


**FOTOGRAFI *FASHION* DALAM INDUSTRI KREATIF
CLOTHING “HARMONIC”**



**JURUSAN FOTOGRAFI
FAKULTAS SENI MEDIA REKAM
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2014**

UPT PERPUSTAKAAN ISI YOGYAKARTA		
INV	A.400/Hf2014	
KLAS		
TERIMA	13-3-2014	FTD 

FOTOGRAFI *FASHION* DALAM INDUSTRI KREATIF *CLOTHING* “HARMONIC”



PERTANGGUNG JAWABAN TERTULIS
TUGAS AKHIR KARYA SENI

Muhammad Humanika
NIM 0710398031

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

Fashion Fotografi Dalam Industri Clothing Harmonic



MS140304400

JURUSAN FOTOGRAFI
FAKULTAS SENI MEDIA REKAM
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2014

**FOTOGRAFI *FASHION* DALAM INDUSTRI KREATIF
CLOTHING “HARMONIC”**



TUGAS AKHIR KARYA SENI


Muhammad Humanika
NIM 0710398031

JURUSAN FOTOGRAFI
FAKULTAS SENI MEDIA REKAM
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2014

FOTOGRAFI *FASHION* DALAM INDUSTRI KREATIF *CLOTHING* “HARMONIC”

Diajukan oleh
Muhammad Humanika
NIM 0710398031


Pameran dan Laporan Tertulis Karya Seni Fotografi telah dipertanggung jawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir Jurusan Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, pada tanggal 22 Januari 2014




Prof. Drs. Soeprapto Soedjono, MFA, Ph.D.
Pembimbing I / Anggota Penguji



M. Fajar Apriyanto, M.Sn.
Pembimbing II / Anggota Penguji



Heri Gunawan
Cognate / Anggota Penguji



Mahendradewa Suminto, S.Sn., M.Sn.
Ketua Program Studi / Ketua Penguji

Mengetahui,
Dekan Fakultas Seni Media Rekam



Drs. Alexandri Luthfi R., M.S.
NIP 195801219860110

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Muhammad Humanika
No. Mahasiswa : 0710398031
Program Studi : S-1 Fotografi
Judul Skripsi/Karya Seni : FOTOGRAFI *FASHION* DALAM
INDUSTRI KREATIF *CLOTHING* "HARMONIC"

Dengan menyatakan bahwa dalam Skripsi/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 Skripsi/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, 22 Januari 2014

Yang menyatakan



Muhammad Humanika



Karya ini saya persembahkan kepada :

Ibunda Dra. Suyati dan Alm Ayahanda Hasan Priyono.....

”Terimakasih untuk semangat yang tak henti-hentinya diberikan.....”

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Allah SWT. Yang selalu melimpahkan hidayah serta kebaikan. Salawat dan salam kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW. dan para sahabatnya. Setelah melalui proses yang panjang akhirnya Tugas Akhir ini dapat diselesaikan, sebagai salah satu syarat menyelesaikan studi di Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Atas bantuan dan dukungan dari semua pihak yang membantu kelancaran Tugas Akhir ini, saya mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu tercinta yang telah memberikan kasih sayang, doa, dan kesabaran serta tak henti-hentinya memberikan semangat untuk menyelesaikan tugas akhir ini. dukungan baik moril maupun materil.
2. Bapak Drs. Alexandri Lutfi R., M.S., Dekan FSMR, ISI Yogyakarta untuk dukungannya secara akademik dalam menjalani perkuliahan.
3. Bapak Prof. Drs. Soeprpto Soedjono, MFA. Ph.D. Dosen pembimbing I yang telah membantu dalam pelaksanaan dan penyusunan Tugas akhir,
4. Bapak M. Fajar Apriyanto, M.Sn., Dosen pembimbing II yg telah membantu mengkoreksi berbagai titik kesalahan dalam tulisan tugas akhir nya.
5. Bapak Mahendradewa Suminto, S.Sn, M.Sn., Ketua Jurusan Fotografi.
6. Bapak Pamungkas WS, M.Sn., sebagai Dosen Wali.
7. Kakak tercinta Renta Vulkanita yang menjadi salah satu motivasi untuk menjadi yang terbaik, serta selalu memberikan dukungan baik moril maupun materil.
8. Keluarga Besar Sumarlan, yang selalu mendukung proses kreatif dalam belajar dan bekerja.

