

**FOTOGRAFI PRODUK *SPORTSWEAR* DALAM *SPORTS
ACTIVITY* SEBAGAI REPRESENTASI MASKULINITAS**



SKRIPSI

Oleh:

M Faridl Murtadlo

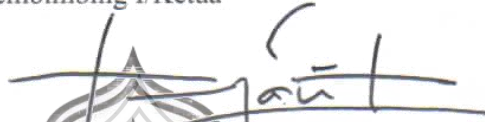
NIM 2211241031

**PROGRAM STUDI S-1 FOTOGRAFI
JURUSAN FOTOGRAFI, FAKULTAS SENI MEDIA REKAM
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
GENAP 2026**

Skripsi berjudul:

FOTOGRAFI PRODUK *SPORTSWEAR* DALAM *SPORTS ACTIVITY* SEBAGAI REPRESENTASI MASKULINITAS diajukan oleh **M Faridl Murtadlo**, NIM 2211241031, Program Studi S-1 Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta (Kode Prodi: 91271), telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Skripsi pada tanggal 19 Mei 2026 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I/Ketua




Dr. Sr. Muhammad Fajar Apriyanto, S.Sn., M.Sn.
NUPTK 6761754655130072

Pembimbing II/Anggota

Yohanes Baptista Baud Priambodo, M.Sn.
NUPTK 1861767668130312

Cognate/Anggota



Kustini, S.Sos., M.Sn.
NUPTK 3063756657230083

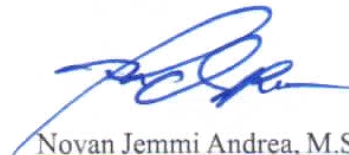
Mengetahui,

Dekan Fakultas Seni Media Rekam
Institut Seni Indonesia Yogyakarta



Dr. Edial Rusli, S.E., M.Sn.
NUPTK 7535745646130092

Koordinator Program Studi
S-1 Fotografi



Novan Jemmi Andrea, M.Sn.
NUPTK 1551764665130233

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : M Faridl Murdadlo
Nomor Induk Mahasiswa : 2211241031
Program Studi : Fotografi
Judul Skripsi : **Fotografi Produk *Sportswear* dalam *Sports Activity* Sebagai Representasi Maskulinitas**

Dengan ini menyatakan bahwa dalam skripsi saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi atau pernah ditulis atau diterbitkan oleh pihak lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan/atau tercantum dalam daftar pustaka.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku apabila pada kemudian hari ditemukan bukti bahwa pernyataan ini tidak benar.

