

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penciptaan, produk celana jeans Volkvogjeans berhasil divisualisasikan secara kreatif melalui pendekatan anonimitas model dengan kostum hijau. Pendekatan ini memungkinkan fokus visual tertuju sepenuhnya pada celana jeans tanpa distraksi identitas personal. Kostum hijau berfungsi menyamarkan karakter model secara efektif, sementara penggunaan gestur tubuh dan pencahayaan studio memperkuat daya ekspresi visual dari produk.

Konsep ini membuktikan bahwa fotografi fesyen tidak selalu membutuhkan penonjolan identitas personal, melainkan dapat menggunakan pendekatan visual yang lebih konseptual dan eksperimental. Karya ini berhasil mewujudkan visual yang komunikatif dan inklusif, membuka ruang interpretasi yang lebih luas bagi *audiens*. Dengan pencahayaan studio yang terkontrol dan komposisi minimalis, hasil karya mampu menampilkan celana jeans secara optimal objek utama dalam narasi visual.

B. Saran

Penciptaan karya fotografi ini masih memiliki ruang untuk pengembangan, baik dari sisi teknis maupun visual. Salah satu hal yang dapat ditingkatkan ke depan adalah pemilihan kostum hijau yang lebih fit dan lentur agar kerutan dapat dikontrol secara lebih presisi, tanpa

mengurangi nilai simboliknya. Selain itu, pendekatan anonimitas ini memiliki potensi untuk diterapkan pada produk fesyen lainnya, tidak hanya terbatas pada celana jeans. Penciptaan karya ini diharapkan dapat menjadi referensi alternatif dalam praktik fotografi fesyen editorial yang tidak hanya menampilkan estetika, tetapi juga menyampaikan gagasan kritis dan reflektif terhadap isu identitas dan representasi visual dalam fesyen.



DAFTAR PUSTAKA

- Barnard, M. (2002). *Fashion as Communication*. Routledge.
- Barthes, R. (1981). *Camera Lucida: Reflections on Photography*. Hill and Wang.
- de Perthuis, K. (2019). *Fashion's Image: The Complex World of the Fashion Photograph* (S. Bull (ed.)). <https://doi.org/10.1002/9781118598764.ch15>
- Eldemerdash, D., Khalil, R. W., & Hassan, A. (2021). Different Types of Fashion Photography and their effect in the Fashion Design field. *International Design Journal*, 11(6), 391–413.
- Ess, C. (2009). *Digital Media Ethics*. Polity Press.
- Gunawan, A. P. (2016). Panduan Praktif Belajar Fotografi. *Jurnal Dimensi Seni Rupa Dan Desain*, 12(1), 81–102.
- Heller, S. (2009). *Green: The History of a Color*. Princeton Architectural Press.
- Kawamura, Y. (2005). *Fashion-ology: An Introduction to Fashion Studies*. Berg Publishers.
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2025). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. <https://kbbi.kemdikbud.go.id>
- Kling, R., Lee, Y., Frankel, M.S. & Teich, A. (1999). Assessing Anonymous Communication on the Internet: Policy Deliberations. *Information Society*, 15(2).
- Nugroho, R. A. (2006). *Kamus Fotografi*. Andi.
- Shinkle, E. (2008). *Fashion as photograph: Viewing and reviewing images of fashion* (E. Shinkle (ed.)). I.B. Tauris.
- Suler, J. (2004). The Online Disinhibition Effect. *CYBERPSYCHOLOGY &*

BEHAVIOR, 7(3).

Yunianto, I. (2021). *TEKNIK FOTOGRAFI, Belajar dari Basic Hingga Professional*. Yayasan Prima Agus Teknik.

Zhang, K., & Kizilcec, R. F. (2014). Anonymity in social media: Effects of content controversiality and social endorsement on sharing behavior. *Proceedings of the 8th International Conference on Weblogs and Social Media, ICWSM 2014*, 643–646. <https://doi.org/10.1609/icwsn.v8i1.14573>

