

## BAB V PENUTUP

### A. Simpulan

Penciptaan karya fotografi ini berangkat dari ketertarikan terhadap isu *sustainable fashion* serta upaya untuk mentransformasi persepsi audiens terhadap busana berkelanjutan. Fokus utama diarahkan pada visualisasi proses panjang di balik hadirnya busana dari jenama Abhati, Yogyakarta, dengan tujuan mengangkat produk dari sekadar komoditas menjadi artefak budaya yang bernilai tinggi. Melalui penerapan konsep *event structure* dan fotografi komersial, karya ini berhasil mengonstruksi narasi visual yang mengintegrasikan aspek material, proses kerja manual, serta nilai keberlanjutan ke dalam satu kesatuan estetika yang koheren.

Dalam pelaksanaannya, proses penciptaan melalui tahapan riset, penyusunan *moodboard*, perancangan *shotlist*, hingga eksekusi pemotretan dilakukan secara sistematis. Namun, selama proses produksi, terdapat beberapa kendala yang dihadapi, baik secara teknis maupun operasional. Kendala teknis muncul ketika kamera utama mengalami kerusakan, serta adanya hambatan konektivitas pada *trigger* lampu studio. Selain itu, aspek logistik menjadi tantangan karena ketersediaan busana yang terbatas (unit tunggal) serta perlunya koordinasi intensif dengan pihak jenama selama sesi pemotretan. Kendala-kendala tersebut diatasi melalui langkah-langkah solutif, yakni penggunaan peralatan cadangan, penyesuaian teknis secara berkala untuk sinkronisasi pencahayaan, serta penguatan komunikasi dan

fleksibilitas jadwal dengan pihak jenama untuk memastikan seluruh tahapan produksi tetap berjalan sesuai rencana.

Secara konseptual, tantangan terbesar terletak pada upaya menerjemahkan gagasan visual agar tidak sekadar menjadi dokumentasi literal, melainkan bentuk representasi yang simbolik dan estetis. Tantangan ini direspon dengan melakukan eksplorasi mendalam terhadap elemen visual seperti warna, tekstur, komposisi, dan *gesture* tubuh. Hasilnya, pendekatan estetika fotografi yang diterapkan terbukti mampu membangun pengalaman visual yang tidak hanya informatif, tetapi juga memiliki kedalaman emosional. Fotografi komersial difungsikan secara efektif sebagai medium persuasif untuk menjembatani kesenjangan antara nilai keberlanjutan produk dan apresiasi konsumen.

