

BAB V KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan proses penciptaan karya fotografi komersial produk Gitar Carving Indonesia yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa fotografi komersial mampu menjadi media visual yang efektif dalam memvisualisasikan nilai estetika ukiran sebagai karakter budaya lokal Jepara. Melalui pendekatan fotografi yang terarah, unsur estetika seperti detail ukiran, tekstur material kayu, serta kedalaman relief dapat ditampilkan secara jelas dan komunikatif kepada audiens.

Penerapan teknik fotografi seperti *low key lighting*, *side lighting*, serta eksplorasi sudut pandang (*angle*) terbukti mampu memperkuat dimensi visual dan karakter artistik pada objek gitar. Teknik pencahayaan ini menghasilkan bayangan yang mempertegas kedalaman ukiran, sehingga prinsip estetika ukir Jepara seperti rinci dan rasa dapat divisualisasikan secara optimal. Selain itu, penggunaan komposisi yang selektif, baik dalam pendekatan *close-up* maupun *full shot*, mampu menonjolkan keseimbangan antara fungsi gitar sebagai instrumen musik dan sebagai karya seni.

Proses penciptaan yang melalui tahapan pengumpulan data, perencanaan, hingga perwujudan menunjukkan bahwa keberhasilan visual tidak hanya ditentukan oleh teknik pemotretan, tetapi juga oleh pemahaman terhadap karakter objek dan nilai budaya yang terkandung di dalamnya. Dengan demikian, fotografi dalam konteks ini tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai sarana

interpretatif yang mampu mengkomunikasikan identitas lokal dalam kerangka industri kreatif modern.

Hasil karya yang dihasilkan memperlihatkan bahwa gitar ukir dari Guitar Carving Indonesia dapat direpresentasikan sebagai objek yang memiliki nilai estetika tinggi, tidak hanya sebagai produk fungsional, tetapi juga sebagai karya seni yang mengandung makna budaya. Hal ini sekaligus membuktikan bahwa integrasi antara tradisi ukir Jepara dan pendekatan visual fotografi komersial mampu memperkuat citra produk secara visual dan konseptual.

B. Saran

Berdasarkan proses dan hasil penciptaan karya yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat menjadi pertimbangan untuk pengembangan selanjutnya.

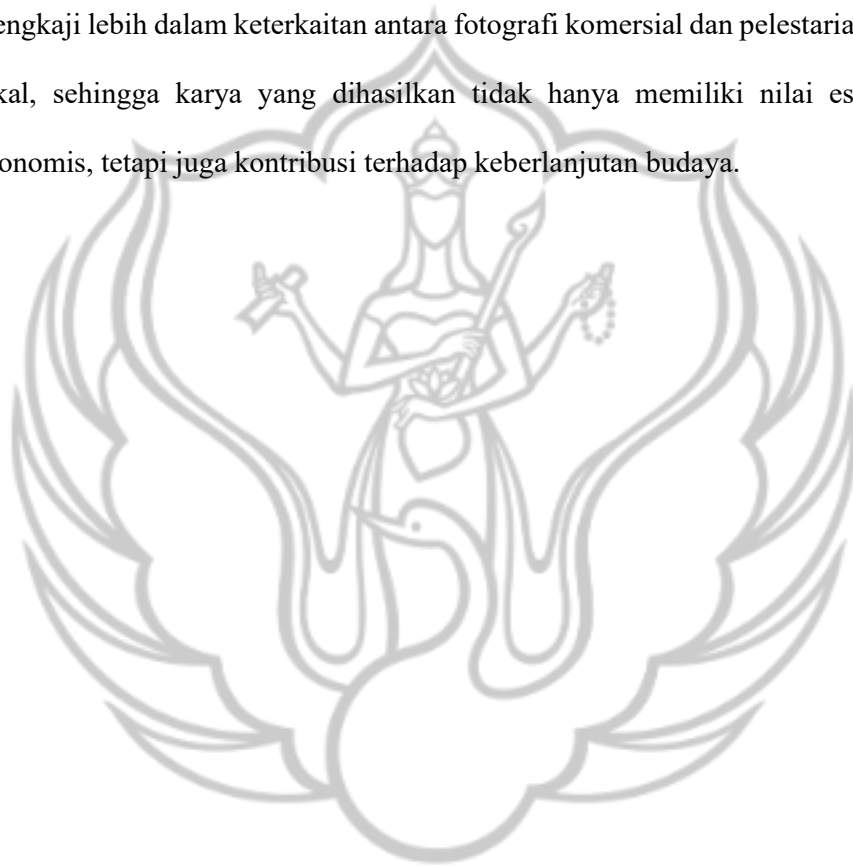
Pertama, dalam pengembangan karya fotografi komersial, eksplorasi teknik pencahayaan dapat diperluas, tidak hanya terbatas pada pendekatan *low key*, tetapi juga *high key* atau kombinasi pencahayaan lainnya untuk menghasilkan variasi visual yang lebih beragam sesuai kebutuhan pasar dan karakter produk.

