

Naskah Publikasi

**Media Promosi Visual Fotografi STPMD “APMD”  
Dalam Fotografi Komersial**



Disusun dan dipersiapkan oleh  
**Joshua Putra Adiguna**  
NIM 1410684031

JURUSAN FOTOGRAFI  
FAKULTAS SENI MEDIA REKAM  
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA  
2019

Naskah Publikasi

**Media Promosi Visual Fotografi STPMD "APMD"  
Dalam Fotografi Komersial**

Dipersiapkan dan disusun oleh

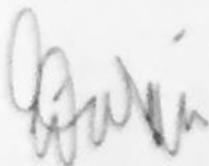
**Joshua Putra Adiguna**  
NIM 1410684031

Telah dipertahankan di depan para penguji  
pada tanggal...09...JANUARI 2019

Mengetahui,

Pembimbing I

Pembimbing II



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

Oscar Samaratunga, S.E., M.Sn

Dewan Redaksi Jurnal *specta*



Kusriani, S.Sos., M.Sn

## Media Promosi Visual Fotografi STPMD “APMD” Dalam Fotografi Komersial

### ABSTRAK

Media promosi visual fotografi STPMD “APMD” dalam fotografi komersial, merupakan bentuk visualisasi kegelisahan dan keinginan untuk menciptakan karya fotografi komersial dalam bentuk fotografi iklan dengan media baliho yang bekerja sama dengan kampus STPMD “APMD” Yogyakarta.

Kegelisahan yang timbul ketika mengamati baliho promosi kampus yang berada disekitar Yogyakarta menampilkan foto dengan kualitas yang kurang baik, sehingga timbul keinginan untuk membuat fotografi iklan dengan ide dan konsep yang berbeda dari perguruan tinggi lain. Metode eksplorasi dan eksperimentasi menjadi bagian dari proses penentuan ide berdasarkan pada berbagai data yang mengacu pada kondisi kampus STPMD “APMD” Yogyakarta, sehingga memunculkan ide untuk memilih mahasiswa Indonesia Timur sebagai model dengan menggunakan pakaian adat jawa.

Dengan menyatukan dua budaya Indonesia yang berbeda diharapkan mampu menjadi daya tarik bagi masyarakat yang melihat, selain itu ide dan konsep ini mampu meningkatkan citra kampus STPMD “APMD” Yogyakarta.

Kata kunci : Fotografi, Media Promosi, iklan, STPMD “APMD”

### ABSTRACT

*The media for visual promotion of STPMD "APMD" in commercial photography, is a form of anxiety visualization and the desire to create commercial photography works in the form of advertising photography with billboard media in collaboration with the "APMD" Yogyakarta STPMD campus.*

*The anxiety that arises when observing campus promotional billboards around Yogyakarta displays photos of poor quality, so the desire to create advertising photography with ideas and concepts that are different from other universities arises. The process of determining ideas is based on various data that refers to the condition of the Yogyakarta "APMD" STPMD campus, thus giving rise to the idea of choosing Eastern Indonesian students as models using traditional Javanese clothing.*

*By bringing together two different Indonesian cultures, it is expected to be able to attract people who see it, besides this idea and concept can improve the image of the "APMD" STPMD campus in Yogyakarta.*

*Keywords: Photography Media Promotion, Advertising, STPMD "APMD"*

## **Pendahuluan**

Fotografi merupakan bentuk media visual yang selalu berkembang seiring dengan kemajuan zaman. Fotografi saat ini dimanfaatkan oleh instansi pemerintahan, maupun lembaga pendidikan sebagai media untuk berpromosi. Peran utama fotografi yakni sebagai penghubung antara instansi atau lembaga dengan publik melalui media visual, fotografi juga menjadi alat yang mampu memvisualisasikan situasi dan kondisi di dalam bahasa visual sehingga khalayak yang melihat dapat mengerti dan memahami apa saja yang menjadi keunggulan dari lembaga tersebut. Foto dianggap memiliki sifat yang *universal* sehingga memudahkan khalayak untuk menciptakan persepsi dari sudut pandang pengalamannya, sehingga gambar dapat dijadikan jembatan dalam membangun komunikasi.

Sebagai badan pendidikan swasta, perguruan tinggi swasta perguruan tinggi khususnya swasta dalam operasionalnya sangat bergantung pada jumlah mahasiswanya. Semakin besar jumlah mahasiswa yang diterima, maka PTS mampu memberikan pelayanan pendidikan yang semakin baik.

