

Naskah Publikasi

BOHEMIAN STYLE DALAM FOTOGRAFI KOMERSIAL



Disusun dan dipersiapkan oleh

Landu Aji Pratama

1310642031

JURUSAN FOTOGRAFI
FAKULTAS SENI MEDIA REKAM
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA

2019

BOHEMIAN STYLE DALAM FOTOGRAFI KOMERSIAL

Dipersiapkan dan disusun oleh

Landu Aji Pratama

NIM 1310642031

Telah dipertahankan di depan para penguji
pada tanggal.....



Mengetahui,

Pembimbing I

Pembimbing II

M. Fajar Apriyanto, M.Sn.

Syaifudin, S.Sn, M.Ds.

Dewan Redaksi Jurnal **spectā**

Pitri Ermawati, M.Sn.

BOHEMIAN STYLE DALAM FOTOGRAFI KOMERSIAL

Dipersiapkan dan disusun oleh

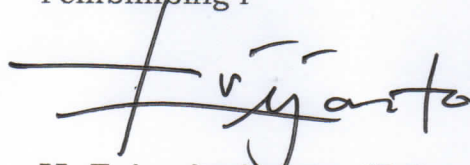
Landu Aji Pratama
NIM 1310642031

Telah dipertahankan di depan para penguji
pada tanggal.....



Mengetahui,

Pembimbing I

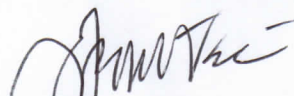


M. Fajar Apriyanto, M.Sn.

Pembimbing II

Syaifudin, S.Sn, M.Ds.

Dewan Redaksi Jurnal *spectā*



Pitri Ermawati, M.Sn.

BOHEMIAN STYLE DALAM FOTOGRAFI KOMERSIAL

Landu Aji Pratama

1310642031

Jurusan Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam

Institut Seni Indonesia Yogyakarta

No. Tlp: 082226916922, *E-mail*: landupratama@gmail.com

Abstrak

Gaya Bohemian adalah gaya berpakaian yang penuh warna dan bercampur antara gaya etnik, *hippies* dan juga *vintage*, yang dipopulerkan pada tahun 1960-an dan 1970-an. Gaya ini berfokus pada kain yang longgar dan melayang. Gaya ini juga merepresentasikan kepedulian terhadap lingkungan sehingga yang paling sering digunakan adalah kain alami atau pakaian yang selaras dengan diri sendiri dan alam. Semua dibuat dengan spontan dan memanfaatkan segala benda yang ada di sekitar dan ada fitur-fitur khas pada gaya Bohemian. Fotografi komersial adalah jenis fotografi yang bertujuan untuk komersil, seperti mempromosikan suatu produk atau jasa (Enche Tjin dan Erwin Mulyadi, 2014). Jenis foto ini adalah salah satu pekerjaan yang banyak digemari oleh para fotografer, karena fotografi komersial memiliki peluang ekonomi yang menjanjikan. *Bohemian style* ini dibuat untuk memenuhi dan menambah variasi gaya berfoto di era sekarang. Dapat dikatakan sudah sangat banyak, namun memiliki gaya yang serupa. Dengan adanya karya ini maka variasi foto menjadi lebih banyak dan lebih menarik, terutama dalam bidang *fashion*. Seiring perkembangan zaman, maka gaya fotografi akan berkembang pesat, sehingga diperlukan foto dengan nilai seni tinggi yang dapat memberikan opsi baru pada penikmat foto.

Kata kunci: *bohemian style*, fotografi komersial

Abstract

Bohemian Style in Commercial Photography. *Bohemian style is identified with a colorful dress, mixes between ethnic, hippie and vintage style, which was firstly popularized in the 1960s and 1970s. This style focuses on loose and floating fabrics. It also represents humans' concern on the environment, so the most commonly used materials are natural fabrics or clothing that are in harmony with the object itself and nature. Everything is made spontaneously and uses the nearby objects. However, there are distinctive features in the Bohemian style. Commercial photography is a type of photography that aims to be commercialized, such as promoting a product or a service (EncheTjin and Erwin Mulyadi, 2014). It is one of the many jobs favored by photographers, because it offers promising economic opportunities. A Bohemian style is made to meet and to add the variety of photo styles in the modern era. With Bohemian Style, photo variations are becoming more and more interesting, especially in the fashion field. As time goes by, photography styles will develop rapidly. So, photos with high artistic value are needed in order to provide new options for photographic lovers.*

Keywords: bohemian style, commercial photography



PENDAHULUAN

Seiring dengan berkembangnya zaman dan teknologi, maka semakin banyak juga perangkat yang muncul dan terus berkembang, salah satunya adalah fotografi. Saat ini fotografi adalah salah satu elemen penting yang ada dimasyarakat, fotografi saat ini hampir ada disetiap sisi kehidupan manusia. Sejak adanya fotografi, manusia semakin dipermudah praktiknya dalam membuat sebuah imaji yang serupa dengan aslinya (Irwandi & Muh. Fajar Apriyanto, 2012: 1). Termasuk di Indonesia, fotografi saat ini sudah menjadi hal yang tidak asing lagi dikalangan masyarakat, tidak hanya fotografer namun semua orang dapat mengambil gambar dengan menggunakan ponsel tidak hanya dengan kamera profesional.

