

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dalam penciptaan karya fotografi profil UMKM Kurnia Rajut menggunakan beberapa metode penciptaan diantaranya adalah eksplorasi dan eksperimentasi. Metode eksplorasi ini merupakan tahap pencarian topik yang ingin diangkat menjadi sebuah karya fotografi, kemudian metode eksperimentasi merupakan hasil eksperimentasi teknis pemotretan dalam segi penataan *lighting* dan juga pose model. Metode pengumpulan data dilakukan observasi langsung dan dilanjutkan wawancara dengan pemilik Kurnia Rajut, setelah data-data terkumpul membaca jurnal dari media cetak dan *online* dan mencari referensi foto tentang profil UMKM, setelah referensi terkumpul tahap selanjutnya adalah melakukan pemotretan berdasarkan referensi yang telah di cari kemudian dikembangkan, setelah pemotretan selesai dilakukan kurasi foto dan melakukan *editing* untuk penyempurnaan foto.

Dalam proses kreatif penciptaan karya fotografi ini, Penguasaan teknik fotografi dengan menggunakan *lighting* sangat membantu dalam menyampaikan pesan dan dimensi visual yang ingin disampaikan, agar foto tidak terkesan monoton.

Hasil akhir pada penciptaan karya tugas akhir ini diterapkan sebagai media cetak buku profil usaha yang dapat dijadikan sebagai salah satu bentuk media promosi UMKM Kurnia Rajut. Media cetak dipilih sebagai media yang tepat karena untuk menginformasikan tentang profil dari UMKM Kurnia Rajut sendiri mulai dari pemilik, *interior* dan *eksterior* proses produksi dari bahan mentah hingga menjadi suatu produk. Dengan adanya profil usaha yang telah dibuat, segala informasi yang telah tercantum dengan lengkap dapat dijadikan sebagai salah satu media promosi kepada masyarakat luas sehingga harapannya bisa menarik investor untuk pengembangan usaha. Dalam penciptaan karya fotografi komersial ini hal-hal yang mendukung adalah objek foto yang menyambut dan menerima dengan ramah, sehingga komunikasi selama proses pemotretan berlangsung menjadi nyaman.

Hambatan yang dialami selama proses penciptaan karya tugas akhir ini adalah lokasi rumah pemilik yang cukup jauh, penggunaan bahasa Jawa daerah setempat yang kurang dimengerti, dan kondisi cuaca yang tidak menentu. Dengan seiringnya berjalannya waktu dan juga sering mengunjungi rumah pemilik untuk melakukan riset pemotretan, hambatan tersebut menjadi bahan evaluasi untuk pemotretan selanjutnya agar lebih tersusun sistematis.

B. Saran

Dalam membuat suatu *project* pemotretan hal yang paling sangat mendasar adalah persiapan ide dan konsep, alat dan bahan, hingga properti pendukung yang akan digunakan pada saat pemotretan. Dalam pemotretan *company profile* ini memerlukan berbagai persiapan yang sangat tersusun secara sistematis, mulai dari riset kondisi lapangan wilayah, pengenalan produk dan proses pembuatannya dari bahan mentah hingga jadi, menentukan tim yang akan membantu pada saat di lapangan, referensi pose untuk pemilik hingga menentukan jadwal pemotretan dari setiap orangnya.

Proses persiapan pemotretan tidak bisa dilakukan secara mendadak karena harus diperiapkan dengan matang dan bekerja sama dengan banyak pihak. Pemahaman tentang tema yang diangkat kemudian akan di visualkan kedalam suatu karya foto sangat penting, mengusung tema profil UMKM yang bekerjasama dengan Kurnia Rajut harus melakukan pendekatan yang cukup lama dengan pemilik agar pada saat ketika melakukan pemotretan terciptalah suasana yang akrab dan nyaman sehingga foto yang dihasilkan juga memuaskan. Proses pendekatan dan peerkenalan membutuhkan waktu kurang lebih selama dua bulan, maka dari itu etika dan komunikasi yang baik dengan pemilik sangat diperlukan, mengingat Triyanti selaku pemilik dan sumber informasi untuk data agar bisa terealisasikan kedalam sebuah karya fotografi.

KEPUSTAKAAN

- Agustrijanto. 2001. *Seni Mengasah Kreatifitas dan Memahami Bahasa Iklan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Alwi Hasan, dkk. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta : Departemen Pendidikan Nasional Balai Pustaka.
- Berutu dan Isnaini, Dedy. 2013. “Analisis Foto Jurnalistik Mengenai Kerusakan Di Mesuji Lampung Pada Harian Kompas”. Universitas Sumatera Utara
- Duranto. 2003. *Brand Equity Ten, Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Francis, Kathleen. 2007. *Photographic Companies and Applications: Corporate Photography*. No. 4, Hal. 326
- George Cochran. *Focal Encyclopedia of Photography: Digital Imaging, Theory and Applications, History, and Science*. Ed. Michael R. Peres. 4th ed. Elsevier, Inc., (2007).
- Harmaizar Z, Menangkap Peluang Usaha, (Bekasi: CV Dian Anugerah Prakasa Ed. II, 2008), h. 13
- H.C.Witherington, Psikologi Pendidikan, Aksara Baru: Jakarta, 1991, hal.135
- Jaiz, Muhammad. 2014. *Dasar-Dasar Periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kriyantono, Rachmat. (2008). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mulyani, Sri. 1983. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: IKIP Jakarta Press.
- Neufeld, Victoria (ed). 1996. *Webster New World Of Dictionary*. New York: Mac Millan USA).
- Nugroho, Amien. (2006). “Kamus Fotografi. Yogyakarta”: Andi Offse
- Parker, G. 1972. *The Geography of Economics (A World Survey)*. 2nd Edition. Great Britain : Hazell Watson & Viney Ltd.

Ruslan, R. (2014). *Manajemen Publik Relation dan Media Komunikasi (Konsep dan Aplikasi)*. Jakarta: PT. Raja Grafindo
Sudarma, I Komang. 2014. *Fotografi*. Yogyakarta: Graha Ilmu
Swastha, Basu . 1996 . *Azas – azas Marketing* . Yogyakarta : Penerbit Liberty