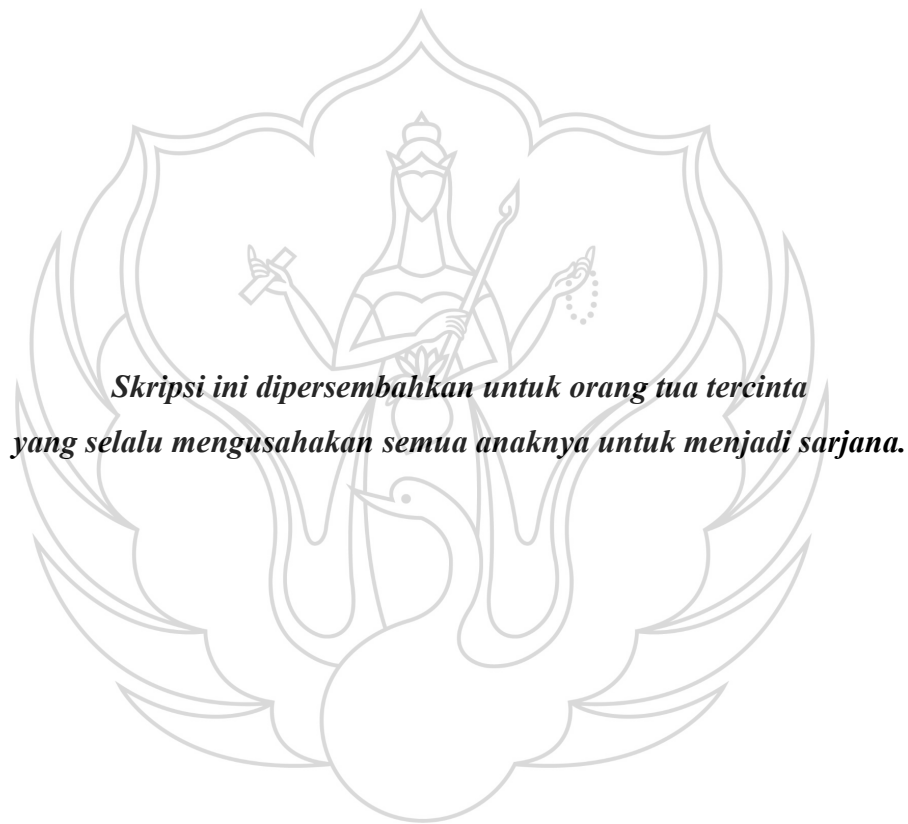
Yogyakarta, 08 Mei 2026

Yang menyatakan,



M Faridl Murdadlo

HALAMAN PERSEMBAHAN



*Skripsi ini dipersembahkan untuk orang tua tercinta
yang selalu mengusahakan semua anaknya untuk menjadi sarjana.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga skripsi penciptaan seni fotografi yang berjudul “Fotografi Produk *Sportswear* dalam *Sports Activity* sebagai Representasi Maskulinitas”. Karya ini disusun sebagai bentuk pertanggungjawaban akademik penulis dalam menempuh pendidikan pada Program Studi S-1 Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis memperoleh banyak arahan, dukungan, serta berbagai saran dan masukan yang sangat berarti. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahNya;
2. Bapak Nursalim (Alm) dan Ibu Soenaryati selaku orang tua yang memberikan dukungan, semangat dan doa demi kelancaran skripsi;
3. Drs. Desi Natalia, dan Benny Dwi Prasetyo, S.Km., sebagai kakak yang selalu memberikan dukungan semangat untuk kelancaran skripsi;
4. Dr. Irwandi, M.Sn., Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta, dan Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing selama masa perkuliahan;
5. Novan Jemmy Andrea, M.Sn., Ketua Jurusan Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta;
6. Kusriani, S.Sos., M.Sn., Sekretaris Jurusan Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta;
7. Dr. Sn. M. Fajar Apriyanto M.Sn., sebagai Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan arahan;

8. Yohanes Baptista Baud Priambodo, M.Sn., sebagai Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan;
9. Seluruh Dosen, dan Staf Jurusan Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, yang telah membantu selama masa perkuliahan hingga akhir;
10. Grace Elyasha, S.Ds., yang selalu menemani masa perkuliahan, dan selalu mendukung segala hal yang baik;
11. Teman-teman program studi S-1 Fotografi angkatan 2022, yang telah kebersamai perkuliahan selama empat tahun;
12. Kontrakan Cokro beserta seluruh anggotanya, yaitu Dhoni, Tama, Uzi, Shendy, dan Gega, yang telah membantu serta mendukung dalam proses perwujudan karya;
13. Grup “Lambe Turah Sewon” yang beranggotakan Ardhi, Farel, Reza, Irfan, dan Danis, yang selalu mendukung secara moral dalam pengerjaan skripsi ini;
14. Seluruh kolaborator sebagai model dalam penyusunan karya yaitu Enricho, Ardhian, Devan, dan Sabri.

Penulis menyadari skripsi ini masih memiliki kekurangan, sehingga kritik dan saran sangat diharapkan. Semoga karya ini bermanfaat dan dapat menjadi motivasi bagi berbagai pihak.