Di era globalisasi ini, lembaga pendidikan semakin hari semakin berlomba-lomba untuk menjadi lembaga yang terbaik, perguruan tinggi swasta sebagai lembaga penyelenggara pendidikan saat ini telah berkembang dan semakin memperbanyak fasilitas, sehingga persaingan antar perguruan tinggi semakin hari semakin ketat, perguruan tinggi tidak hanya mengadu kemampuan mahasiswanya namun secara fisik gedung tiap sekolah bersaing untuk bisa memberikan ruangan yang nyaman untuk belajar.

Arah utama dari penciptaan karya ini adalah membuat karya fotografi yang mampu digunakan sebagai media penyampai informasi yang menarik. Hal ini sangat menarik untuk dikembangkan karena kebanyakan foto iklan yang ada diberbagai media khususnya baliho terkesan asal jadi saja misalkan foto yang *under exposure*, teknik *masking* yang kurang rapi, memasang foto yang tidak sesuai, sehingga iklan

promosi kampus terasa kurang menarik perhatian namun pada karya fotografi yang akan dibuat berdasarkan data.

Perbedaan antar suku saat ini menjadi permasalahan yang banyak dibicarakan ditengah masyarakat, masih ada seseorang yang menganggap sebelah mata suatu suku tertentu, sehingga perlu adanya suatu usaha untuk dapat memberi pemahaman bahwa semua orang adalah saudara, apapun suku dan dari manapun asalnya, sehingga penciptaan karya fotografi ini berupa karya foto yang menampilkan foto iklan kampus dengan memerhatikan nilai kebersamaan dan kebudayaan, kebersamaan memiliki makna sebagai bersatunya berbagai suku yang ada di Indonesia untuk dapat membangun Indonesia bersama-sama, Yogyakarta salah satunya dikenal sebagai kota budaya, sehingga Yogyakarta memiliki daya tarik dibagian wisata budayanya sehingga karya yang dibuat melibatkan model yang berasal dari Indonesia Bagian Timur khususnya Papua yang menggunakan pakaian adat Jawa sehingga memunculkan daya tarik bagi target *audience* yang akan dituju, selain itu konsep foto yang diciptakan akan menampilkan tempat-tempat ikonik jogja sehingga mampu menambah daya tarik pemirsa. Dalam hal ini STPMD “APMD” ingin menyampaikan keberadaannya kepada masyarakat mengenai fasilitas yang ada, seperti apa kondisi dan gambaran tentang kampus APMD, sehingga masyarakat dapat mengenal dan tertarik untuk belajar dikampus STPMD “APMD”.

### **Objek Penciptaan**

Dalam proses penciptaan karya seni ini penulis menampilkan profil dari kampus STPMD “APMD”. Kampus STPMD “APMD” beralamatkan di jalan Timoho nomor 317, Proses berdirinya STPMD “APMD” tidak dapat dipisahkan dari kehadiran Akademi Pembangunan Masyarakat Desa di tengah dunia perguruan tinggi di kota Yogyakarta pada 17 November 1965. Akademi ini merupakan cikal bakal dari STPMD “APMD”. Setelah melalui proses yang panjang, akademi pembangunan masyarakat desa mendapatkan status terdaftar berdasarkan surat keputusan Menteri Pendidikan dan kebudayaan nomor : 188/DPT/I/1969 tertanggal 1 Oktober 1969. Kemudian memperoleh status diakui berdasarkan surat keputusan menteri pendidikan dan kebudayaan nomor : 0509/0/1984 tertanggal 30 oktober 1984, pada tanggal 28 Januari 1985 status Diakui.

Kampus STPMD “APMD” berdiri sejak tahun 1965 dan secara konsisten menaruh perhatian pada pembangunan masyarakat desa. Perhatian ini dikedepankan sebagai standing position serta respon akademik dan sosial terhadap dinamika perubahan masyarakat dan kebijakan tentang desa. Dengan posisi tersebut keberadaan kampus STPMD “APMD” sangat relevan dengan konteks pengembangan otonomi daerah pembaharuan tata kelola pemerintahan daerah dan pemberdayaan masyarakat saat ini dan dimasa depan. (Tim Penyusun, 2018).

## **Metode**

### Eksplorasi

Sebelum melakukan proses pemotretan, penulis melakukan penggalian ide bersama pihak dari kampus STMPD “APMD” mengenai konten apa saja dan media apa saja yang akan digunakan untuk menjadi sarana promosi. Kemudian menentukan jadwal pemotretan, dan menentukan model untuk difoto dalam hal ini penulis bekerja sama dengan teman-teman dari Papua untuk dijadikan model, agar lebih menarik model menggunakan kostum baju adat Jawa, selain itu intensitas cahaya matahari harus diperhitungkan waktunya karena

untuk memotret dengan memanfaatkan cahaya matahari yang lembut diperlukan perencanaan waktu yang matang untuk bisa menepatkan waktu model dan waktu yang pas untuk memotret dengan memanfaatkan cahaya matahari. Selama proses pemotretan penulis juga membawa referensi foto untuk memudahkan proses pemotretan.

