

UNIADEK DALAM FOTOGRAFI PRODUK

Haris Fernando, Fadri Rahmat

Program Studi Fotografi, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Padangpanjang

Artikel info	ABSTRAK
Corresponding Author: Haris Fernando harisfernando28@gmail.com Institut Seni Indonesia Padangpanjang	Uniadek adalah brand kuliner khas Minangkabau yang berdiri sejak 2016 di kota Bukittinggi. Meskipun telah menembus pasar ekspor, hasil survei menunjukkan brand ini masih kurang dikenal khususnya di Sumatera Barat. Salah satu penyebabnya adalah minimnya aset visual promosi yang menarik dan profesional. Hal ini memunculkan ide untuk menciptakan karya fotografi produk dengan objek produk-produk dari brand Uniadek dengan menggunakan konsep visual dark mood dengan pendekatan adaptif. Fotografi produk adalah jenis fotografi yang bertujuan menampilkan produk secara menarik dan professional untuk kebutuhan promosi atau penjualan dengan menonjolkan detail, kualitas, dan daya tarik produk melalui teknik pencahayaan, komposisi, serta penggunaan angle yang tepat. Proses penciptaan melalui tahapan persiapan (observasi, wawancara, studi pustaka), perancangan (storyboard dan skema lighting), serta perwujudan. Karya ini dapat menjadi media promosi visual yang efektif dan memperkuat identitas brand Uniadek. Keywords: <i>Dark Mood, Fotografi Produk, Minangkabau, Uniadek</i> This article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara dengan keragaman budaya yang kaya, termasuk dalam hal kuliner tradisional. Setiap daerah memiliki identitas kuliner yang mencerminkan kekayaan rasa, nilai historis, serta kearifan lokal yang diwariskan secara turun-temurun. Sumatera Barat, khususnya masyarakat Minangkabau, dikenal luas sebagai salah satu daerah penghasil kuliner lezat di Indonesia. Potensi ini tidak hanya bernilai secara budaya, tetapi juga secara ekonomi, terutama dalam pengembangan industri kreatif dan promosi produk lokal melalui media visual.

Salah satu brand kuliner khas Minangkabau yang berkembang adalah Uniadek, sebuah usaha yang didirikan di Kota Bukittinggi pada tahun 2016. *Brand* yang telah tersertifikasi halal oleh MUI ini memproduksi berbagai makanan tradisional khas Minangkabau dan berhasil menembus pasar ekspor ke sejumlah negara. Namun demikian, hasil survei terhadap masyarakat Sumatera Barat menunjukkan bahwa *brand* ini masih belum dikenal secara luas khususnya di provinsi Sumatera Barat. Minimnya

aset visual yang menarik dan profesional menjadi salah satu faktor yang menyebabkan kurang dikenalnya *brand* ini.

Permasalahan tersebut mendorong pengkarya untuk menciptakan karya fotografi produk. Fotografi produk adalah jenis fotografi yang bertujuan menampilkan produk secara menarik dan profesional untuk kebutuhan promosi atau penjualan dengan menonjolkan detail, kualitas, dan daya tarik produk melalui teknik pencahayaan, komposisi, serta penggunaan *angle* yang tepat. Foto produk adalah salah satu komponen penting dalam kegiatan promosi baik secara digital maupun konvensional (Febriyanti & Farida, 2023).

Penciptaan karya fotografi produk ini menggunakan konsep visual *dark mood* dengan pendekatan adaptif. Pendekatan ini diperkaya dengan elemen-elemen visual khas Minangkabau seperti nyiru, kain songket, mangkuk kayu, dan karung goni untuk memperkuat kesan etnik dalam penyajian produk. Penciptaan karya fotografi produk dengan objek produk-produk dari *brand* Uniadek bertujuan untuk menciptakan aset foto yang nantinya dapat digunakan sebagai pendukung promosi Uniadek melalui media sosial dan media konvensional.