Sesuai dengan yang diungkapkan oleh Soedjono (2007:25), kemana saja arah pandang kita, selalu akan bertatapan dengan karya fotografi. Mereka hadir dalam berbagai bentuk, format, jenis, subjek, karakter serta gaya penampilan yang beraneka ragam dalam menyemarakkan serta melingkupi kehidupan kita.

Salah satu jenis fotografi yaitu fotografi komersial. Menurut Enche Tjin dan Erwin Mulyadi (2014:76), fotografi komersial adalah jenis fotografi yang bertujuan untuk komersial seperti mempromosikan sesuatu produk atau jasa. Jenis foto ini adalah salah satu jenis pekerjaan yang banyak digemari oleh para fotografer, karena fotografi komersial tentu saja memiliki peluang ekonomi yang menjanjikan. Sebagaimana yang dikatakan Soedjono (2007:30), yakni karya fotografi memiliki makna ekonomis bila karya tersebut menjadi produk komoditas yang bernilai karena diorientasikan bagi pencapaian tujuan komersial/finansial. Fotografi komersial ini pun menjadi lebih luas lagi karena bisa dieksplorasi menjadi beberapa jenis lagi seperti : fotografi *fashion*, fotografi produk, fotografi *advertising*, dan media elektronik.

Pada penciptaan "*bohemian style* dalam fotografi komersial" penulis membuat karya fotografi menggunakan objek utama *bohemian style* yang digunakan sebagai salah satu metode untuk mempromosikan suatu produk yang bertujuan untuk menarik daya tarik masyarakat umum. Promosi yang dilakukan dapat berupa iklan media cetak antara lain poster, pamflet, baliho, dan sebagainya.

Bohemian itu sendiri adalah gaya berpakaian yang dipopulerkan pada tahun 1960-an dan 1970-an (Glamradar,2017). Inti gaya bohemian berfokus

pada kain yang longgar dan melayang. Gaya ini juga menekankan kepedulian terhadap lingkungan sehingga yang paling sering digunakan adalah kain alami. Gaya bohemian juga menekankan pada pakaian yang selaras dengan diri sendiri dan alam. Semua dibuat dengan spontan dan memanfaatkan apa saja benda yang ada. Namun, ada fitur-fitur khas pada gaya bohemian. Gaya bohemian adalah gaya yang penuh warna dan bercampur antara gaya etnik, *hippies* dan juga *vintage*.

Bohemian style memiliki gaya tarik tersendiri bagi beberapa orang yang memiliki jiwa yang bebas dan berseni. Sehingga banyak dari vendor fotografi yang menggunakan *bohemian style* tersebut sebagai perantara, antara produk yang dijual dengan masyarakat umum, karena dianggap *bohemian style* ini memiliki *style* yang *eye-catching*. Dalam menciptakan output fotografi dengan objek *bohemian style* yang *eye-catching* diperlukan beberapa teknik dalam pengambilan gambar dan kesesuaian dengan tema yang diambil. Beberapa hal yang diperhatikan dalam pengambilan gambar itu sendiri antara lain, perlunya kesinambungan antara lokasi, kostum dan komposisi fotografi.

Penggunaan *bohemian style* yang diiringi dengan lokasi, kostum, dan komposisi fotografi yang sesuai akan menghasilkan gambar yang memiliki nilai estetik yang mampu memberikan daya tarik sehingga meningkatkan nilai komersial pada gambar tersebut. Berdasarkan hal tersebut, *style* yang digunakan harus sesuai dengan cara pengambilan gambar atau komposisi fotografi untuk meningkatkan nilai komersial.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis mengambil judul "*bohemian style* dalam fotografi komersial" dan menciptakan sebuah karya seni fotografi yang tidak hanya sebatas dokumentasi namun juga memiliki nilai komersial.

Landasan Penciptaan

1. Fotografi Komersial

Fotografi komersial adalah fotografi yang aplikasinya untuk keperluan iklan baik itu iklan di majalah dan koran, poster, billboard, POP (*Point of Purchase*) material, dan berbagai materi penunjang pemasaran sebuah merk. ("*Being A Commercial Photographer*"). *Commercial Photography* merupakan salah satu kategori terbaik yang dapat digambarkan seperti sebuah foto yang digunakan untuk membantu

menjual, mengiklankan atau memasarkan produk, layanan, orang, ataupun banyak orang. Semua foto yang dapat dilihat dalam majalah, media online, billboard, CD, atau poster, semuanya berada di bawah fotografi komersial. Hal ini diungkapkan oleh Rebecca Britt yang merupakan seorang *Commercial Photographer* (Sutton, 2012).

Fotografi komersial berarti pengambilan gambar untuk keperluan atau penggunaan komersial, yang berarti bisnis, untuk penjualan, untuk menghasilkan uang. Fotografi ini seringkali berhubungan dengan iklan-iklan, brosur, product placement, hingga merchandise (Headshot London Photography, 2012).

