

PRODUK HOZPIT DALAM FOTOGRAFI KOMERSIAL



SKRIPSI
TUGAS AKHIR PENCIPTAAN SENI FOTOGRAFI

RANGGA SATRIA PUTRA

1610815031

PROGRAM STUDI S1 FOTOGRAFI
JURUSAN FOTOGRAFI
FAKULTAS SENI MEDIA REKAM
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2022

PRODUK HOZPIT DALAM FOTOGRAFI KOMERSIAL



SKRIPSI

TUGAS AKHIR PENCIPTAAN SENI FOTOGRAFI

untuk memenuhi persyaratan derajat sarjana
Jurusan Fotografi, Program Studi Fotografi

RANGGA SATRIA PUTRA

1610815031

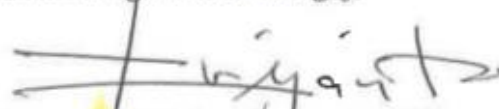
**PROGRAM STUDI S1 FOTOGRAFI
JURUSAN FOTOGRAFI
FAKULTAS SENI MEDIA REKAM
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2022**

PRODUK HOZPIT DALAM FOTOGRAFI KOMERSIAL

Diajukan oleh
Rangga Satria Putra
NIM 1610815031

Skripsi Penciptaan Karya Seni Fotografi telah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Tugas Akhir Jurusan Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, pada tanggal ... 10 JUN 2022

Pembimbing I / Ketua Penguji



Muhammad Fajar Abriyanto, M.Sn.
NIDN. 0029047608

Pembimbing II / Anggota Penguji



Kurniawan Adi Saputro, S.Ip., M.A., Ph.D.
NIDN. 0011057803

Cognate / Anggota Penguji



Oscar Samaratunga, S.E., M.Sn.
NIDN. 001377602

Ketua Jurusan



Oscar Samaratunga, S.E., M.Sn.
NIP. 19760713 200812 1 004

Mengetahui,
Dekan Fakultas Seni Media Rekam




Dr. Irwandi, M.Sn.
NIP. 19771127 200312 1 002

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : **Rangga Satria Putra**
No. Mahasiswa : **1610815031**
Program Studi : **S-1 Fotografi**
Judul Karya Seni : **PRODUK HOZPIT DALAM FOTOGRAFI
KOMERSIAL**

Menyatakan bahwa dalam Karya Seni Tugas Akhir saya tidak terdapat bagian yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi manapun dan juga tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh pihak lain sebelumnya, kecuali secara tertulis saya sebutkan dalam daftar pustaka.

Saya bertanggungjawab atas Karya Seni Tugas Akhir saya ini, dan saya bersedia menerima sanksi sesuai aturan yang berlaku, apabila dikemudian hari diketahui dan terbukti tidak sesuai dengan isi pernyataan ini.

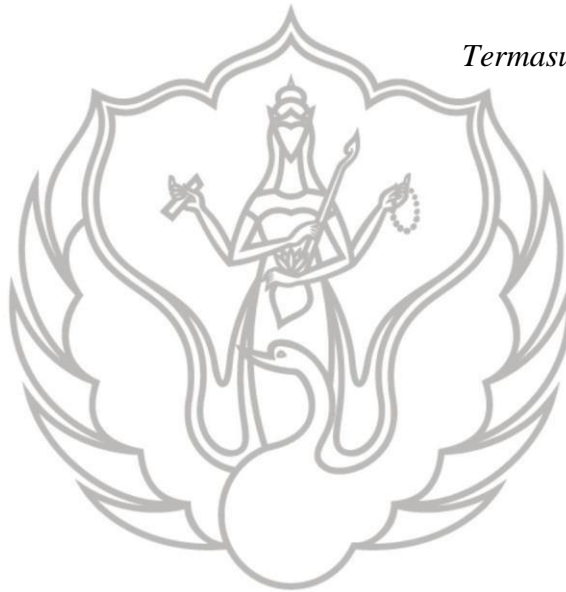
Yogyakarta, 10 Mei 2022



Rangga Satria Putra

PERSEMBAHAN

*Karya ini di persembahkan untuk;
Keluarga. Mama, Papa dan Kakak yang selalu mengingatkan,
Mendukung dan memberi semangat.
Termasuk Lavetya Maulina.*



*Terimakasih untuk 12 tahunnya,
Teruntuk raga dan jiwa atas nama Rangga Satrai Putra*

Semoga semakin menyenangkan,

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT, telah memberikan rahmat dan petunjuk-Nya sehingga dapat menyelesaikan penulisan dan penciptaan karya seni fotografi. Tugas akhir ini ditujukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana seni.