LANDASAN TEORI

Beberapa teori yang menjadi landasan penciptaan karya ini antara lain : 1) Fotografi Komersial, merupakan cabang fotografi yang membuat gambar atau foto sebagai media promosi untuk menjual suatu produk, jasa pelayanan, promosi kandidat pemimpin, organisasi, perusahaan dan lain-lain (Pranoto, Apriyanto, & Samaratunga, 2021:135). Cakupan dalam bidang ini pun cukup luas seperti fotografi fashion, fotografi produk, fotografi makanan, dan fotografi korporat; 2) Fotografi Produk, merupakan teknik pengambilan gambar suatu produk dengan tujuan menampilkan bentuk dan fungsi produk secara jelas, sekaligus menciptakan tampilan visual yang menarik sehingga dapat meningkatkan daya tarik dan potensi penjualan produk tersebut.

Fotografi produk merupakan salah satu kunci penarik minat konsumen untuk melakukan pembelian (Agusta & Fatkhurohman, 2019); 3) *Food Photography*, merupakan teknik memotret makanan agar terlihat lebih menarik dan menggugah selera. Dengan melalui proses pemotretan yang maksimal, cahaya yang mendukung, penataan yang detail, dan ketelitian seorang fotografer, akan tercipta foto makanan yang bagus dan menarik (Karmilasari, Raharjo, & Candarayana, 2021:54); 4) Tata Cahaya, memegang peranan penting dalam fotografi untuk membentuk suasana dan menonjolkan detail objek.

Cahaya dapat mempengaruhi tampilan visual dengan cara mengatur kontras, bayangan, dan kedalaman gambar. Cahaya dapat menambahkan *mood* atau rasa dalam sebuah karya fotografi (Liantoni, 2022:45); 5) Komposisi, merupakan penataan elemen visual dalam bingkai untuk menciptakan keseimbangan, keselarasan, dan daya tarik dalam sebuah gambar. Ini juga dianggap sebagai fungsi komposisi dari unsur seni menurut prinsip seni rupa (Rumbyarso, 2023:139); 6) *Digital Imaging* atau editing adalah sebuah teknik yang melibatkan unsur fotografi digital dengan program komputer, dimana ada proses *retouching*, *combining*, dan *compasing* (Hidayatullah, 2020:18); 7) Konsep visual, merupakan hasil rancangan estetika yang bertujuan membentuk identitas visual sebuah karya, serta menyampaikan makna, nuansa, atau karakter

tertentu kepada khalayak. Salah satu konsep visual yang umum digunakan dalam fotografi produk makanan adalah *dark mood*. *Dark mood* yaitu foto yang cenderung terlihat lebih gelap dengan memanfaatkan elemen-elemen gelap namun tidak kekurangan cahaya, menggunakan berbagai properti namun tidak menghilangkan kesan utama makanannya dan tekstur tetap terlihat jelas (Muliawan & Pradnyanita, 2021:45). Pendekatan ini dinilai mampu mengangkat kualitas visual produk secara lebih kuat dan elegan.

METODE PENCIPTAAN

Metode merupakan sebuah langkah yang turut membantu terealisasikannya proses kegiatan yang maksimal, efektif dan efisien (Hidayat, Sa'diyah, & Lisnawati, 2020:73). Dalam konteks penciptaan, metode dapat dipahami sebagai langkah-langkah yang dirancang secara sistematis guna memberikan panduan bagi seniman dalam proses menghasilkan karya. Metode penciptaan dilakukan melalui tahapan sebagai berikut : 1) Persiapan, pengkarya mengumpulkan sebanyak banyaknya informasi mengenai *brand* Uniadek, mulai dari sejarah berdirinya, macam-macam produk, identitas visual dan kendala yang dihadapi.