Fotografi komersial memiliki cakupan jenis yang cukup luas yang di dalamnya termasuk *product photography* dan *still life*, gaya hidup untuk advertising, *architectural photography*, *fashion* (Tuck : 6). Tetapi di Indonesia, *commercial photography* diartikan oleh sebagian besar masyarakat sebagai fotografi iklan seperti yang dijelaskan oleh salah satu guru fotografi di Indonesia yang menuliskan fotografi iklan sebagai *commercial/advertising photography* (Handoko : 5).

Advertising photography merupakan salah satu jenis fotografi yang menggunakan konsep untuk setiap pemotretannya. Hal ini dapat dilihat dari kru-kru dalam tim yang terlibat dalam suatu pemotretan mulai dari proses pre-production hingga post-production. "Timnya banyak dari klien hingga *make up artist*, dari *art director* sampai *digital imaging artist*," kata Henky Christianto, salah satu founder dari 2H Photo (Henky & Heret Photography) pada salah satu interview dalam majalah The Light. ("Henky Christianto Nggak Pernah Mimpi Jadi Fotografer Komersil").

Kini proses foto pada *commercial photography* tidak berhenti sampai pada selesai pemotretan saja, melainkan ada *post production* yang sering disebut dengan *enchanhing* atau *digital imaging*. Hal ini karena selera yang sedang trend adalah artificial. ("Gerard Adi, Nggak Gengsi Belajar Make Up") Foto-foto dalam iklan yang memang memiliki tuntutan untuk memiliki striking power dan sticking power rupanya berakibat pada proses digital imaging untuk menghadirkan hal-hal yang tidak mungkin atau sangat sulit untuk dilakukan hanya dengan kamera ("Photographer atau Photoshopper").

Bagi fotografer yang unggul dalam *commercial photography*, bisnis dalam bidang ini dapat menjadi pasar yang sangat menguntungkan,

karena bidang yang dicakup dalam fotografi ini sangat luas, yang bisa menggunakan jenis foto dari yang tradisional hingga berbagai macam alternatif lainnya (Steve Digicam's, par. 1)

2. Komposisi

Komposisi dalam bidang seni rupa dan fotografi bisa diartikan sebagai cara penempatan objek dalam bidang gambar dengan memanfaatkan faktor-faktor komposisi, sedemikian rupa sehingga benar benar menjadi titik pusat perhatian (*focus of interest*) bagi orang yang melihatnya (Ardiansyah, 2005:88). Kaitanya dalam foto *still life* Supriyono (2002:97), menegaskan bahwa foto *still life* adalah satu-satunya genre fotografi yang mengharuskan fotografer berpikir komposisi secara total, baik dengan mengatur objek maupun tanpa menyentuh objek.

Adapun tujuan dari pengaturan komposisi dalam fotografi menurut Widada (2014:31), ialah membangun *mood* sebuah gambar foto dan keseimbangan keseluruhan objek foto, menyusun perwujudan sebuah ide menjadi sebuah penyusunan gambar yang baik sehingga tercipta satu kesatuan karya, lalu melatih kepekaan mata untuk menangkap berbagai unsur dan mengasah rasa estetik dalam pribadi pemotret.

3. Estetika

Secara sederhana, estetika adalah ilmu yang membahas tentang keindahan, bagaimana bisa terbentuk, dan bagaimana seseorang bisa merasakannya. Herbet Read dalam bukunya *The Meaning of Art* merumuskan keindahan sebagai suatu kesatuan arti hubungan bentuk yang terdapat diantara pencerapan-pencerapan inderawi (Dharsono, 2004: 10).

Estetika dalam fotografi juga perlu diperhatikan karena menyangkut dengan apa isi dalam sebuah karya. Estetika fotografi dibagi dalam dua wilayah, yakni estetika pada tataran ideasional dan estetika pada tataran teknis (Soedjono,2007:8). Sedangkan Irwandi & Apriyanto (2012:13) menjelaskan maksud tataran ideasional adalah pengimplementasian media fotografi sebagai wahana berkereasi dan menunjukkan ide serta jadi diri seorang fotografer. Keinginan untuk menunjukkan eksistensi dan ide pribadi seorang fotografer tercermin dalam konsep dan pendekatan estetis yang dipilihnya.

a. Estetika Ideasional

Secara ideasional, dalam konteks fotografi ini ditinjau bagaimana manusia menemukan sesuatu ide dan mengungkapkannya dalam bentuk konsep, teori ataupun sebuah wacana. Dari ide dan konsep tersebut dapat dikembangkan dan ditindaklanjuti sehingga menghasilkan suatu karya yang memiliki nilai estetika (Soedjono, 2007: 8).

Fotografi menjadi suatu wadah untuk berolah kreatif bagi fotografer yang ingin menyampaikan pesan sesuai ide dan konsep fotografer tersebut melalui suatu karya fotografi. Semua fotografer akan mengemas karya-karya fotografinya dengan ide dan konsep yang ditunjang dengan pemilihan objek dan trik-trik kreatif atau berbagai teknik untuk mendukung ideasional-nya.

