

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Penciptaan karya fotografi berjudul Fenomena *Work From Anywhere* Generasi Z sebagai Bentuk Kebebasan Berekspresi dalam Fotografi *High Fashion Editorial* berhasil merepresentasikan fenomena budaya kerja fleksibel *Work From Anywhere* sebagai bentuk kebebasan berekspresi Generasi Z melalui pendekatan fotografi *high fashion editorial*. Seluruh hasil penciptaan yang meliputi hasil karya fotografi *editorial*, mengeksplorasi elemen visual seperti busana, warna, pose, gestur, pencahayaan, serta membangun narasi visual yang menggabungkan aspek estetika dan pemaknaan sosial, telah tercapai melalui rangkaian karya yang disusun dalam lima segmentasi cerita.

Dalam proses penciptaan, ditemukan bahwa fenomena *Work From Anywhere* tidak hanya memengaruhi sistem kerja, tetapi juga berdampak pada cara Generasi Z membangun identitas dan menampilkan ekspresi personal di ruang publik. Fleksibilitas ruang kerja memungkinkan batas antara ruang personal dan ruang profesional menjadi lebih cair, sehingga *fashion*, perangkat digital, dan ruang publik dapat berfungsi sebagai medium komunikasi identitas. Selain itu, fotografi *high fashion editorial* terbukti mampu menjadi medium visual yang tidak hanya menghadirkan estetika, tetapi juga menyampaikan refleksi sosial mengenai budaya kerja dan identitas generasi di era digital.

Selama proses penciptaan berlangsung, terdapat beberapa hal yang menunjang proses penelitian dan penciptaan karya, di antaranya pengalaman personal penulis terhadap sistem kerja *Work From Anywhere*, dukungan referensi teori dan karya fotografi *editorial*, serta kolaborasi bersama tim seperti model, *stylist*, *makeup artist*, *hair stylist*, dan *gaffer* yang membantu menjaga kesesuaian visual dengan konsep yang telah dirancang.

Adapun hambatan yang ditemui selama proses penciptaan karya meliputi kondisi ruang publik yang sulit diprediksi, seperti mobilitas masyarakat, perubahan cuaca, serta keterbatasan dalam mengontrol situasi lokasi pemotretan. Selain itu, proses pengaturan waktu antara tim, eksplorasi visual di ruang terbuka, serta penyesuaian pencahayaan pada kondisi lokasi yang berbeda juga menjadi tantangan dalam proses perwujudan karya. Namun, hambatan tersebut dapat diatasi melalui observasi lokasi, penyesuaian teknis saat pemotretan, serta komunikasi dan koordinasi yang baik antar anggota tim.

B. Saran

Berdasarkan proses penciptaan karya fotografi ini, terdapat beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi penciptaan karya maupun penelitian selanjutnya.

1. Bagi pencipta karya selanjutnya, eksplorasi terhadap fenomena *Work From Anywhere* masih dapat dikembangkan lebih luas melalui pendekatan visual lain, seperti eksplorasi ruang domestik, budaya

digital, maupun hubungan antara teknologi dan identitas personal di era modern.