9. Teman tercinta, Nenny Kusuma W yang selalu sabar dalam memberikan semangat untuk tetap menyelesaikan pengerjaan Tugas akhir tepat waktu.
10. Sahabat-sahabat penulis dari Faust Photography, Oxygen Fotografi, dan Flammoroom. Yang telah mendukung pengerjaan Tugas Akhir ini dengan waktu dan tenaga.
11. Sahabat-sahabat dan keluarga besar dari Harmonic team yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu.
12. Terima kasih atas semua pihak yang membantu kelancaran Tugas Akhir ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu semoga segala bantuan dan kebaikan tersebut mendapat balasan yang berlipat dari Allah SWT .

Penulis Menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan Tugas Akhir ini. oleh karena itu, kritik dan saran positif sangat diharapkan untuk membangun kemajuan karya saya dimasa mendatang dan semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi kita semua (amin).

Yogyakarta, 22 Januari 2014

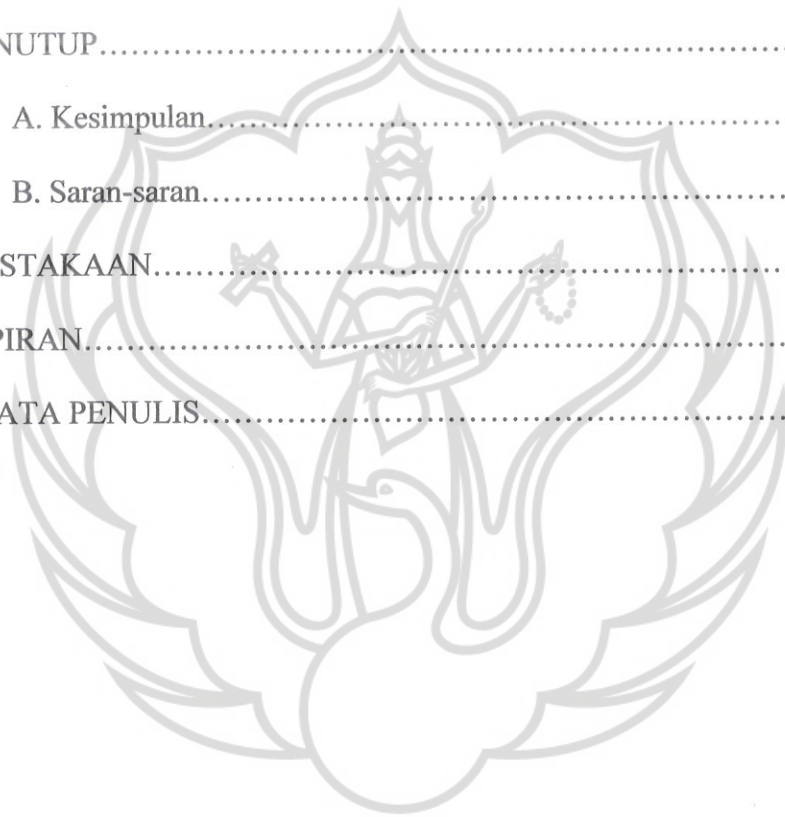
Penulis


Muhammad Humanika

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR KARYA.....	xi
ABSTRAK.....	xii
I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penciptaan.....	1
B. Penegasan Judul.....	2
C. Rumusan Masalah.....	3
D. Tujuan dan Manfaat.....	4
E. Metode Pengumpulan data.....	5
F. Tinjauan Pustaka.....	6
G. Tinjauan tentang <i>Brand</i>	13
II. IDE DAN KONSEP PERWUJUDAN.....	14
A. Latar Belakang Timbulnya Ide.....	14
B. Landasan Penciptaan/Teori.....	15
C. Tinjauan Karya.....	16