### Eksperimentasi

Dalam proses pemotretan ini penulis bereksperimen membuat karya dengan menggunakan alat kamera Sony seri a7II dengan lensa Sony 28-70mm dan 35mm . Dengan menggunakan studio *lighting* merk Tronic Radius TRX 249 dan Godox DE300, dengan speedlight merk Godox TT260, aksesoris flash yang digunakan seperti octagonal godox 95cm, softbox ukuran 60x60cm,dan *umbrella* yang digunakan untuk menyebarkan cahaya dari speedlight. Selain itu *reflector* juga digunakan untuk melembutkan bayangan, selain itu juga *reflector* berfungsi untuk memantulkan cahaya matahari ke objek ketika cahaya flash tidak dapat menghilangkan bayangan pada objek foto.

Proses pemotretan media promosi ini dilakukan disekitar lingkungan kampus STPMD “APMD”, mulai dari bagian depan kampus sampai dengan bagian dalam ruangan. Sebelum pemotretan berlangsung dilakukan *briefing* terlebih dahulu bersama koordinator dari pihak kampus, dan mahasiswa yang terlibat sebagai model untuk menentukan lokasi yang dikehendaki dan skenario pemotretan, serta menentukan model yang akan difoto. Setelah lokasi dan model disepakati, kemudian menentukan skenario, koordinator kampus memberikan usulan untuk kemudian diterjemahkan kedalam bahasa visual oleh fotografer, elemen apa saja yang perlu ditambahkan supaya foto yang tercipta menjadi mudah dipahami oleh orang yang melihat. Komando utama pada fotografer, penata lampu selalu mengikuti arahan dari fotografer, sebelumnya fotografer berkoordinasi bersama penata cahaya mengenai arah dan jatuhnya cahaya, kemudian penata cahaya bergerak menuju arah yang sudah didiskusikan, sehingga konsep dan tujuan dari foto yang diinginkan dapat tercapai dengan baik. Selama proses pemotretan,

koordinator dari kampus STPMD “APMD” selalu mendampingi, selain mengawasi jalannya prosesi pemotretan, memberi usulan mengenai pose maupun skenario, juga membantu apabila fotografer perlu tambahan properti. Sebelum pemotretan dilakukan fotografer sudah mempunyai gambaran mengenai foto yang akan dibuat, sehingga ketika sampai dilokasi langsung menyesuaikan skenario yang sudah didiskusikan kemudian langsung proses pemotretan, sehingga waktu yang digunakan efektif.

Dalam pembuatan karya ini konsep sangat berperan besar dalam menciptakan karya foto yang mampu menampilkan konten yang dibutuhkan kampus dalam sebuah visual foto yang dapat dengan mudah dipahami dan mampu menjadi daya tarik sebagai media promosi, penulis berusaha mewujudkan dalam karya foto yang dihadirkan dengan berbagai tema dan penataan model secara beragam, sehingga foto yang tercipta tidak hanya mudah dipahami tetapi juga menarik untuk dilihat.

Penciptaan karya tentang media promosi kampus STPMD “APMD” merupakan ketertarikan penulis ketika memotret dilingkungan instansi atau perkantoran juga karena pengaruh dunia kerja yang dekat dengan instansi pemerintahan dan pendidikan, membuat penulis tertarik untuk membuat karya tentang media promosi kampus dalam visual fotografi. Selain itu, penulis berkomitmen untuk membuat karya yang bisa berguna dan dapat dimanfaatkan oleh tempat penelitian, sehingga dalam proses pembuatan karya tugas akhir ini tidak hanya penulis yang diuntungkan namun objek dalam penelitian juga mendapatkan keuntungan dari karya tugas akhir ini.