Kajian utama dalam tataran ideasional ini adalah bagaimana seorang fotografer mengembangkan berbagai ide kemudian membuatnya menjadi suatu konsep yang digunakan yang nantinya akan digunakan sebagai dasar pembuatan suatu karya. Konsep dalam fotografi adalah suatu ide yang dituangkan dalam suatu karya fotografi oleh fotografer atau dari sekitarnya. Banyak karya fotografi yang dibuat dengan suatu konsep yang cukup sederhana sehingga orang dapat dengan mudah menangkap pesan yang terdapat pada foto tersebut. Namun ada juga foto yang membutuhkan suatu pemikiran yang mendalam sebelum menangkap pesan yang terdapat pada foto tersebut.

b. Estetika Teknikal

Wacana estetika pada fotografi juga meliputi hal-hal yang berkaitan dengan teknis pengambilan suatu foto. Macam-macam teknik fotografi yang ada ternyata menghadirkan berbagai pengertian dan pemahaman istilah yang memiliki keunikan tersendiri (Soedjono, 2007: 14). Hal tersebut terjadi karena dalam setiap teknik yang digunakan berkaitan dengan peralatan yang ada dan digunakan dalam pengambilan suatu foto. Adapun masalah teknis tersebut variannya meliputi teknik pemotretan dan tahap penampilan atau pengemasan hasil fotografi sesuai dengan kebutuhannya.

Fotografer memiliki peran yang sangat penting dalam pemilihan teknik yang digunakan. Hal ini membutuhkan kemampuan dan

penguasaan berbagai teknik pada fotografer tersebut. Meskipun peralatan fotografi yang digunakan dalam pengambilan suatu foto cukup lengkap, tetap dibutuhkan seorang operator yang dalam hal ini fotografer itu sendiri yang memiliki kemampuan teknis dengan kepekaan estetis dalam mengimplementasikan semua peralatan fotografi tersebut dalam menciptakan suatu karya fotografi yang bagus dan memiliki nilai estetika. Semua pemanfaatan secara teknis dapat disesuaikan dengan fungsi dan tujuan fotografer masing-masing, contohnya seperti pemilihan *background* atau latar belakang, *angle* atau sudut pandang pengambilan objek foto, dan *lighting* atau pengolahan tata cahaya atau pencahayaan.

Tinjauan Karya

Karya acuan yang akan digunakan adalah sebuah karya fotografi dari Nicoline Patricia Malina, fotografer komersial profesional, yang berada di Indonesia, bekerja sebagai fotografer komersial yang meliputi foto *Product*, *conceptual*, *fashion fotografi*. Beberapa artis pernah mereka potret dan beberapa *brand product* yang pernah bekerja sama dengannya. Berikut karya komersial yang pernah dibuat dengan karakter yang berbeda beda.



Gambar 1. Foto Karya Nicoline Patricia
(<https://www.behance.net/gallery/631527/A-Take-on-Tradition/>, 8 Agustus 2018 02:58 WIB)



Gambar 2. Foto karya Sail Chong
(<http://www.next-image.com/content/?cla=tit4>, 2 Desember 2018 14:07 WIB)

Pada gambar di atas dijadikan acuan karya fotografi *fashion* komersial karena menunjukkan foto-foto *fashion* dengan disertai background warna-warni, sebagai aksesoris untuk menambah kesan *colorful* pada *bohemian style* yang dijadikan sebagai objek dalam pemotretan dan menunjukkan *lighting* yang sangat membangun suasana produk kepada para konsumen. Detail karya ini sangat menarik baik dari aspek artistik maupun teknik fotografinya. Foto seperti itulah yang nantinya akan dibuat sebagai media dalam menyampaikan kelebihan dari setiap produk.

PEMBAHASAN

Seiring dengan mempelajari ilmu fotografi, didapatkan ilmu dan pengetahuan yang baru dari banyak buku fotografi dan kesehariannya dekat dengan objek yang diulas, sehingga semakin ingin memahami persoalan, mengeksplorasi subjek dan menentukan pendekatan dalam proses penciptaannya. Salah satu buku yang menjadi landasan penciptaan adalah karya buku Adimodel buku ini merupakan buku yang baik dalam menjabarkan teknik pengetahuan dasar dan keterampilan dalam berkarya.

Dalam bukunya Adimodel menjelaskan bahwa *strobist* adalah penggunaan atau aliran fotografi yang khusus mengoptimalkan pemakaian *flash-flash* kecil atau *flash eksternal* yang biasanya dipasang di badan kamera. Teknik *strobist* mengoptimalkan peralatan yang sederhana dengan

kreatifitas yang tinggi sehingga hasilnya tidak kalah dengan lampu yang berukuran besar dan mahal. (Adimodel, 2012: 7)