D. Ide dan Konsep Perwujudan/Penggarapan.....	20
III. METODE/PROSES PENCIPTAAN.....	22
A. Objek Penciptaan.....	23
B. Metodologi Penciptaan.....	24
C. Proses Perwujudan.....	25
IV. ULASAN/PEMBAHASAN KARYA.....	41
V. PENUTUP.....	102
A. Kesimpulan.....	102
B. Saran-saran.....	103
KEPUSTAKAAN.....	104
LAMPIRAN.....	106
BIODATA PENULIS.....	113



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Foto Acuhan 1 <i>by Peter Says Denim</i>	17
Gambar 2. Foto Acuhan 2 <i>by Peter Says Denim</i>	18
Gambar 3. Foto Acuhan 3 <i>by PMP Denim</i>	19
Gambar 4. Kamera 5D mk II.....	27
Gambar 5. <i>Compact Flash</i>	28
Gambar 6. Lensa Canon 50 mm.....	28
Gambar 7. Lensa Canon 8-15 mm	29
Gambar 9. Lensa Canon 24-70 mm	29
Gambar 10. Perlengkapan Studio	31
Gambar 11. <i>Flash Light canon 580 exII</i>	31
Gambar 12. <i>Tripod</i>	32
Gambar 13. <i>Wireless Triger</i>	32
Gambar 14. Proses <i>Editing</i> 1 dan 2	34
Gambar 15. Proses <i>Editing</i> 3, 4, 5.....	35
Gambar 16. Proses <i>Editing</i> 6.....	36
Gambar 17. Proses <i>Editing</i> 7, 8, 9	37
Gambar 18. Proses <i>Editing</i> 10.....	38

DAFTAR KARYA

No.	Judul Karya	Halaman
1.	<i>Guitar Hero</i> , 40x56 cm Cetak kertas foto.....	42
2.	<i>Black Denim</i> , 40x50 cm cetak kertas foto.....	45
3.	<i>Ready to Ride</i> , 40x50 cm cetak kertas foto.....	48
4.	<i>Rock Your Body</i> , 40x60 cm cetak kertas foto.....	51
5.	<i>Look Up</i> , 50x50 cm cetak kertas foto.....	54
6.	<i>First Jump</i> , 40x50 cm cetak kertas foto.....	57
7.	<i>Take it Easy</i> , 40x60 cm cetak kertas foto.....	60
8.	<i>Loud of rock</i> , 40x60 cm cetak kertas foto.....	63
9.	<i>Here I am</i> , 40x60 cm cetak kertas foto.....	66
10.	<i>Winter fall</i> , 40x60 cm cetak kertas foto.....	69
11.	<i>My attitude</i> , 40x60 cm cetak kertas foto.....	72
12.	<i>Blue Vest</i> , 40x50 cm cetak kertas foto.....	75
13.	<i>Lady in Red</i> , 40x60 cm cetak kertas foto.....	78
14.	<i>Blue Denim</i> , 40x50 cm cetak kertas foto.....	81
15.	<i>6 string lady</i> , 40x60 cm cetak kertas foto.....	84
16.	<i>In Silent</i> , 50x50 cm cetak kertas foto.....	87
17.	RHCK, 50x50 cm cetak kertas foto.....	90
18.	<i>Hey You</i> , 40x50 cm cetak kertas foto.....	93
19.	<i>Gold Logo</i> , 40x60 cm cetak kertas foto.....	96
20.	<i>Maddison Series</i> , 40x83 cm cetak kertas foto.....	99