Dalam mewujudkan karya tugas akhir ini akan membahas dan menampilkan karya media promosi dikampus STPMD “APMD” yang dikemas dalam bentuk fotografi dengan membagi menjadi 2 macam pendekatan untuk mengkomunikasikan kepada khalayak, yakni *soft selling* dan *hard selling*. Pendekatan secara *soft selling* menghasilkan karya fotografi iklan yang menunjukkan *brand image* dari kampus STPMD “APMD” yakni mahasiswa Papua yang menggunakan pakaian adat jawa, kemudian pendekatan yang kedua yakni *hard selling* yang menghasilkan

karya fotografi iklan yang menunjukkan mahasiswa dikampus STPMD “APMD” yang berasal dari berbagai daerah sehingga *hard selling* ini secara desain pada media promosinya akan berisi banyak informasi, maka dipilih subjek mahasiswa STPMD “APMD” yang berasal dari berbagai daerah agar dapat mudah dipahami oleh khalayak.

Promosi merupakan satu dari empat elemen yang menopang bangunan pemasaran suatu perusahaan. Promosi merupakan bagian dari pendekatan strategi *marketing mix*, yang menurunkan satu himpunan strategi yang kemudian dikenal dengan istilah *promotion mix*. empat strategi promosi yang terhimpun dalam *promotion mix*, yaitu (1) *Advertising* (iklan), (2) *Sales Promotion* (promosi penjualan), (3) *Publicity* (publisitas), (4) *personal selling* (penjualan pribadi) (Suryadi,2013.62).

*Advertising*, konsep *advertising* yang diterapkan dalam pembuatan karya Tugas Akhir ini merupakan pembuatan iklan untuk kampus STPMD “APMD”, pesan yang ingin disampaikan adalah untuk mengenalkan keberadaan kampus STPMD “APMD” dan untuk menambah daya tarik masyarakat terhadap STPMD “APMD” dengan menggunakan media promosi baliho.

Ada 5 unsur pokok mengenai periklanan yaitu :

Pesan, yang ingin disampaikan melalui iklan tersebut adalah untuk mengenalkan kepada masyarakat tentang keberadaan kampus STPMD “APMD” Yogyakarta sehingga muncul kepercayaan dari masyarakat dan menambah daya tarik sehingga masyarakat memutuskan untuk mencari tahu informasi tentang kampus STPMD “APMD” Yogyakarta kemudian memutuskan untuk belajar disana. Pesan disampaikan melalui gambar dengan simbol-simbol seperti pemilihan *endorser* masyarakat Indonesia bagian timur, ekspresi wajah model, sehingga memberikan daya tarik dan pemahaman bagi masyarakat yang dikenai iklan.

Komunikator,Komunikat-

or dalam pembuatan karya tugas akhir ini merupakan kampus STPMD “APMD” dan penulis, keinginan dan gagasan yang ingin disampaikan kepada khalayak oleh kampus STPMD “APMD” disampaikan kepada penulis untuk didiskusikan konsepnya dan memilih simbol-simbol sehingga pesan yang disampaikan dapat tersampaikan secara efektif dan tujuan dalam pembuatan promosi dapat tercapai.

Media, Promosi yang efektif membutuhkan media agar proses penyampaian pesan lebih efektif, media yang digunakan dalam pembuatan tugas akhir ini merupakan media lini bawah atau *above the line*, media yang digunakan dengan menggunakan media baliho, media ini dipilih karena baliho menjadi media promosi yang paling mudah dilihat oleh orang, baliho yang letaknya strategis seperti disekitar lampu merah akan lebih sering dilihat orang, semakin sering orang melihat maka akan semakin diingat merk yang ada dibaliho tersebut.

Komunikasikan, Media komunikasi promosi yang efektif maka perlu ditentukan komunikasikan untuk dikenai iklan. Sasaran *audience* pada promosi ini adalah masyarakat sekitar Yogyakarta dan sebagian masyarakat Indonesia bagian timur, karena hampir 80% mahasiswa yang belajar dikampus STPMD “APMD” merupakan mahasiswa yang berasal dari Indonesia bagian timur.

Dampak, Dampak yang diharapkan dari pesan yang disampaikan untuk peningkatan daya tarik kepada kampus STPMD “APMD”, dampak lain yang diharapkan adalah adanya pengakuan masyarakat terhadap keberadaan kampus STPMD “APMD”.

*Sales Promotion*, Untuk menarik perhatian secara cepat kepada sasaran *audience* maka diperlukan *sales promotion*, STPMD “APMD” dalam hal ini memberikan beasiswa kepada calon mahasiswa yang berprestasi sehingga menjadi daya tarik bagi masyarakat untuk memutuskan bersekolah diSTPMD “APMD”.

*Publicity* Publisitas atau pencitraan perusahaan menjadi hal yang penting dalam berpromosi. STPMD “ÁPMD” merupakan kampus yang dikenal sebagian masyarakat dengan dominasi jumlah mahasiswa dari Indonesia bagian timur yang cukup banyak, sehingga model yang dipilih dalam proses pemotretan foto iklan kampus STPMD “ÁPMD” merupakan masyarakat Indonesia bagian Timur, sehingga mampu menjadi icon dan berproses menjadi *brand image* kampus STPMD “ÁPMD”.