Sedangkan istilah *strobist* sendiri secara harfiah adalah penggunaan *strobe* atau lampu kilat didalam pemotretan. Tetapi pada saat ini istilah *strobist* telah berkembang luas banyak orang yang mengartikan *strobist* sebagai aliran fotografi yang memaksimalkan penggunaan lampu *flash* kecil atau *flash eksternal* untuk memproduksi sebuah karya. *Strobist* awalnya muncul karena keluhan dari para fotografer pemula yang tidak bisa memiliki lampu studio yang harganya cukup mahal. Untuk itu mereka mencoba mengoptimalkan *flash Eksternal* yang harganya lumayan terjangkau. *Flash Eksternal* sebenarnya adalah lampu kilat yang awalnya di rancang untuk menjadi lampu tambahan yang dipasang langsung di badan kamera (*on-camera*). Tetapi saat ini fungsinya sudah berkembang, tidak lagi di pasang di badan kamera melainkan bisa diletakan di luar badan kamera (*off-camera*) seperti di samping atas, bawah atau belakang obyek. *Strobist* sendiri akan selalu digunakan dalam kegiatan memotret untuk memberikan *fill in* pada suatu objek yang digunakan. Dengan fleksibilitas ini fotografer dapat mengatur letak, arah dan kekuatan cahaya secara individu. Bahkan bisa menggunakan satu, dua atau beberapa lampu sekaligus yang dapat dipicu dari jarak jauh tanpa menggunakan kabel (Adimodel, 2012 : 14).

Di setiap *fashion* memiliki kekhasan tersendiri, entah dari bentuk, perhiasan dan bahan tambahannya. Tanda-tanda dapat terbentuk dan berupa apa saja sekiranya memiliki dan mengandung makna-makna tertentu yang didasarkan pada pemikiran dan upaya manusia untuk saling berkomunikasi. Tanda-tanda yang ada terjalin menjadi satu kesatuan makna yang lebih besar karena nilai keterhubungan/ ketertarikan antara semua elemen visual yang ada dalam karya fotografi kemampuan untuk menghubungkan satu elemen dengan elemen yang lain tersebut sebagai tanda-tanda yang sarat makna tersebut sangat diperlukan sehingga dapat memberikan kejelasan makna yang terkandung di dalamnya. Karena tujuan dan fungsi karya fotografi dalam media tersebut terikat dan mengacu pada tujuan konteks yang ada. Semuanya ini merupakan salah satu upaya penafsiran/ interpretasi atau upaya pemaknaan yang semiotis (Soedjono, 2007: 37).

Karya fotografi yang dimanfaatkan sebagai element penghias atau sebagai unsur pelengkap suatu bentuk media tertentu merupakan karya yang ilustratif sifatnya lazimnya subjek foto memiliki daya tarik tertentu yang *'illustrious'* sebagai *focus of interest* sehingga dipilih sebagai 'penghias' untuk memperindah penampilan suatu media. Media iklan cetak sangat banyak memanfaatkan karya fotografi sejenis ini dengan berbagai bentuk dan subjeknya. Sedangkan media cetak lainnya menggunakan sebagai unsur visual pelengkap informasi yang disebarluaskan demikian juga halnya dalam media online, terhadap khalayak seperti foto-foto yang dimuat dalam surat kabar, majalah, buku, brosur, leaflet, dan lain sebagainya. Hal ini merupakan suatu upaya untuk meningkatkan nilai kepercayaan (*reliability*) masyarakat terhadap suatu informasi cetak yang disampaikan. Pengguna fotografi dalam media iklan telah memberikan klasifikasi bagi ranah (*domain*) fotografi desain (Soedjono, 2007 :37). Karya yang akan diciptakan memiliki garis besar, ide atau konsep untuk membuat karya fotografi komersial, dan berfungsi untuk memberikan informasi kepada masyarakat atau penikmat foto tentang karakter objek. Hasil karya ditampilkan sebagai karya yang kuat di dalam foto tunggal, hal ini mengerucut dalam ranah fotografi komersial.

Metode Penciptaan

Beberapa tahapan penting dalam penciptaan karya ini antara lain:

1. Tahap Observasi

Melakukan observasi, observasi adalah suatu cara untuk memperoleh data dengan cara mengadakan pengamatan dan pencatatan yang sistematis. Observasi yang penulis lakukan terutama pada lokasi pemotretan, survei di beberapa lokasi untuk menentukan lokasi mana yang cocok dan juga waktu pemotretan yang tepat, lokasi pemotretan merupakan salah satu bagian penting pada penciptaan karya ini, dikarenakan kesalahan dalam pemilihan lokasi dan waktu akan membuat hasil foto tidak maksimal.

2. Tahap Eksplorasi

Metode Eksplorasi digunakan dalam penyusunan ide dan konsep, dimana dari berbagai latar belakang ide yang sudah ada di tambah dengan tinjauan karya yang di pilih maka dengan eksplorasi ini akan memunculkan ide dan konsep baru yang digunakan sebagai konsep penciptaan pada karya tugas akhir ini.

3. Tahap Eksperimentasi

Eksperimentasi dilakukan terutama pada teknis pemotretan yang akan dilakukan, antara lain pemilihan lensa, dan juga aksesoris *Lighting* yang akan digunakan. Pemilihan komposisi, ruang tajam, *angle* dilakukan guna memberikan kesan dan pesan yang menarik. Selain pada kaca prisma, penulis juga melakukan eksperimen dalam penggunaan cahaya seperti penggunaan *continous light, flash, dll.* Dimana eksperimen ini akan memunculkan variasi baru pada pembuatan karya ini.