FOTOGRAFI *FASHION* DALAM INDUSTRI KREATIF *CLOTHING* “HARMONIC”

oleh : Muhammad Humanika

ABSTRAK

Penciptaan fotografi bisa didasarkan untuk berbagai macam kepentingan dan biasanya sebagai suatu pembawa pesan bagi tujuan tertentu. Sejak awal ditemukan, fotografi telah menjadi suatu bahasan sendiri dalam membawa pesan yang ingin dibawa ke permukaan dengan suatu sudut dan cara pandang yang berbeda. Ide untuk mengangkat percikan Industri *clothing* “Harmonic” adalah berawal ketika penulis mengamati dan memerhatikan koleksi busana seperti kaos, *vest*, *tangtop*, *denim* dan *hoodie* yang diorientasikan kepada penggemar aliran musik rock produksi distro “Harmonic” yang memiliki unsur estetis. Unsur estetis tersebut sangat menarik saat diaplikasikan dalam fotografi *fashion*. Didalam karya tersebut penulis juga memilih objek foto (model) yang merupakan beberapa tokoh musisi rock pada tahun 2013. Model yang dijadikan objek pada beberapa pemotretan karya foto *fashion* editorial ini adalah beberapa tokoh musisi. Antara lain Cella “Kotak” (Gitaris), Tiga Setia Gara (vocalis), Maddison Luthsi (gitaris). Penulis membikin konsep dan ide dalam pemotretan yang akan dilakukan disesuaikan dengan karakter model. Dengan teknis pencahayaan yang telah dipelajari penulis diaplikasikan pada proses penciptaan karya-karya yang akan dibuat.

Kata-kata kunci: Fotografi *fashion*, industri kreatif *Clothing*, *Harmonic*.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penciptaan

Hal yang mendukung minat kontemporer yang sangat besar terhadap objek-objek terdesain adalah kebenaran yang jelas bahwa jika diberikan kesempatan, maka orang-orang akan senang memperoleh benda-benda yang mereka inginkan. Hal ini merupakan salah satu penciri gaya hidup, atau yang biasa disebut dengan modernitas. Selain itu, penciri lain mengungkapkan bahwa masyarakat modern maupun postmodern saat ini banyak berbicara tentang identifikasi ciri-ciri dunia kehidupan berupa pengelompokan sosial yang terpola secara struktural dan bagaimana wacana realitas menginformasikan, membentuk, dan memotivasi, pemahaman mereka mengenai pengertian umum tatanan sosial.¹

Fotografi *Fashion* dalam industri kreatif *clothing* yang terdapat dalam brand harmonic mengindikasikan adanya proses pengeksposan gaya hidup yang direpresentasikan melalui media komunikasi visual, seperti iklan. Produk-produk busana seperti kaos, *vest*, *tangtop*, *denim* dan *hoodie* yang diorientasikan kepada penggemar aliran musik *rock* merupakan indikasi pengelompokan sosial. Sudah menjadi kebiasaan untuk menegaskan secara rasionalis tentang munculnya ruang publik sejak abad ke-18, yang terpusat pada wacana politik, perdagangan, dan kebudayaan. Hingga saat ini, istilah *hedonisme konsumerisme* modern dipahami sebagai pencarian bagi

¹Periksa David Chaney, *Lifestyle*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2006), p. 42-43.

interdependensi kenikmatan (*pleisure*) dan makna (*meaning*) melalui godaan pembaruan tanpa akhir yang disediakan oleh pasar. Logika modernitas adalah bahwa *fashion* bukanlah eksploitasi irasional melainkan merupakan suatu pencarian eksistensial untuk berbeda dalam budaya sekular secara mendalam.