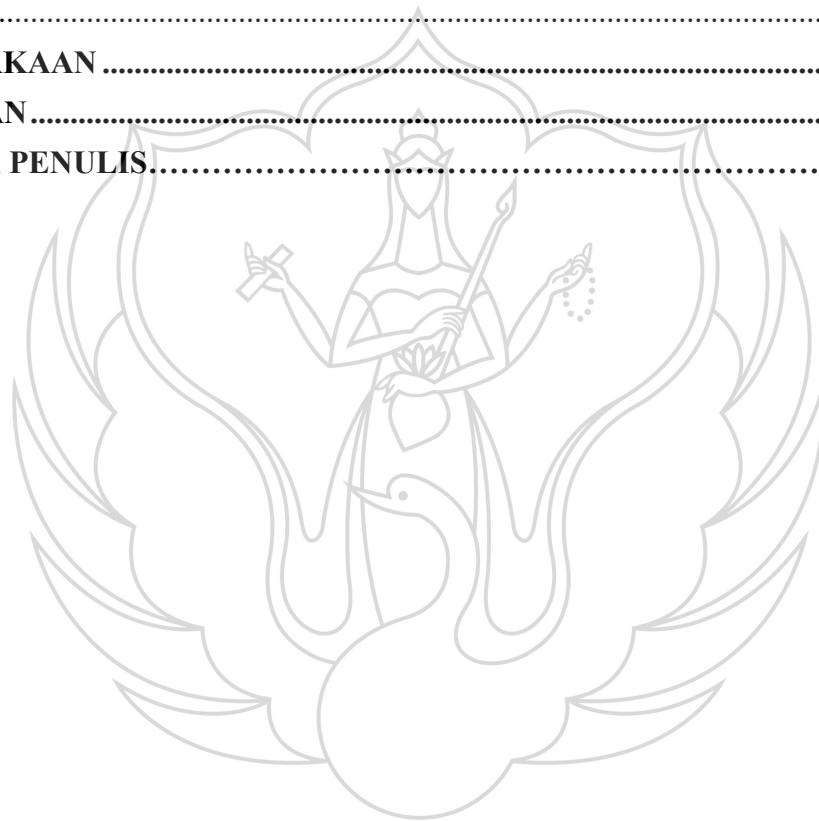
Yogyakarta, 06 Mei 2026

M Faridl Murtadlo

DAFTAR ISI

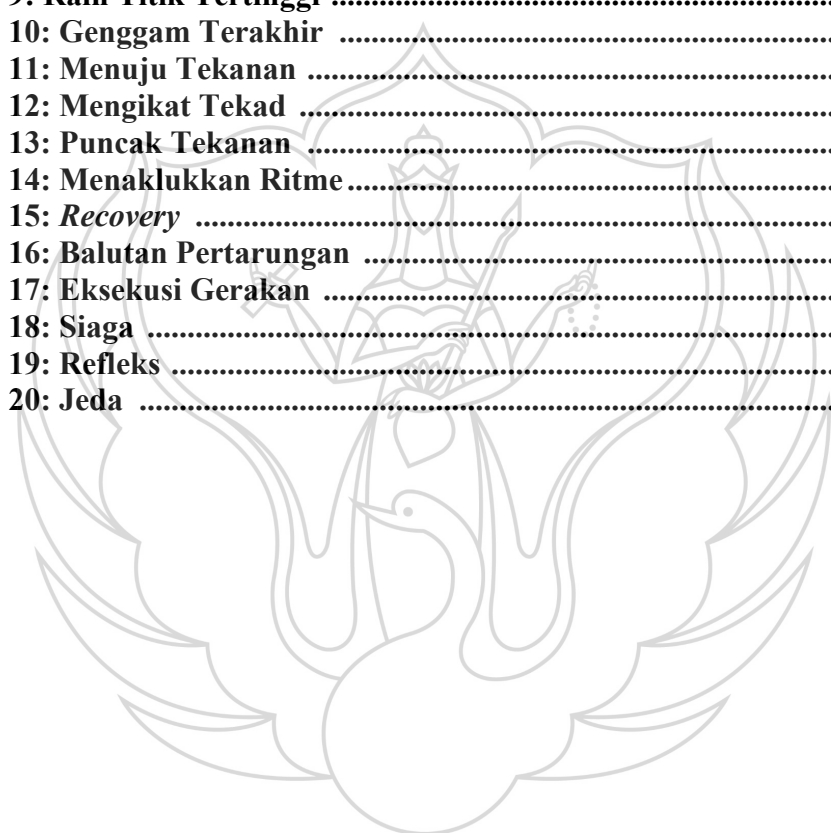
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR KARYA.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penciptaan.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan dan Manfaat.....	7
1. Tujuan.....	7
2. Manfaat.....	7
BAB II LANDASAN PENCIPTAAN.....	9
A. Landasan Teori.....	9
1. Fotografi Komersial.....	9
2. Fotografi Produk.....	10
3. Semiotika Roland Barthes.....	11
4. Maskulinitas Hegemonik.....	11
B. Tinjauan Karya.....	13
BAB III METODE PENCIPTAAN.....	17
A. Objek Penciptaan.....	17
1. Objek Formal.....	17
2. Objek Material.....	18
B. Metode Penciptaan.....	18
1. Eksplorasi.....	19
2. Perancangan.....	20
3. Perwujudan.....	22
4. Kurasi.....	23
C. Proses Perwujudan.....	23
1. Perancangan Konsep.....	23
2. Persiapan Alat Produksi.....	46

3. Produksi Karya.....	62
4. Pascaproduksi.....	64
5. Kurasi	66
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	68
A. Ulasan Karya.....	68
B. Penyajian Karya	160
BAB V PENUTUP.....	162
A. Kesimpulan	162
B. Saran.....	163
KEPUSTAKAAN	165
LAMPIRAN.....	167
BIODATA PENULIS.....	181



