

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan apa yang sudah dilakukan dalam penciptaan karya dengan judul “Produk Tas Daur Ulang Berbahan Limbah Plastik dalam Fotografi Fesyen” ini dilatarbelakangi oleh kebutuhan untuk menghadirkan visual yang dapat dijadikan media promosi produk tas daur ulang, dan dapat meningkatkan nilai dari produk tas daur ulang khususnya produk yang dihasilkan oleh Project B Indonesia.

Produk tas daur ulang karya Project B Indonesia sebagai objek material penciptaan ini merupakan representasi dari semangat UMKM dalam menghadirkan produk yang dapat mengurangi limbah sampah plastik. Project B Indonesia sudah menggunakan fotografi sebagai media promosi yang mereka gunakan. Namun belum memiliki visual yang memadai. Melalui karya ini, Visualisasi produk tas daur ulang tidak hanya ditampilkan sebagai produk tunggal, namun divisualkan menggunakan fotografi fesyen yang terencana, dan pertimbangan busana yang digunakan, membuat pesan keharmonisan produk saat digunakan sebagai produk fesyen dapat tersampaikan secara utuh dan seimbang.

Dalam proses penciptaan ini melalui metode observasi terhadap visual yang sudah dibuat oleh Project B Indonesia digunakan untuk melihat potensi yang dapat dikembangkan yang selanjutnya dijadikan sebagai pertimbangan artistik dan teknis. Kemudian hasil observasi tersebut dikembangkan dalam tahap

eksplorasi yang meliputi pemilihan busana agar tercipta keselarasan antara busana dengan produk, pemilihan latar belakang yang relatif polos sehingga objek sekitar tidak mendistraksi produk, komposisi penempatan objek agar produk menjadi *POI (Point of Interest)* yang memungkinkan untuk mengarahkan pandangan penonton secara langsung ke arah produk tas, dan arah pandang model yang disesuaikan dengan rasa percaya diri model. Sehingga secara keseluruhan elemen visual menjadi kesatuan yang harmonis, kreatif.

Proses perwujudan dalam karya ini melewati tiga tahapan yaitu Pra-Produksi yang meliputi perancangan visual, Produksi yaitu saat proses pemotretan karya, serta pasca-produksi yaitu editing yang menjadi bagian akhir dalam penciptaan yang digunakan untuk menyempurnakan karya. Editing pada karya ini dilakukan secara konsisten, meliputi penyesuaian pencahayaan, dan selektif objek yang digunakan untuk membuat latar belakang menjadi lebih gelap. Sehingga, memungkinkan model, busana, dan produk dapat tampil secara maksimal tanpa ada distraksi yang mengganggu. Untuk menunjang hal tersebut juga dilakukan penghilangan objek mengganggu yang ada pada visual. Untuk memastikan hasil akhir sesuai dengan apa yang diinginkan. Secara keseluruhan karya ini fotografi fesyen mampu memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan nilai produk tas daur ulang sebagai produk fesyen.

B. Saran

Berdasarkan yang sudah dilakukan terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan sebagai pengembangan dan praktik profesional yang selanjutnya. Saran-saran ini ditujukan tidak hanya kepada akademik tetapi juga pada UMKM

yang menggunakan limbah plastik sebagai bahan dalam pembuatan tas dan menggunakan fotografi sebagai media promosi.

Bagi Mahasiswa dan praktik professional, sangat penting untuk melakukan eskplorasi terhadap teknik yang digunakan, baik pencahayaan, komposisi maupun pose model yang menjadi bagian terpenting dalam penciptaan ini, busana yang digunakan harus disesuaikan dengan tas sehingga produk tas dapat menyatu dengan harmonis. Sehingga secara keseluruhan visual, fotografi fesyen dapat menyampaikan pesan yang lebih dalam dan meningkatkan nilai produk.

Bagi UMKM yang menggunakan fotografi sebagai media promosi dalam memasarkan produk, fotografi fesyen yang kontekstual dan dibangun dengan mempertimbangkan komposisi penempatan objek, membuat produk dan busana yang digunakan dapat menyatu secara harmonis. Dan mengarahkan presepsi konsumen terhadap produk tas daur ulang menjadi produk fesyen dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk. Melalui kolaborasi dengan fotografer visual foto yang menarik dapat dibangun sehingga membuat produk semakin menarik.