B. Penegasan Judul

1. Fotografi *fashion* adalah bidang fotografi yang mengambil gambar dengan fokus objek adalah pakaian atau aksesori yang akan diterbitkan di majalah *fashion*, iklan, atau beredar di kalangan desainer. Biasanya, fotografi *fashion* berorientasi pada industri yang bersifat komersial. Baron Adolphe de Meyer dinyatakan sebagai fotografer *fashion* pertama. Pada tahun 1913, Meyer mengambil foto-foto *fashion* pertama untuk Vogue. Fotografi *fashion* modern dapat dilakukan dengan estetika komersial atau *twist*. *fashion* tembakan cenderung diambil dalam lokasi eksotis dengan pencahayaan yang dramatis.²
2. Industri kreatif sering disebut sebagai industri yang menampung talenta kreatif, antara lain pada bidang desain *fashion*, iklan, dan fotografi.³ Industri kreatif menyediakan produk isi untuk pengetahuan ekonomi baru. Daya tarik ada pada cerita, penglihatan, dan teks-teks yang bukan berada pada mekanisme yang dibawanya.

²Periksa Marcel danesi, *Pesan Tanda Makna*, Cetakan Kedua, (Yogyakarta: Jalasutra, 2011), p.216-220. Periksa juga di www.hobby.ghiboo.com. Kamis, 21/06/2012 14:36 WIB, yang ditulis oleh Wahyu.

³Periksa John Hartley, *Communication, Cultural, & Media Studies: Konsep Kunci*,(Yogyakarta: Jalasutra, 2010), p.118-120.

3. *Clothing* secara umum dianggap sebagai industri sandang. Namun saat ini, *clothing* lebih cenderung diartikan sebagai industri sandang yang dikhususkan bagi remaja dengan ciri khas produk yang mengacu pada gaya-gaya tertentu. Hal ini mengacu pada hakekat bahwa *clothing* merupakan pakaian yang dapat membentuk diri seseorang. Pakaian tidak hanya sekedar penutup badan, lebih dari itu, pakaian merupakan sistem tanda yang saling terkait dengan sistem lainnya dalam masyarakat yang oleh karenanya kita mampu mengirimkan pesan tentang sikap, status sosial, kepercayaan, ideologi, dan lain sebagainya.⁴
4. Harmonic merupakan salah satu brand industri *clothing* yang produknya berorientasi pada kegemaran masyarakat yang memiliki gaya tertentu. Gaya tersebut adalah gaya yang cenderung mengacu pada *rock style* atau busana yang sering dikenakan oleh musisi *rock*, dengan produk busana seperti kaos, *vest*, *tangtop*, *denim* dan *hoodie* yang diorientasikan kepada penggemar aliran musik *rock* terutama pada saat mereka pentas. Harmonic memiliki outlet yang berada di Jalan Affandy CT X 18 Gejayan Sleman Yogyakarta.⁵

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana menunjukkan aspek estetis dan proses kreatif fotografi *fashion* dalam industri *clothing* “Harmonic”?

⁴Periksa Marcel Danesi, *Pesan Tanda*...., p. 206.

⁵ Periksa <http://harmonicrock.com>.

2. Bagaimana menyajikan identitas hasil karya fotografi *fashion* industri *clothing* “Harmonic” dalam dunia fotografi?
3. Bagaimana fotografi dapat memberi solusi dalam periklanan dunia *clothing* dan mempunyai peran dalam membentuk *image* sebuah *brand*.

D. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan

- a. Memberikan gambaran komprehensif tentang fotografi *fashion* dalam industri kreatif *clothing*.
- b. Menampilkan karya fotografi *fashion* dalam industri *clothing*.
- c. Memberikan khasanah dan pengetahuan bagi masyarakat tentang nilai dan artistik fotografi *fashion* dalam ranah industri kreatif *clothing*.

2. Manfaat

- a. Manfaat bagi mahasiswa
Memberikan wawasan yang lebih luas tentang pengerjaan sebuah fotografi *fashion*.
- b. Manfaat bagi masyarakat dan pemerintah
Fotografi *fashion* dalam industri kreatif ini mampu mengkomunikasikan dan menyampaikan pesan pembelajaran tentang jenis-jenis industri di bidang sandang kepada masyarakat, sedangkan bagi pemerintah adalah terciptanya perhatian yang bersifat simultan dan timbal balik antara konsumen, produsen, dan pemerintah tentang pengembangan industri kreatif di bidang sandang.

