

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Wacana pemerintah tentang pengembangan-pengembangan usaha lokal untuk menghadapi MEA(Masyarakat Ekonomi Asean) berdampak positif di kalangan masyarakat, munculnya *brand-brand* lokal membantu meningkatkan nilai ekonomi di masyarakat. *Brand* lokal dari Kota Yogyakarta yaitu Vanilla Leather menjadi salah satunya, dengan produk utama tas berbahan kulit siap meramaikan pasar di tanah air. Produk dengan kualitas bagus tidak diiringi dengan visual iklan yang menarik, disitu muncul peluang untuk bekerja sama dalam membuat ulang beberapa iklan produk Vanilla Leather. Kemasan visualnya disesuaikan dengan tren visual iklan tas yang sedang digemari oleh konsumen. Target pasar dari produk Vanilla Leather kebanyakan adalah kaum wanita maka dipilih konsep visual yang ceria dan berwarna, sehingga diharapkan visual iklan yang dibuat akan menarik setiap calon konsumen untuk melihat dan penasaran dengan produk-produk Vanilla Leather.

Konsep visual dengan menggunakan media fotografi dengan teknis aksentuasi warna dipilih karena dirasa cocok untuk merepresentasikan kesan yang ceria dan berwarna. Objek utama dalam karya foto adalah produk Vanilla Leather yang dikemas dengan warna kontras harmonis dengan objek lain seperti background dan properti pendukung. Warna yang beda bertujuan untuk menggiring mata *audience* kepada produk Vanilla Leather karena adanya unsur

aksentuasi yang tercipta oleh dominasi warna yang diciptakan oleh warna dominan dari *background* dan properti.

Menentukan warna yang kontras harmonis dari produk adalah salah satu tantangan yang muncul ketika proses *editing*. Pemilihan warna tidak boleh mengasal karena akan berpengaruh pada harmonisasi komposisi warna yang diciptakan. Digunakannya literasi buku serta materi dari internet sebagai sumber menentukan warna kontras harmonis yang akan diaplikasikan pada *background* serta properti, sehingga bisa tercipta komposisi warna yang harmonis. Aksentuasi warna yang tercipta dalam karya foto muncul karena adanya suatu dominasi warna, dominasi warna menimbulkan warna kontras yang terjadi pada produk Vanilla Leather. Kontras tersebut yang menjadi aksentuasi warna, fungsi dari aksentuasi warna sebagai penarik perhatian mata *audience* untuk fokus terhadap foto produk.

Proses produksi foto dalam pembuatan tugas akhir ini banyak memberikan, misalnya untuk manajemen tim serta cara membangun relasi dengan klien dimana pada kasus ini klien yang dimaksud adalah *owner* dari Vanilla Leather. Pergantian beberapa personil dalam tim menjadi penghambat untuk kelancaran produksi, beberapa faktor seperti kesibukan kerja masing-masing dari personil membuat jadwal yang sering berubah. Tidak adanya paksaan atau tindak tegas untuk jadwal yang sering berubah-ubah mengingat produksi pemotretan ini bukan untuk proyek komersil jadi tidak ada kontrak kerja, namun perlunya berpikir cepat untuk mencari jadwal yang pas atau mencari pengganti personil yang bisa membantu dalam proses produksi.

Komunikasi dengan klien sangat berpengaruh pada keberhasilan karya tugas akhir ini, mulai dari pengajuan proposal kerjasama, *brainstorming* untuk menentukan konsep serta *finishing* visual. Menyadari akan kesibukan klien maka komunikasi selalu dijaga dengan baik dan inten sehingga klien merasa nyaman dalam menjalin kerjasama dan imbasnya adalah kelancaran dalam membuat tugas akhir ini.

## **B. Saran**

Bekerjasama dengan orang lain yaitu menyatukan dua kepentingan menjadi satu tujuan, memang tidak gampang tapi jika komunikasi bisa dijaga dengan baik maka hubungan kerja tersebut bisa berjalan dengan lancar. Mempersiapkan segala hal dengan matang dan mempunyai banyak rencana adalah salah satu jalan untuk memastikan rencana awal berjalan sesuai yang diinginkan. Manajemen waktu dalam produksi serta manajemen tim menjadi hal yang perlu diperhatikan, fotografi komersial adalah pekerjaan kolektif sehingga dibutuhkan kemampuan memimpin dan manajemen yang baik. Menjaga *mood* dalam bekerja akan memberikan energi positif terhadap berlangsungnya proses produksi.

Riset yang dilakukan jauh-jauh hari terhadap produk akan sangat membantu dalam memvisualkan konsep produk dan konsep visual yang akan diusung, hal tersebut dikarenakan waktu dalam pembuatan tugas akhir ini tidaklah banyak. Menjalinkan komunikasi yang intens dengan klien dan member ruang kepada klien untuk ikut serta dalam penggarapan konsep adalah salah satu etika dalam membangun kesan yang baik dalam kerjasama. Saran yang terakhir adalah dokumentasi setiap kegiatan pembuatan tugas akhir untuk kebutuhan

arsip, bisa berupa foto, video serta wawancara dengan klien dan orang-orang yang ikut serta dalam proses pembuatan tugas akhir.



## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Barthes, Roland. 2010. *Imaji/Musik/Teks*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Davis, Howard dan Paul Walton. 2010. *Bahasa, Citra, Media*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Hendroyono, Handoko. 2013. *Brand Gardener*. Jakarta: Literati.
- Keraf, Gorys. 2013. *Komposisi*. Flores: Nusa Indah.
- Lackey, Tamara. 2015. *Photoshop User: Why Creative People Need Business Plans*. USA: Kelbyone.
- MES 56. 2015. *Cerita Sebuah Ruang*. Yogyakarta: Indo Art Now.
- Metha, Aline. 2014. *The True Power of Color*. Yogyakarta: Octopus.
- Morrison, Andy Corry Wardhani dan Farid Hamid U. 2010. *Teori Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Myers, Kathy. 2012. *Membongkar Sensasi dan Godaan Iklan*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Nugroho, R. Amien. 2006. *Kamus Fotografi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Perweiler, Gerry. 1984. *Secret of Studio Still Life Photography*. New York: American Photographic Book.
- Sanyoto, Sadjiman Ebd. 2009. *Nirmana*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Soejono, Soeprapto. 2006. *Pot-Pourri Fotografi*. Jakarta: Universitas Trisakti.
- Vihma, Susan dan Seppo Vakeva. 2009. *Semiotika Visual dan Semantika Produk*. Yogyakarta: Jalasutra.

### Pustaka Laman

<http://sir.stikom.edu/143/5/BAB%20II.pdf> diakses pada tanggal 27 September 2016 pukul 22.00 WIB.

<http://pengertianparaahli.blogspot.co.id/2015/05/pengertian-produk-menurut-kotler-dan.html> diakses pada tanggal 08 September 2016 pukul 01.00

<http://www.tribunnews.com/bisnis/2013/12/05/ekonomi-indonesia-ditopang-pola-konsumtif-masyarakat> diakses pada tanggal 27 September 2016 pukul 23.00 WIB.

[www.behance.net](http://www.behance.net) diakses pada tanggal 25 September pukul 17.00 WIB

