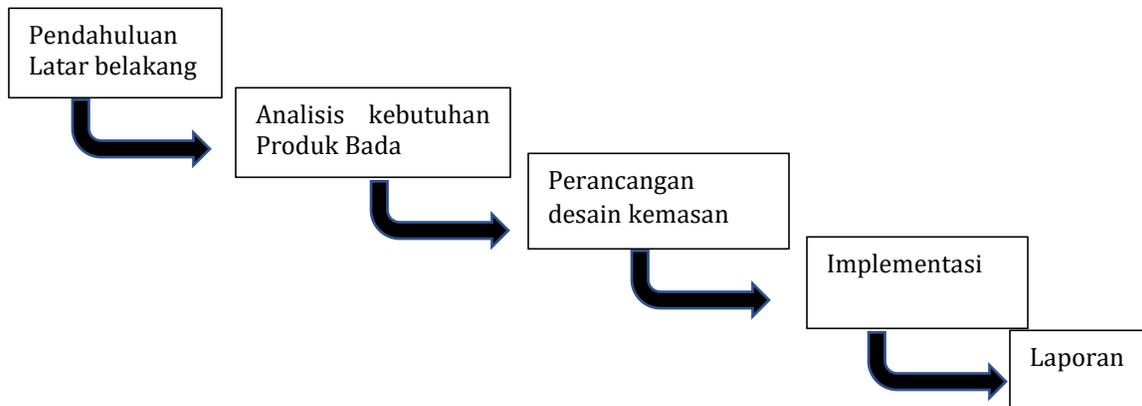
Produk Bada, dengan komposisi sayur-mayur yang beragam, memiliki peluang besar untuk mengoptimalkan pemanfaatan ketahanan sayur melalui desain kemasan yang efisien dan ekonomis. Desain kemasan yang cerdas bukan hanya akan memperkuat identitas Produk Bada di pasar yang kompetitif, tetapi juga dapat memberikan solusi praktis untuk menjaga kualitas dan ketahanan produk, sekaligus mengurangi dampak ekonomi yang timbul dari proses produksi dan distribusi. Kemasan juga berfungsi sebagai wadah agar barang mudah dibawa selama dalam perjalanan. Seiring dengan perkembangan jaman yang semakin kompleks, barulah terjadi penambahan nilai-nilai fungsional dan peranan kemasan dalam pemasaran mulai diakui sebagai satu kekuatan utama dalam persaingan pasar. (Noviadji, 2014)

In Indonesia, this was also proven on Bada's sales which were stagnant and even tended to decline. Seeing this, Bada expects additional promotional media that are effective, flexible, and relevant to conditions as well as friendly to the platforms currently used to help motivate and introduce Bada products through promotional media that they haven't had before. (Sari et al., 2022). Hal ini diartikan bahwa terbukti pada penjualan Bada yang stagnan bahkan cenderung menurun. Melihat hal tersebut, Bada mengharapkan adanya tambahan media promosi yang efektif, fleksibel, dan relevan dengan kondisi serta ramah terhadap platform yang digunakan saat ini untuk membantu memotivasi dan memperkenalkan Produk Bada melalui media promosi yang belum pernah mereka dapatkan sebelumnya. Selain itu, pemanfaatan bahan kemasan yang efisien secara ekonomis akan membantu Produk Bada untuk tetap bersaing tanpa menimbulkan beban finansial yang berlebihan. Dengan mempertimbangkan ketahanan produk sebagai fokus utama, desain kemasan yang ekonomis dapat menjadi kunci keberhasilan dalam merespons kebutuhan pasar yang terus berkembang.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pemanfaatan ketahanan sayur melalui desain kemasan pada Produk Bada. Diharapkan penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi terhadap pengembangan Produk Bada itu sendiri, tetapi juga dapat memberikan wawasan bagi industri sayur-mayur secara keseluruhan dalam mempertimbangkan aspek ketahanan dan efisiensi ekonomis melalui desain kemasan yang inovatif