E. Metode Pengumpulan Data

1. Data Primer

a. Literatur dan Elektronik

Data literatur berupa buku teks, majalah, koran, dan informasi cetak lainnya digunakan sebagai acuan dalam penyusunan latar belakang penciptaan, landasan teori, dan deskripsi karya. Selain literatur, digunakan juga data elektronik yang bersumber dari televisi, film, radio, dan internet.

b. Studi lapangan

Studi lapangan digunakan untuk memperoleh data-data faktual yang terdapat di dalam masyarakat melalui wawancara dengan narasumber kunci dan narasumber pendamping.

c. Metode Wawancara

Wawancara merupakan suatu bentuk komunikasi verbal jadi semacam percakapan yang bertujuan memperoleh informasi. Kelancaran wawancara sangat dipengaruhi oleh adanya rapport. Rapport adalah suatu situasi di mana telah terjadi hubungan psikologis antara pewawancara dan responden, dimana rasa curiga responden telah hilang; antara responden dan pewawancara telah terjalin suasana berkomunikasi secara wajar dan jujur.⁶

⁶Nazir. Moh. 1983, *Metode Penelitian*, Ghalia Indonesia, Jakarta Timur, hal 243

Wawancara langsung dengan owner sangat bermanfaat untuk mengungkapkan konsep dari *brand* harmonic sendiri. Bagaimana proses terciptanya brand hingga dapat berkembang dipasaran khususnya bidang industri *clothing*.

2. Data Sekunder

Data sekunder digunakan sebagai tambahan atas data primer. Data-data sekunder diperoleh melalui wacana dan persepsi yang terdapat dalam forum diskusi, baik formal maupun non-formal, seperti seminar dan lokakarya.

F. Tinjauan Pustaka

1. Tinjauan Fotografi *Fashion*

Fotografi fashion termasuk dalam Fotografi komersial. Fotografi komersial sendiri mencakup berbagai spesialisasi, antara lain: *product photography*, *still lifes*, *lifestyle images* untuk periklanan, *architectural photography*, *fashion* dan *retail photography* (yang terutama berkaitan dengan *wedding*, *family portrait* dan pengguna non bisnis). *Event photography* dan *corporate photography* juga termasuk didalamnya. ⁷ Fotografi *fashion* adalah bidang fotografi yang mengambil gambar berkonsentrasi pada pakaian atau aksesoris (pada model atau sendirian)

⁷Periksa Kirk Tuck, *Commercial Photography Handbook*, (New York : Amherst Media, 2010), p.23.

yang akan diterbitkan di majalah *fashion*, iklan atau beredar di kalangan desainer.

2. Tinjauan Industri Kreatif

a. Definisi Industri Kreatif

Industri Kreatif dapat diartikan sebagai kumpulan aktivitas ekonomi yang terkait dengan penciptaan atau penggunaan pengetahuan dan informasi. Industri kreatif juga dikenal dengan nama lain Industri Budaya.⁸ Kementerian Perdagangan Indonesia menyatakan bahwa Industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut.

b. Sub-sektor yang merupakan industri berbasis kreativitas di Indonesia berdasarkan pemetaan industri kreatif yang telah dilakukan oleh Departemen Perdagangan Republik Indonesia adalah sebagai berikut.⁹

1) Periklanan: kegiatan kreatif yang berkaitan jasa periklanan (komunikasi satu arah dengan menggunakan medium tertentu), yang meliputi proses kreasi, produksi dan distribusi dari iklan yang dihasilkan, misalnya: riset pasar, perencanaan komunikasi iklan, iklan luar ruang, produksi material iklan, promosi,