4. Tahap Pembentukan

Setelah objek dan lokasi selesai ditentukan maka tahap selanjutnya yaitu persiapan, adapun yang harus diperhatikan dalam persiapan antara lain kondisi lokasi, kondisi objek foto, peralatan dan juga *crew*, semua hal harus dipersiapkan secara matang agar tidak terjadi kendala dalam pelaksanaan pemotretan, selain itu hal lain yang harus disiapkan adalah *Story board*. *Story board* adalah suatu sketsa atau ilustrasi awal sebelum melakukan pemotretan. Tujuan *story board* adalah untuk memudahkan dalam menentukan komposisi objek pemotretan dan juga pengaturan tata cahaya. Dengan menggunakan *story board* tidak perlu menghabiskan waktu lebih banyak hanya untuk berfikir berkali-kali merancang pemotretan.

5. Tahap Eksekusi

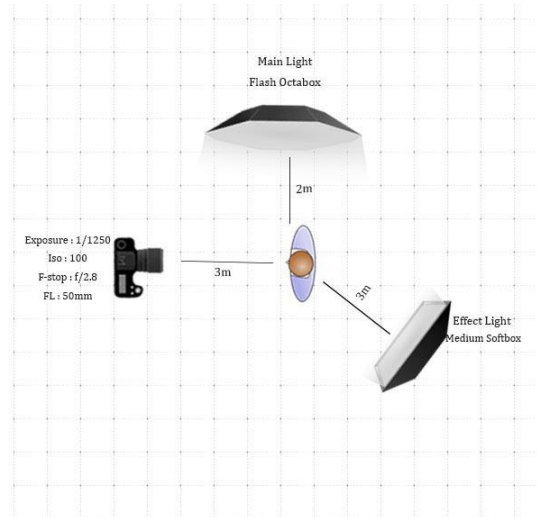
Setelah dua tahapan dilakukan, tahapan yang terakhir adalah perwujudan dalam bentuk karya. Tentunya dalam penciptaan karya tugas akhir ini proses produksi atau pemotretan dilakukan diluar ruangan, terkadang ada kendala yang membuat jadwal harus digantikan dengan yang lain. Tahap perwujudan atau produksi dilakukan kurang lebih selama tiga bulan. Setelah itu proses perwujudan tahap akhir ini adalah memilih foto untuk diolah menggunakan *software Adobe Photoshop CS6 CC*. Pengolahan foto di sini termasuk dalam nilai estetis yang berhubungan dengan teknikal yaitu pasca pemotretan yang meliputi *retouch* foto dan menambah atau mengurangi objek pendukung dalam foto. Proses *editing* yang dilakukan pada penciptaan ini tidak terlalu banyak, *editing* yang dilakukan yaitu berupa pengaturan di *Camera RAW* untuk menyesuaikan warna, lalu *cropping* untuk memperbaiki komposisi foto, *curve* untuk mengatur

gelap terang, lalu yang terakhir adalah *sharpen* untuk menajamkan gambar. Karena karya pada penciptaan ini sudah jadi 80% ketika pemotretan, sehingga tidak perlu banyak *editing*. Hasil foto yang sudah diolah tersebut dicetak ukuran 4R untuk dikonsultasikan dengan dosen pembimbing, setelah proses konsultasi dan pemilihan selesai foto yang terpilih dicetak pada kertas foto doff ukuran 16R, 16Rs, dan 20Rs untuk penyajian akhir nantinya. Karya disajikan dengan pigura warna hitam polos, mounting warna putih dengan jarak 8cm killing dan dengan kaca dof.

Perencanaan ini dibuat untuk membantu dalam proses pengerjaan Tugas Akhir ini agar lebih teratur dan sistematis karena perwujudan sebuah karya yang nantinya tidak berhenti sebatas penciptaan saja namun juga menjadi lampiran pertanggungjawaban pada Tugas Akhir.



Gambar 3.
Karya 1. "Beauty Boho Chic"
Digital Print on Paper
60x40cm, 2018

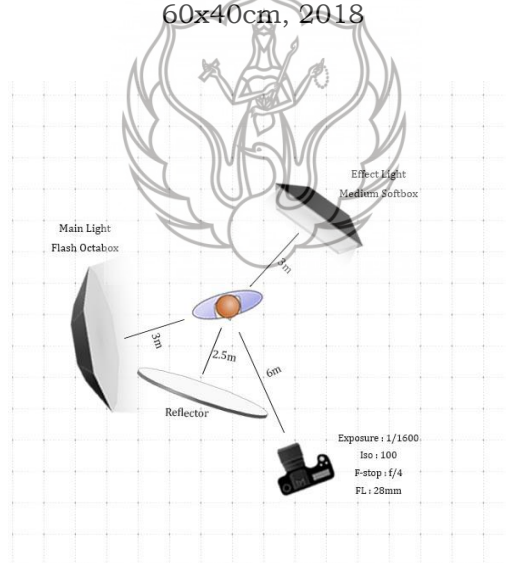


Gambar 4. Skema Proses Pemotretan Karya 1

Pemotretan karya pertama dilakukan berada di luar ruangan, dengan *background* berwarna cenderung kecokelatan dan *foreground* terdapat tangkai bunga berwarna hijau yang menggantung. Pada pemotretan karya di atas lebih memperlihatkan *detail* dari busana, aksesoris dan *make up* yang digunakan. Pencahayaan yang digunakan pada pemotretan karya diatas adalah pencahayaan menggunakan 2 buah lampu flash dengan aksesoris *softbox* untuk menerangi objek agar terlihat dimensi gelap terang pada foto. 1 buah lampu *softbox* berada di sudut 90° model untuk mendapatkan *side light* sebagai *main light* dan 1 buah lampu berada di sudut 225° model untuk mendapatkan efek *rim light*.



