

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan keseluruhan proses penciptaan karya fotografi yang berjudul “Fotografi Produk *Sportswear* dalam *Sports Activity* sebagai Representasi Maskulinitas”, dapat dipahami bahwa visualisasi produk *sportswear* tidak semata-mata digunakan untuk media promosi atau kebutuhan komersial saja, juga dapat menjadi medium untuk menyampaikan makna yang berkaitan dengan representasi maskulinitas. Melalui pendekatan visual yang dirancang secara terkonsep, fotografi produk dapat melampaui fungsi dasarnya dan menghadirkan pemaknaan yang lebih luas terhadap hubungan antara objek, tubuh, dan nilai-nilai yang dibangun di dalamnya.

Pendekatan aktivitas olahraga yang digunakan dalam karya ini memberikan cara untuk menampilkan maskulinitas secara lebih hidup dan tidak kaku seperti pada visual produk yang bersifat statis. Aktivitas olahraga yang digunakan untuk menampilkan maskulinitas dalam karya karya fotografi ini adalah *running*, *gym*, *basketball* dan *boxing*, maskulinitas yang dihadirkan terdiri dari beragam karakter yang berbeda, yaitu mulai dari kecepatan dan kelincahan, ketahanan fisik, hingga kekuatan serta kontrol diri. Tubuh laki-laki yang sedang beraktivitas menjadi elemen utama yang membangun makna visual, di mana gestur, ekspresi wajah, serta ketegangan otot digunakan sebagai tanda-tanda yang dapat membentuk citra maskulin pada visual foto.

Hubungan antara tubuh, produk, dan aktivitas olahraga juga menunjukkan bahwa *sportswear* tidak hanya dapat dipahami sebagai benda yang memiliki fungsi praktis, tetapi juga sebagai simbol gaya hidup dan identitas maskulinitas. Ketika produk ditampilkan dalam situasi penggunaan secara langsung, produk *sportswear* akan menjadi lebih sesuai dengan situasi dan terasa lebih tepat dalam konteks penggunaannya, sehingga mampu membangun persepsi mengenai performa, energi, serta karakter dari penggunanya. Dengan demikian, produk tidak berdiri sendiri sebagai objek visual, melainkan menjadi bagian dari narasi yang lebih luas dalam membentuk makna.

Dari sisi teknis fotografi, penggunaan pencahayaan dengan karakter kontras, pemilihan sudut pengambilan gambar yang tepat, serta pemanfaatan momen gerak terbukti mampu mempertegas bentuk tubuh sekaligus menonjolkan detail produk secara visual. Pendekatan ini menghasilkan tampilan yang cenderung dramatis dan tegas, sehingga selaras dengan konsep maskulinitas yang ingin dihadirkan dalam karya. Penciptaan karya ini memperlihatkan bahwa fotografi produk memiliki kemungkinan untuk dikembangkan tidak hanya sebagai strategi pemasaran, tetapi dapat digunakan sebagai medium eksplorasi visual yang mampu membangun dan menyampaikan representasi makna melalui pendekatan yang lebih konseptual dan estetik.

## **B. Saran**

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

1. Bagi penelitian selanjutnya, pembahasan mengenai representasi maskulinitas masih dapat dikembangkan melalui sudut pandang yang lebih beragam. Penelitian berikutnya tidak hanya dapat melihat maskulinitas dari aspek fisik seperti kekuatan, bentuk tubuh, dan otot, tetapi juga melalui sisi emosional, psikologis, sosial, atau bentuk maskulinitas alternatif yang berkembang dalam masyarakat.
2. Penggunaan teknik pencahayaan, warna, dan pendekatan visual lainnya dapat dikembangkan lebih jauh, misalnya dengan eksplorasi *soft lighting*, warna eksperimental, atau teknik *motion blur* untuk menghadirkan citra maskulinitas yang berbeda.
3. Pemilihan model dengan karakter tubuh yang lebih beragam dapat menjadi alternatif untuk melihat bagaimana representasi maskulinitas tidak selalu identik dengan tubuh ideal, sehingga membuka perspektif baru dalam fotografi produk *sportswear*.
4. Bagi praktisi fotografi, karya ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam merancang visual produk yang lebih konseptual dan tidak hanya berfokus pada estetika semata, tetapi juga pada makna yang ingin disampaikan melalui visual.