*Personal Selling*, hal merupakan elemen yang penting dalam proses melakukan promosi untuk mempengaruhi calon pelanggan sehingga memutuskan untuk membeli, dalam hal ini kampus STPMD “ÁPMD” menerapkan *personal selling* melalui bagian informasi dan pendaftaran mahasiswa yang ada dikampus STPMD “ÁPMD”, selain itu dapat juga melalui media nomor telepon yang disediakan, aplikasi *whatsapp* untuk mengirim pesan kepada bagian informasi kampus

Perencanaan promosi, menjadi titik awal yang sekaligus menggambarkan titik akhir dari suatu kegiatan. Promosi menjadi bagian-bagian penting didalam organisasi, maka promosi membutuhkan perencanaan. Beberapa aspek yang menjadi *point* pokok dalam perencanaan kegiatan promosi ialah penentuan sasaran atau *audience*, penentuan *tagline*, pemilihan media, menentukan *endorser*, dan memilih biro iklan. Kelima poin tersebut akan menjadi penentu utama efektifitas kegiatan promosi perusahaan. (Suryadi,2013.123).

Menentukan sasaran *audience*, Audience merupakan hal yang utama dalam perencanaan program promosi, yaitu siapa yang diharapkan menjadi komunikan atas pesan yang dikomunikasikan dalam promosi tersebut. *Audience* dalam promosi yang dibuat sebagian besar ditujukan kepada masyarakat Indonesia bagian timur dan sebagian untuk masyarakat sekitar Yogyakarta, karena banyak masyarakat Indonesia timur yang dikirim oleh pemerintah atau perusahaan untuk belajar

dikampus STPMD “ÁPMD”, sehingga untuk memberi keyakinan dan menunjukkan keberadaan kampus STPMD “ÁPMD” maka target *audience* yang dipilih masyarakat Indonesia bagian Timur dan masyarakat sekitar Yogyakarta.

Menentukan *Tagline*, *Tagline* yang digunakan oleh kampus STPMD “ÁPMD” adalah “Membangun Desa Membangun Indonesia”. Dengan membangun desa maka kesejahteraan akan semakin meningkat, membangun pola pikir yang modern sehingga melalui desa yang dibangun maka Indonesia juga akan semakin terbangun kesejahteraannya.

Memilih Media, Dalam memilih media, promosi akan bergantung pada beberapa hal : Luasan sasaran, STPMD “ÁPMD” memiliki sasaran promosi yang dibuat mampu menarik perhatian masyarakat sebanyak-banyaknya, terutama kepercayaan masyarakat dan minat dari masyarakat. Segmen, baliho menjadi media yang dipilih karena produk yang dipromosikan akan lebih efektif tersampaikan melalui media baliho. Biaya, untuk melakukan promosi ini biaya yang dikeluarkan harus efektif dan efisien.

Memilih *Endorser*, *Endorser* atau *icon* yang dipakai dalam kegiatan berpromosi kampus STPMD “ÁPMD” adalah masyarakat dari Indonesia Timur khususnya Papua, dipilihnya masyarakat Indonesia Timur karena mereka mempunyai keunikan tersendiri, seperti warna kulit dan bentuk muka yang khas, kepribadian yang unik yang mampu memberikan keunikan dalam berpose, selain itu jarang ada iklan baliho yang menggunakan masyarakat Indonesia Timur sebagai *Endorser* nya.

Fotografi Periklanan, Amir Hamzah Suleaman (1982:94) mengatakan bahwa fotografi berasal dari kata foto dan grafi. foto artinya cahaya dan grafi artinya menulis jadi arti fotografi secara keseluruhan adalah menulis dengan bantuan cahaya. Fotografi periklanan merupakan fotografi yang menafsirkan

bagaimana produk, layanan, gaya hidup dan ide yang disajikan secara foto. (<https://smallbusiness.chron.com/difference-between-commercial-advertising-photography-23796.html>, diakses pada 3 Desember 2018).