Dalam proses banyak pihak yang telah membantu selama pendidikan di Jurusan Fotografi, Fakalutas Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta sampai terwujudnya skripsi penciptaan karya seni ini. Rasa terima kasih sebanyak-banyaknya kepada semua pihak yang telah membantu dalam pelaksanaan ini, di antaranya:

1. Allah SWT yang dengan rahmat dan ridho-Nya sehingga penulis dapat melalui seluruh kejadian suka dan duka selama perkuliahan, hingga menyelesaikan Tugas Akhir ini;
2. Kepada ayah, ibu dan kakak yang selalu memberikan semangat, dukungan beserta do'a kepada penulis;
3. Dr. Irwandi, M.Sn., selaku Dekan Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta;
4. Dr. Edial Rusli, S.E., M.Sn., selaku Pembantu Dekan I, Jurusan Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta;
5. Oscar Samaratunga, S.E., M.Sn., selaku Ketua Program Studi Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta;
6. Kusri, S.Sos., M.Sn., selaku Sekretaris Program Studi Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta;

7. Zulisih Maryani, M.A., selaku Dosen Wali;
8. Muhammad Fajar Apriyanto, M.Sn selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan masukan terkait karya foto tugas akhir ini;
9. Kurniawan Adi Saputro, S.Ip., M.A., Ph.D selaku Dosen pembimbing II yang telah banyak membantu dan mengarahkan pemahaman penulisan serta teorinya untuk tugas akhir ini;
10. Seluruh dosen di Jurusan Fotografi FSMR ISI Yogyakarta;
11. Seluruh staf Tata Usaha Jurusan Fotografi FSMR ISI Yogyakarta;
12. Oky Rey Montha selaku pemilik Hozpit yang sudah memberikan kesempatan produknya di buat karya foto tugas akhir ini;
13. Lavetya Maulina yang sering mengingatkan untuk mencicil tugas akhir ini serta dukungannya untuk membantu proses pembuatan karya foto di Yogyakarta;
14. Ahmad Maula Hannan, Rifky Fauzi, Reni Aling, Asri Wulandari, Alya A Saputri, Audrey Febrina H yang sudah membantu proses pembuatan karya foto di Jakarta;
15. Monica Jodha, Naufal, Wendy, Putri, Ahmad Fauzan, Ario, Bahirotuzzakiah, Tarita, Hanif Hamady, Khairunnisa dan Vania yang sudah membantu proses pembuatan karya foto di Yogyakarta;
16. Teman-teman Fotografi 2016 dan pihak yang telah andil dalam memberikan penulis semangat, dukungan, dorongan, bantuan, waktu, dan kepeduliannya dalam bentuk apapun yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu. Terimakasih banyak.

Dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kriteria sempurna. Karena itu, kritik dan saran selalu penulis terima dengan senang hati. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan umumnya bagi semua pembaca, penelitian dan karya foto selanjutnya.