DAFTAR KARYA

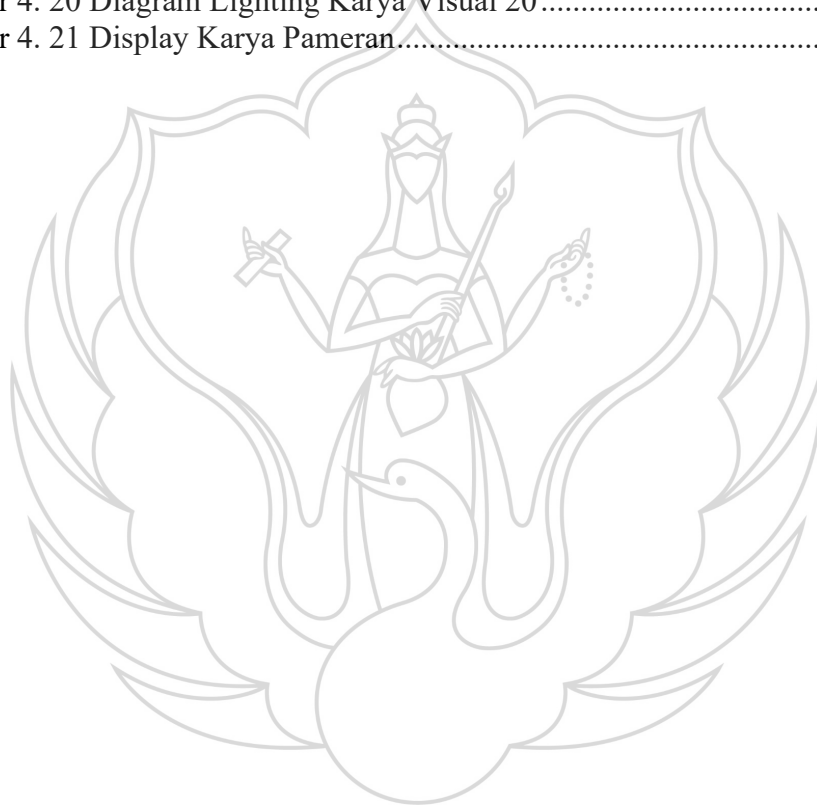
Karya 1: Pemanasan Awal	69
Karya 2: Regang Fokus	74
Karya 3: Ikat Siap	78
Karya 4: Titik Awal	82
Karya 5: Puncak Langkah	86
Karya 6: Fokus Awal.....	90
Karya 7: Kunci Pijakan.....	94
Karya 8: Dorong Gerak.....	99
Karya 9: Raih Titik Tertinggi	104
Karya 10: Genggam Terakhir	109
Karya 11: Menuju Tekanan	113
Karya 12: Mengikat Tekad	118
Karya 13: Puncak Tekanan	123
Karya 14: Menaklukkan Ritme	127
Karya 15: <i>Recovery</i>	131
Karya 16: Balutan Pertarungan	136
Karya 17: Eksekusi Gerakan	141
Karya 18: Siaga	146
Karya 19: Refleks	150
Karya 20: Jeda	155



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Karya Chubstr	5
Gambar 1.2 Karya Social Outliter.....	5
Gambar 2.1 Karya Wongsim.....	13
Gambar 2.2 Karya Howard Schatz.....	14
Gambar 2.3 Karya Robert Reiff.....	15
Gambar 3.1 Bagan Pemikiran Metode Penciptaan	19
Gambar 3.2 Model Profile Segmen Gym.....	27
Gambar 3.3 Stadion Mandala Krida.....	28
Gambar 3.4 Produk Sportswear segmen Running	29
Gambar 3.5 Model Profile Segmen Basket.....	33
Gambar 3.6 Lapangan Basket Auriga	34
Gambar 3.7 Produk Sportswear Segmen Basket.....	35
Gambar 3.8 Model Profile Segmen Gym.....	38
Gambar 3.9 Bale Segaris Gym.....	39
Gambar 3.10 Produk Sportswear Segmen Gym	40
Gambar 3.11 Model Profile Segmen Boxing	44
Gambar 3.12 GymRat	45
Gambar 3.13 Produk Sportswear Segmen Boxing.....	46
Gambar 3.14 Kamera Sony A7IV	47
Gambar 3.15 Lensa Sony FE 24mm GM.....	48
Gambar 3.16 Lensa Sony FE 50mm GM.....	49
Gambar 3.17 Lensa Sony FE 85mm GM.....	50
Gambar 3.18 Lensa Sony Zeis 16-35mm f4 ZA OSS.....	51
Gambar 3.19 Lensa Viltrox AF 85mm f/1.8 II	52
Gambar 3.20 Baterai NP-fz100.....	53
Gambar 3.21 Memory Card Lexar Professional Silver Pro 64GB.....	54
Gambar 3.22 Trigger Godox X2T for Sony.....	55
Gambar 3.23 Flash Godox AD 600 Pro	56
Gambar 3.24 Beautydish Godox.....	57
Gambar 3.25 Godox Striplight Softbox 35x160 cm	58
Gambar 3.26 Godox Standard Reflector	59
Gambar 3.27 Light Stand with Wheels	60
Gambar 3.28 Personal Computer Geforced RTX 3050-AMD Ryzen 5	61
Gambar 3.29 Adobe Photoshop	62
Gambar 3.30 Proses Penyuntingan Foto	65
Gambar 3.31 Hasil Jadi Penyuntingan Foto.....	66
Gambar 4. 1 Diagram Lighting Karya Visual 1.....	73
Gambar 4. 2 Diagram Lighting Karya Visual 2.....	77
Gambar 4. 3 Diagram Lighting Karya Visual 3	81
Gambar 4. 4 Diagram Lighting Karya Visual 4.....	85
Gambar 4. 5 Diagram Lighting Karya Visual 5.....	89
Gambar 4. 6 Diagram Lighting Karya Visual 6.....	93
Gambar 4. 7 Diagram Lighting Karya Visual 7	98
Gambar 4. 8 Diagram Lighting Karya Visual 8.....	103