2. Metode

Pengabdian kepada masyarakat ini menghasilkan dampak atau manfaat kepada masyarakat maupun mitra berupa produk desain kemasan. Metodologi pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat terdiri dari pendahuluan, analisis kebutuhan Produk Bada, Perancangan Produk Bada, pendampingan, dan laporan. Metode pelaksanaan pengabdian masyarakat ini bersifat *waterfall* dan pada tahap perancangan menggunakan *user centered design*. UCD (*User Centered Design*) merupakan metode desain yang menempatkan satu atau lebih pengguna sebagai pusat dari proses desain system (Ravelino & Susetyo, 2023). UCD digunakan dalam penelitian ini karena metode ini berpusat pada pengguna sehingga permasalahan pengguna menjadi dasar dalam desain yang dirancang. (Hamdanuddinsyah et al., 2023)



Gambar 1. Bagan Metode Pelaksanaan Kegiatan

Tahap yang pertama yaitu pendahuluan dilakukan sebagai tahap penyerahan proposal, dengan menjalin kerja sama sebagai mitra pengabdian kepada masyarakat, dan koordinasi dengan tim dari mitra yaitu Bada. Tahap selanjutnya yaitu Analisis kebutuhan kebutuhan Produk Bada. Tahap ketiga yaitu perancangan desain kemasan yang dianalisa dari segi kebutuhan mitra yang dijadikan sebagai bahan atau dasar dari tahap perancangan desain kemasan. Saat ini mitra membutuhkan desain kemasan, dengan harga yang ekonomis dalam segi bahan, dan kekuatan sayur mayur. Analisis kebutuhan dan perancangan desain kemasan dilakukan dengan menggunakan metode *user centered design*. Metode *user centered design* dipilih karena paling tepat untuk membantu peneliti guna menggali kebutuhan mitra sesuai dengan permasalahan yang sedang dihadapi. (Ravelino & Susetyo, 2023)

Perancangan Desain kemasan yang akan dirancang meliputi kemasan yang akan digunakan dalam penjualan produk *online* atau *offline* dengan pembelian skala kecil hingga besar, pada pembelian langsung atau menggunakan jasa kurir dari Bada. Corak atau gaya desain kemasan akan mengikuti gaya branding dari perusahaan, yaitu dengan gaya *flat design*. Flat design adalah gaya desain minimalis, didominasi bentuk geometris, simpel, banyak *white space* (ruang kosong pada layout), tekstur dan efek visual sangat sedikit atau bahkan tanpa efek sama sekali. (Rustan, 2013) Merancang kemasan kripik bayam yang memiliki elemen interaktif, sehingga kemasan dapat berinteraksi dengan konsumen dan menjadi salah satu pembeda dengan kompetitor lainnya. Kemasan yang dirancang bahan utama untuk kemasan Sayur segar menggunakan bahan utama kertas. Hal ini juga meminimalisir dari penggunaan plastik sebagai limbah yang mencemari lingkungan. Kemasan yang berpotensi untuk dikembangkan dan dipasarkan secara luas dengan sentuhan kebaruan atas berbagai inovasi-inovasi kreatif sebagai solusi untuk mempertahankan keberadaannya agar makin lebih dihargai, memiliki nilai jual yang tinggi serta ramah lingkungan (Noviadji, 2014).

Selanjutnya adalah tahap implementasi yang dilakukan oleh peneliti dengan berhubungan langsung dengan mitra. Setelah peneliti melakukan perancangan desain kemasan, peneliti melakukan pengujian desain kemasan yang telah dirancang. Pengujian dilakukan dengan menggunakan metode *technical testing* (pengujian teknis), yaitu dengan membuat prototipe dari desain kemasan yang telah dirancang untuk mengetahui gambaran utuh kemasan. Peneliti juga melakukan pengujian dengan metode *System Usability Scale* untuk mendapatkan data *preference and satisfaction testing* (preferensi dan kepuasan). Uji coba yang peneliti lakukan dengan menyebar angket berisikan list pertanyaan yang disebarakan kepada konsumen Bada, guna mendapat penilaian dan pendapat murni dari konsumen. Pendapat yang diberikan oleh konsumen tersebut menjadi bahan penilaian dan evaluasi bagi peneliti.