Yogyakarta, 10 Mei 2022



DAFTAR ISI

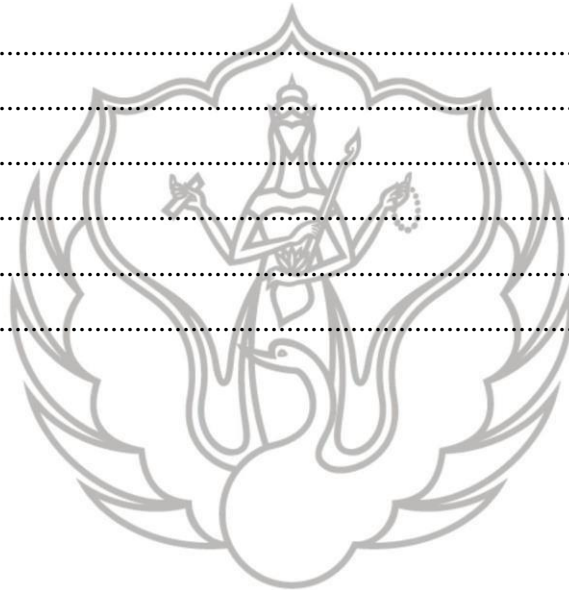
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR KARYA	xii
ABSTRAK	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Penegasan Judul	3
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan dan Manfaat	5
BAB II IDE DAN KONSEP PERWUJUDAN.....	6
A. Latar Belakang Timbulnya Ide	6
B. Landasan Penciptaan	8
1. Fotografi Komersial	8
2. Iklan	8
3. Komposisi	13
C. Tinjauan Karya	16
D. Ide dan Konsep Perwujudan	21

BAB III METODE / PROSES PENCIPTAAN	24
A. Objek Penciptaan	24
B. Metode Penciptaan	25
C. Proses Perwujudan	31
1. Bahan, Alat, dan Teknik	31
2. Tahapan Perwujudan	42
a. Proses Perwujudan Karya Secara Operasional	42
b. Rancang Visual	43
1). Persiapan	44
2). Pemotretan	45
3). Pengeditan	46
c. Teknik Penyajian	48
d. Bagan Rencana Pembuatan Karya	49
3. Biaya Produksi	51
BAB IV ULASAN KARYA	52
BAB V PENUTUP	122
A. Kesimpulan	122
B. Saran	123
KEPUSTAKAAN	124
LAMPIRAN	125
BIODATA	142

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	16
Gambar 2.2	18
Gambar 2.3	20
Gambar 3.1	33
Gambar 3.2	34
Gambar 3.3	34
Gambar 3.4	35
Gambar 3.5	36
Gambar 3.6	37
Gambar 3.7	37
Gambar 3.8	38
Gambar 3.9	39
Gambar 3.10	39
Gambar 3.11	40
Gambar 3.12	43
Gambar 3.13	44
Gambar 3.14	46
Gambar 3.15	47
Gambar 3.16	48
Gambar 4.1	53
Gambar 4.2	57
Gambar 4.3	61
Gambar 4.4	65
Gambar 4.5	69
Gambar 4.6	73
Gambar 4.7	76
Gambar 4.8	79
Gambar 4.9	83
Gambar 4.10	86

Gambar 4.11	90
Gambar 4.12	93
Gambar 4.13	97
Gambar 4.14	100
Gambar 4.15	104
Gambar 4.16	107
Gambar 4.17	110
Gambar 4.18	113
Gambar 4.19	117
Gambar 4.20	121
Gambar 5.1	127
Gambar 5.2	127
Gambar 5.3	127
Gambar 5.4	127
Gambar 5.5	128
Gambar 5.6	128



DAFTAR KARYA

Karya 1. Chest	52
Karya 2. Blackbeard	56
Karya 3. Pacifista	60
Karya 4. Pacifista	64
Karya 5. Treasure II	68
Karya 6. Treasure II	72
Karya 7. Treasure II	75
Karya 8. Pacifista	78
Karya 9. Treasure II	82
Karya 10. Pacifista	85
Karya 11. Falcon	89
Karya 12. Treasure	92
Karya 13. Belmont	96
Karya 14. Belmont	99
Karya 15. Treasure I	103
Karya 16. Belmont	106
Karya 17. Treasure I	109
Karya 18. Piccolo	112
Karya 19. Queen	116
Karya 20. Velma	120

