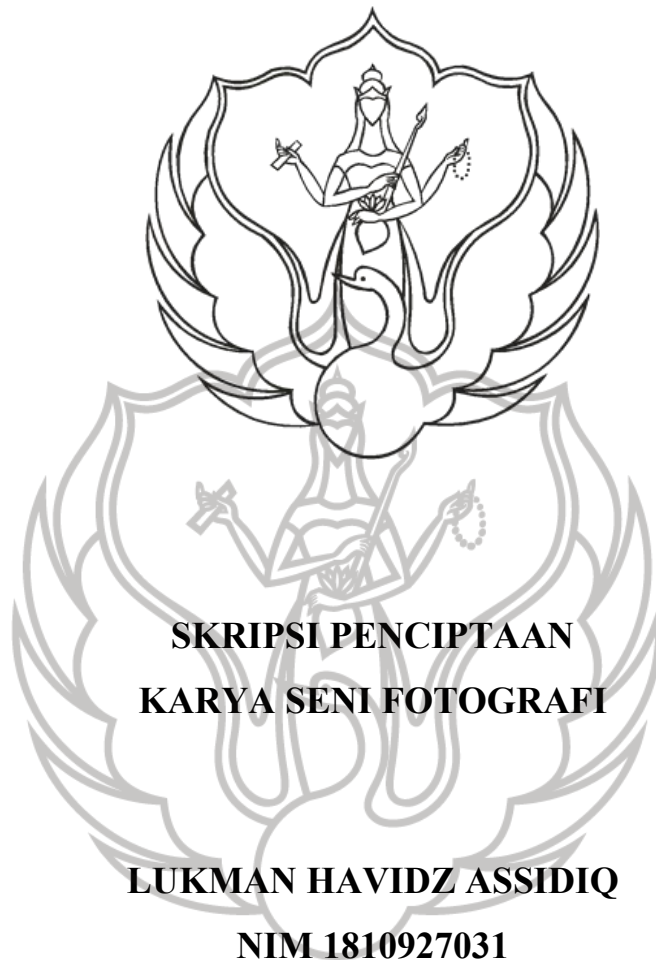


**FOTOGRAFI KOMERSIAL
PRODUK ALAS KAKI OUTDOOR PRO**



**SKRIPSI PENCIPTAAN
KARYA SENI FOTOGRAFI**

**LUKMAN HAVIDZ ASSIDIQ
NIM 1810927031**

**PROGRAM STUDI FOTOGRAFI
JURUSAN FOTOGRAFI
FAKULTAS SENI MEDIA REKAM
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2025**

HALAMAN PENGESAHAN

**FOTOGRAFI KOMERSIAL
PRODUK ALAS KAKI OUTDOOR PRO**

Disusun oleh:

Lukman Havidz Assidiq
1810927031

Telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Skripsi
Program Studi Fotografi, Jurusan Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam,
Institut Seni Indonesia Yogyakarta pada tanggal 05 JUN 2025

Pembimbing I/Ketua Penguji


Dr. Zulisih Maryani, M.A.
NIDN. 0019077803

Pembimbing II/Anggota Penguji


Dr. Sn. M. Fajar Apriyanto, M.Sn.
NIDN. 0029047608

Penguji Ahli


Oscar Samaratunga, S.E., M.Sn.
NIDN. 0013077608

Mengetahui,
Ketua Jurusan/Koordinator Program Studi


Novan Jemmi Andrea, M.Sn.
NIP 19861219 201903 1 009

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Seni Media Rekam


Dr. Edial Rusli, S.E., M.Sn.
NIP 19670203 199702 1 001



PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Lukma Havidz Assidiq
Nomor Induk Mahasiswa : 1810927031
Program Studi : Fotografi
Judul Skripsi : *Fotografi komersial Produk Alas Kaki
outdoor Pro*

Dengan ini menyatakan bahwa dalam skripsi saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi atau pernah ditulis atau diterbitkan oleh pihak lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan/atau tercantum dalam daftar pustaka.