Pengumpulan data melalui metode observasi, wawancara, dan studi pustaka; 2) Perancangan, pada tahap ini pencipta mulai membayangkan visualisasi karya foto berdasarkan ide dan gagasan yang telah dirancang sebelumnya, sekaligus mengintegrasikan berbagai informasi ke dalam bentuk yang akan diwujudkan dalam proses penciptaan. Pada proses ini, pengkarya mulai membuat *storyboard* sebagai gambaran dan skema *lighting* sesuai dengan konsep yang telah dirancang; 3) Perwujudan, Pada tahap ini pengkarya mulai memikirkan peralatan, komposisi, *angle* dan teknik-teknik apa saja yang digunakan untuk menciptakan karya fotografi produk dengan objek produk-produk dari *brand* Uniadek.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengkarya merancang konsep visual dengan menerapkan konsep *dark mood* dengan pendekatan adaptif yaitu dengan menyesuaikan terhadap karakteristik masing-masing produk Uniadek, mulai dari pencahayaan, warna, dan properti yang digunakan agar detail dari produk-produk Uniadek tetap terlihat jelas dan menarik secara visual. Produk-produk dari Uniadek yang menjadi objek penciptaan yaitu: Rendang Daging, Rendang Daging Tumbuk, Rendang Ayam Suir, Rendang Pakis, Rendang Telur, Rendang Ubi, Serundeng Ubi, Sambal Bawang Garing Ikan Teri, Bumbu Rendang Instan, dan Bumbu Pecel. Properti pendukung yang digunakan seperti mangkuk kayu, talenan, tatakan, sendok garpu kayu, nampan, serta rantang. Selain itu, digunakan pula bahan-bahan masakan (ingredients) yang berkaitan dengan produk, seperti cabai, bawang merah, bawang putih, ketumbar, kelapa, serai, jahe, lengkuas, daun jeruk, ubi, sayur pakis, kacang tanah, dan telur. *Background* yang digunakan berupa motif kayu dan kain berwarna hitam karena sifat warnanya yang netral, sehingga mudah dipadukan dengan berbagai warna produk-produk dari *brand* Uniadek.

Pengkarya menyajikan beberapa karya foto yang disertai dengan penjelasan atau uraian mengenai masing-masing karya. Seluruh foto yang ditampilkan merupakan hasil pemotretan langsung oleh pengkarya dan berlandaskan pada judul "Uniadek dalam

Fotografi Produk”. Setelah proses pemotretan, dilakukan seleksi terhadap hasil foto yang kemudian melalui proses pengeditan. Semua hasil karya foto ini diproduksi pada tahun 2025 dan berjumlah 20 buah foto. Beberapa dari karya “Uniadek dalam Fotografi Produk” yaitu :



Karya 1
“Persembahan”
2025

Foto di atas merupakan karya pertama yang berjudul “Persembahan”. Karya fotografi ini menampilkan produk Rendang Daging beserta kemasan dari *brand* Uniadek. Produk utama diletakkan di atas piring putih yang dipegang oleh tangan manusia, memberikan kesan interaksi dan penyampaian secara personal kepada audiens yang seakan memperkenalkan sebuah produk makanan dari *brand* Uniadek. Seluruh elemen visual disusun menggunakan komposisi *Golden Triangle* dan menggunakan sudut pengambilan gambar *high angle*.

Pengambilan karya fotografi ini dilakukan menggunakan kamera Canon 2000D dengan lensa 50 mm STM dengan pengaturan *diafragma* f/8, *shutter speed* 1/125 detik, dan *ISO* 200. Dalam proses pemotretan, pengkarya menggunakan dua sumber pencahayaan utama untuk menghasilkan visual yang optimal. Pencahayaan pertama berperan sebagai *key light*, ditempatkan pada sisi kanan objek dengan sudut 45 derajat (*oval light*) menggunakan *softbox* yang diarahkan langsung ke objek. Sementara itu, pencahayaan kedua berfungsi sebagai *fill light*, diletakkan di sisi kiri objek (*side light*), juga menggunakan *softbox*. Pada tahap pascaproduksi, pengeditan dilakukan menggunakan *software Adobe Photoshop CC 2018* untuk manipulasi visual. Selain itu, pengeditan warna dilakukan menggunakan *software Adobe Lightroom Classic* untuk proses koreksi warna secara menyeluruh.



Karya 2
 “Rendang Daging Uniadek”
 2025

Foto di atas merupakan karya kedua yang berjudul “Rendang Daging Uniadek”. Karya fotografi ini menampilkan produk dan kemasan dari *brand* Uniadek, yaitu Rendang Daging. Produk rendang tersebut diletakkan di atas piring berwarna putih untuk menonjolkan produk rendangnya. Kemasan produk turut ditampilkan di bagian kanan belakang *frame* untuk memperkuat identitas visual dari *brand* Uniadek. Minyak dari rendang tersebut memberikan kesan *juicy* yang menggugah selera. Seluruh elemen tersebut disusun membentuk komposisi *Golden Ratio* dan menggunakan sudut pengambilan gambar *high angle*.

