

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat ditarik dari penciptaan karya seni fotografi komersial dengan topik “Visualisasi *Product Mix Artbook* "Salaka" melalui Fotografi Komersial” ini adalah bagaimana menyampaikan variasi *custom artbook* Salaka melalui media fotografi sebagai usaha dalam mempromosikan wajah baru dari Salaka. Fotografi sebagai sarana utama dalam proses visualisasi ini berfokus pada penyampaian variasi *custom* baru yang akan di *launching* oleh Salaka. *Artbook* yang menjadi objek utama pada tugas akhir ini sebelumnya belum pernah diproduksi oleh Salaka, sehingga saat karya foto ini nanti digunakan untuk promosi maka akan dapat menunjukkan wajah baru dari Salaka. Dengan menunjukkan jenis variasi *custom* baru kepada masyarakat umum melalui karya foto tugas akhir ini, maka target pasar dari Salaka akan bertambah, terutama pada kalangan seniman dan masyarakat umum dengan keinginan *custom* yang lebih unik.

Selain itu, hal lain yang dapat disimpulkan sebagai hasil penciptaan fotografi ini adalah bagaimana memvisualisasikan variasi *custom artbook* Salaka dalam bentuk *sample artbook* melalui fotografi komersial. Fotografi komersial selalu berwujud minimalis dan berfokus pada hal yang ingin dijual. Pemotretan dibuat dengan minimalis supaya masyarakat lebih bisa berfokus pada bentuk dan variasi *custom* yang ingin ditunjukkan oleh

Salaka. Latar belakang dibuat bervariasi dengan mengacu pada warna, ilustrasi, maupun bahan yang dipakai untuk membuat *artbook*. Sehingga, walaupun karya foto ini tidak banyak menggunakan properti pendukung, visual yang disajikan tetap menarik minat masyarakat untuk melihatnya lebih lama dan membeli.

## **B. Saran**

Dalam penciptaan karya fotografi ini, pemotretan di *outdoor* masih belum maksimal. Dengan teknik digital imaging foto dapat dibuat seakan-akan sedang di luar ruangan, namun pemotretan di lokasi *outdoor* akan terasa lebih natural. Masih banyak konsep yang dapat dikembangkan kedepannya dalam pemotretan *artbook* ini untuk meningkatkan nilai promosi melalui media fotografi.

Konsep dan teknik yang digunakan untuk memvisualisasikan *artbook* pada penciptaan karya ini juga dapat diterapkan pada produk lain seperti kosmetik, perhiasan, sepatu, botol minuman dan makanan, serta dapat dikembangkan lagi dengan menyesuaikan nilai apa yang ingin disampaikan dari produk tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Adisasminto, Nuning D. 2002. Buku Seniman. *Jurnal Wacana Seni Rupa*. Vol. 2 No.4. 1-19
- Enterprise, Jubilee., dan Nugroho, Ardiyanto. 2012. *Kiat mencari Uang dari Bisnis fotografi DSLR*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Irawan, El Nino. 2012. *8 Cara Cepat Bisnis Fotografi di Segala Bidang Usaha*. Bekasi: PT Senama Sejahtera Utama.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Setiyarini, Faradila Bewa. 2020. "Perancangan dan Visualisasi Branding Jersey Sepak Bola Wanita Parade Apparel Melalui Fotografi Komersial". Skripsi. Yogyakarta: Institut Seni Indonesia.
- Soedjono, Soeprapto. 2018. *A Photobook: Streetscenes Photography*. Yogyakarta: Cahaya Timur.
- Sugono, Dendy dkk. 2008. *Kamus Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Bahasa.
- Susanto, Mikke. 2016. Katalog Pameran Seni Rupa. *Jurnal Seni Rupa*. Vol.4 No. 1. 1-96
- Susanto, A. B., dan Wijarnako, Himawan. 2004. *Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta: PT Mizan Publika
- Tjin, Enche., dan Erwin Mulyadi. 2014. *Kamus Fotografi*. Jakarta: PT Gramedia.
- Yulianti,F., Lamsah., & Periyadi. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Budi Utama, Deepublish.

**Pustaka Laman**

<https://sfbook.com/the-evolution-of-the-book.htm>. (diakses pada 10 Februari 2021 pukul 15.00 WIB)

<https://ummarcelogarcia.medium.com/what-is-a-photobook-71c5d49e6477>. (diakses pada 10 Februari 2021 pukul 15.20 WIB)

<https://www.instagram.com/prayogoyoedo/> (diakses 15 Oktober 2021 pukul 16.32 WIB)

<https://www.behance.net/gallery/72861063/Socialist-Modernism-Bookdesign> (diakses 15 Oktober 2021 pukul 17.13 WIB)

<https://www.behance.net/gallery/123453083/Pronkjewail> (diakses 15 Oktober 2021 pukul 17.57 WIB)

<https://www.behance.net/gallery/64157433/ASTILLA> (diakses 15 Oktober 2021 pukul 18.14 WIB)

<https://www.instagram.com/salakaid/> (diakses 16 Oktober 2021 pukul 15.48 WIB)

<https://www.instagram.com/buddybooks/> (diakses 16 Oktober 2021 pukul 17.04 WIB)

<https://www.instagram.com/me.nulis.books/> (diakses 16 Oktober 2021 pukul 17.15 WIB)

<https://id.pinterest.com/pin/191825265358886914/> diakses 15 Oktober 2021 pukul 16.00 WIB)

<https://id.pinterest.com/pin/642114859371393974/> (diakses 15 Oktober 2021 pukul 14.41 WIB)

<https://id.pinterest.com/pin/642114859365455365/> (diakses 15 Oktober 2021 pukul 14.44 WIB)

<https://id.pinterest.com/pin/642114859371713132/> (diakses 15 Oktober 2021 pukul 14.47 WIB)

<https://id.pinterest.com/pin/642114859379462244/> (diakses 15 Oktober 2021 pukul 15.41 WIB)

<https://id.pinterest.com/pin/642114859366586718/> (diakses 15 Oktober 2021 pukul 14.50 WIB)

<https://id.pinterest.com/pin/642114859371476908/> (diakses 15 Oktober 2021 pukul 14.55 WIB)

<https://id.pinterest.com/pin/642114859379082894/> (diakses 15 Oktober 2021 pukul 15.21 WIB)

<https://id.pinterest.com/pin/642114859379461573/> (diakses 15 Oktober 2021 pukul 15.03 WIB)

<https://id.pinterest.com/pin/642114859379461591/> (diakses 15 Oktober 2021 pukul 15.05 WIB)

<https://id.pinterest.com/pin/642114859379605262/> (diakses 24 November 2021 pukul 19.20 WIB)

<https://id.pinterest.com/pin/642114859379605262/> (diakses 24 November 2021 pukul 19.27 WIB)

<http://bahanpustakaula.blogspot.com/2013/10/kebijaksanaan-dan-strategi-product-line.html> (diakses pada 14 Januari 2022)