Gambar 5.
Karya 2. "Marrakech 2"
Digital Print on Paper
60x40cm, 2018



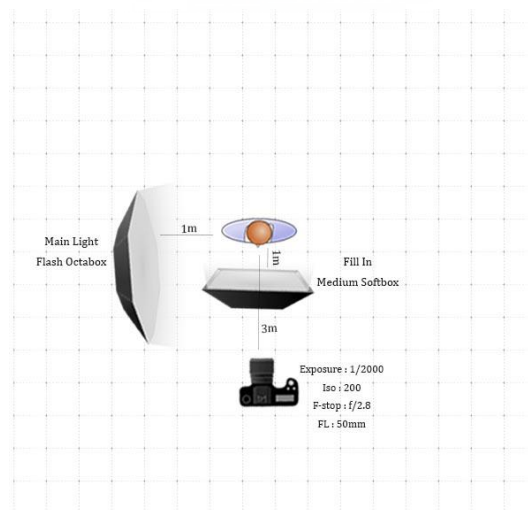
Gambar 6. Skema Proses Pemotretan Karya 2

Pemotretan karya kedua dilakukan berada di luar ruangan, dengan *background* tembok berwarna merah muda dan pepohonan berwarna hijau. Pencahayaan yang digunakan pada pemotretan karya diatas adalah pencahayaan menggunakan 2 buah lampu flash dengan aksesoris *softbox* untuk menerangi objek agar terlihat dimensi gelap terang pada foto dan 1 buah *reflector*. 1 buah lampu *softbox* sebagai *main light* berada di sudut 90⁰ model untuk mendapatkan

side light dan 1 buah lampu *softbox* berada di sudut 225° untuk memberikan efek *rim light* serta 1 buah *reflector* berada di bagian depan bawah model untuk memberikan *fill in* pada celana dan *shadow* pada wajah.



Gambar 7.
Karya 3. “Beauty of Bohemian Summer Style 2”
Digital Print on Paper
60x40cm, 2018



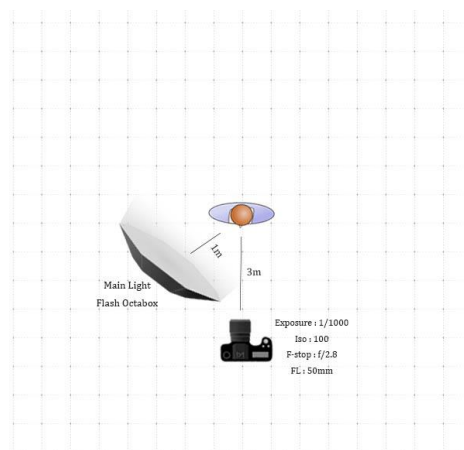
Gambar 8. Skema Proses Pemotretan Karya 3

Pemotretan karya ketiga dilakukan di luar ruangan, dengan *background* suasana jendela tua. Pada pemotretan karya di atas lebih memperlihatkan *detail* dari busana, aksesoris dan *make up* yang digunakan. Pencahayaan yang

digunakan pada pemotretan karya diatas adalah pencahayaan menggunakan 2 buah lampu flash dengan aksesoris *softbox* untuk menerangi objek agar terlihat dimensi gelap terang pada foto. 1 buah lampu *softbox* berada di sisi kanan atas model untuk mendapatkan *side light* dan gradasi *shadow* pada *background* sebagai *main light* dan 1 buah *softbox* berada di bawah model untuk memberikan *fill in* pada bagian wajah dan busana.



Gambar 8.
Karya 4. “Beauty of Marrakech”
Digital Print on Paper
60x40cm, 2018

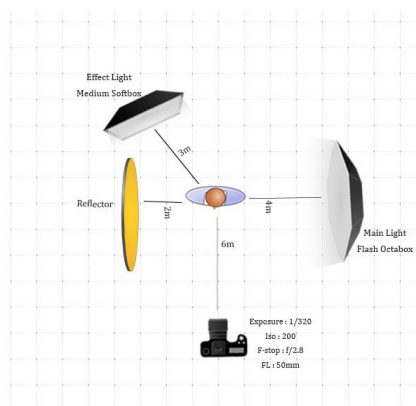


Gambar 9. Skema Proses Pemotretan Karya 4

Pemotretan karya kedua dilakukan berada di luar ruangan, dengan *background* berwarna merah muda dan *foreground* terdapat tangkai bunga yang menggantung. Pada pemotretan karya di atas lebih memperlihatkan *detail* dari busana, aksesoris dan *make up* yang digunakan. Pencahayaan yang digunakan pada pemotretan karya diatas adalah pencahayaan menggunakan 1 buah lampu flash dengan aksesoris *softbox* di tempatkan pada sudut 45^o untuk menerangi objek agar terlihat dimensi gelap terang pada foto.



