

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai fotografi potret sebagai medium *personal branding*: analisis estetika visual karya studio phototentic, dapat ditarik beberapa kesimpulan penting sebagai berikut. Pertama, fotografi potret karya studio phototentic secara konsisten mengimplementasikan prinsip-prinsip estetika visual yang meliputi elemen garis, warna, bentuk, tekstur, pencahayaan, serta komposisi. Teknik pencahayaan *low key* yang menjadi ciri khas studio ini berhasil menciptakan potret dengan kontras tinggi yang memberikan kesan dramatis dan intens. Penggunaan lampu neon sebagai *fill light* juga menambah dimensi warna yang unik dan berbeda dari fotografi potret konvensional, sehingga menciptakan identitas visual yang khas dan membedakan karya studio phototentic di ranah fotografi potret.

Kedua, penerapan estetika visual tersebut tidak hanya bersifat teknis atau formal, melainkan juga berfungsi sebagai bahasa visual yang kuat untuk mengekspresikan karakter dan identitas subjek potret secara mendalam. Hal ini menunjukkan bahwa elemen estetika dalam fotografi potret tidak hanya berperan dalam menghasilkan foto yang indah secara visual, tetapi juga sebagai sarana komunikasi yang efektif dalam menyampaikan pesan personal dan nilai-nilai yang ingin ditampilkan oleh subjek. Estetika visual menjadi media ekspresi diri yang memungkinkan subjek potret untuk menunjukkan identitasnya secara autentik.

Ketiga, foto potret karya studio phototentic terbukti mampu memperkuat personal branding klien melalui visual yang konsisten dengan konsep dan karakter yang diinginkan. Pendekatan fotografi yang mengutamakan kebutuhan dan keinginan klien memberikan hasil foto yang tidak hanya sekadar dokumentasi, melainkan juga karya yang sarat makna dan mampu memperkuat citra diri subjek di mata publik. Munculnya kesesuaian antara elemen estetika visual dan konsep *personal branding*, foto potret tersebut berperan sebagai alat yang efektif untuk membangun dan mengkomunikasikan identitas diri secara profesional dan menarik.

Kesimpulan tersebut menunjukkan bahwa estetika visual dalam fotografi potret memiliki peranan yang sangat signifikan dalam membangun dan memperkuat personal branding, khususnya dalam konteks karya studio phototentic. Studi ini memperlihatkan bahwa melalui penerapan elemen dan prinsip estetika visual secara konsisten, fotografi potret dapat bertransformasi menjadi medium ekspresi diri yang bermakna sekaligus sarana komunikasi visual yang efektif.

Penelitian ini juga membuka ruang bagi pengembangan kajian lebih lanjut mengenai hubungan antara estetika visual dan komunikasi identitas, terutama dalam bidang fotografi dan media visual lainnya. Studi lanjutan dapat mengeksplorasi berbagai teknik pencahayaan, komposisi, maupun pendekatan estetika yang lebih variatif untuk memperkaya pemahaman tentang bagaimana estetika visual dapat mendukung pembangunan *personal branding* secara optimal.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini, terdapat beberapa saran yang ditujukan kepada pihak-pihak terkait dan penelitian selanjutnya sebagai berikut:

1. Bagi fotografer potret, khususnya studio phototentik

Diharapkan untuk terus mempertahankan konsistensi gaya visual yang khas serta pendekatan personal dalam memotret klien, karena hal tersebut terbukti berperan besar dalam memperkuat *personal branding* subjek. Pengembangan variasi estetika yang tetap sejalan dengan karakter klien juga bisa menjadi inovasi yang relevan ke depan.

2. Bagi subjek atau klien dalam fotografi potret

Disarankan untuk lebih aktif dalam berkomunikasi dengan fotografer mengenai citra diri yang ingin ditampilkan. Dengan begitu, hasil foto tidak hanya estetis secara visual, tetapi juga mampu merepresentasikan identitas personal secara autentik.

3. Bagi akademisi dan mahasiswa seni/fotografi

Penelitian ini dapat menjadi referensi untuk memahami bagaimana estetika visual tidak hanya sebagai aspek teknis dalam fotografi, tetapi juga sebagai sarana komunikasi identitas. Mahasiswa Program Studi Fotografi, diharapkan dapat menggali lebih dalam relasi antara elemen visual dengan makna simbolik dalam konteks sosial dan budaya.

4. Bagi peneliti selanjutnya

Disarankan untuk memperluas cakupan penelitian dengan membandingkan beberapa studio fotografi potret lainnya atau mengamati

aspek resepsi audiens terhadap foto potret sebagai media *personal branding*. Pendekatan interdisipliner dengan kajian psikologi visual atau komunikasi juga bisa memberikan sudut pandang yang lebih komprehensif.



Kepustakaan

- Arruda, w., & dixson, k. (2007). *Career distinction: stand out by building your brand*. Hoboken, nj: john wiley & sons.
- Arnheim, r. (1974). *Art and visual perception: a psychology of the creative eye (new version)*. University of california press.
- Barthes, r. (1994). *Elements of semiologi atau elemen-elemen semiologi (m. Ardiansyah, trans.)*. Basabasi.
- Eiseman, l. (2000). *Pantone guide to communicating with color*. Grafix press.
- Kelby, s. (2010). *The digital photography book: part 1 (2nd ed.)*. Peachpit press.
- Freeman, m. (n.d.). *The photographer's eye: composition and design for better digital photos*.
- Irwandi & apriyanto, m. F. (2012). *Membaca fotografi potret (teori, wacana, dan praktik)*. Gama media.
- Kaelan. (2005). *Metode penelitian kualitatif interdisipliner: untuk filsafat dan ilmu-ilmu sosial*. Paradigma.
- Miles, m. B., & huberman, a. M. (1994). *Qualitative data analysis: an expanded sourcebook (2nd ed)*. Sage publications.
- sugiyoo, lexy (2007). *Metode penelitian kualitatif*. Bandung: cv remadja karya
- Montoya, p., & vandehey, t. (2009). *The brand called you: make your business stand out in a crowded marketplace*. Mcgraw-hill
- Peters, t. (1997). *The brand called you*. *Fast company*, (10), 83–90.

Shepherd, i. D. H. (2005). From cattle and coke to charlie: meeting the challenge of self marketing and personal branding. Journal of marketing management, 21(5-6), 589–606.

Soedjono, soeprapto (2007). Pot-pourri fotografi .jakarta: universitas trisakti

Sugiyono (2020). Metode penelitian kualitatif.bandung: alfabeta.

Wells, l. (2021). Photography : a critical introduction (6th ed.). Routledge

Jurnal

Kurniawan, s. D. (2022). Pengelolaan personal branding akun instagram @okyarisandi sebagai human interest conceptual photographer periode 2018–2021 (skripsi sarjana). Universitas negeri yogyakarta.

Widagdhaprasana, m., & yuliarso, k. K. (2010). Personal branding melalui foto: studi kasus proses produksi pesan dalam pembuatan foto personal branding ir. Sukmadji indro tjahyono (skripsi sarjana). Institut seni indonesia yogyakarta.

Informan

Setya (28 th.), fotografer, wawancara tanggal 10 September 2025 Studio Phototentik, Yogyakarta.