PRODUK HOZPIT DALAM FOTOGRAFI KOMERSIAL

Oleh:
Rangga Satria Putra
1610815031

ABSTRAK

Perkembangan tas kulit pada saat ini terbilang cukup pesat, berbagai jenis kulit serta motif yang digunakan dapat menjadi daya tarik untuk konsumen. Hal ini yang menjadi latar belakang penciptaan karya, terutama karena ketertarikan terhadap bahan kulit sapi. Produk yang berbahan dasar kulit memiliki nilai jual, karakteristik dan keindahan tersendiri. Berawal dari latar belakang tersebut Hozpit dipilih sebagai salah satu objek dalam penciptaan ini, bagaimana memvisualkan fotografi komersial dengan tujuan untuk meningkatkan nilai jual pada produk tas, yang akan divisualkan dalam fotografi komersial. Penciptaan karya ini dilakukan sesuai dengan metode penciptaan yaitu eksplorasi dengan mencari referensi dari berbagai sumber, kemudian melakukan eksperimentasi untuk memilih beberapa tempat lokasi pemotretan dan perwujudan melakukan pemotretan di lokasi yang sudah ditentukan atau disepakati. Hasil dari penciptaan ini akan digunakan oleh Hozpit untuk media promosi di Instagram dan Facebook. Melalui penciptaan karya ini, diharapkan masyarakat dapat mengetahui produk tas kulit yang mempunyai ciri khas pada desainnya yaitu ukir kulit, lukis manual, ukuran bisa dipesan sesuai dengan permintaan konsumen dan warna yang digunakan menggunakan warna vintage pop.

Kata kunci : Tas kulit, Nilai jual, Fotografi komersial, dan Promosi.

HOZPIT PRODUCTS IN COMMERCIAL PHOTOGRAPHY

By:
Rangga Satria Putra
1610815031

ABSTRACT

The development of leather bags at this time is quite fast, various types of leather and the motifs used can be an attraction for consumers. This is the background of the creation of the work, especially because of the interest in cowhide. Products made from leather have their own selling points, characteristics and beauty. Starting from that background Hozpit was chosen as one of the objects in this creation. So the purpose of doing this creation is to increase the selling value of the bag product, which will be visualized in commercial photography. The creation of this work was carried out in accordance with the method of creation, namely exploration by looking for references from various sources, then conducting experiments to choose several shooting locations and the realization of taking photos at predetermined or agreed locations. The results of this creation will be used by Hozpit for media promotions on Instagram and Facebook. Through the creation of this work, it is hoped that the public will be able to identify leather bag products that have distinctive design characteristics, namely leather carving, manual painting, sizes can be ordered according to consumer demand and the colors used are vintage pop colors.

Keywords: Leather bag, Selling value, Commercial photography, and Promotion

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan tas pada zaman sekarang terbilang cukup pesat, karena banyaknya peminat, mulai dari tas bermerek hingga tas yang tidak bermerek. Berbagai koleksi tas kini ditawarkan oleh produsen dengan harga dan desain yang beragam. Tas tidak hanya dibuat dengan menonjolkan fungsionalnya saja tetapi juga menonjolkan desain pada tas tersebut. Karena desain tas dapat menarik konsumen untuk membeli tas tersebut, di sisi lain kehadiran tas dengan desain yang menarik dapat meningkatkan standar atau sikap bagi pemakainya. Untuk memilih produk fesyen seperti tas memang tidak mudah, karena harus mempertimbangkan kenyamanan, desain dan juga bahan yang akan digunakan. Misalnya dengan bahan kulit sapi. Saat ini tas kulit mulai diminati kembali karena memberikan kesan elegan kepada pemakainya, di Kota Yogyakarta sendiri terdapat produsen tas kulit yang menonjolkan desain yang unik dari tas tersebut.

Houze of Piratez atau yang sering di sebut Hozpit, adalah salah satu produsen tas kulit sapi yang berada di kota Yogyakarta. Hozpit menonjolkan pembuatan gambar pada tas kulit menggunakan seni ukir yang dipadukan dengan lukis manual pada tas kulitnya. Kesan warna yang di berikan Hozpit pada produk tasnya yaitu *vintage pop*.

Peran fotografi saat ini sangat penting untuk digunakan sebagai salah satu cara untuk mempromosikan produk. Menurut (Giwanda, 2002:57) fotografi yang memiliki tujuan untuk mengkomunikasikan atau mempromosikan suatu produk disebut dalam fotografi komersial. Peran sebuah foto dalam fotografi komersial adalah visual yang mendukung agar yang melihatnya tertarik untuk mencoba membelinya.

