

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Skripsi penciptaan seni fotografi berjudul Foto Produk Rabbit and Wheels sebagai Visualisasi Pesan *Safe and Stylish* Dalam Berkendara berangkat dari pengalaman pribadi sebagai pengguna produk Rabbit and Wheels, termasuk pengalaman kecelakaan saat berkendara yang membuktikan fungsi nyata fitur pelindung pada jaket berkendara. Pengalaman tersebut dipertemukan dengan data tingginya kecelakaan lalu lintas yang didominasi pengguna sepeda motor di Indonesia, serta rendahnya kesadaran sebagian pengendara terhadap kelengkapan *riding gear* yang aman. Dari situ, lahir dorongan untuk merumuskan sebuah karya fotografi komersial yang tidak hanya menonjolkan sisi estetika busana berkendara, tetapi juga mengedepankan pesan keselamatan di jalan raya melalui konsep “*safe and stylish* dalam berkendara” dengan menggunakan produk Rabbit and Wheels sebagai objek utama.

Permasalahan tersebut dijawab melalui pendekatan fotografi komersial bergaya editorial yang memanfaatkan teori fotografi komersial, fotografi editorial, komunikasi visual, serta iklan produk sebagai landasan penciptaan. Visual yang dihasilkan tidak hanya menampilkan produk secara fungsional, tetapi juga dirancang untuk memuat narasi, konteks, dan emosi yang relevan dengan gaya hidup pengguna Rabbit and Wheels.

Pengkarya memanfaatkan prinsip estetika, komposisi, pencahayaan, dan komunikasi visual untuk membangun citra bahwa pakaian berkendara dapat sekaligus menjadi pelindung dan identitas gaya hidup modern, khususnya bagi pengendara motor muda yang aktif dan dinamis. Secara metodologis, proses penciptaan mengikuti tahapan eksplorasi, eksperimentasi, dan perwujudan. Pada tahap eksplorasi, dilakukan riset mengenai karakter produk Rabbit and Wheels, fitur keselamatan, serta perilaku pengguna jalan; dilanjutkan dengan penyusunan konsep narasi visual dan *moodboard*.

Tahap eksperimentasi dilakukan melalui *test production* baik di studio maupun luar ruangan untuk menguji tata cahaya, pemilihan lensa, dan gaya pemodelan yang paling sesuai untuk menguatkan pesan “*safe and stylish*”. Tahap perwujudan dilakukan dalam beberapa sesi utama, yaitu “*Be Prepared!*” (persiapan produk di studio), “*Stay Stylish Everyday*” (serangkaian situasi penggunaan harian seperti *Goes to Campus*, *Boys Night Out*, dan aktivitas keseharian lain), serta “*Touring de Bunnies*” yang menekankan ketangguhan produk saat perjalanan jarak menengah hingga jauh, seperti rute Dieng dan Ciwidey. Keseluruhan rangkaian tersebut dipertegas melalui proses penyuntingan, koreksi visual, dan perancangan keluaran dalam bentuk cetak (karya pameran, katalog, dan majalah editorial) yang mendukung citra merek Rabbit and Wheels.

Simpulan dari keseluruhan proses tersebut dapat disimpulkan bahwa penciptaan karya fotografi komersial ini mampu memvisualisasikan pesan

“*Safe and Stylish* dalam Berkendara” secara terpadu. Karya-karya foto yang dihasilkan memperlihatkan bahwa produk Rabbit and Wheels tidak hanya hadir sebagai *apparel* yang fungsional dan aman, tetapi juga relevan dengan gaya hidup urban, kegiatan kampus, aktivitas nongkrong di kedai kopi, hingga *touring* lintas kota. Penggabungan antara narasi keseharian, pemilihan lokasi yang kontekstual, pengelolaan pencahayaan, serta penekanan pada detail fitur produk menjadikan seri foto ini berpotensi bernilai komersial sekaligus edukatif, yakni mengampanyekan keselamatan berkendara melalui medium fotografi komersial.

B. Saran

Selama proses penciptaan karya “*Safe and Stylish* dalam Berkendara: Foto Produk Rabbit and Wheels dalam Fotografi Komersial”, menghadapi berbagai tantangan, baik pada tataran ide maupun teknis. Salah satunya adalah bagaimana menjaga keseimbangan antara fungsi promosi produk, kejelasan pesan keselamatan, dan kebutuhan membangun narasi visual yang menarik. Di sisi teknis, pengkarya selanjutnya perlu beradaptasi dengan karakter produk, jenis motor, *gesture* model, serta dinamika lokasi yang berbeda-beda, terutama pada sesi luar ruangan yang menuntut fleksibilitas tinggi dalam pengaturan cahaya, tata letak komposisi, dan manajemen waktu pemotretan.