Pengambilan karya fotografi ini dilakukan menggunakan kamera Canon 2000D dengan lensa 50 mm STM dengan pengaturan *diafragma* f/8, *shutter speed* 1/125 detik, dan *ISO* 200. Dalam proses pemotretan, digunakan dua sumber pencahayaan utama untuk menghasilkan visual yang optimal. Pencahayaan pertama berperan sebagai *key light*, ditempatkan pada sisi kanan objek dengan sudut 45 derajat (*oval light*) menggunakan *softbox* yang diarahkan langsung ke objek. Sementara itu, pencahayaan kedua berfungsi sebagai *fill light*, diletakkan di sisi kiri objek (*side light*), juga menggunakan *softbox*. Pada tahap pascaproduksi, pengeditan dilakukan menggunakan *software Adobe Photoshop CC 2018* untuk manipulasi visual. Selain itu, pengeditan warna dilakukan menggunakan *software Adobe Lightroom Classic* untuk proses koreksi warna secara menyeluruh.



Karya 3
 “Hidangan Nusantara”
 2025

Foto di atas merupakan karya ketiga yang berjudul “Hidangan Nusantara”. Karya fotografi ini menampilkan produk Rendang Daging dari *brand* Uniadek yang dipadukan dengan nasi putih sebagai pelengkap dengan dialasi daun pisang. Kedua elemen tersebut disajikan berdampingan dalam piring anyaman bambu, memberikan kesan siap saji yang khas. Seluruh elemen visual disusun menggunakan komposisi *Golden Triangle* dan menggunakan sudut pengambilan gambar *high angle*.

Pengambilan karya fotografi ini dilakukan menggunakan kamera Canon 2000D dengan lensa 50 mm STM dengan pengaturan *diafragma* f/7.1, *shutter speed* 1/125 detik, dan *ISO* 100. Dalam proses pemotretan, digunakan dua sumber pencahayaan utama untuk menghasilkan visual yang optimal. Pencahayaan pertama berperan sebagai *key light*, ditempatkan pada sisi kanan objek dengan sudut 45 derajat (*oval light*) menggunakan *softbox* yang diarahkan langsung ke objek. Sementara itu, pencahayaan kedua berfungsi sebagai *fill light*, diletakkan di sisi kiri objek (*side light*), juga menggunakan *softbox*. Pada tahap pascaproduksi, pengeditan dilakukan menggunakan *software Adobe Photoshop CC 2018* untuk manipulasi visual. Selain itu, pengeditan warna dilakukan menggunakan *software Adobe Lightroom Classic* untuk proses koreksi warna secara menyeluruh.



Karya 4
 “Detail Kelezatan”
 2025

Foto di atas merupakan karya keempat yang berjudul “Detail Kelezatan”. Karya fotografi ini menampilkan produk dan kemasan dari *brand* Uniadek, yaitu Rendang Ubi. Produk utama disajikan di atas piring berwarna putih yang menghasilkan kontras visual yang kuat dengan isi rendang, sehingga menonjolkan tekstur dan warna dari hidangan tersebut. Penyajian rendang ubi yang tampak berserakan ke luar dari piring menciptakan kesan alami, sekaligus menggugah selera. Seluruh elemen visual disusun menggunakan komposisi *Golden Ratio* dan menggunakan sudut pengambilan gambar *eye level*.

Pengambilan karya fotografi ini dilakukan menggunakan kamera Canon 2000D dengan lensa 50 mm STM dengan pengaturan *diafragma* f/6.3, *shutter speed* 1/160 detik, dan *ISO* 200. Dalam proses pemotretan, digunakan dua sumber pencahayaan utama untuk menghasilkan visual yang optimal. Pencahayaan pertama berperan sebagai *key light*, ditempatkan pada sisi kanan objek dengan sudut 45 derajat (*oval light*) menggunakan *softbox* yang diarahkan langsung ke objek. Sementara itu, pencahayaan kedua berfungsi sebagai *fill light*, diletakkan di sisi kiri objek (*side light*), juga menggunakan *softbox*. Pada tahap pascaproduksi, pengeditan dilakukan menggunakan *software Adobe Photoshop CC 2018* untuk manipulasi visual. Selain itu, pengeditan warna dilakukan menggunakan *software Adobe Lightroom Classic* untuk proses koreksi warna secara menyeluruh.