⁸Periksa www.budpar.go.id

⁹Periksa www.budpar.go.id

kampanye relasi publik, tampilan iklan di media cetak (surat kabar, majalah) dan elektronik (televisi dan radio), pemasangan berbagai poster dan gambar, penyebaran selebaran, pamflet, edaran, brosur dan reklame sejenis, distribusi dan *delivery advertising materials* atau *samples*, serta penyewaan kolom untuk iklan. Kode KBLI (Klasifikasi Baku Lapangan Usaha) 5 digit; 73100

2) **Arsitektur:** kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa desain bangunan, perencanaan biaya konstruksi, konservasi bangunan warisan, pengawasan konstruksi baik secara menyeluruh dari level makro (*Town planning, urban design, landscape architecture*) sampai dengan level mikro (detail konstruksi, misalnya: arsitektur taman, desain interior). Kode KBLI (Klasifikasi Baku Lapangan Usaha) 5 digit; 73100.

3) **Pasar Barang Seni:** kegiatan kreatif yang berkaitan dengan perdagangan barang-barang asli, unik dan langka serta memiliki nilai estetika seni yang tinggi melalui lelang, galeri, toko, pasar swalayan, dan internet, misalnya: alat musik, percetakan, kerajinan, automobile, film, seni rupa dan lukisan.

4) **Kerajinan:** kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi dan distribusi produk yang dibuat dihasilkan oleh tenaga pengrajin yang berawal dari desain awal sampai dengan proses penyelesaian produknya, antara lain meliputi barang kerajinan

yang terbuat dari: batu berharga, serat alam maupun buatan, kulit, rotan, bambu, kayu, logam (emas, perak, tembaga, perunggu, besi) kayu, kaca, porselin, kain, marmer, tanah liat, dan kapur. Produk kerajinan pada umumnya hanya diproduksi dalam jumlah yang relatif kecil (bukan produksi massal).

- 5) Desain: kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain grafis, desain interior, desain produk, desain industri, konsultasi identitas perusahaan dan jasa riset pemasaran serta produksi kemasan dan jasa pengepakan.
- 6) Fesyen: kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, dan desain aksesoris mode lainnya, produksi pakaian mode dan aksesorisnya, konsultasi lini produk fesyen, serta distribusi produk fesyen.
- 7) Video, Film dan Fotografi: kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi produksi video, film, dan jasa fotografi, serta distribusi rekaman video dan film. Termasuk di dalamnya penulisan skrip, dubbing film, sinematografi, sinetron, dan pameran film.
- 8) Permainan Interaktif: kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, dan distribusi permainan komputer dan video yang bersifat hiburan, ketangkasan, dan edukasi. Subsektor permainan interaktif bukan didominasi sebagai hiburan semata-mata tetapi juga sebagai alat bantu pembelajaran atau edukasi.

- 9) Musik: kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi/komposisi, pertunjukan, reproduksi, dan distribusi dari rekaman suara.
- 10) Seni Pertunjukan: kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha pengembangan konten, produksi pertunjukan (misal: pertunjukan balet, tarian tradisional, tarian kontemporer, drama, musik tradisional, musik teater, opera, termasuk tur musik etnik), desain dan pembuatan busana pertunjukan, tata panggung, dan tata pencahayaan.
- 11) Penerbitan dan Percetakan: kegiatan kreatif yang terkait dengan penulisan konten dan penerbitan buku, jurnal, koran, majalah, tabloid, dan konten digital serta kegiatan kantor berita dan pencari berita. Subsektor ini juga mencakup penerbitan perangko, materai, uang kertas, blanko cek, giro, surat andil, obligasi surat saham, surat berharga lainnya, passport, tiket pesawat terbang, dan terbitan khusus lainnya. Juga mencakup penerbitan foto-foto, grafir (engraving) dan kartu pos, formulir, poster, reproduksi, percetakan lukisan, dan barang cetakan lainnya, termasuk rekaman mikro film.
- 12) Layanan Komputer dan Piranti Lunak: kegiatan kreatif yang terkait dengan pengembangan teknologi informasi termasuk jasa layanan komputer, pengolahan data, pengembangan database, pengembangan piranti lunak, integrasi sistem, desain dan analisis sistem, desain arsitektur piranti lunak, desain prasarana piranti

lunak dan piranti keras, serta desain portal termasuk perawatannya.