Tanda, menjadi salah satu elemen dalam penciptaan karya fotografi, Tanda yang ada diterapkan pada konsep foto iklan STPMD “APMD” berupa elemen yang berkaitan dengan kampus seperti buku, alat tulis, baju toga, selain itu juga tanda yang mewakili program studi yang ditawarkan berupa baju dinas PNS, cap yang mewakili salah satu tujuan mahasiswa STPMD “APMD” yakni menjadi pemimpin daerah. Secara tujuan fotografi didalam rencana pembuatan karya fotografi ini digunakan sebagai media promosi atau iklan, promosi adalah cara formal yang memungkinkan bagi para pengusaha menyampaikan pesan-pesannya kepada khalayak. Tujuannya tidak saja untuk memberitahukan keberadaan produk akan tetapi untuk menumbuhkan “kesan” paling mendalam tentang produk yang dipromosikan agar tertanam dalam “benak orang banyak. (ambadar, 2007:20)

#### Pembahasan Karya



Foto 1 “Senangnya Belajar” (2018) Cetak Digital Pada Kanvas Ukuran 40x60cm



Rencana desain baliho pada karya “Senangnya Belajar” (2018)

foto ke-1 menunjukkan 2 orang model menggunakan pakaian adat Jawa sedang mendorong sepeda dengan latar belakang Gedung Agung Yogyakarta, dengan pemilihan latar belakang Gedung Agung Yogyakarta, Gedung Agung dipilih karena tempat ini merupakan salah satu *landmark* di Yogyakarta yang menjadi saksi bahwa Yogyakarta pernah menjadi Ibu kota Republik Indonesia sehingga menjadi lambang pemerintahan, sehingga mampu menambah daya tarik pemirsa dan menjadikan foto iklan kampus yang tidak *mainstream*. Model difoto pada luar ruangan, memanfaatkan cahaya matahari pada pukul 16:00 dari arah 330° dengan tambahan *flash* dari arah 30° sebagai cahaya tambahan.

Properti yang digunakan berupa sepeda onthel dan laptop, sepeda onthel digunakan sebagai penambah estetika, karena bentuk sepeda onthel yang klasik sehingga mampu memperkuat kesan Yogyakarta pada foto tersebut, laptop yang dipegang oleh model berfungsi sebagai ikon kampus, laptop merupakan benda yang paling sering ditemui pada dunia perkuliahan, sehingga mampu mempertegas bahwa foto iklan tersebut ada foto iklan kampus.



Foto 2 “Merantau Untuk Belajar” (2018) Cetak Digital Pada Kanvas  
Ukuran 40x60cm



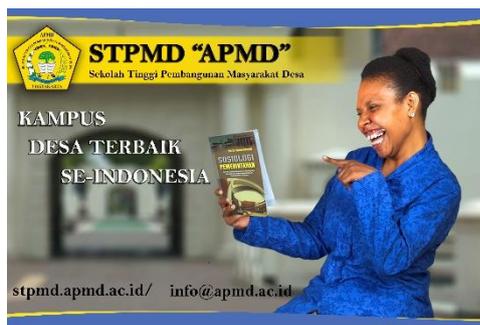
Rencana desain baliho pada karya “Merantau Untuk Belajar” (2018)

Pada karya ke-2 foto ini menunjukkan seorang wanita yang berdiri membawa koper dan laptop dengan latar belakang stasiun Yogyakarta. Pada dunia perkuliahan merantau adalah hal yang biasa, banyak mahasiswa dari luar daerah merantau untuk belajar dikota lain, maka hal ini divisualisasikan pada latar belakang stasiun Yogyakarta sebagai bentuk visual dari merantau, properti yang digunakan yaitu koper dan laptop, koper sebagai properti mempertegas bentuk visual dari merantau dan laptop menjadi properti yang digunakan untuk mewakili wujud visual dari kuliah.

Karya ke-2 ini merupakan gabungan dari 2 foto, 1 foto sebagai objek dan 1 foto sebagai *background*. Alasan dipilihnya stasiun Yogyakarta ini sebagai latar belakang foto didasari pada bentuk gedung yang klasik sehingga menambah nilai keindahan pada foto, selain itu tulisan “Yogyakarta” pada bagian atas gedung mampu menjadi penegas bahwa stasiun ini berada di Yogyakarta. Objek difoto pada studio dengan menggunakan softbox pada arah cahaya 260° sebagai cahaya utama dan softbox pada arah 30° sebagai cahaya tambahan.



Foto 3 “Belajar Itu Menyenangkan” (2018) Cetak Digital Pada Kanvas  
Ukuran 40x60cm



Rencana desain baliho pada karya “Belajar Itu Menyenangkan” (2018)

Pada karya foto ke-3 tampak seorang perempuan yang tertawa dengan memegang sebuah buku ditangannya dengan latar belakang benteng vrederburg. Tujuan dari pembuatan karya fotografi ini menunjukkan bahwa belajar dikampus STPMD “APMD” adalah menyenangkan. Latar belakang benteng vrederburg dipilih sebagai wujud bukti pemerintahan Indonesia dan mewakili tentang nilai kebudayaan di Yogyakarta.