Gambar 4. 9 Diagram Lighting Karya Visual 9.....	108
Gambar 4. 10 Diagram Lighting Karya Visual 10.....	112
Gambar 4. 11 Diagram Lighting Karya Visual 11.....	117
Gambar 4. 12 Diagram Lighting Karya Visual 12.....	122
Gambar 4. 13 Diagram Lighting Karya Visual 13.....	126
Gambar 4. 14 Diagram Lighting Karya Visual 14.....	130
Gambar 4. 15 Diagram Lighting Karya Visual 15.....	135
Gambar 4. 16 Diagram Lighting Karya Visual 16.....	140
Gambar 4. 17 Diagram Lighting Karya Visual 17.....	145
Gambar 4. 18 Diagram Lighting Karya Visual 18.....	149
Gambar 4. 19 Diagram Lighting Karya Visual 19.....	154
Gambar 4. 20 Diagram Lighting Karya Visual 20.....	159
Gambar 4. 21 Display Karya Pameran.....	160



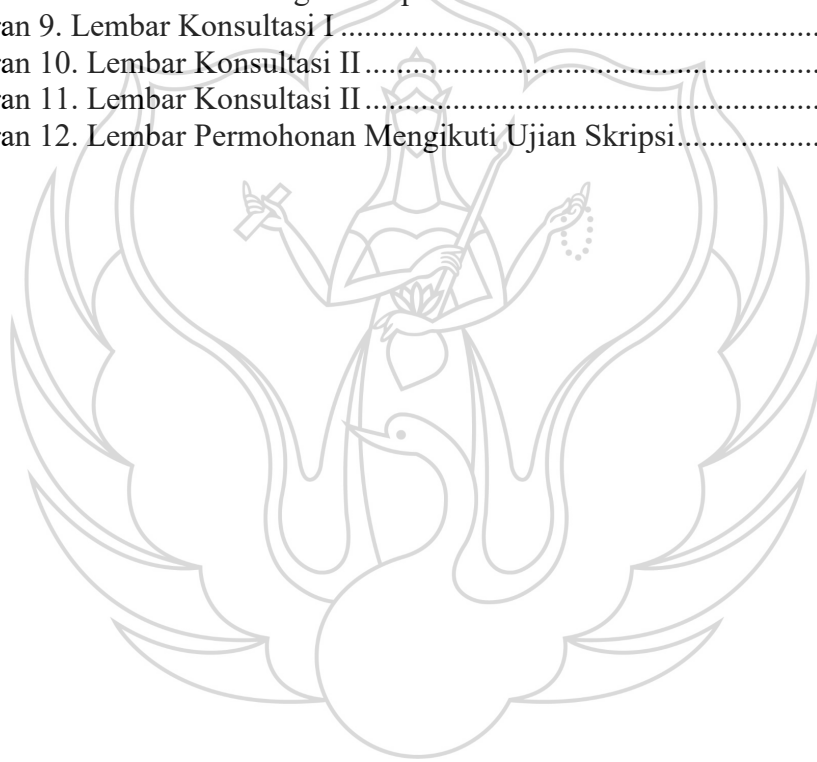
DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Storyboard Segmen Running	26
Tabel 3.2 Storyboard Segmen Basket	32
Tabel 3.3 Storyboard Segmen Gym	38
Tabel 3.4 Storyboard Segmen Boxing	43



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. <i>Behind the Scene</i>	167
Lampiran 2. Dokumentasi Sidang.....	168
Lampiran 3. Poster Publikasi	169
Lampiran 4. <i>Photobook</i> A4.....	170
Lampiran 5. Katalog A5.....	171
Lampiran 6. Publikasi Poster Pameran Media Sosial	172
Lampiran 7. Surat Pembimbingan Skripsi I.....	173
Lampiran 8. Surat Pembimbingan Skripsi II.....	174
Lampiran 9. Lembar Konsultasi I.....	175
Lampiran 10. Lembar Konsultasi II.....	176
Lampiran 11. Lembar Konsultasi II.....	179
Lampiran 12. Lembar Permohonan Mengikuti Ujian Skripsi.....	180



FOTOGRAFI PRODUK *SPORTSWEAR* DALAM *SPORTS ACTIVITY* SEBAGAI REPRESENTASI MASKULINITAS

Oleh:

M Faridl Murtadlo
2211241031

ABSTRAK

Penciptaan karya fotografi ini bertujuan untuk memvisualisasikan produk pakaian olahraga dalam aktivitas olahraga sebagai representasi maskulinitas melalui hubungan antara tubuh, gerak, dan aktivitas tersebut. Karya ini dilatarbelakangi oleh perkembangan sportswear yang tidak hanya berfungsi sebagai penunjang aktivitas fisik, tetapi juga menjadi bagian dari gaya hidup serta simbol identitas maskulin dalam media visual. Landasan teori yang digunakan meliputi fotografi komersial, fotografi produk, semiotika Roland Barthes, dan maskulinitas hegemonik. Metode penciptaan mengacu pada tahapan eksplorasi, perancangan, perwujudan, dan kurasi. Visualisasi karya diwujudkan melalui empat segmen olahraga, yaitu running, basketball, gym, dan boxing yang dipilih karena mampu merepresentasikan karakter maskulin seperti kekuatan, fokus, disiplin, ketahanan, dan performa fisik. Teknik pencahayaan kontras digunakan untuk mempertegas struktur tubuh, tekstur otot, serta menciptakan kesan visual yang dramatis. Hasil penciptaan menunjukkan bahwa fotografi produk sportswear melalui aktivitas olahraga mampu membangun representasi maskulinitas melalui gestur tubuh, ekspresi, ketegangan otot, dan dinamika gerak, sehingga karya ini tidak hanya berfungsi sebagai media komersial, tetapi juga sebagai media representasi visual citra maskulin dalam fotografi produk.