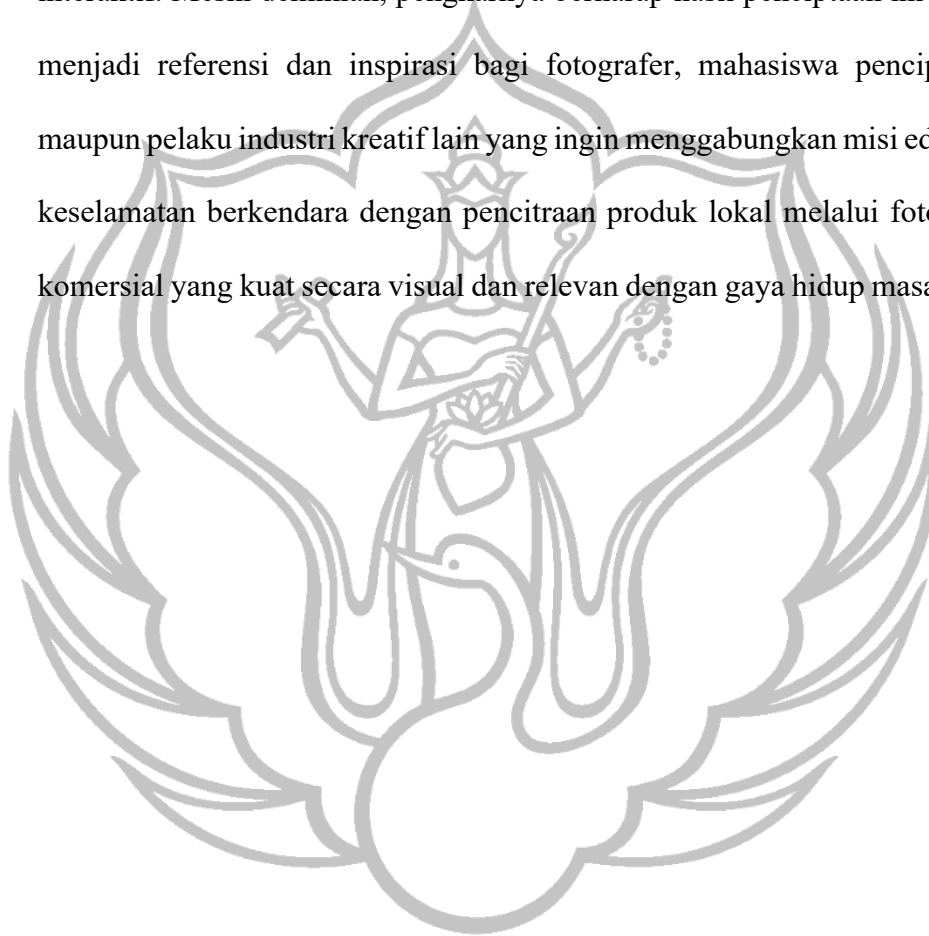
Bagi pengkarya berikutnya yang ingin mengerjakan tema serupa, disarankan untuk memperkuat tahap pra-produksi, terutama dalam penyusunan konsep cerita, pembagian sesi, *shot list*, serta pemetaan

hubungan antara produk, model, dan latar tempat. Mengeksplorasi segmen pengguna lain, misalnya fokus pada *lady rider*, komunitas *touring* tertentu, atau lini produk Rabbit and Wheels yang belum tereksplorasi secara visual, serta menggabungkan medium lain seperti *short video* atau kampanye digital untuk memperluas jangkauan pesan.

Pendalaman teori mengenai perilaku konsumen, *branding*, dan strategi komunikasi digital juga dapat menambah bobot akademis dan praktis dari karya yang diciptakan. Secara khusus, untuk pemotretan luar ruangan, pengkarya selanjutnya perlu lebih memperhitungkan faktor-faktor tak terduga seperti cuaca, kondisi lalu lintas, dan dinamika lokasi. Disarankan untuk menyusun rencana cadangan (*backup plan*) lokasi, jam pemotretan, dan konsep pose apabila terjadi hujan, kabut tebal, angin kencang, atau sinar matahari yang terlalu keras.

Melakukan pemantauan prakiraan cuaca jauh hari dan *survey* lokasi pada jam yang sama dengan rencana pemotretan agar mengetahui arah cahaya, kepadatan kendaraan, serta potensi gangguan lain. Menyediakan perlindungan untuk peralatan dan produk (seperti *rain cover*, plastik pelindung, dan kain lap) serta memastikan keselamatan tim dengan manajemen parkir motor, *spot* berdiri model, dan penempatan kru di sekitar jalan. Mengantisipasi waktu tempuh, izin lokasi, potensi keramaian, dan kebisingan lingkungan yang dapat mengganggu konsentrasi maupun keselamatan saat pengambilan gambar.