Karya foto ini terdiri dari 2 foto, foto pertama wanita sebagai objek dalam foto dengan pose memegang buku dan tertawa, agar memberi kesan bahagia dan menyenangkan, foto ini dilaksanakan pada studio foto dengan menggunakan 2 lampu *flash* dan aksesoris *softbox*, pada arah cahaya 330° sebagai cahaya utama dan 120° sebagai cahaya tambahan. Foto kedua yakni foto latar belakang, gedung vrederburg selain memiliki nilai kebudayaan dan sejarah, gedung ini mempunyai nilai keindahan yang mampu menambah daya tarik pemirsa.



Foto 4 “Belajar Diluar Kelas” (2018) Cetak Digital Pada Kanvas Ukuran 40x60cm



Rencana desain baliho pada karya “Belajar Diluar Kelas” (2018)

Karya foto yang ke 4 ini menunjukkan 4 orang mahasiswa yang sedang berdiskusi, belajar diluar ruangan. Tujuan dibuatnya foto ini adalah untuk menunjukkan suasana belajar dikampus STPMD “APMD” yang nyaman, belajar dan berdiskusi tidak hanya dilakukan pada bagian dalam ruangan kelas saja namun juga bisa dilakukan diluar ruangan, suasana yang hangat dan menyenangkan dibangun oleh 4 orang mahasiswa ini dengan senyum dan gestur tubuh.

Subjek karya foto ini berupa 4 orang mahasiswa yang sedang duduk direrumputan, proses pemotretan dilaksanakan diluar ruangan dengan menggunakan *reflector* berwarna *silver* sehingga mampu memantulkan cahaya matahari dengan karakter yang sama dengan cahaya matahari, suasana yang hangat dan menyenangkan diciptakan dari pose mereka, senyum dan tawa yang ada pada foto tersebut mampu memberikan pandangan yang menyenangkan, sehingga diharapkan mampu menarik perhatian pemirsa. Latar belakang yang berupa gedung

bagian depan STPMD “APMD”, terdapat logo STPMD “APMD” pada bagian tengah gedung tersebut, sehingga menunjukkan sebagai identitas bahwa foto ini adalah foto dari kampus STPMD “APMD”.



Foto 5 “Kemudahan Mendapat Kerja” (2018) Cetak Digital Pada Kanvas  
Ukuran 40x60cm



Rencana desain baliho pada karya “Kemudahan Mendapat Kerja” (2018)

Pada karya 5 ini terlihat seorang pria dengan 2 pakaian yang berbeda, toga dan baju dinas PNS berwarna coklat. Tujuan dibuatnya karya fotografi ini adalah untuk memberikan informasi kepada masyarakat bahwa mahasiswa STPMD “APMD” setelah lulus kuliah lebih banyak dan mudah mendapat peluang untuk mendapat pekerjaan, yang dikemas dengan konsep 1 orang yang menggunakan 2 pakaian berbeda.

Karya foto ini terdiri dari 3 foto yang digabungkan, model foto merupakan masyarakat Indonesia Timur yang menggunakan baju toga dan separuh baju PNS, pemotetan dilakukan distudio foto dengan menggunakan 2 lampu dengan aksesoris octabox pada posisi 0° dan softbox pada posisi 210°. foto kedua dan ketiga yaitu latar belakang, dipilihnya ruangan kelas dan ruangan kantor sebagai latar belakang foto

tersebut agar mampu menghidupkan dan mempertegas makna konsep foto yang menunjukkan 1 orang dengan 2 pakaian yang berbeda.



Foto 6 “Laboratorium Komputer” (2018) Cetak Digital Pada Kanvas  
Ukuran 40x60cm



Rencana desain baliho pada karya “Laboratorium Komputer” (2018)

Pada karya ini terlihat 2 orang laki-laki dan perempuan sedang saling berdiskusi dengan membawa properti buku dan laptop diruang lab komputer.

Tujuan pembuatan foto ini adalah untuk menunjukkan pada khalayak mengenai fasilitas unggulan yang ada pada kampus STPMD “APMD”. Foto ini terdiri dari 2 foto yang digabung menjadi 1. Pemotretan model dilaksanakan pada studio foto dengan menggunakan 2 pencahayaan, 1 lampu menggunakan octabox sebagai cahaya utama dan 1 lampu menggunakan softbox sehingga cahaya yang dihasilkan merata.