Karya 5
 “Bumbu Rendang Instan Uniadek”
 2025

Foto di atas merupakan karya kelima yang berjudul “Bumbu Rendang Instan Uniadek”. Karya fotografi ini menampilkan produk utama ditata dalam dua mangkuk kayu di atas talenan, dengan tambahan daun jeruk sebagai penguat kesan alami. Kemasan produk diletakkan di kiri belakang *frame* sebagai penegas identitas visual. Nuansa tradisional diperkuat oleh kehadiran properti seperti nyiru, tatakan, dan mangkuk kayu, serta aneka rempah yang biasa digunakan dalam rendang. Seluruh elemen visual disusun menggunakan komposisi *Golden Ratio* dan menggunakan sudut pengambilan gambar *eye level*.

Pengambilan karya fotografi ini dilakukan menggunakan kamera Canon 2000D dengan lensa 50 mm STM dengan pengaturan *diafragma f/8*, *shutter speed 1/125* detik, dan *ISO 200*. Dalam proses pemotretan, digunakan dua sumber pencahayaan utama untuk menghasilkan visual yang optimal. Pencahayaan pertama berperan sebagai *key light*, ditempatkan pada sisi kanan objek dengan sudut 45 derajat (*oval light*) menggunakan *softbox* yang diarahkan langsung ke objek. Sementara itu, pencahayaan kedua berfungsi sebagai *fill light*, diletakkan di sisi kiri objek (*side light*), juga menggunakan *softbox*. Pada tahap pascaproduksi, pengeditan dilakukan menggunakan *software Adobe Photoshop CC 2018* untuk manipulasi visual. Selain itu, pengeditan warna dilakukan menggunakan *software Adobe Lightroom Classic* untuk proses koreksi warna secara menyeluruh.



Karya 6
 “Produk-Produk Uniadek”
 2025

Foto di atas merupakan karya keenam yang berjudul “Produk-Produk Uniadek”. Karya fotografi ini merupakan karya *masterpiece* yang menampilkan berbagai kemasan produk dari *brand* Uniadek dengan penyusunan elemen visual mengikuti prinsip komposisi diagonal untuk menciptakan kesan dinamis, arah gerak, dan kedalaman dalam sebuah foto. Karya ini secara khusus termasuk ke dalam karya *masterpiece* karena menampilkan kemasan produk tanpa menyertakan isi di dalamnya, dengan tujuan untuk menonjolkan desain visual kemasan sebagai identitas *brand* Uniadek yang kuat dan macam-macam dari produk Uniadek. Seluruh elemen visual disusun menggunakan komposisi diagonal dan menggunakan sudut pengambilan gambar *top angle*.

Pengambilan karya fotografi ini dilakukan menggunakan kamera Canon 2000D dengan lensa 50 mm STM dengan pengaturan *diafragma* f/8, *shutter speed* 1/125 detik, dan *ISO* 400. Dalam proses pemotretan, digunakan dua sumber pencahayaan utama untuk menghasilkan visual yang optimal. Pencahayaan pertama berperan sebagai *key light*, ditempatkan pada sisi kanan objek dengan sudut 45 derajat (*oval light*) menggunakan *softbox* yang diarahkan langsung ke objek. Sementara itu, pencahayaan kedua berfungsi sebagai *fill light*, diletakkan di sisi kiri objek (*side light*), juga menggunakan *softbox*. Pada tahap pascaproduksi, pengeditan dilakukan menggunakan *software Adobe Photoshop CC 2018* untuk manipulasi visual. Selain itu, pengeditan warna dilakukan menggunakan *software Adobe Lightroom Classic* untuk proses koreksi warna secara menyeluruh.