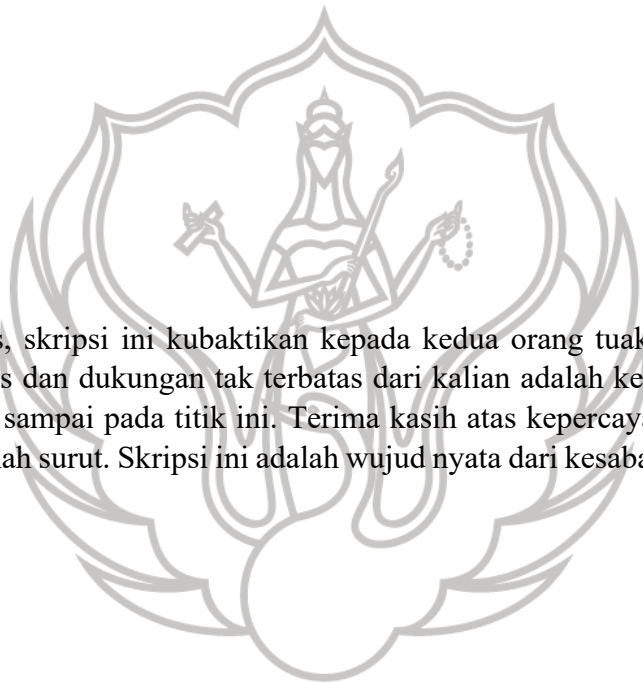
Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku apabila pada kemudian hari ditemukan bukti bahwa pernyataan ini tidak benar.

Yogyakarta, 27 Mei 2025

Yang menyatakan,



Lukman
Lukman Havidz Assidiq



Dengan tulus, skripsi ini kubaktikan kepada kedua orang tuaku, Bapak dan Ibu. Doa-doa tulus dan dukungan tak terbatas dari kalian adalah kekuatan utama yang membawaku sampai pada titik ini. Terima kasih atas kepercayaan dan bimbingan yang tak pernah surut. Skripsi ini adalah wujud nyata dari kesabaran dan keikhlasan kalian.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Fotografi Komersial Produk Alas Kaki Outdoor Pro”. Skripsi penciptaan ini dibuat untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana S-1 di Program Studi Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Penulis menyadari tanpa bantuan dari berbagai pihak pelaksanaan dan penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

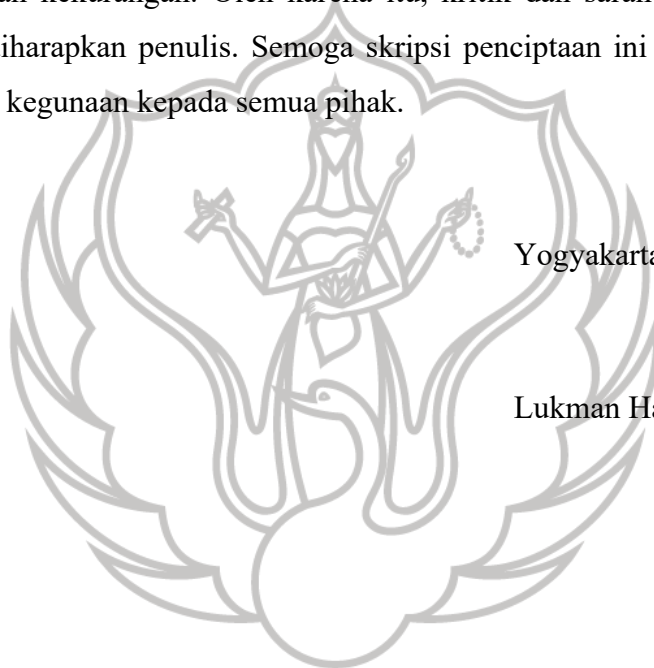
1. Allah Subhanahu wa ta'ala yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya;
2. Bapak Rohadi Suharto dan Ibu Lasiyem selaku orang tua yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan doa demi kelancaran studi dan skripsi;
3. Dr. Edial Rusli, S.E., M.Sn., Dekan Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta;
4. Novan J. Andrea, M.Sn., Ketua Jurusan Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta;
5. Achmad Oddy Widyantoro M.Sn., Sekertaris Jurusan Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta;
6. Dr. Zulisih Maryani. M.A., sebagai Dosen Pembimbing I sekaligus dosen wali yang telah memberikan banyak dukungan, bimbingan, motivasi dan nasihat selama menjalani masa perkuliahan dari awal semester hingga akhir;
7. Dr.Sn. Muhammad Fajar Apriyanto, M.Sn., sebagai Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan;
8. Oscar Samaratunga, S.E., M.Sn., selaku Dosen Penguji Ahli;
9. Seluruh dosen Jurusan Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta yang telah memberi banyak ilmu pengetahuan selama perkuliahan;