3. Hasil dan Pembahasan

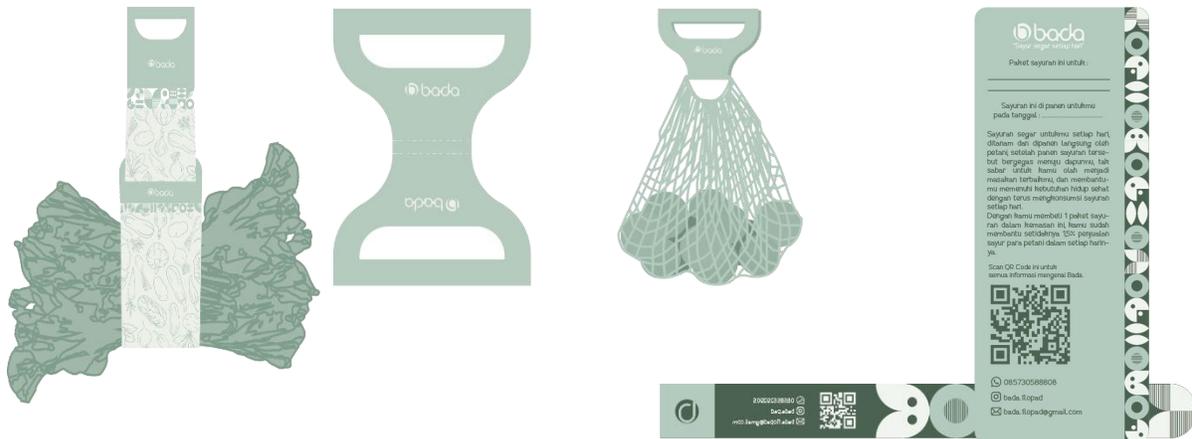
Pemanfaatan desain kemasan ini harus memenuhi beberapa syarat. Syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh suatu kemasan agar dapat berfungsi dengan baik (Pulungan et al., 2018) adalah:

- a. Harus dapat melindungi produk dari kotoran dan kontaminasi sehingga produk tetap bersih
- b. Harus dapat melindungi dari kerusakan fisik, perubahan kadar air, gas, dan penyinaran (cahaya)
- c. Mudah untuk dibuka/ditutup, mudah ditangani serta mudah dalam pengangkutan dan distribusi
- d. Efisien dan ekonomis khususnya selama proses pengisian produk ke dalam kemasan.
- e. Harus mempunyai ukuran, bentuk dan bobot yang sesuai dengan norma atau standar yang ada, mudah dibuang dan mudah dibentuk atau dicetak.
- f. Dapat menunjukkan identitas, informasi dan penampilan produk yang jelas agar dapat membantu promosi atau penjualan.

Kemasan berasal dari kata kemas yang berarti teratur (terbungkus) rapi dan bersih. Pengertian kemasan lainnya merupakan hasil mengemas atau bungkus pelindung dagang (niaga). Kemasan adalah wadah atau pembungkus, bagi produk pangan, kemasan mempunyai peranan penting dalam upaya mempertahankan mutu dan keamanan pangan serta meningkatkan daya tarik produk. Agar bahan pangan yang akan dikonsumsi bisa sampai kepada yang membutuhkannya dengan baik dan menarik, maka diperlukan pengemasan yang tepat (Noviadji, 2014).

Berdasarkan bahan dasar pembuatannya maka jenis kemasan pangan yang tersedia saat ini adalah kemasan kertas, gelas, kaleng/logam, plastik dan kemasan komposit atau kemasan yang merupakan gabungan dari beberapa jenis bahan kemasan, misalnya gabungan antara kertas dan plastik atau plastik, kertas dan logam. Namun proses perancangan desain kemasan ini bahan utama adalah kertas. Jenis bahan kemasan ini mempunyai karakteristik tersendiri, dan ini menjadi dasar untuk pemilihan jenis kemasan yang sesuai untuk produk pangan. Karakteristik dari desain kemasan berbahan kertas yaitu: tidak mudah robek, tidak dapat untuk produk cair, tidak dapat dipanaskan, dan fleksibel (*Pelindung Alami, n.d.*).