Seluruh karya fotografi produk dalam tugas akhir ini menerapkan teori fotografi komersial dan fotografi produk dengan tujuan menciptakan citra visual yang menarik, profesional, dan mampu meningkatkan tarik serta identitas yang kuat dari *brand* Uniadek. Pengkarya memanfaatkan teknik tata cahaya *low key* untuk mendukung konsep visual *dark mood* dengan pendekatan adaptif yang disesuaikan dengan karakteristik setiap produk agar detail tekstur dan kelezatan makanan tetap terlihat jelas namun tetap dalam suasana tradisional nusantara yang kuat. Dari aspek komposisi, *golden triangle*, *golden ratio*, diagonal, *levelling*, dan *rule of third* digunakan untuk menciptakan keharmonisan visual dalam *frame*. Seluruh karya juga memperhatikan estetika visual melalui teori *food photography*, dengan menampilkan kelezatan masing-masing produk dari *brand* Uniadek. Tahap pascaproduksi dilakukan berdasarkan teori *digital imaging*, yaitu pengeditan foto dengan *Adobe Photoshop CC 2018* dan *Adobe*

Lightroom Classic untuk koreksi warna, menghilangkan gangguan visual, dan mempertegas detail produk, sehingga seluruh karya dapat berfungsi maksimal sebagai media promosi *brand* Uniadek yang efektif dan bernilai artistik tinggi.

KESIMPULAN

Penciptaan karya “Uniadek Dalam Fotografi Produk” ini meliputi : Rendang Daging, Rendang Daging Tumbuk, Rendang Ayam Suir, Rendang Pakis, Rendang Telur, dan Rendang Ubi, Serundeng Ubi, Sambal Bawang Garing, Bumbu Rendang Instan dan Bumbu Pecel. Konsep dari penciptaan yaitu menggunakan konsep visual *dark mood* dengan pendekatan adaptif yaitu menyesuaikan terhadap karakteristik masing-masing produk Uniadek, mulai dari pencahayaan, warna, dan properti yang digunakan agar detail dari produk-produk Uniadek tetap terlihat jelas dan menarik secara visual. Dalam penciptaan karya tersebut dilakukan beberapa tahapan di antaranya, persiapan (observasi, wawancara, studi pustaka), perancangan (*storyboard* dan skema *lighting*) dan perwujudan. Karya foto yang diciptakan dapat menjadi solusi efektif dalam menjawab permasalahan *brand* Uniadek yaitu kurangnya aset foto yang menampilkan produk-produk secara menarik dan professional. Sehingga foto produk ini bisa menjadi media promosi visual yang mendukung *brand* Uniadek dalam memperkenalkan kekayaan kuliner Minangkabau melalui pendekatan fotografi produk yang menarik dan professional.

DAFTAR PUSTAKA

- Agusta, R., & Fatkhurohman, A. (2019, December). Pengembangan Fotografi Produk dalam Pemasaran Digital Produk Konveksi Zubs di Yogyakarta. In *Prosiding Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat* (pp. 313-318).
- Cikita, A., & Murwonugroho, W. (2018, October). Analisis Kebaruan Komposisi Simetrik Pada Kedinamisan Visual Film “Fantastic Mr. Fox”. In *Prosiding Seminar Nasional Cendekiawan* (pp. 873-878).
- Febriyanti, T., & Farida, S. N. (2023). Peran foto produk sebagai media promosi untuk meningkatkan volume penjualan produk UMKM Desa Karang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 20-27.
- Hidayat, A., Sa'diyah, M., & Lisnawati, S. (2020). Metode pembelajaran aktif dan kreatif pada madrasah diniyah takmiliyah di kota bogor. *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam*, 9(01), 71-86.
- Hidayatullah, M. (2020). *Digital imaging menggunakan Adobe Photoshop CS6*. Yayasan Barcode.
- Karmilasari, A. P., Raharjo, A., & Candrayana, I. B. (2021). Makanan Korea dalam Karya Food Photography. *Retina Jurnal Fotografi*, 1(1), 53-57.
- Liantoni, F. (2022). Fotografi. *Eureka Media Aksara*.
- Muliawan, K. D., & Pradnyanita, S. I. (2021). Analisa teknik fotografi dalam tren food photography. *Jurnal Nawala Visual*, 3(1), 40-46.
- Pranoto, D. W., Apriyanto, M. F., & Samaratunga, O. (2021). Produk Kulit Decraftsman dalam Fotografi Komersial. *specta*, 5(2), 133-143.
- Rumbyarso, Y. P. A. (2023). Penyuluhan Komposisi Campuran Beton untuk Jalan Tol. *Journal of Social Work and Empowerment*, 2(3), 137-144.