10. Wandi Timotius *brand manger* Outdoor Pro yang telah meminjamkan produknya sebagai objek penciptaan;
11. Nur Cahya Khoironi yang selalu memberikan motivasi, tenaga, dan perasaan selama pembuatan skripsi penciptaan ini;
12. Teman-teman Fotografi angkatan 2018, kontrakan 360A; dan
13. Semua pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini yang tidak dapat dicantumkan satu per satu.

Penulis menyadari selama proses dan penyusunan skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun senantiasa diharapkan penulis. Semoga skripsi penciptaan ini dapat memberikan manfaat dan kegunaan kepada semua pihak.

Yogyakarta, 26 Mei 2025

Lukman Havidz Assidiq



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN SURAT PERNYATAAN	iii
PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR KARYA	x
ABSTRAK	xi
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penciptaan.....	1
B. Rumusan Penciptaan	7
C. Tujuan dan Manfaat	7
LANDASAN PENCIPTAAN.....	8
A. Landasan Teori.....	8
B. Tinjauan karya.....	12
METODE PENCIPTAAN	18
A. Objek Penciptaan	18
B. Metode Penciptaan	21
C. Proses Perwujudan	23
1. Bahan dan Alat.....	23
2. Tahap Perwujudan.....	31
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	39
A. Ulasan Karya.....	39
B. Pembahasan Reflektif.....	99
PENUTUP	101
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN.....	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Branding Banner Outdoor Pro.....	4
Gambar 2.1 Reebok Zig Kinecta X Billionaire Boys Club.....	13
Gambar 2.2 Mexas	14
Gambar 2.3 Sepatu Keewa.....	15
Gambar 2.4 Postingan Instagram Outdoor Pro	16
Gambar 3.1 Logo Outdoor Pro.....	19
Gambar 3.2 Sandal Gunung Outdoor Pro Moskwa.	23
Gambar 3.3 Kamera	24
Gambar 3.4 Lensa	25
Gambar 3.5 Lampu Kilat.....	25
Gambar 3.6 Softbox	26
Gambar 3.7 Standard Reflector.....	27
Gambar 3.8 Snoot	27
Gambar 3.9 Reflektor.....	28
Gambar 3.10 Trigger.....	28
Gambar 3.11 Light Stand	29
Gambar 3.12 Tripod.....	29
Gambar 3.13 Kartu Memori.....	30
Gambar 3.14 Komputer.....	31
Gambar 3.15 Moodboard	32
Gambar 3.16 Contoh Skema Pencahayaan	32
Gambar 3.17 Filter Camera Raw	34
Gambar 3.18 Crop Tools.....	35
Gambar 3.19 Retouching	35
Gambar 4.1 Skema Pencahayaan Karya 1	41
Gambar 4.2 Skema Pencahayaan Karya 2	44
Gambar 4.3 Skema Pencahayaan Karya 3	47