Foto 7 “Mahasiswa dan Sarana Kampus” (2018) Cetak Digital Pada Kanvas Ukuran 40x60cm



Rencana desain baliho pada karya “Mahasiswa dan Sarana Kampus” (2018)

Karya fotografi ini terdiri dari 2 foto yang yang dijadikan menjadi 1, foto pertama yakni subjek foto 1 orang laki-laki dan 1 orang perempuan membawa buku dengan menggunakan almamater, foto ini mewakili mahasiswa STPMD “APMD” yang dipertegas dengan almamater, foto kedua yakni latar belakang berupa gedung ganesha, gedung ini merupakan sarana berupa gedung serbaguna milik STPMD “APMD”, tujuan karya foto ini dibuat untuk digunakan sebagai media promosi baliho dengan teknik hardselling, sehingga subjek yang dipilih adalah mahasiswa kampus STPMD “APMD” yang berdiri dengan membawa buku, untuk mendukung konsep foto tersebut maka sarana kampus dipilih sebagai latar belakang yang berupa gedung ganesha untuk mempertegas kesan iklan promosi kampus.

## **Kesimpulan**

Penciptaan karya tugas akhir ini memilih judul media promosi visual fotografi STPMD “APMD” dalam fotografi komersial. Judul ini dipilih sebagai bentuk media promosi fotografi yang beda dari iklan promosi kampus lain, karya ini juga dianggap menarik karena model yang difoto adalah orang timur yang menggunakan pakaian adat Jawa sehingga memberikan kesan yang berbeda dengan foto iklan lainnya.

Setiap karya yang dibuat selalu mempunyai maksud dan tujuan yang jelas dari penciptanya, kesiapan dalam pembuatan karya foto akan menghasilkan karya yang bermakna dan berkesan baik pengkarya maupun pemirsa. Penguasaan teknik fotografi akan sangat membantu dalam menyampaikan pesan yang ingin disampaikan dalam penciptaan.

Hambatan yang dialami selama proses pembuatan karya tugas akhir ini adalah bagaimana dapat membuat karya yang mudah untuk dipahami oleh orang lain, namun dengan mempelajari kebiasaan model dan mencari referensi foto dapat memudahkan dalam pembuatan karya.

## **Saran**

Dalam proses penciptaan karya diperlukan perancangan konsep yang matang, dengan membuat *storyboard*, mengumpulkan referensi foto, mempelajari strategi marketing, berdiskusi dengan teman sekomunitas sehingga berbagai kesulitan dapat diselesaikan dengan mudah.

## **Daftar Pustaka**

Ambadar, Abidin, Isa. (2007). *Mengelola Merek*. Jakarta : Yayasan Bina Karsa Mandiri

Budiman, Kris. (2011). *Semiotika Visual Konsep, Isu, dan Problem Ikonisitas*. Jakarta: Jalasutra

Tim Penyusun. (2018). *Buku panduan akademik STPMD “APMD”* Yogyakarta

Fiyanto, Arif. (2015). *Permasalahan Kehidupan Kaum Urban Sebagai Tema Karya Seni Lukis*. Brikolase.7(1):8.

Giwanda, Griand. (2003). *Panduan praktis menciptakan foto menarik*. Jakarta:Puspa Swara

Kriyantono, Rachmat. (2013). *Manajemen Periklanan : Teori dan Praktek*. Malang : Universitas Brawijaya Press.

Mulyana, Deddy. (2005). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : Remaja Rosdakarya.

Souders, Rick. (2002). *The Art and Attitude of Commercial Photography*. United States: Watson-Guption Publications

Siswanto. (2014). *Food Photography Sebagai Media Promosi Dalam Media Cetak*. Skripsi. Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Suleiman, Amir Hamzah. (1982). *Teknik Kamar Gelap untuk Fotografi*. Jakarta : PT. Gramedia.

Widhiandono, Hengky., dan Tri Septin. (2008). *Brand Position dan Media Promosi Dalam Keputusan Pemilihan Perguruan Tinggi Swasta Dengan Pendekatan Strategi Pemasaran Internasional*. Media Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Skripsi

Wiyanto, Hendro, I. Bambang dkk. (2003). *Paradigma dan Pasar; Aspek-Aspek Seni Visual Indonesia*. Penerbit : Yayasan Seni Cemeti.

Pustaka Laman

Stefan, Tracy. *Difference Between Commercial & Advertising Photography*  
<https://smallbusiness.chron.com/difference-between-commercial-advertising-photography-23796.html>, (diakses pada 3 Desember 2018.)