

## **BAB V PENUTUP**

### **A. Simpulan**

Ide penciptaan karya “Produk Mouza Beauty dalam Fotografi Komersial” ini berawal dari melihat dari banyaknya kebutuhan dan munculnya berbagai merek produk perawatan kulit. Banyaknya produk perawatan kulit yang ada, berasal dari dalam dan luar negeri. Salah satu hal yang menjadi penyebab persaingan satu produk dengan produk lain adalah dari segi manfaat. Selain dari keunggulan manfaat fotografi menjadi salah satu daya tarik masyarakat.

Indonesia memiliki berbagai jenis produk perawatan kulit lokal, salah satunya adalah Mouza Beauty yang berasal dari Bantul, Yogyakarta. Mouza Beauty mempunyai berbagai jenis produk perawatan kulit yang tentunya memiliki kandungan manfaat yang bagus, terbukti dari beberapa hasil testimoni yang ditampilkan di sosial media. Meskipun memiliki manfaat yang cukup baik, mereka juga memiliki kekurangan yaitu pada pengolahan foto di sosial media. Dengan adanya karya skripsi ini visual dari produk perawatan kulit Mouza Beauty tercipta dengan lebih menarik dan menekankan nilai informasi terkait manfaat melalui visual fotografi. visual produk Mouza Beauty pada karya skripsi ini diharapkan bisa menjadi inspirasi dari pihak Mouza Beauty untuk menyajikan pesan visual yang lebih menarik masyarakat luas.

## B. Saran

Penciptaan dengan menggunakan produk Mouza Beauty adalah sebuah tantangan bagi pengkarya. Hasil karya foto diupayakan harus memiliki nilai dan visual yang menarik, karena Mouza Beauty sudah memiliki foto katalog dari beberapa produk. Sebelum proses penciptaan dilakukan observasi, wawancara, eksplorasi, eksperimen, dan perwujudan karya. Rancangan tersebut digunakan untuk dapat menciptakan hasil karya yang lebih baik dari katalog yang sudah ada.



## KEPUSTAKAAN

- Achmad P W, Irwandi, Saputo K A. 2017. *Kajian Semiotika Terhadap Maskulinitas dalam Iklan Rokok Gudang Garam Djaja Edisi 'Rahasia Djaja' Tahun 2015*. Yogyakarta. Specta
- Barthes R. (1968). *Elemen-Elemen Semiologi*. Yogyakarta: BASABASI
- Barthes R. (1990). *Imaji Musik Teks*. Yogyakarta: JALASUTRA
- Giwanda, G. (2002). *Panduan Praktis Teknik Studio Foto*. Jakarta: Puspa Swara.
- Hasan, R. (2021). *Elemen Air dalam Fotografi Produk Perhiasan MH Silver*. Yogyakarta: Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
- Tjin, E., & Mulyadi, E. (2014). *Kamus fotografi*. Jakarta: PT Gramedia.
- Soedjono, S. (2007). *Pot-Pourri Fotografi*. Jakarta: Universitas Trisakti.
- Maryani, Sayed Fachrurrazi. (2017). *Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Kosmetik Produk Latulipe yang Sesuai Dengan Jenis Kulit Wajah Perempuan Indonesia Menggunakan Metode Promothee*. Aceh: Universitas Malikussales Lhokseumawe.
- Maarif V, Nur H M, Septianisa T A. (2019). *Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Skincare yang Sesuai dengan Jenis Kulit Wajah Menggunakan Logika Fuzzi*. Jakarta. Universitas Bina Sarana Informatika.
- Mudjiono. (2011). *Kajian Semiotika dalam Film*. Surabaya Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya.
- Muhtarom, A., Syarirozi, M.I., & Rismayanti, R.D. (2022). *Analisis Citra Merek, Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Minat Beli*. Lamongan: Universitas Islam Lamongan.
- Pradiani T. (2017). *Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan*. Malang. Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia.
- Rassel. 2018. Rassel, Rozaq M K A, Apriyanto M F. *Representasi Aroma Parfum dengan Pendekatan Metafora dalam Fotografi Produk*. Yogyakarta. Specta`
- Rumondang A, Sudirman A, Sitorus S, dll. (2020). *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*. Medan. Yayasan Kita Menulis.
- Syauki W R, Amalia D A (2020). *Persepsi dan Preferensi Penggunaan Skincare pada Perempuan Millenial dalam Perspektif Komunikasi Pemasaran*. Malang. Universitas Brawijaya.
- Santoso, E.D & Larasati, N. (2019). *Benarkah Iklan Online Efektif Untuk Digunakan dalam Promosi Perusahaan*. Malang: Universitas Ma Chung Malang
- Tinarbuko, U. (2009). *Semiotika Pengantar Visual*. Yogyakarta: JALASUTRA
- Widyanugroho, I. (2022). *Visualisasi Produk E-Liquid Morevapor dalam Fotografi Komersial*. Yogyakarta: Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

## KEPUSTAKAAN

- <https://instagram.co.id/mouzabeauty> 03.40  
<https://tiktok.co.id/mouzabeauty> 03.50  
<https://iap.tonys-view.com/> 11.12  
[instagram.com/shotsbysweety](https://instagram.com/shotsbysweety)  
[instagram.com/taylorcreadystudio](https://instagram.com/taylorcreadystudio)  
<https://www.instagram.com/p/Cquo7VWSn0v/?igshid=ZWQyN2ExYTkwZQ==>  
11.20
- <https://www.instagram.com/p/CIVIx25SKPd/?igshid=ZWQyN2ExYTkwZQ==>  
11.21
- <https://www.instagram.com/p/CgpIFnhhMTQ/?igshid=ZWQyN2ExYTkwZQ==>  
11.22  
<https://www.instagram.com/p/CXKcYHpha47/?igshid=ZWQyN2ExYTkwZQ==>  
11.23
- <https://www.instagram.com/p/COM0slIDCoi/?igshid=ZWQyN2ExYTkwZQ==>  
11.24
- <https://www.instagram.com/p/CgpHc6bBund/?igshid=ZWQyN2ExYTkwZQ==>  
11.25
- [https://www.instagram.com/p/CYtLxbJFyA\\_/?igshid=ZWQyN2ExYTkwZQ==](https://www.instagram.com/p/CYtLxbJFyA_/?igshid=ZWQyN2ExYTkwZQ==)  
11.26
- <https://www.instagram.com/p/Cg3PG5WhnvA/?igshid=ZWQyN2ExYTkwZQ==>  
11.27
- <https://www.instagram.com/p/CINV4vXSqY2/?igshid=ZWQyN2ExYTkwZQ==>  
11.28
- <https://www.instagram.com/p/CgpHNubhFc4/?igshid=ZWQyN2ExYTkwZQ==>  
11.29
- <https://www.instagram.com/p/Cg3SCyxBWA1/?igshid=ZWQyN2ExYTkwZQ==>  
11.30
- <https://www.instagram.com/p/CgIlz6MBt1c/?igshid=ZWQyN2ExYTkwZQ==>  
11.31