Gambar 4.4 Skema Pencahayaan Karya 4	50
Gambar 4.5 Skema Pencahayaan Karya 5	53
Gambar 4.6 Skema Pencahayaan Karya 6	56
Gambar 4.7 Skema Pencahayaan Karya 7	59
Gambar 4.8 Skema Pencahayaan Karya 8	62
Gambar 4.9 Skema Pencahayaan Karya 9	65
Gambar 4.10 Skema Pencahayaan Karya 10	68
Gambar 4.11 Skema Pencahayaan Karya 11	71
Gambar 4.12 Skema Pencahayaan Karya 12	74
Gambar 4.13 Skema Pencahayaan Karya 13	77
Gambar 4.14 Skema Pencahayaan Karya 14	80
Gambar 4.15 Skema Pencahayaan Karya 15	83
Gambar 4.16 Skema Pencahayaan Karya 16	86
Gambar 4.17 Skema Pencahayaan Karya 17	89
Gambar 4.18 Skema Pencahayaan Karya 18	92
Gambar 4.19 Skema Pencahayaan Karya 19	95
Gambar 4.20 Skema Pencahayaan Karya 20	98
Tabel 1. Objek Material	20
Bagan 1. Rencana Pembuatan Karya	38

DAFTAR KARYA

Karya 1 Outdoor Pro Rex Trail	39
Karya 2 Outdoor Pro Rex Trail 2.....	42
Karya 3 Outdoor Pro Lynk Brown 1.....	45
Karya 4 Outdoor Pro Lynk Brown 2.....	48
Karya 5 Outdoor Pro Lynk Tosca 1.....	51
Karya 6 Outdoor Pro Lynk Tosca 2.....	54
Karya 7 Outdoor Pro Polar 1.....	57
Karya 8 Outdoor Pro Polar 2.....	60
Karya 9 Outdoor Pro Cave Sandal 1.....	63
Karya 10 Outdoor Pro Cave Sandal 2.....	66
Karya 11 Outdoor Pro Puerto.....	69
Karya 12 Outdoor Pro Sorska.....	72
Karya 13 Outdoor Pro Gen-Z Caramel Machiato 1.....	75
Karya 14 Outdoor Pro Gen-Z Caramel Machiato 2.....	78
Karya 15 Outdoor Pro Varghu JX.....	81
Karya 16 Outdoor Pro Moskwa 1.....	84
Karya 17 Outdoor Pro Moskwa 2.....	87
Karya 18 Outdoor Pro Kwazi TX.....	90
Karya 19 Outdoor Pro Celica TX.....	93
Karya 20 Outdoor Pro Wilkos TX.....	96

FOTOGRAFI KOMERSIAL

PRODUK ALAS KAKI OUTDOOR PRO

Lukman Havidz Assidiq

1810927031

ABSTRAK

Seiring dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap aktivitas luar ruang, kebutuhan akan produk yang sesuai dan menunjang kegiatan tersebut juga meningkat. Alas kaki seperti sepatu gunung dan sandal gunung merupakan salah satu produk yang banyak dibutuhkan. Outdoor Pro merupakan *brand* lokal yang fokus dalam produksi dan mengembangkan teknologi alas kaki untuk kegiatan di alam. Foto produk merupakan salah satu konten penting dalam strategi pemasaran. Untuk membuat foto produk yang menarik dibutuhkan konsep. Tahap penciptaan karya ini melalui eksplorasi, improvisasi dan pembentukan. Pengalaman pribadi menekuni hobi mendaki gunung menjadi modal dalam mengeksplorasi konsep yang sesuai dengan produk. Gaya foto *still life* dengan nuansa alam dirasa cocok dengan produk alas kaki Outdoor Pro. Konsep nuansa alam ditampilkan dengan menggunakan properti benda alam seperti batang kayu, bebatuan, lumut, dan tanaman. Konsep nuansa alam dipilih untuk menonjolkan fungsi dan estetika alas kaki dalam konteks lingkungan alam. Proses pemotretan dilakukan dengan teknik *still life* untuk menciptakan suasana yang sesuai dengan konsep. Hasil dari penciptaan karya ini adalah serangkaian foto komersial produk alas kaki Outdoor Pro yang siap digunakan untuk berbagai media pemasaran, termasuk katalog, *e-commerce*, media sosial, dan materi promosi lainnya.