## KEPUSTAKAAN

- Barnard, M. 2002. *Fashion as Communication* (2 ed.). New York:Routledge.  
<https://doi.org/10.4324/9781315013084>
- Gumelar, N. A., Arifah, A. R., & Chafit Ulya. 2023. "Representasi Maskulinitas Lelaki Abad 21 dalam Lirik Lagu Pop Indonesia". *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, dan Sastra*, 9(2). Surakarta.  
<https://doi.org/10.30605/onoma.v9i2.2828>
- Hall, Stuart. 1997. *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage Publications Ltd.
- Hambali, A. H., Kodrat, H., & Mutiara, D. 2025. *Kajian Olahraga dalam Perspektif Sosiologi* (A. K. D. Firdausi & A. Wijayanto, Ed.). Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Jannah, N. L., & Nursalim, M. 2022. *Teori Representasi dalam Pendidikan Dasar*. Antologi Neurosains dalam Pendidikan. Surabaya: Jakad Media Publishing.
- Kusuma, P. S. 2024. *Peran Fotografi Produk dalam Dunia Digital Marketing*. Sanggitarupa: Yogyakarta
- Kurnia, N. 2004. "Representasi Maskulinitas Dalam Iklan". *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 8. Jakarta.
- Nasirin, C., & Pithaloka, D. 2022. "Analisis Semiotika Konsep Kekerasan Dalam Film The Raid 2: Berandal". *Journal Of Discourse and Media Research*.
- Nasrin, S., Mandal, S., Islam, M. M., Petrova, A., Agnew, R. J., & Boorady, L. M. 2023. "Factors Affecting The Sweat-Drying Performance Of Active Sportswear-A Review". Dalam *Textiles* (Vol. 3, Nomor 3). Switzerland: Multidisciplinary Digital Publishing Institute (Mdpi).  
<https://Doi.Org/10.3390/Textiles3030022>
- Pranoto, D. W., Fajar, M., Oscar, A. 2021. "Produk Kulit Decraftsman Dalam Fotografi Komersial". Yogyakarta: Specta
- Putra, M. B. D., Bratayadnya, P. A., & Raharjo, A. 2025. "Jajanan Khas Bali Dalam Fotografi Komersial". Bali: Retina Jurnal Fotografi.  
<https://Doi.Org/10.59997/Rjf.V5i1.5270>
- Riwu, A., & Pujiati, T. 2018. "Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Film 3 Dara (Kajian Semiotika)". Deiksis.
- Setiyawan. 2017. "Visi Pendidikan Jasmani Dan Olahraga". *Jurnal Ilmiah Penjas* (Vol. 3, Nomor 1).
- Satrio, S., Pratama, A., Handayani, W. S., Ghanistyana, L. P., & Nurapriyanti, T. (2025). "Analisis Konstruksi Citra Maskulinitas pada Merek Perawatan Wajah Pria di Indonesia". *Petanda: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Humaniora*.
- S.P. Gustami. 2007. *Butir-Butir Mutiara Estetika Timur: Ide Dasar Penciptaan Seni Kriya Indonesia*. Yogyakarta: Prasista.

- Tanjung, S. 2012. "Pemaknaan Maskulinitas Pada Majalah Cosmopolitan Indonesia". *Jurnal Komunikasi* (Vol. 6, Nomor 2).
- Tjin, E., & Mulyadi, E. 2014. *Kamus Fotografi*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Ummah, N., Wardani Kusuma, N., & Prasetya Yudha, E. (2020). "Representasi Maskulinitas Hegemonik Dalam Iklan Kecap Sedaap Kedelai Hitam Special Di Instagram". *Jurnal Syntax Transformation*, Vol. 1.