Pada kemasan yang pertama adalah kemasan gulung, yang menonjolkan elemen *pattern* sebagai *emphais* atau daya tarik utama, dengan menggunakan warna hijau dimana warna tersebut warna branding dari Bada. Penggunaan warna tersebut ditujukan agar kemasan memiliki keselarasan dengan branding yang sudah dimiliki Bada. Desain kemasan yang kedua yaitu dengan pengait. Pengait digunakan untuk mempermudah pengemasan sayur tertentu yang tidak dapat dikemas dengan kemasan gulung, seperti tomat, kentang, dan cabai. Kemasan ini berfungsi sebagai pegangan untuk kemasan jaring dengan skala pengemasan kecil berkisar 1-3 Kg, yang juga dapat menghubungkan dengan kemasan gulung dan mempermudah dalam membawanya. Pengait ini memiliki ukuran panjang 21 cm dan lebar 15 cm.



Gambar 2. Desain Kemasan Produk Bada

Pada desain kemasan yang ketiga berupa box dengan pemberrian label stiker pada box, tersebut. Label stiker untuk kemasan *box* ditujukan untuk pencantuman logo, segel, dan informasi mengenai produk pada kemasan *box* yang digunakan dalam pengemasan sayur berskala besar berkisar 5 kg hingga 10 kg. dengan 3 variasi bentuk dan ukuran yang berbeda. Label stiker logo dan tagline memiliki panjang 11,5 cm dan lebar 4 cm, label stiker untuk segel memiliki lebar 2 cm dan panjang 20 cm, sedangkan label stiker mengenai detail informasi produk penulis rancang dengan ukuran panjang 25 cm dan lebar 10 cm.

Kemasan yang baik dapat digunakan semaksimal mungkin dalam pasar. Kemasan harus mempertimbangkan dan dapat menampilkan beberapa faktor diantaranya(Cenadi, 2000):

1. Faktor pengamanan
Kemasan harus melindungi produk terhadap berbagai kemungkinan yang dapat menjadi penyebab timbulnya kerusakan barang, misalnya: cuaca, sinar matahari, jatuh, tumpukan, kuman, serangga dan lain-lain.
2. Faktor ekonomi
Perhitungan biaya produksi yang efektif termasuk pemilihan bahan, sehingga biaya tidak melebihi proporsi manfaatnya. Contohnya, produk-produk refill atau isi ulang, produk-produk susu atau makanan bayi dalam karton, dan lain-lain.
3. Faktor pendistribusian
Kemasan harus mudah didistribusikan dari pabrik ke distributor atau pengecer sampai ke tangan konsumen. Di tingkat distributor, kemudahan penyimpanan dan pemajangan perlu dipertimbangkan. Bentuk dan ukuran kemasan harus direncanakan dan dirancang sedemikian rupa sehingga tidak sampai menyulitkan peletakan di rak atau tempat pemajangan.
4. Faktor komunikasi
Sebagai media komunikasi kemasan menerangkan dan mencerminkan produk, citra merek, dan juga bagian dari produksi dengan pertimbangan mudah dilihat, dipahami dan diingat.
5. Faktor ergonomic
Pertimbangan agar kemasan mudah dibawa atau dipegang, dibuka dan mudah diambil sangatlah penting. Pertimbangan ini selain mempengaruhi bentuk dari kemasan itu sendiri juga mempengaruhi kenyamanan pemakai produk atau konsumen.
6. Faktor estetika
Keindahan pada kemasan merupakan daya tarik visual yang mencakup pertimbangan penggunaan warna, bentuk, merek atau logo, ilustrasi, huruf, tata letak atau layout, dan maskot . Tujuannya adalah untuk mencapai mutu daya tarik visual secara optimal.
7. Faktor identitas
Secara keseluruhan kemasan harus berbeda dengan kemasan lain, memiliki identitas produk agar mudah dikenali dan dibedakan dengan produk-produk yang lain.
8. Faktor promosi
Kemasan mempunyai peranan penting dalam bidang promosi, dalam hal ini kemasan berfungsi sebagai silent sales person. Peningkatan kemasan dapat efektif untuk menarik perhatian konsumen-konsumen baru.
9. Faktor lingkungan
Hidup di dalam era industri dan masyarakat yang berpikiran kritis. Dalam situasi dan kondisi seperti ini, masalah lingkungan tidak dapat terlepas dari pantauan. Trend dalam masyarakat kakhir-akhir ini adalah kekhawatiran mengenai polusi, salah satunya pembuangan sampah.