Kata Kunci: alas kaki, outdoor pro, komersial, nuansa alam

COMMERCIAL PHOTOGRAPHY
OUTDOOR PRO FOOTWEAR PRODUCTS

Lukman Havidz Assidiq

1810927031

ABSTRACT

As people's interest in outdoor activities increases, the need for products that are suitable and support these activities also increases. Footwear such as mountain boots and sandals are one of the products that are in great demand. Outdoor Pro is a local brand that focuses on producing and developing footwear technology for outdoor activities. Product photos are one of the important contents in a marketing strategy. To create an attractive product photo, a concept is needed. The stage of creating this work is through exploration, improvisation and formation. Personal experience in pursuing a hobby of mountain climbing is the capital in exploring concepts that are in accordance with the product. The still life photo style with a natural feel is considered suitable for Outdoor Pro footwear products. The concept of a natural feel is displayed using natural object properties such as logs, rocks, moss, and plants. The concept of a natural feel was chosen to highlight the function and aesthetics of footwear in the context of the natural environment. The shooting process was carried out using still life techniques to create an atmosphere that is in accordance with the concept. The result of the creation of this work is a series of commercial photos of Outdoor Pro footwear products that are ready to be used for various marketing media, including catalogs, e-commerce, social media, and other promotional materials.

Keywords: footwear, outdoor pro, commercial, natural feel

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penciptaan

Kegiatan *outdoor* merupakan kegiatan yang disukai banyak orang. Banyak orang melakukan kegiatan *outdoor* dan menghabiskan waktu di alam dengan alasan kegiatan ini dapat mengurangi penat, meningkatkan kebugaran tubuh, dan menikmati keindahan alam. Kegiatan *outdoor* menawarkan banyak manfaat baik untuk kesehatan fisik maupun mental sekaligus memberikan pengalaman yang menyenangkan dan bermakna bagi penggiatnya.

Di Indonesia salah satu kegiatan *outdoor* yang banyak diminati adalah mendaki gunung. Hampir ada tiga juta pendaki gunung domestik di Indonesia sesuai data dari Asosiasi Pemandu Gunung Indonesia (mediaindonesia.com). Banyaknya pendaki gunung di Indonesia dikarenakan faktor geografi yang mendukung. Indonesia termasuk salah satu negara dengan gunung terbanyak di Dunia. Indonesia memiliki sekitar 400 gunung, dengan 129 di antaranya merupakan gunung berapi aktif (travel.detik.com). Data ini menunjukkan bahwa di Indonesia aktivitas mendaki gunung memiliki potensi besar pada ekonomi pariwisata dan industri produk penunjangnya.

Mendaki gunung adalah suatu kegiatan berpetualang di alam terbuka menuju ke tempat yang lebih tinggi yang tujuannya adalah mencapai puncak gunung. Pendakian gunung adalah suatu kegiatan yang berorientasi di alam terbuka, tujuan dari kegiatan ini adalah mendaki ke tempat yang lebih tinggi (Sumitro, 1997). Pendaki gunung adalah orang yang melakukan kegiatan mendaki gunung

untuk mencapai puncak gunung yang terdiri dari beberapa tahapan kegiatan (Sastha, 2007). Dapat dikatakan puncak gunung adalah tujuan dari setiap pendaki, walau tidak semua yang melakukan aktivitas pendakian mencapai puncak gunung dan menjadikan puncak gunung sebagai tujuan utamanya.

Mendaki gunung menjadi *trend* di kalangan anak muda. Hal ini juga didukung dengan banyaknya konten mendaki gunung di berbagai media sosial seperti Instagram, Tiktok, Youtube yang semakin mempromosikan kegiatan ini. Bahkan mendaki gunung menjadi *lifestyle* baru bagi sebagian besar kalangan anak muda (Pratama, 2021). *Trend* mendaki gunung ini juga terlihat dari peningkatan kunjungan di salah satu gunung di Jawa Tengah yaitu Gunung Prau. Jumlah pendaki pada tahun 2017 sebanyak 59.200 pendaki, tahun 2018 meningkat menjadi 135.800 pendaki, tahun 2019 meningkat menjadi 333.291 pendaki. Rata-rata pendaki setiap harinya sebanyak 253 orang dengan rentang umur 12-45 tahun dengan dominasi gender laki-laki sebanyak 77 persen (Lustiyati, Fadli & Puspitawati, 2022).