Kata Kunci: *aktivitas olahraga, fotografi produk, maskulinitas, pakaian olahraga*

SPORTSWEAR PRODUCT PHOTOGRAPHY IN SPORTS ACTIVITIES AS A REPRESENTATION OF MASCULINITY

By:

M Faridl Murtadlo

2211241031

ABSTRACT

This photographic series aims to visualize sportswear products in athletic settings as a representation of masculinity through the interplay of the body, movement, and sports activities. This work is motivated by the evolution of sportswear, which no longer serves merely as functional support for physical activity but has become an integral part of lifestyle and a symbol of masculine identity in visual media. The theoretical framework includes commercial photography, product photography, Roland Barthes's semiotics, and hegemonic masculinity. The creative process follows the stages of exploration, design, execution, and curation. The work is visualized through four sports segments running, basketball, gym, and boxing selected for their ability to represent masculine traits such as strength, focus, discipline, endurance, and physical performance. Contrast lighting techniques are employed to emphasize body structure, muscle texture, and create a dramatic visual impact. The results demonstrate that sportswear product photography through sports activities can construct representations of masculinity through body gestures, expressions, muscle tension, and the dynamics of movement. Consequently, this work functions not only as a commercial medium but also as a visual representation of masculine imagery in product photography.

Keywords: *masculinity, product photography, sports activity, sportswear*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penciptaan

Aktivitas olahraga, saat ini telah berkembang menjadi cara bagi laki-laki untuk mengekspresikan identitas dan maskulinitas melalui gaya hidup aktif. Pakaian olahraga tidak hanya dilihat berdasarkan fungsinya saja, tetapi juga dapat menjadi simbol ketangguhan, disiplin, dan karakter kuat yang melekat pada penggunanya, sehingga beberapa karakteristik tersebut tercermin pada orang yang memakainya. Di sisi lain, sebagian besar iklan/komersial menampilkan pakaian olahraga dalam pose statis (tidak bergerak), sehingga tidak ada representasi tentang bagaimana atlet menggunakan tubuhnya (dalam gerakan) saat melakukan aktivitas olahraga. Kondisi tersebut menjadikan perlunya strategi visual yang lebih terkonsep, terutama dalam fotografi komersial.

Fotografi komersial adalah jenis fotografi yang berfokus pada nilai ekonomi dan bertujuan untuk mendukung strategi pemasaran dalam mempromosikan keunggulan suatu produk maupun jasa kepada publik, (Fallah dalam Putra et al., 2025:119). Klasifikasi pada fotografi komersial sangat luas, cakupan fotografi komersial secara garis besar terbagi ke dalam beberapa sektor, yakni *fashion*, fotografi produk, *food photography*, fotografi arsitektur, dan lainnya (Tjin & Mulyadi, 2014:36). Sektor-sektor tersebut menunjukkan posisi fotografi komersial sebagai bagian penting dalam industri kreatif dan pemasaran.

Visual menjadi bagian penting dalam memperkenalkan produk kepada konsumen. Fotografi produk merupakan upaya untuk menampilkan produk secara visual melalui fotografi dengan tujuan memperkenalkan karakter, fungsi, dan nilai produk kepada konsumen (Kusuma, 2024:14). Dengan berkembangnya platform media sosial dan *e-commerce*, hasil visual yang menarik menjadi faktor penting dalam memperkuat citra dan meningkatkan daya saing produk di pasar melalui fotografi produk. Fotografi produk yang dirancang dengan baik, dapat menampilkan wujud produk secara menarik dan informatif, serta membangun citra dan nilai tertentu yang melekat pada sebuah brand. Pada produk yang berkaitan dengan gaya hidup, seperti *sportswear*, visual yang dibangun sering kali menampilkan keterkaitan antara produk, aktivitas gerak, dan bentuk tubuh yang menggunakan.

Sportswear merupakan produk yang dirancang secara khusus untuk menunjang aktivitas olahraga dengan mempertimbangkan fungsi, kenyamanan, dan performa. Nasrin mendefinisikan *sportswear* sebagai pakaian yang dikenakan selama aktivitas olahraga atau aktivitas fisik yang berkaitan dan dirancang untuk kenyamanan dan fungsi performa pemakai (Nasrin et al, 2023:319). *Sportswear* berfungsi sebagai pelindung tubuh dan juga penunjang performa serta kenyamanan saat bergerak. Dengan menggunakan material yang ringan, elastis, serta memiliki sirkulasi udara yang baik, hal ini bertujuan untuk mengikuti gerak tubuh tanpa menghambat aktivitas fisik. Struktur potongan dan desainnya dibuat menyesuaikan dengan tubuh untuk mendukung kenyamanan gerak dan ketahanan saat digunakan dalam aktivitas olahraga. Selain dari sisi aspek fungsional, *sportswear* juga dapat dipahami dari sisi makna yang dikandungnya. Pakaian selain digunakan untuk penutup tubuh, juga

sebagai media komunikasi yang menyampaikan identitas, status, serta nilai sosial (Barnard, 2002:29). Pakaian dipahami sebagai sistem tanda yang memiliki makna dalam konteks budaya. Produk *sportswear* selain berkaitan dengan fungsi olahraga, juga berperan menjadi simbol yang merepresentasikan aktivitas fisik, performa, dan gaya hidup.