2. Penciptaan karya fotografi berbasis fenomena sosial sebaiknya didukung dengan observasi dan studi literatur lapangan yang lebih mendalam agar visual yang dihasilkan tidak hanya kuat secara estetika, tetapi juga memiliki keterkaitan yang jelas dengan realitas sosial yang diangkat.
3. Dalam proses pemotretan di ruang publik, diperlukan perencanaan teknis yang matang terkait waktu pemotretan, kondisi cahaya, mobilitas lingkungan, serta koordinasi tim agar proses produksi dapat berjalan lebih efektif dan minim kendala.
4. Pengembangan fotografi *fashion editorial* di lingkungan akademik diharapkan tidak hanya berfokus pada aspek komersial dan estetika busana, tetapi juga mampu dimanfaatkan sebagai medium penyampaian isu sosial, budaya, maupun identitas generasi yang relevan dengan perkembangan masyarakat saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, R., Ibrahim, A. A., Sirait, N. O. E., Oktavia, N. K., Widyadari, R., Amanda, S. F., & Jansa, S. N. (2023). Studi Psikologi Siber Tentang Dampak Hate Speech Bagi Pengguna Media Sosial. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 2(11), 3459–3472. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i11.1478>
- Abdullah, N. M., Febri Sonni, A., & Akbar, M. (2025). Konstruksi Komunikasi Diri Dan Identitas Digital Remaja Di Tiktok: Pendekatan Fenomenologis Dalam Budaya Partisipatif Kepustakaan. *Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisiplin*, 9(11), 2118–2451.
- Bernard, M. (2002). *Fashion As Communication* (Second). Routledge.
- Dewi, C. I. D. L. (2021). Aspek Hukum Kebebasan Berpendapat dan Berekreasi. *Yustitia*, 15, 26–34.
- Djatiprambudi, D. (2017). Penciptaan Seni sebagai Penelitian. *Seminar Nasional Seni dan Desain 2017*, 24–30. <https://www.neliti.com/publications/196055/>
- Hamsar, I. (2024). *Fotografi Fashion Sebagai Media Edukasi: Mengembangkan Kreativitas Visual*. Tahta Media.
- Hantono, D., & Ariantantrie, N. (2018). Kajian Ruang Publik dan Isu yang Berkembang di Dalamnya. *Vitruvian: Jurnal Arsitektur, Bangunan, dan Lingkungan*, 8(1), 43–48. <https://doi.org/10.22441/vitruvian.2018.v8i1.005>
- International Labour Organization. (2016). *Challenges and Opportunities of Teleworking for Workers and Employers in the ICTS and Financial Services Sectors Sectoral*.
- Kristyowati, Y. (2021). Generasi “Z” dan Strategi Menanganinya. *Ambassadors Jurnal Teologi dan Pendidikan Kristiani*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/w3d7s>
- Kusworo, D. L., & Fauzi, M. N. K. (2022). Work From Anywhere (WFA): Formulation of Policy Design For the Work System of State Civil Apparatus as Government Bureaucratic Efficiency In The New Normal Era. *Pancasila and Law Review*, 3(2), 121–130. <https://doi.org/10.25041/plr.v3i2.2769>
- Lisa, H., & Irma, A. (2025). Penggunaan Akun Second Instagram Sebagai Media Ekspresi Diri Remaja Di Era Digital. *Arini*, 1–5. <https://jurnal.fanshurinstitute.org/index.php/arini/article/view/277/164>
- Mungkasa, O. (2020). Bekerja Jarak Jauh (Telecommuting): Konsep, Penerapan dan Pembelajaran. *Bappenas Working Papers*, 1(2020).
- Muniz, C. J., Jones, J. S., & Murray, S. R. (2024). A Generational Preference for Preferred Work Arrangement and the Relationship With Employee Engagement and Turnover Intention. *Journal of Business Diversity*, 24(3). <https://doi.org/10.33423/jbd.v24i3.7257>
- Niezurawska, J., Antoni Kycia, R., & Niemczynowicz, A. (2023). *Managing Generation Z: Motivation, Engagement and Loyalty*. Routledge. www.routledge.com/

- Pedro, Y., Friedmann, E., & Loureiro, S. M. C. (2024). High end fashion as a social phenomenon: Exploring the perceptions of designers and consumers. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 79. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2024.103877>
- Putu, I., Riadi, D., Raharjo, A., & Adityasmara, F. (2025). Representasi Aktivitas Sehari-hari Dalam Fotografi Fashion Editorial. *Retina Jurnal Fotografi*, 5(1), 110–117. <https://doi.org/10.59997/rjf.v5i1.5266>
- Sidharta, B. A. (2008). *Pengantar Logika - Sebuah Langkah Pertama Pengenalan Medan Telaah*.