Untuk melakukan kegiatan mendaki gunung diperlukan perlengkapan yang mendukung. Kegiatan *outdoor* di gunung, seperti *hiking*, *camping*, atau *trekking* membutuhkan peralatan dan perlengkapan khusus yang dirancang untuk menghadapi berbagai kondisi alam yang ekstrem. Produk-produk ini dirancang dengan pertimbangan faktor-faktor seperti cuaca, medan, dan tingkat aktivitas sehingga dapat memberikan kenyamanan, keamanan, dan performa terbaik bagi penggunaanya. Salah satu produk yang perlu diperhatikan untuk kegiatan di gunung adalah alas kaki seperti sepatu ataupun sandal.

Sepatu gunung ataupun sandal gunung merupakan perlengkapan yang sangat penting bagi setiap pendaki dan tidak boleh dianggap remeh. Faktor keamanan menjadi salah satu alasan pendaki harus menggunakan alas kaki yang sesuai. Alas kaki yang dirancang untuk kegiatan gunung biasanya memiliki bagian atas yang kokoh dan terbuat dari bahan yang tahan air dan bagian sol yang bergerigi untuk menambah daya cengkram. Hal ini melindungi kaki dari berbagai ancaman seperti batu tajam, jalur licin, air, dan serangga.

Salah satu *brand* lokal yang memproduksi alas kaki untuk kegiatan di gunung adalah Outdoor Pro. Outdoor Pro merupakan *brand* milik PT Mitra Alas Selaras yang ada sejak tahun 2010. PT Mitra Alas Selaras memiliki beberapa cabang perusahaan dengan masing-masing merek tersendiri, yaitu Omiles, Ontime, dan Outdoor. Produk alas kaki merek Outdoor kemudian dibagi menjadi 2 kategori tersendiri berdasarkan kebutuhan dan target pasarnya yaitu Outdoor Adventure dan Outdoor Pro. Produk alas kaki Outdoor Adventure merupakan alas kaki dengan desain yang bersifat kasual, diarahkan kepada pemakaian alas kaki secara kasual, khususnya ketika berkunjung ke tempat wisata seperti pantai, danau, dan hutan wisata. Sedangkan, produk alas kaki Outdoor Pro lebih diarahkan kepada para konsumen yang lebih gemar berpetualang di alam liar seperti mendaki gunung, susur sungai, dan menjelajah gua.

Brand Outdoor Pro sudah cukup terkenal di pasar lokal. Produk Outdoor Pro dikenal dengan kekuatan dan keawetan produknya. Dengan strategi pemasaran yang baik produk *brand* ini mampu bersaing dengan produk dari *brand* terkenal lainnya. Menurut Wandi *brand manager* dari Outdoor Pro, keunggulan dari

produknya dibanding kompetitor lain adalah pada model yang variatif dan beberapa teknologi yang diterapkan. Beberapa teknologi yang ada pada alas kaki merek OutdoorPRO antara lain *Arch Pillar Suport (APS)*, yaitu teknologi yang berfungsi menjaga stabilitas kaki pada saat melakukan perjalanan di medan bebatuan dan tanah yang lembap. *Inner Grip System (IGS)* merupakan sistem yang dikembangkan untuk menjaga kestabilan kaki agar sandal tidak mudah lepas atau slip pada sandal. *Side Guard Protection (SGP)* merupakan teknologi yang diciptakan untuk melindungi kaki dari berbagai macam benturan-benturan selama dalam perjalanan. Dibandingkan produk *brand* lain, produk alas kaki Outdoor Pro memang lebih baik dengan banyak variasi dan teknologi yang ditawarkan karena Outdoor Pro hanya fokus dalam memproduksi dan mengembangkan teknologi pembuatan alas kaki.



Gambar 1.1 *Branding Banner* Outdoor Pro
Sumber: <https://outdoorpro.id/product.html>

Walau sebuah produk sudah dikenal masyarakat luas, *brand* harus terus berinovasi dalam membuat strategi pemasaran produk tersebut agar selalu populer di pasaran dan tidak dilupakan konsumennya. Dalam era digital yang semakin berkembang, strategi pemasaran produk semakin beragam. Salah satu strategi

pemasaran produk adalah dengan menggunakan visual. Visual gambar, video, dan grafik memiliki peran yang sangat signifikan dalam memaksimalkan strategi pemasaran. Visual tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga mampu menyampaikan pesan dengan lebih efektif dan meninggalkan kesan yang lebih mendalam.