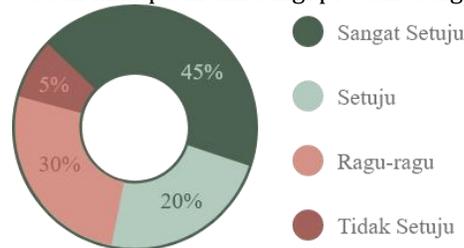
Kemasan-kemasan yang digunakan pada produk Bada mengutamakan yang ramah lingkungan (*environmentally friendly*), dapat didaur ulang (*recyclable*) atau dapat dipakai ulang (*reusable*). Hal ini nampak pada Efisien dan ekonomis khususnya selama proses pengisian produk ke dalam kemasan. Penggunaan desain kemasan yang efisien dan ekonomis pada Produk Bada, mengutamakan ketiga kategori kemasan tersebut yaitu *environmentally friendly*, *recyclable*, dan *reusable*. Kemasan untuk kategori sayur

mayur, merupakan langkah strategis yang dapat memberikan dampak positif terhadap berbagai aspek. Desain kemasan yang efisien tidak hanya mendorong pengurangan biaya produksi dan distribusi, tetapi juga memastikan ketahanan produk dari sumber hingga konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain kemasan yang fokus pada kepraktisan, daya tarik visual. Keberlanjutan lingkungan dapat meningkatkan citra Produk Bada di mata konsumen. Penerapan bahan kemasan yang ramah lingkungan juga memberikan nilai tambah dalam konteks tanggung jawab sosial bagi Bada. Integrasi desain kemasan yang efisien dan ekonomis bukan hanya mendukung daya saing Produk Bada di pasar yang kompetitif, tetapi juga menggambarkan komitmen perusahaan terhadap inovasi, kepraktisan, dan keberlanjutan dalam menghadirkan sayur mayur berkualitas kepada konsumen.

Angket disebarakan kepada 20 konsumen, sebelum konsumen memberikan pendapatnya, peneliti mengarahkan konsumen untuk mencoba hasil implementasi desain kemasan yang peneliti rancang. Setelah konsumen mendapat pengalaman menggunakan dan berinteraksi langsung dengan desain kemasan yang peneliti rancang, konsumen memberikan penilaian dengan menjawab pertanyaan pada angket yang diberikan oleh peneliti Uji coba yang peneliti lakukan dengan menyebarkan angket berisikan list pertanyaan yang disebarakan kepada konsumen Bada, guna mendapat penilaian dan pendapat murni dari konsumen. Pendapat yang diberikan oleh konsumen tersebut menjadi bahan penilaian dan evaluasi bagi peneliti.

Angket disebarakan kepada 20 konsumen, sebelum konsumen memberikan pendapatnya, peneliti mengarahkan konsumen untuk mencoba hasil implementasi desain kemasan yang peneliti rancang. Setelah konsumen mendapat pengalaman menggunakan dan berinteraksi langsung dengan desain kemasan yang peneliti rancang, konsumen memberikan penilaian dengan menjawab pertanyaan pada angket yang diberikan oleh peneliti. Berikut hasil dari penyebaran angket diantaranya

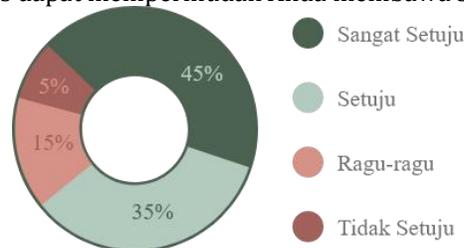
a. Apakah kemasan sayur di atas sudah mampu melindungi produk dengan baik?



Gambar 3. Diagram Data Hasil Jawaban Dari Pertanyaan Nomor 3
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Menyimpulkan jawaban responden dari pertanyaan diatas, desain kemasan sayur segar yang peneliti rancang mampu melindungi sayur dengan cukup baik mengingat 45% responden sangat setuju, 20% responden menjawab setuju, 30% responden merasa ragu-ragu, dan 5% responden berpendapat tidak setuju.

b. Apakah kemasan sayur di atas dapat mempermudah Anda membawa sayur?



Gambar 4. Diagram Data Hasil Jawaban Dari Pertanyaan Nomor 4
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Desain kemasan sayur segar yang peneliti rancang berfungsi dengan cukup baik, konsumen merasa dipermudah membawa sayur dengan adanya kemasan tersebut, hal tersebut dapat dilihat dari 45% responden sangat setuju, 20% responden menjawab setuju, 30% responden merasa ragu-ragu, dan 5% responden berpendapat tidak setuju.