Kedua, penggunaan media dan konteks visual dapat dikembangkan lebih jauh, misalnya dengan menghadirkan *setting* yang lebih konseptual atau naratif sehingga tidak hanya menampilkan produk, tetapi juga membangun *storytelling* yang lebih kuat terhadap nilai budaya yang diangkat. Hal ini penting untuk meningkatkan daya tarik visual sekaligus memperkuat *emotional branding* produk.

Ketiga, bagi pelaku industri kreatif seperti Guitar Carving Indonesia, pemanfaatan fotografi profesional secara konsisten dalam media digital seperti

media sosial, katalog, dan website sangat disarankan untuk meningkatkan citra merek dan daya saing di pasar global. Visual yang kuat dan terkonsep dapat menjadi faktor utama dalam membangun persepsi kualitas dan keunikan produk di mata konsumen.

Keempat, bagi peneliti atau pencipta selanjutnya, disarankan untuk mengkaji lebih dalam keterkaitan antara fotografi komersial dan pelestarian budaya lokal, sehingga karya yang dihasilkan tidak hanya memiliki nilai estetis dan ekonomis, tetapi juga kontribusi terhadap keberlanjutan budaya.



DAFTAR PUSTAKA

- Evans, T. (2011). *Designing the guitar: Aesthetic and structural perspectives*. Oxford University Press.
- Giwanda, G. (2002). *Panduan praktis teknik studio photo*. Puspa Swara.
- Gunawan, A. P. (2014). Genre fotografi yang diminati oleh fotografer di Indonesia. *Humaniora*, 5(2), 1234–1245.
- Gustami, S. (2000). *Seni kerajinan furniture ukir Jepara: Kajian estetik melalui pendekatan multidisiplin*. Kanisius.
- Hunter, F., Biver, S., & Fuqua, P. (2012). *Light: Science and magic: An introduction to photographic lighting*. Focal Press.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity*. Pearson Education.
- Nugroho, R. A. (2006). *Kamus fotografi*.
- Pramono, B. (2018). Makna filosofis ukiran Jepara sebagai representasi nilai budaya. *Jurnal Seni dan Budaya Nusantara*, 6(2), 45–56.
- Robertson, R. (2012). *Globalization: Social theory and global culture*. Sage Publications.
- Roesmanto, H. (2017). Seni ukir Jepara: Warisan estetika dan identitas sosial. *Jurnal Seni Rupa Indonesia*, 9(1), 12–25.
- Soedarso, S. (2006). *Estetika: Sebuah pengantar*. ISI Press.
- Sukaya, T. (2009). *Metodologi penciptaan karya seni*. Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
- Sumartono, A. (1997). *Desain ukir Jepara: Kajian tentang kreativitas seni pada masyarakat perajin ukir di Desa Sukodono, Jepara, Jawa Tengah*. Universitas Indonesia.
- Susanti, R. (2015). *Metodologi penciptaan seni*. Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
- Tjin, E., & Mulyadi, E. (2014). *Kamus fotografi*. Elex Media Komputindo.
- Turnbull, D. (2015). *The guitar: From the Renaissance to the present day*. Thames & Hudson.