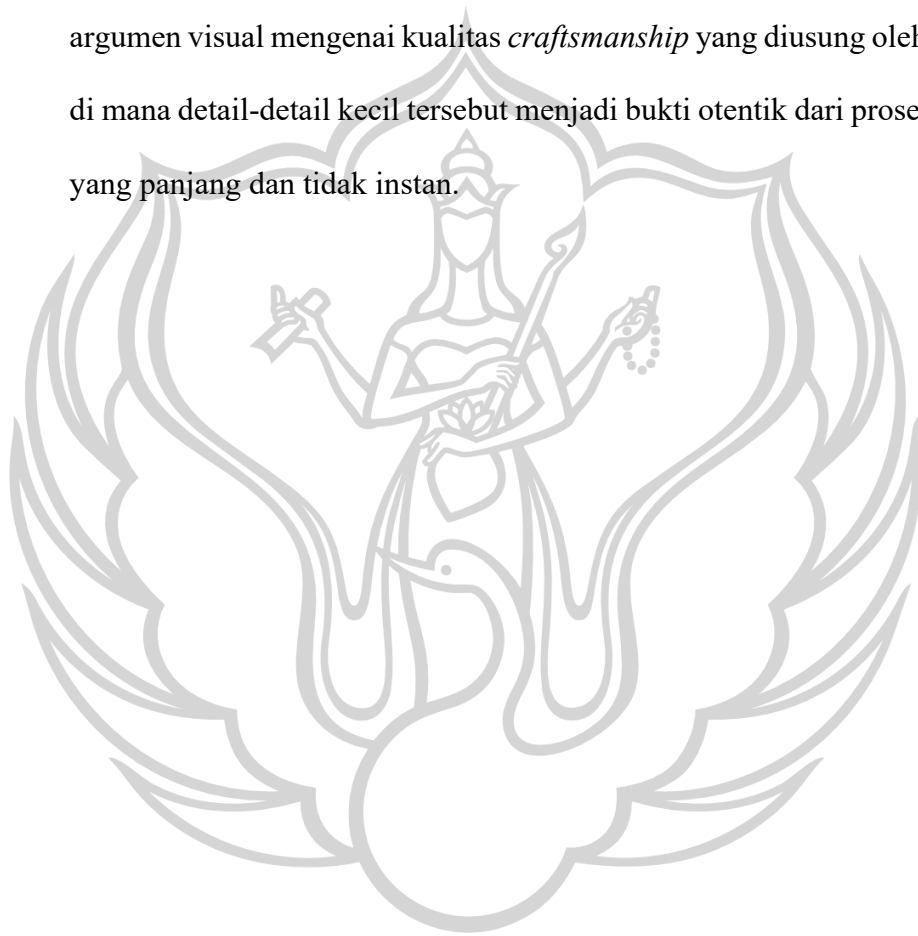
Melalui visualisasi hubungan antara bahan alami, proses kerja manusia, dan hasil akhir busana, karya ini diharapkan mampu meningkatkan kesadaran audiens untuk lebih menghargai proses di balik hadirnya sebuah produk mode. Penciptaan karya ini juga menjadi evaluasi penting bagi praktik kreatif, di mana setiap tantangan teknis dan konseptual yang dilalui telah berkontribusi pada kematangan bahasa visual yang dihasilkan, serta membuka peluang bagi eksplorasi kreatif yang lebih luas di masa mendatang

## B. Saran

Penciptaan karya fotografi dalam skripsi ini merupakan eksplorasi awal dalam memvisualisasikan narasi *sustainable fashion* melalui fotografi komersial. Untuk pengembangan karya di masa depan, disarankan agar fokus eksplorasi tidak hanya berhenti pada dokumentasi proses produksi, melainkan dapat dikembangkan lebih dalam pada aspek simbolisme visual. Pencipta karya berikutnya dapat menggali lebih jauh bagaimana objek material (pewarna alami, serat kain, alat tenun) dapat diposisikan sebagai metafora visual untuk menceritakan nilai ketelatenan dan filosofi keberlanjutan, sehingga foto tidak lagi bersifat informatif, tetapi juga naratif secara simbolik.

Terkait aspek teknis fotografi, disarankan untuk melakukan eksplorasi yang lebih variatif dalam penggunaan teknik pemotretan. Jika karya saat ini lebih banyak mengandalkan pencahayaan studio yang terukur, pengembangan selanjutnya dapat mencoba memadukan pencahayaan alami (*natural light*) dalam lingkup *environmental portraiture*. Penggunaan cahaya alami dapat memberikan kesan autentisitas dan kedekatan yang lebih kuat dengan karakter perajin serta lingkungan produksi yang sesungguhnya. Hal ini akan memperkaya variasi estetika dan memberikan dimensi emosional yang berbeda pada setiap karya yang dihasilkan.

Selain itu, pengembangan eksplorasi dapat diarahkan pada teknik fotografi makro untuk menonjolkan tekstur dan detail material. Dengan memfokuskan lensa pada detail terkecil—seperti serat kain, bekas warna alami pada tangan perajin, atau tekstur motif batik—karakter unik dari setiap bahan dapat terekspos lebih kuat. Pendekatan ini akan mempertegas argumen visual mengenai kualitas *craftsmanship* yang diusung oleh jenama, di mana detail-detail kecil tersebut menjadi bukti otentik dari proses manual yang panjang dan tidak instan.



## DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. (n.d.). Narasi. Dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia daring*. Diakses pada 26 Mei 2026, dari <https://kbbi.kemendikdasmen.go.id/entri/narasi>
- Bailey, K., Basu, A., & Sharma, S. (2025). A review of fast fashion and environmental research gaps in top garment-producing countries. *Environmental Reviews*. <https://doi.org/10.1139/er-2025-0121>
- Cline, E. L. (2013). *Overdressed: The shockingly high cost of cheap fashion*. Penguin.
- Fansuri, H. (2017). Konsumerisme dan hegemoni Barat terhadap masyarakat negara berkembang: Perspektif Antonio Gramsci. *Journal of Integrative International Relations*, 3(2), 33–51.
- Hakim, A. L., & Rusadi, E. Y. (2022). Kritik globalisasi: Fenomena fast fashion sebagai budaya konsumerisme pada kalangan pemuda Kota Surabaya. *AL MA'ARIEF: Jurnal Pendidikan Sosial dan Budaya*, 4(2), 59–67.
- Huda, A. S., Apriyanto, M. F., & Arsita, A. (2022). Foto iklan sebagai media promosi produk “AH Lurik”. *Specta: Journal of Photography, Arts, and Media*, 6(1), 57–66.
- Istiqomah, D., & Sari, M. P. (2021). Estetika fotografi produk sebagai media promosi visual. *Jurnal Desain*. [https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/Jurnal\\_Desain/article/view/9924](https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/Jurnal_Desain/article/view/9924)
- Joy, A., Sherry, J. F., Venkatesh, A., Wang, J., & Chan, R. (2012). Fast fashion, sustainability, and the ethical appeal of luxury brands. *Fashion Theory*, 16(3), 273–295. <https://doi.org/10.2752/175174112X13340749707123>
- Kirk, T. (2010). *Commercial photography handbook*. Amherst Media.
- Kutsenkova, Z. (2017). *The sustainable future of the modern fashion industry*.
- Niinimäki, K., Peters, G., Dahlbo, H., Perry, P., Rissanen, T., & Gwilt, A. (2020). The environmental price of fast fashion. *Nature Reviews Earth & Environment*, 1(4), 189–200. <https://doi.org/10.1038/s43017-020-0039-9>
- Pimenta, S., & Poovaiah, R. (2010). On defining visual narratives. *Design Thoughts*, 3(1), 25–46.
- Priyambodo, D. K., Apriyanto, M. F., & Rozaq, M. K. A. (2020). Modest fashion Itang Yunasz dalam fotografi komersial. *Specta: Journal of Photography, Arts, and Media*, 4(1), 51–62.
- Setiawan, R., & Bornok, M. B. (2015). *Estetika fotografi*. Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Universitas Katolik Parahyangan.

- Schirato, T., & Webb, J. (2004). *Reading the visual*. Allen & Unwin.
- Shen, D., Richards, J., & Liu, F. (2012). Consumers' awareness of sustainable fashion. *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*, 5(3), 167–174.
- Soedjono, S. (2007). *Pot-Pourri fotografi*. Universitas Trisakti.
- Tahalele, Y. K. S., Kusumowidagdo, A., Tanzil, M. Y., Tjandrawibawa, P., Indriati, L., Indrawan, S. E., & Toreh, F. R. (2022). *Sustainable fashionpreneur: Aplikasi nilai-nilai kewirausahaan pada dunia mode*. PT Baskara Cipta Karya.
- Tanzil, M. Y. (2017). The sustainable practices of Indonesian fashion brands. Dalam *Proceedings of the 1st International Conference on Art, Craft, Culture and Design*. Bandung Institute of Technology.
- Thio, A. (1996). *Sociology: An introduction*. HarperCollins College Publishers.
- Umar, N. A. F., Balerina, L. A., Ilanunu, G. O., & Amalia, N. M. R. (2025). Fenomena gaya konsumsi Gen Z di Kota Malang terhadap fast fashion dalam perspektif globalisasi budaya. *Jurnal Riset Multidisiplin Edukasi*, 2(12), 915–930.