Akhirnya, karya skripsi ini masih jauh dari sempurna dan memiliki banyak ruang pengembangan, baik dari sisi konsep cerita, eksplorasi lokasi, maupun pengolahan visual. Masih terbuka peluang untuk mengembangkan varian narasi lain tentang keselamatan berkendara dengan pendekatan gaya visual yang berbeda, atau memperluas format keluaran ke media digital interaktif. Meski demikian, pengkarnya berharap hasil penciptaan ini dapat menjadi referensi dan inspirasi bagi fotografer, mahasiswa penciptaan, maupun pelaku industri kreatif lain yang ingin menggabungkan misi edukasi keselamatan berkendara dengan pencitraan produk lokal melalui fotografi komersial yang kuat secara visual dan relevan dengan gaya hidup masa kini.



DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, D. A., & Affanti, T. B. (2021). EXPLORATION OF THE CROCHET TECHNIQUE INROOM DIVIDERS USING VETERBAN MATERIAL. (2021). *Arty: Jurnal Seni Rupa*. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/arti>
- Ajiva, E. A., & Abhulimen, P. O. (2024). The critical role of professional photography in digital marketing for SMEs: Strategies and best practices for success. *International Journal of Management & Entrepreneurship Research*, 6(8), 2626–2636. <https://doi.org/10.51594/ijmer.v6i8.1410>
- Jacobs, Lou. 2010. Professional Commercial Photography. New York: Amberst Media. (Buku)
- John, S. P., & De’Villiers, R. (2020). Elaboration of marketing communication through visual media: An empirical analysis. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 54. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102052>
- Keller, K. L. (2020). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Pearson. (Buku)
- Khan, T. (2024). Measuring the impact of visual elements of an ad on consumers’ responses. *Journal of Marketing Management*, 40(3), 210–228. <https://lnu.diva-portal.org/smash/get/diva2:1864028/FULLTEXT01.pdf>
- Kurniawan, R. (2023). Majalah fashion sebagai media komunikasi visual. *Jurnal Seni dan Desain*, 15(1), 77–89.
- Lester, P. M. (2021). *Visual communication: Images with messages* (7th ed.). Cengage Learning. (Buku)
- Mohite, D. M. P. (2022). Insight and approach of consumers towards the visual elements in social advertising campaign. *SSRN Electronic Journal*. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4101761
- Nugroho, T. (2021). Manajemen seleksi foto dalam fotografi komersial. *Jurnal Ilmu Komunikasi Visual*, 9(2), 134–145.
- Pranoto, D. W., Fajar, M., Oscar, A., Program, S., Fotografi, S. S.-1, Seni, F., & Rekam, M. (n.d.). *PRODUK KULIT DECRAFTSMAN DALAM FOTOGRAFI KOMERSIAL*. <https://journal.isi.ac.id/index.php/specta/article/viewFile/4296/2539>
- Prasetyo, A. (2021). Fotografi komersial dan strategi *visual branding*. *Jurnal Komunikasi Visual*, 9(2), 101–115
- Santoso, B. (2020). Proofing dan reproduksi warna dalam media cetak. *Jurnal Desain Grafis*, 8(1), 45–59.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior*. Pearson. (Buku)
- Soedarsono RM. (2001). Metodologi Seni Pertunjukan dan Seni Rupa Bandung: Masyarakat Seni Pertunjukan Indonesia (Buku)

- Soedjono, Soeprapto. 2007. Pot-Pourri Fotografi. Jakarta: Universitas Trisakti. (Buku)
- Tang, R., Cui, X., & Inoue, Y. (2025). Relationship Between Visual Marketing Elements and Consumer Satisfaction. *Platforms*, 3(1), 5. <https://doi.org/10.3390/platforms3010005>
- Tilak, G. (2020). Usage of visual communication design on consumer behaviour. *Gedrag & Organisatie*, 33(2), 155–170. (Buku)
- Tjin, Enche & Erwin Mulyadi. (2014). Kamus Fotografi. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo (Buku)
- Wahyudi, B. (2021). “Pentingnya Edukasi Keselamatan Berkendara bagi Masyarakat Usia Produktif.” *Jurnal Transportasi dan Keselamatan*, 8(2), 45-57.
- Wang, J. (2025). The impact of visual communication in packaging design on consumer purchasing behaviour in China’s food and beverage industry. *International Journal of Innovation in Case Studies*, 9(1), 15–32.
- Wells, L. (2015). Photography: a critical introduction. Routledge. (Buku)
- Wibowo, H. (2022). Peran fotografi editorial dalam pemasaran produk fashion. *Jurnal Seni dan Desain*, 12(3), 200–212.
- Yang, B. (2025). Visual communication design of dynamic images using digital media technology. *Journal of Visual Media and Communication*, 12(1), 33–47
- Zhang, Y. (2020). Visual Culture and Photography. Spring (Buku)