Fotografi merupakan salah satu media yang efektif dalam melakukan promosi yang bertujuan untuk menarik minat konsumen. Fotografi dalam pemasaran produk memainkan peran yang sangat krusial. Melalui gambar yang menarik dan berkualitas tinggi, perusahaan dapat menyampaikan pesan merek mereka, menampilkan produk secara detail, dan menciptakan daya tarik emosional bagi calon konsumen (Isnawati, 2022).

Visual yang berkualitas dapat meningkatkan daya tarik produk dan membangun citra merek yang kuat. Sebuah foto berperan penting untuk membuat produk tersebut menarik calon pembeli. Sebuah foto harus mencerminkan keunggulan produk dan dapat menyampaikan pesan yang ingin dikatakan penjual kepada pembeli dengan jelas.

Brand Outdoor Pro dalam memasarkan produknya menggunakan strategi *omnichannel* yang berarti pemasaran produk memanfaatkan semua media sosial. Pada konten foto, *Outdoor Pro* lebih banyak menggunakan foto dengan gaya *lifestyle*. Foto dengan gaya ini biasanya menampilkan produk dengan model untuk menunjukkan penggunaan serta fungsinya. Foto seperti ini sudah baik tetapi kurang menampilkan detail dari produk. Untuk itu perlu variasi foto yang fokus pada

produk dan menampilkan detail yang berbeda dengan produk lainnya. Salah satu teknik foto yang cocok untuk memvisualkan produk adalah foto *still life*.

Dengan foto *still life* detail produk dapat divisualkan dengan lebih jelas sehingga *audiens* dapat lebih fokus pada produk. Foto produk yang menarik dan berkualitas tinggi dapat meningkatkan keterlibatan (*engagement*) dan interaksi dengan audiens (Miranti, 2022). Foto produk yang jelas, detail, dan menarik dapat membantu konsumen membuat keputusan pembelian yang lebih percaya diri. Untuk menghasilkan karya *still life* yang baik dibutuhkan sebuah konsep. Konsep yang dirasa cocok untuk produk alas kaki Outdoor Pro adalah konsep yang bernuansa alam.

Penciptaan karya *still life* produk alas kaki dengan konsep alam juga didasari pengalaman pribadi. Dengan pengalaman pribadi yang menekuni hobi mendaki gunung merasa bahwa alas kaki dapat dijadikan objek foto *still life* yang menarik. Kegiatan mendaki gunung identik dengan kaki sehingga alas kaki seperti sepatu ataupun sandal merupakan benda yang sangat berharga. Sepatu dan sandal merupakan teman perjalanan yang selalu menjaga kaki dalam setiap langkahnya.

Pengalaman mendaki gunung juga menjadi modal dalam mengeksplorasi konsep foto yang bernuansa alam. Berdasarkan pengalaman terdapat berbagai medan alam digunung, mulai dari hutan lebat di kaki gunung hingga padang rumput atau bebatuan gersang di puncaknya.

B. Rumusan Penciptaan

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan maka rumusan skripsi penciptaan ini adalah bagaimana visualisasi foto *still life* produk alas kaki Outdoor Pro dengan nuansa alam.

C. Tujuan dan Manfaat

Tujuan dari penciptaan karya ini adalah menciptakan karya fotografi *still life* produk alas kaki Outdoor Pro dengan nuansa alam.

Hasil penciptaan karya ini diharapkan dapat memberikan manfaat yakni:

1. Menjadi bahan referensi dalam menciptakan karya fotografi produk sepatu dan sandal dengan nuansa alam.
2. Memperkenalkan produk alas kaki *brand* Outdoor Pro ke masyarakat.
3. Salah satu bentuk dokumentasi dari produk asli buatan dalam negeri.
4. Karya foto dapat digunakan sebagai salah satu media promosi *brand* Outdoor Pro.