

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Fotografi *fashion* editorial lebih efektif digunakan untuk promosi perlengkapan kegiatan *outdoor* jika dibandingkan dengan menggunakan fotografi *fashion retail*. Karya-karya foto yang dihasilkan tidak sekadar menampilkan pose model yang mengenakan busana yang ditawarkan, tapi juga ada *action* yang membuat foto-foto tersebut lebih dramatis dan menggugah emosi para *audience*-nya. Dari *action* itulah *audience* dapat memberikan kepercayaan terhadap kualitas atau keunggulan produk tersebut. Selain itu, dengan menampilkan pemandangan indah dapat menjadi penguat yang baik bagi *audience* yang menjadi target *market*-nya. Dengan begitu *brand image* Cozmeed sebagai produsen peralatan *outdoor* yang setia menemani di setiap tantangan dapat melekat dengan baik di benak para *audience*.

Dalam melakukan pemotretan di alam bebas harus mengutamakan keselamatan bersama, sesuai pesan yang ingin disampaikan dalam karya ini. Dengan menggunakan pakaian yang nyaman dan aman, peralatan panjat tebing sesuai standar pendakian, alas kaki, serta menyiapkan perlengkapan P3K merupakan langkah tepat untuk mengurangi risiko kecelakaan.

Untuk menciptakan fotografi *fashion* editorial diperlukan konsep cerita yang kuat dan dihubungkan dengan produk yang akan ditampilkan. Jika keduanya tidak memiliki korelasi, maka pesan yang disampaikan akan sulit diterima *audience*. Hal ini berhubungan sekali dengan komunikasi visual, yaitu bagaimana merangkai makna dan tanda menjadi sebuah imaji yang dapat digunakan untuk

menyampaikan pesan. Selain itu juga dibutuhkan komunikasi yang baik sesama anggota tim dalam merealisasikan permintaan klien.

Penggunaan *lighting* juga harus disesuaikan dengan konsep yang ada. Komposisi dan *angle* pengambilan gambar turut memengaruhi minat *audience* dalam menikmati foto tersebut. Pada penciptaan karya ini digunakan berbagai macam komposisi dan *angle* yang bervariasi agar foto yang dihasilkan tidak monoton, sehingga *audience* tidak merasa bosan menikmatinya.

B. Saran

1. Dalam menciptakan karya fotografi *fashion* editorial membutuhkan kerja sama tim yang solid, karena seorang fotografer tidak mungkin bisa bekerja sendiri tanpa bantuan orang lain. Komunikasi yang baik dengan kru dan modelnya merupakan salah satu kunci sukses dalam sebuah proyek foto komersial.
2. Indikator kepuasan terhadap penciptaan karya ini terletak pada klien, sedangkan indikator keberhasilan terletak pada *customer* Cozmeed. Jadi setelah penciptaan karya ini selesai, tidak hanya sampai sini saja, namun harus ada pemantauan perkembangan bagaimana respons *audience* setelah dipublikasikan ke media massa. Meskipun hal tersebut bukan kewajiban fotografer, namun fotografer juga harus mengetahui hal tersebut agar dapat mengoreksi kekurangan yang ada dan bisa mengembangkan karyanya agar lebih baik lagi di masa yang akan datang.

3. Ketika memotret di alam bebas juga harus membuat manajemen waktu, karena kondisi cuaca yang sering berubah dan sulit diprediksi dapat menghambat proses pemotretan.



Daftar pustaka

- Abdi, Yuyung. 2012. *Photography From My Eyes*. Jakarta : Elex Media Komputindo.
- Badil, Rudy. 2005. *Jejak Kampus di Jalan Alam 40 Tahun Mapala UI*. Jakarta : Mapala UI.
- Chaney, David. 1996. *Lifestyles: Sebuah Pengantar Komprehensif*. Yogyakarta : Jalasutra.
- Hamlyn. 1995. *Sport And Adventure Photography*. London : Reed Consumer Books.
- Hapsari, Niken Tri. 2010. *Seluk Beluk Promosi & Bisnis*. Yogyakarta : A Plus Books.
- Harsojo. 1999. *Pengantar Antropologi*. Bandung : Putra A Bardin.
- Jati, Aryono Huboyo. 2012. *Directing In Photography*. Jakarta : Elex Media Komputindo.
- Keraf, Gorys. 2004. *Komposisi*. Flores : Nusa Indah.
- Model, Adi. 2009. *Lighting For Beauty*. Jakarta : Elex Media Komputindo.
- Mulyanta, Edi S. 2007. *Teknik Modern Fotografi Digital*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Soedjono, Soeprpto. 2007. *Pot-Pourri Fotografi*. Jakarta : Universitas Trisakti.
- Susanto, A.B. 2001. *Potret-potret Gaya Hidup Metropolis*. Jakarta : Kompas Media.
- Tim Penyusun. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta : Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional.
- Tinarbuko, Sumbo. 2009. *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta : Jalasutra.
- Wibowo, Wahyu. 2003. *Sihir Iklan*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

Pustaka Laman

<http://kbbi.web.id/produk>, diakses 23 April 2014 pukul 02.42

<http://www.jack-wolfskin.com>, diakses 19 Februari 2014 pukul 22.35

<http://www.nicolinepatricia.com/A-Journey-of-Inseparable-Love>, diakses 20 Februari 2014 pukul 22.15

<https://www.behance.net/gallery/Djarum-Super-My-Life-My-Adventure/1005457>, diakses 19 Februari 2014 pukul 22.25

Narasumber

Budi Susanto (42 th.), direktur utama, bulan Februari – Juni 2014 di Cartenz Adventure Store, Surakarta, Jawa Tengah.

Darius Manihuruk, (35 th), fotografer *fashion*, wawancara tanggal 8 September 2012 via *e-mail* dariusmanihuruk@yahoo.com.