Gambar 10.
Karya 09. "70's Vibes"
Digital Print on Paper
60x40cm, 2018



Gambar 4.9. Skema Proses Pemotretan Karya 9

Pemotretan karya kesembilan dilakukan berada di luar ruangan, dengan *background* bantal bernuansa *bohemian* dan daun-daun berwarna hijau. Pencahayaan yang digunakan pada pemotretan karya diatas adalah pencahayaan menggunakan 2 buah lampu flash dengan aksesoris *softbox* untuk menerangi objek agar terlihat dimensi gelap terang pada foto dan 1 buah *reflector gold*. 1 buah lampu *softbox* sebagai *main light* berada di sudut 270° model untuk mendapatkan *side light* dan 1 buah lampu *softbox* berada di sudut 135° model untuk mendapatkan efek *rim light* dan 1 buah *reflector gold* di sudut 90° untuk memberikan *fill in* pada bagian wajah agar terlihat keemasan.

SIMPULAN

Penciptaan karya *bohemian style* ini dibuat untuk memenuhi dan menambah variasi gaya foto *fashion* di era sekarang yang bisa dibilang sudah sangat banyak namun memiliki gaya yang sama, dengan adanya karya penciptaan ini makan variasi foto menjadi lebih banyak dan menjadi lebih menarik terutama dibidang *fashion*. Karena dengan berkembangnya jaman maka gaya fotografi akan berkembang pesat, sehingga foto dengan nilai seni yang lebih akan memberikan opsi baru pada penikmat foto.

Ide dalam penciptaan tugas akhir ini adalah keinginan untuk membuat fotografi komersial yang memiliki nilai estetika dan nilai seni, dengan demikian foto komersial tidak hanya yang terlihat terang dan jelas namun juga dapat dikemas dengan konsep foto yang memiliki nilai estetika dan seni dengan menggunakan tata lampu yang sesuai dengan konsep yang di inginkan, dalam hal ini konsep yang yang diambil adalah *dramatic light*.

Pengerjaan setiap foto pada penciptaan ini memiliki 4 faktor utama untuk membentuk foto yang sesuai konsep, antara lain adalah lokasi dengan kondisi *low light*, penataan *lighting* dan penggunaan efek *color gel* yang sesuai. Dengan 4 faktor tersebut maka akan terbentuk foto yang memiliki nilai estetika yang menarik dan memiliki kesan dramatis yang misterius.

Kendala yang dihadapi pada pemotretan tugas akhir ini antara lain adalah masalah jadwal pemotretan dengan model, lalu izin lokasi, dan satu lagi adalah biaya produksi. Untuk itu *management* waktu, pemilihan lokasi lain dan biaya sangat diperlukan agar tidak terjadi pembengkakan biaya produksi. Dengan segala kendala di atas karya tugas akhir ini harus tetap bisa tercipta dengan maksimal dan sebaik mungkin. Tentunya dalam penciptaan karya tugas akhir ini

masih banyak kekurangan dalam perwujudan karya, hal ini akan menjadi koreksi kedepan untuk diri saya sendiri.

KEPUSTAKAAN

- Adimodel. (2009). *Lighting For Fashion*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Ardiansyah Yulian. (2005). *Tips dan Trik Fotografi*. Jakarta: Grasindo.
- Darsono, Rahmat. (2004). *Tarif dan Dokumen Pasasi*. Bandung: Alfabeta
- Handoko, Aran. (2008). *Black and White Photography*. Hand-Out Mata Kuliah Fotografi I Jurusan Pendidikan Seni Rupa Universitas Negeri Yogyakarta.
- Irwandi & Apriyanto, Muh. Fajar. (2012). *Membaca Fotografi Potret: Teori, Wacana, dan Praktik*. Yogyakarta: Gamamedia.
- Soedjono, Soeprapto. (2007). *Pot-Pourri Fotografi*. Jakarta, Penerbit Universitas Trisakti.
- Supriyono, Rakhmat. (2012). *Guide Your To God Photography*. Jakarta: Penerbit PT Elex Media Komputindo.
- Tjin, Enche & Erwin Mulyadi. (2014). *Kamus Fotografi*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Tuck, Kirk. (2010). *Commercial Photography Handbook*. New York: Amherst Media.
- Widada. (2014). *Cara Mudah Kreasi Fotografi Plus Editing Image*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.



Pustaka Laman

- Handoko, Aran. (2009). *Konsep Estetik dalam Still Life Fotografi*. Diakses pada <http://staff.uny.ac.id/dosen/aran-handoko-ssn-msn> (25 Juli 2018 20:12)
- Headshot London Photography*. (2012, Mei 30). *What is Commercial Photography?* Retrieved March 16, 2014, from *London Photographers*: <http://www.londonphotographers.org/what-is-commercial-photography/>
<http://mahasiswaberceloteh.blogspot.co.id/2012/11/mengenal>