- 13) Televisi dan Radio: kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha kreasi, produksi dan pengemasan acara televisi (seperti games, kuis, reality show, infotainment, dan lainnya), penyiaran, dan transmisi konten acara televisi dan radio, termasuk kegiatan station relay (pemancar kembali) siaran radio dan televisi.
- 14) Riset dan Pengembangan: kegiatan kreatif yang terkait dengan usaha inovatif yang menawarkan penemuan ilmu dan teknologi dan penerapan ilmu dan pengetahuan tersebut untuk perbaikan produk dan kreasi produk baru, proses baru, material baru, alat baru, metode baru, dan teknologi baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar; termasuk yang berkaitan dengan humaniora seperti penelitian dan pengembangan bahasa, sastra, dan seni; serta jasa konsultasi bisnis dan manajemen.
- 15) Kuliner: kegiatan kreatif ini termasuk baru, kedepan direncanakan untuk dimasukkan ke dalam sektor industri kreatif dengan melakukan sebuah studi terhadap pemetaan produk makanan olahan khas Indonesia yang dapat ditingkatkan daya saingnya di pasar ritel dan pasar internasional. Studi dilakukan untuk mengumpulkan data dan informasi selengkap mungkin mengenai produk-produk makanan olahan khas Indonesia, untuk disebarluaskan melalui media yang tepat, di dalam dan di luar

negeri, sehingga memperoleh peningkatan daya saing di pasar ritel modern dan pasar internasional. Pentingnya kegiatan ini dilatarbelakangi bahwa Indonesia memiliki warisan budaya produk makanan khas, yang pada dasarnya merupakan sumber keunggulan komparatif bagi Indonesia. Hanya saja, kurangnya perhatian dan pengelolaan yang menarik, membuat keunggulan komparatif tersebut tidak tergalai menjadi lebih bernilai ekonomis. Kegiatan ekonomi kreatif sebagai prakarsa dengan pola pemikir cost kecil tetapi memiliki pangsa pasar yang luas serta diminati masyarakat luas diantaranya usaha kuliner, assesoris, cetak sablon, bordir dan usaha rakyat kecil seperti penjual bala-bala, bakso, comro, gehu, batagor, bajigur dan ketoprak.

3. Tinjauan *Digital Imaging*

Rahmat Widiyanto, *Digital Imaging for Advertising*, Elexmedia Koputindo, Jakarta. Dengan membahas serangkaian proses penciptaan desain iklan artistik, dengan *photosop* untuk menghadirkan hal-hal yang tidak mungkin atau sulit dilakukan dalam pemotretan. Melalui buku ini, penulis dapat memahami proses *editing* untuk foto komersial periklanan.

G. Tinjauan Clothing Brand

Tentang Brand

Harmonic merupakan salah satu brand industri *clothing* yang produknya berorientasi pada kegemaran masyarakat yang memiliki gaya tertentu. Gaya tersebut adalah gaya yang cenderung mengacu pada *rock style* atau busana yang sering dikenakan oleh musisi *rock*, terutama pada saat mereka pentas. Konsep design dan image sangat kental dengan nuansa *rock*. Harmonic juga memiliki tagline “*Rock Your Body*” yang berarti sebuah refleksi semangat dan attitude dari jiwa seseorang. Mereka juga menggunakan *brand ambassador* beberapa musisi *rock* seperti Cella gitaris band Kotak. Harmonic memiliki *store* yang berada di Jl. Afandi CT X 18 Gejayan Yogyakarta¹⁰.

¹⁰ Periksa <http://harmonicrock.com>.