

BAB V

KESIMPULAN

A. KESIMPULAN

Untuk memvisualisasikan foto *company profile* The Cangkringan Jogja Villas & Spa digunakan beberapa metode, yaitu metode observasi tempat atau pengamatan secara langsung terhadap objek yang akan dijadikan karya, kemudian dilakukan eksplorasi dengan mengumpulkan data pendukung untuk melengkapi unsur yang akan disampaikan. Untuk selanjutnya menuju tahap pemotretan dengan mengandalkan cahaya matahari dan beberapa lampu *flash* saat dibutuhkan. Pada tahap berikutnya dilakukan pengolahan gambar untuk diwujudkan ke dalam karya-karya fotografi komersial.

Adapun faktor-faktor pendukung yang menarik dalam pemvisualisasian menjadi karya fotografi komersial adalah bangunan yang khas dan konsep *resort* yang memiliki nuansa bergaya *rustic*, sehingga menumbuhkan kesan kuno. Seperti halnya *resort* The Cangkringan Jogja Villas & Spa membutuhkan sebuah foto untuk kepentingan mereka sendiri. Kegunaan foto tersebut yang nantinya dapat meningkatkan penjualan pasar *resort*.

Tahap demi tahap proses penciptaan disusun sedemikian rupa sehingga didapat suatu penjelasan akan sebuah karya seni yang dibuat.

B. SARAN

Penciptaan karya fotografi komersial pada saat ini sudah memperoleh keleluasaan dalam berkreasi. Oleh karena itu, keleluasaan berkreasi ini perlu ditumbuhkembangkan di kalangan fotografer agar timbul daya kreativitas yang inovatif untuk menghadirkan karya fotografi komersial khususnya fotografi *company profile* seperti halnya pemanfaatan cahaya matahari dan pemakaian lampu *flash eksternal* yang dapat dikreasikan. Demikian dapat dihadirkan karya fotografi komersial yang dapat memuaskan *costumer*, klien serta konsumen.

Para fotografer komersial khususnya fotografer yang menekuni foto *company profile* perusahaan, hotel, *resort* dan lainnya, harus melakukan riset terlebih dahulu untuk mengetahui targer pasar konsumen perusahaan itu. Demikian, foto yang dihasilkan akan menggambarkan konsumen dari golongan menengah keatas atau menengah ke bawah.

Pertanggungjawaban tertulis dan karya penciptaan fotografi komersial bagi perkembangan fotografi khususnya dunia komersial saat ini dapat bermanfaat dan berguna bagi orang lain, terutama bagi perkembangan fotografi komersial.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustrijanto. 2001. *Seni Mengasah Kreatifitas dan Memahami Bahasa Iklan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Durianto. 2003. *Brand Equity Ten, Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Hakim, Budiman. 2006. *Lantaran tapi Relevan*. Yogyakarta: Galang Press.
- Irwandi. *Metode Penelitian dan Penciptaan Fotografi: Rancangan Pemetaan Lanskap Fotografi Indonesia*. (Mimeografi, tidak diterbitkan).
- Jaiz, Muhammad. 2014. *Dasar-Dasar Periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Krisyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mill, Robert Christie. 2002. *Tourism The International Bussiness*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Nugroho, R. Amien. 2006. *Kamus Fotografi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Pendit, Nyoman. 1999. *Ilmu Pariwisata*. Jakarta: Akademi Parawisata Trisakti.
- R. S., Damadjati. 2001. *Istilah-Istilah Dunia Pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Soedjono, Soeprapto. 2006. *Pot-Pourri Fotografi*. Jakarta: Universitas Trisakti.
- Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Bahasa.
- Witherington, HC. 1983. *Psikologi Pendidikan*. Terjemahan oleh M. Buchori. Jakarta: Aksara Baru.
- Woelk, Bonnie. 1995. *Commercial Photography Firms: Their History, Funtions, and Records*. Canada: The University of British Columbia.
- Francis, Kathleen. 2007. *Photographic Companies and Applications: Corporate Photography*. No. 4, Hal. 326
- George Cochran. *Focal Encyclopedia of Photography: Digital Imaging, Theory and Applications, History, and Science*. Ed. Michael R. Peres. 4th ed. Elsevier, Inc., 2007
- <http://staff.uny.ac.id> (Diakses pada tanggal 20 Agustus 2018 pukul 21.05 WIB)