Fotografi komersial digunakan untuk mengiklankan suatu produk. Menurut (Abdi, 2012:5) komersial fotografi dikelompokkan sebagai jenis fotografi tersendiri. Sebenarnya komersial fotografi ditekankan pada pembagian komersial dan non komersial, tidak berdasarkan jenis fotografi. Sebab secara teknis, komersial fotografi bukan spesialisasi fotografi. Spesifikasinya lebih berorientasi ke bidang bisnis yang artinya hampir semua jenis fotografi bisa menjadi bagian fotografi komersial ketika menjadi bagian bisnis.

Tugas akhir ini akan difokuskan pada fotografi komersial untuk iklan di media sosial, seperti instagram dan facebook, yang nantinya bertujuan dari iklan tersebut mendapatkan pembeli baru (*akuisisi*), berdasarkan tujuan tersebut maka produk yang akan digunakan berupa kulit ukir dan lukis kulit, yang nantinya menjadi pembeda dari produk yang lainnya. Produk yang akan digunakan adalah tas, sehingga penciptaan ini akan memvisualisasikan seseorang yang menggunakan pakaian formal dan kasual dengan cara digunakan dan diperlihatkan produk tersebut. Adapun pengertian formal adalah pakaian yang sesuai

aturan dan etika saat menghadiri acara resmi atau bisa disebut sebagai tampilan profesional. Pakaian formal sering digunakan di lingkungan kantor dan acara resmi. Sedangkan kasual adalah pakaian yang digunakan sehari-hari, yang cukup nyaman untuk digunakan dalam kegiatan apa saja. Biasanya menggunakan kaos, celana pendek atau panjang, dan sepatu kets.

Pemilihan produk Hozpit tersebut didasari oleh pemilihan desain pada tas yang terbilang cukup menarik. Produk Hozpit yang digunakan pada penciptaan fotografi ini dikemas dan disajikan dalam bentuk karya fotografi komersial, yang memperlihatkan fungsional produk dan desain produk tersebut.

B. Penegasan Judul

Penegasan judul dalam proposal ini dimaksudkan untuk menghindari kesalahan dalam memahami pengertian yang ingin disampaikan oleh penulis. Judul proposal penciptaan ini adalah “Produk Hozpit dalam Fotografi Komersial” yang sebagai berikut penegasannya:

1. Produk

Menurut (Tjiptono, 2008:95) produk merupakan segala suatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuh kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari

produsen atau sesuatu yang ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan pemenuhan kebutuhan dan kegiatan konsumen.

2. Hozpit

Hozpit berdiri sejak tanggal 13 Agustus 2016, di Kota Yogyakarta, pendiri dari Hozpit adalah Oky Rey Montha, lulusan Desain Komunikasi Visual, Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Hozpit kepanjangan dari Houze of Piratez atau Rumah Bajak Laut. Hozpit UMKM (usaha mikro kecil menengah) sendiri bergerak dalam produksi fesyen dari bahan kulit sapi maupun pencampuran bahan yang lain. Ciri khas pada produk Hozpit adalah memberikan warna *vintage pop* pada setiap produknya, desain dengan inspirasi dari simbol-simbol bajak laut, serta desain yang dapat dibuat sesuai keinginan pembeli, produk yang dihasilkan Hozpit berfokus pada kulit, lukis kulit, dan ukir kulit.

3. Fotografi Komersial

Fotografi komersial merupakan foto yang memiliki nilai jual dengan tujuan untuk dikomersialkan. Menurut (Soedjono, 2007:30) menyebutkan fotografi komersial kini menjadi lebih luas, karena dapat dieksplorasi menjadi beberapa jenis, seperti fotografi fesyen, fotografi produk dan pengiklanan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang, rumusan masalah dalam penciptaan karya fotografi “Produk Hozpit dalam Fotografi Komersial” antara lain:

Bagaimana menyajikan visual fotografi pada produk Hozpit agar mempunyai nilai komersial.

D. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan

- a. Memperkenalkan produk Hozpit melalui karya fotografi komersial
- b. Mewujudkan konsep visualisasi produk Hozpit dalam bentuk karya fotografi komersial

2. Manfaat

- a. Membuat masyarakat lebih kreatif dalam seni ukir pada kulit sapi
- b. Memberikan inspirasi produk kulit sapi dengan perpaduan warna *vintage pop*