Bagi akademik, penciptaan karya fotografi fesyen yang menggunakan produk selain busana sebagai objek utama, agar menambah kreatifitas mahasiswa dalam menampilkan produk. Hal tersebut membuat mahasiswa tidak hanya dapat terampil secara teknis, namun juga kontekstual dan mempertimbangkan kebutuhan masyarakat, seperti produk yang kurang diminati, menunjukkan bahwa karya seni khususnya fotografi mampu meningkatkan nilai dari sebuah produk.

Dengan demikian, diharapkan karya ini tidak hanya berguna pada rana seni fotografi, namun juga membuka ruang terhadap produk-produk yang kurang diminati dan berkontribusi positif dapat dipromosikan secara maksimal



DAFTAR PUSTAKA

- Arofah, D. N., & Sari, M. P. (2022). MEMBANGUN KESAN DRAMATIS DENGAN PENCAHAYAAN BUATAN PADA KARYA SENI FOTOGRAFI. *Specta: Journal of Photography, Arts, and Media*, 6(1), 49-56.
- Adnyana, I. K. A., Mudana, I. W., & Raharjo, A. (2024). Streetwear Style Macan Studio Dalam Fotografi Fashion. *Retina Jurnal Fotografi*, 4(1), 54-64.
- Arnheim, R. (1974). *Art and Visual Perception: A Psychology of the Creative Eye*. Berkeley: University of California Press.
- Barnard, M. (2014). *Fashion Theory: An Introduction*. Routledge.
- Christie, M., Bangsa, P. G., & Christianna, A. (2020). Perancangan Fotografi Ragam Hias Damar Kurung Khas Gresik dalam Fashion. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana*, 20(1), 38-45.
- Dinata, I. P. M., Saryana, I. M., & Nindhia, C. I. P. (2023). Penggunaan Lensa Fish Eye Pada Pemotretan Street Fashion Fotografi. *Retina Jurnal Fotografi*, 3(1), 88-96.
- Hasibuan, M. R. R. (2023). Manfaat Daur Ulang Sampah Organik Dan Anorganik Untuk Kesehatan Lingkungan.
- Hunter, F., Biver, S., & Fuqua, P. (2015). *Light Science & Magic: An Introduction to Photographic Lighting* (5th ed.). Burlington: Focal Press.
- Itten, J. (1970). *The Elements of Color*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Kusuma, S. S. (2022). Analisis arah cahaya dalam studio fotografi. *IMAJI*, 13(2), 144-152.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Langford, M. (2010). *Langford's Basic Photography* (9th ed.). Oxford: Focal Press.
- Maulidya, C. (2022). Analisis Komposisi Fotografi Pada Foto 'Landscape' Karya Nadav Kander. *Jurnal Dasarrupa: Desain dan Seni Rupa*, 4(3), 21-29.
- Nugroho. (2006). *Kamus Fotografi*. Jakarta: Gramedia
- Lutfiansyah, N. S. (2023). Pemanfaatan instagram sebagai media promosi dengan fotografi. *Jurnal Nawala Visual*, 5(1), 40-45.
- Purbasari, N. (2014). Pemberdayaan Masyarakat melalui Kegiatan Daur Ulang Sampah Plastik (Studi Kasus pada Komunitas Bank Sampah Poklili Perumahan Griya Lembah Depok Kecamatan Sukmajaya Kota Depok).
- Rijati, S., Intan, T., & Subekti, M. (2017). Sosialisasi daur ulang sampah sebagai upaya pengembangan eko-budaya di lingkungan Desa Sayang Jatinangor Kabupaten Sumedang. *JATI EMAS (Jurnal Aplikasi Teknik dan Pengabdian Masyarakat)*, 1(2), 29-34.
- Susanto. (2017). *Fotografi Komersial*. Yogyakarta: Andi.
- Syahputra, R. (2019). Strategi Pemasaran Dalam Alquran Tentang Promosi Penjualan. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 6(2), 83-88.

- Widhiyanti, N. W. W., Nindhia, C. I. P., & Bratayadnya, P. A. (2023). STREETWEAR STYLE DARI VOORDUREND DALAM KARYA FOTOGRAFI FASHION. *Retina Jurnal Fotografi*, 3(2), 173-183.
- Wells, L. (2015). *Photography: A Critical Introduction* (5th ed.). London: Routledge.
- Wulandari, A. (2022). Meningkatkan Potensi Pariwisata di Dusun Pangukrejo, Cangkringan, Sleman dengan Implementasi Komposisi dalam Fotografi Wisata. *Jurnal Pengabdian Seni*, 3(1), 13-26.