Dari hasil uji coba yang dilakukan peneliti, desain kemasan yang dirancang dirasa mampu memenuhi aspek-aspek yang diujikan kepada konsumen. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil keseluruhan jawaban yang diberikan oleh responden, dimana jawaban “sangat setuju” dan “setuju” mendominasi keseluruhan pertanyaan, yang berarti desain kemasan sayur segar dan kripik bayam yang peneliti rancang mampu menarik dan memberi pembeda dibandingkan kemasan kompetitor lainnya, sehingga dapat meningkatkan *emotional benefit* konsumen, melindungi produk dengan baik, serta dapat mempermudah konsumen untuk membawa produk yang mereka beli.

Tahap selanjutnya yaitu laporan sebagai bentuk pertanggung jawaban peneliti kepada mitra. Laporan juga berfungsi sebagai dokumentasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat dan dokumentasi pemanfaatan desain kemasan dalam mempertahankan produk Bada berupa Sayur Mayur.

4. Kesimpulan

Dari hasil uji coba dari desain kemasan yang penulis rancang adalah, kemasan yang dirancang mampu menjaga dan melindungi produk agar tetap dalam keadaan baik, kemasan yang dirancang juga dapat memudahkan konsumen dalam membawa produk yang dibelinya, serta kemasan yang telah dirancang mampu menarik perhatian konsumen dan menjadi elemen pembeda dengan kemasan produk kompetitor, sehingga kemasan yang dirancang dapat membantu meningkatkan *emotional benefit* konsumen, dan berdampak baik pada citra perusahaan. Hal ini diuji berdasarkan pemanfaatan desain kemasan dengan yang dirancang untuk diimplementasikan pada produk Bada. Penerapan desain kemasan yang efisien dan ekonomis pada Produk Bada, khususnya untuk kategori sayur mayur, merupakan langkah strategis yang dapat memberikan dampak positif terhadap berbagai aspek. Desain kemasan yang efisien tidak hanya mendorong pengurangan biaya produksi dan distribusi, tetapi juga memastikan ketahanan produk dari sumber hingga konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain kemasan yang fokus pada kepraktisan, daya tarik visual, dan keberlanjutan lingkungan dapat meningkatkan citra Produk Bada di mata konsumen. Penerapan bahan kemasan yang ramah lingkungan juga memberikan nilai tambah dalam konteks tanggung jawab sosial Bada. Dengan demikian, integrasi desain kemasan yang efisien dan ekonomis bukan hanya mendukung daya saing Produk Bada di pasar yang kompetitif, tetapi juga menggambarkan komitmen perusahaan terhadap inovasi, kepraktisan, dan keberlanjutan dalam menghadirkan sayur mayur berkualitas kepada konsumen.

5. Referensi

- Cenadi, C. S. (2000). Peranan desain kemasan dalam dunia pemasaran. *Nirmana*, 2(2).
- Hamdanuddinsyah, M. H., Hanafi, M., & Sukmasetya, P. (2023). Perancangan UI/UX Aplikasi Buku Online Mizanstore Berbasis Mobile Menggunakan User Centered Design. *Journal of Information System Research (JOSH)*, 4(4), 1464–1475.
- Noviadji, B. R. (2014). Desain kemasan tradisional dalam konteks kekinian. *Artika*, 1(1), 10–21.
- Pelindung alami*. (n.d.). 1–11.
- Pulungan, M. H., Dewi, I. A., Rahmah, N. L., Perdani, C. G., Wardina, K., & Pujiana, D. (2018). *Teknologi pengemasan dan penyimpanan*. Universitas Brawijaya Press.
- Ravelino, C., & Susetyo, Y. A. (2023). Perancangan UI/UX untuk Aplikasi Bank Jago menggunakan Metode User Centered Design. *Jurnal JTIK (Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi)*, 7(1), 121–129.
- Rustan, S. (2013). *Layout*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sari, D. R., Nurfitri, R., Kanthi, Y. A., & Ramadhan, A. Z. (2022). Design of Vegetable Bada Promotional Media Using Still Life Photography Techniques. *IC-ITECHS*, 3(1), 52–72.