Keterkaitan antara *sportswear* dan aktivitas olahraga menunjukkan bahwa pemaknaan terhadap produk tidak dapat dipisahkan dari penggunaannya. *Sports activity* atau aktivitas olahraga menjadi bagian penting dalam menjaga kebugaran dan kesehatan tubuh. Lebih dari sekadar sarana rekreasi atau kompetisi, aktivitas olahraga juga membentuk pola disiplin, ketahanan, dan performa fisik. Olahraga dapat dipahami sebagai rangkaian aktivitas gerak tubuh yang dilakukan secara sistematis dan terencana, dengan kesadaran penuh, guna meningkatkan kapasitas serta fungsi tubuh secara optimal (Giriwijoyo dalam Setiyawan, 2017:78). Olahraga juga dapat dipandang sebagai fenomena sosial yang terorganisasi dalam kehidupan masyarakat dan berperan dalam membentuk nilai, norma, serta pola interaksi sosial (Coakley dalam Hambali et al., 2025:7). Olahraga tidak hanya ditampilkan sebagai aktivitas fisik, tetapi juga sebagai ruang untuk menunjukkan disiplin, kekuatan tubuh, dan karakter maskulin melalui gerak.

Hubungan antara produk dan aktivitas olahraga tidak hanya menegaskan fungsi dari *sportswear*, tetapi dapat menghadirkan makna yang lebih luas melalui visualisasi tubuh yang aktif. Interaksi ini membentuk kesan energi, kekuatan, dan kesiapan fisik yang kemudian berkembang menjadi gambaran tertentu tentang karakter penggunanya. Dalam sosial dan budaya, olahraga sering dipahami sebagai ruang yang

menampilkan nilai-nilai seperti ketahanan dan performa, yang kerap dikaitkan dengan maskulinitas. Makna-makna tersebut terbentuk melalui proses representasi, di mana visual tubuh dan aktivitas menjadi medium dalam membangun pemahaman tentang identitas maskulin.

Pemaknaan maskulin tidak terlepas dari proses representasi dalam media visual. Representasi merupakan proses konstruksi makna melalui sistem tanda dalam media visual, sehingga visual tidak bersifat netral, melainkan turut membentuk cara pandang terhadap suatu objek (Hall, 1997:28). Representasi merupakan proses menghasilkan makna dari konsep dalam pikiran kita melalui penggunaan bahasa (Jannah & Nursalim, 2022:32). Representasi maskulinitas dapat diartikan sebagai cara-cara budaya, sosial, dan individu untuk menampilkan, menggambarkan, dan memaknai apa yang dianggap sebagai maskulin itu sendiri. Istilah “maskulin” berasal dari bahasa Prancis *masculine*, yang merupakan kata sifat yang memiliki makna “kelelakian” atau menggambarkan karakteristik yang dianggap khas pada laki-laki. Maskulinitas dalam ranah sosial memiliki karakter yang khas dan maknanya dapat berubah seiring dengan dinamika serta perkembangan masyarakat dalam jangka panjang (Gumelar et al., 2023:1385). Melalui berbagai pemahaman tersebut, dapat dilihat bahwa konsep maskulinitas selain berakar pada definisi bahasa, juga dibentuk dan direproduksi oleh proses sosial dan budaya yang terus berkembang.

Seiring perkembangan iklan yang didorong oleh ideologi kapitalisme, terbentuklah stereotip visual yang menggambarkan bagaimana maskulinitas laki-laki seharusnya ditampilkan. Laki-laki direpresentasikan sebagai figur yang jantan, berotot, serta memiliki kekuasaan, dan kekuatan (Susan Bordo dalam Kurnia, 2004:25-

26). Aktivitas laki-laki sering dikaitkan dengan kegiatan yang menuntut kemampuan fisik, seperti olahraga, karena dianggap mencerminkan kekuatan, ketangguhan, dan energi maskulin.



Gambar 1.1 Karya Chubstr

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/973059063250837699/>
(diakses pada 17 Januari 2026, pukul 02.42 WIB).



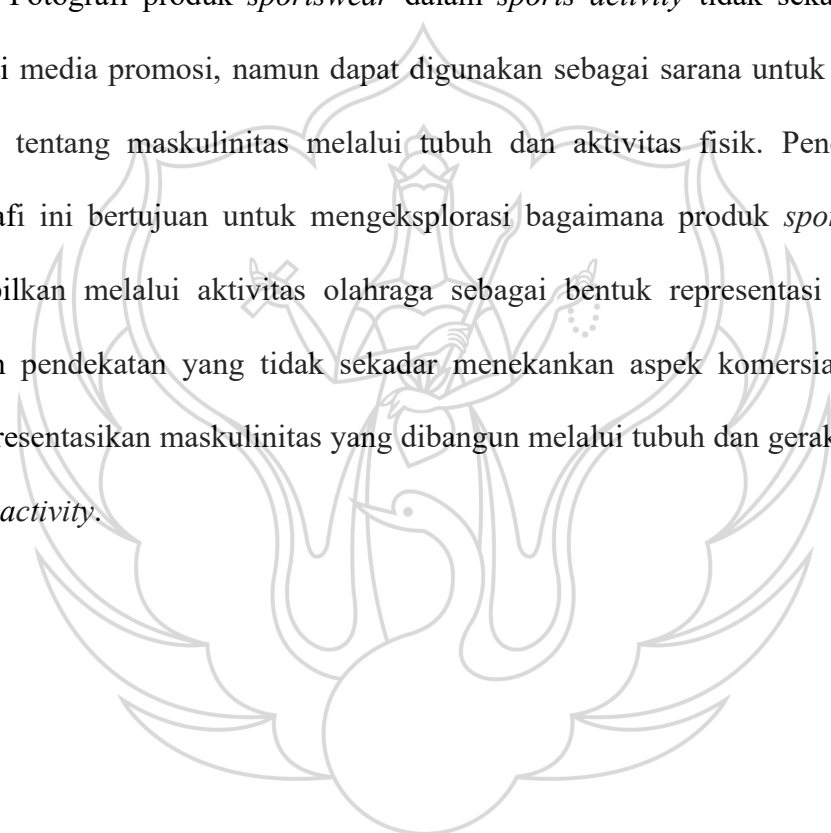
Gambar 1.2 Karya Social Outliter

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/973059063250837584/>
(diakses pada 18 Januari 2026, pukul 18.53 WIB).

Gambar 1.1 dan 1.2 merupakan contoh karya komparatif yang menunjukkan bahwa visualisasi produk *sportswear* sangat dipengaruhi oleh pemilihan subjek foto. Pada kedua contoh tersebut, penggunaan model dengan bentuk tubuh yang dianggap kurang proporsional menghasilkan tampilan visual yang tidak sekuat yang diharapkan. Hal ini disebabkan karena pakaian olahraga pada dasarnya dirancang untuk menampilkan performa fisik dan kemampuan tubuh. Ketika model tidak

mencerminkan karakteristik tersebut, kesan estetis dan nilai komersial produk ikut menurun, terutama apabila dibandingkan dengan model yang memiliki proporsi tubuh ideal. Ketidakselarasan antara bentuk fisik model dengan identitas produk ini, pada akhirnya melemahkan pesan kekuatan dan maskulinitas yang menjadi daya tarik utama dalam kategori *sportswear*.

Fotografi produk *sportswear* dalam *sports activity* tidak sekadar berfungsi sebagai media promosi, namun dapat digunakan sebagai sarana untuk menampilkan makna tentang maskulinitas melalui tubuh dan aktivitas fisik. Penciptaan karya fotografi ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana produk *sportswear* dapat ditampilkan melalui aktivitas olahraga sebagai bentuk representasi maskulinitas, dengan pendekatan yang tidak sekadar menekankan aspek komersial, tetapi juga merepresentasikan maskulinitas yang dibangun melalui tubuh dan gerak dalam visual *sports activity*.



B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, rumusan penciptaan dalam karya ini adalah bagaimana merancang dan memvisualisasikan fotografi produk sportswear dalam *sports activity* yang dapat merepresentasikan maskulinitas.

C. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan

- a. Merancang dan menghasilkan karya fotografi produk sportswear dalam *sports activity* sebagai representasi maskulinitas.
- b. Mengkaji relasi antara tubuh dan produk dalam visualisasi fotografi produk untuk menghadirkan citra maskulin.
- c. Mengembangkan pendekatan visual fotografi produk yang berorientasi pada aspek komersial, namun tetap mengonstruksi makna maskulinitas melalui aktivitas olahraga.

2. Manfaat

- a. Manfaat Teoretis
 - 1) Memberikan kontribusi dalam kajian fotografi, khususnya pengembangan fotografi produk
 - 2) Menekankan fotografi produk sebagai media komersial, namun dapat dijadikan sebagai sarana representasi dan konstruksi makna visual
 - 3) Memperkaya pembahasan tentang representasi maskulinitas dalam visual

b. Manfaat Praktis

- 1) Menjadi referensi bagi fotografer dan pelaku industri kreatif dalam merancang strategi visual fotografi produk sportswear
- 2) Memberikan inspirasi pendekatan visual yang lebih dinamis dan terkonsep
- 3) Menawarkan alternatif cara mempresentasikan maskulinitas melalui aktivitas olahraga

