

**COMPANY PROFILE THE CANGKRINGAN JOGJA VILLAS & SPA  
DALAM FOTOGRAFI KOMERSIAL**

Oleh:

Destine Ngesti Tyas Asmoro  
1410043131  
Fakultas Seni Media Rekam  
Institut Seni Indonesia Yogyakarta  
destine.ngesti@gmail.com  
+62 857 2898 1778

**ABSTRAK**

Perkembangan teknologi membuat fotografi memiliki ruang kreativitas yang luas dengan mengambil peran yang sangat penting di dalam dunia komersial termasuk fotografi *company profile*. Peran fotografi *company profile* atau fotografi profil perusahaan adalah foto yang menggambarkan secara umum mengenai diri suatu perusahaan. Pemilihan objek foto di The Cangkringan Jogja Villas & Spa karena salah satu *resort* bintang empat di Yogyakarta ini bangunannya merupakan vila dan hotel dengan fasilitas yang modern dan bergaya *rustic* pada desain bangunannya. Dengan mengambil poin-poin tersebut dapat disampaikan secara terbuka kepada publik dan diharapkan dapat membantu dalam penjualan pasarnya. Pembuatan karya fotografi komersial menekankan pada interior dan eksterior dengan fasilitas yang diberikan oleh *resort* The Cangkringan Jogja Villas & Spa. Dalam pembuatan karya foto ini penulis ingin memvisualisasikan dan merepresentasikan foto *company profile* The Cangkringan Jogja Villas & Spa dalam fotografi komersial dan menjelaskan metode proses kreatif yang digunakan. Metode yang dilakukan menggunakan fotografi studio, seperti pemakaian beberapa lampu *softbox* dan *external flash*. Dengan demikian dapat dihadirkan karya fotografi komersial yang dapat memuaskan klien dan penikmat foto pada umumnya.

**Kata kunci:** *company profile*, The Cangkringan Jogja Villas & Spa, fotografi komersial

**COMPANY PROFILE OF THE CANGKRINGAN JOGJA VILLAS & SPA  
IN THE COMMERCIAL PHOTOGRAPHY**

*By:*  
Destine Ngesti Tyas Asmoro  
1410043131

**ABSTRACT**

*The development of photography makes photography itself has its own wide creativity by taking an important role in commercial photography especially company profile photography. The role of company profile photography shows the profile of the company. The pictures were taken in The Cangkringan Jogja Villas and Spa because it is one of four-star resort in Yogyakarta and the building is a villa and hotel with modern facilities with a rustic style in the building design. With those points, it can attract the public and help with the marker sales. The making of the works of this commercial photography emphasize on the interior and exterior with all the facilities that are brought by The Cangkringan Jogja Villas and Spa. In making of the works, the writer want to visualize and present the shots of company profile of The Cangkringan Jogja Villas and Spa in a commercial photography and explain the methods of creative process that are used. The methods that are brought are using studio photography, as the using of some soft box lamps and external flash. This way it can present commercial photography works that can satisfy customer and photo enthusiasts in general.*

**Keywords:** *company profile, The Cangkringan Jogja Villas & Spa, commercial photography*

## PENDAHULUAN

Kedatangan fotografi di Indonesia tidak serta merta menjadi sebuah perkembangan teknologi, namun menjadi awal peradaban seni yang telah dicatat oleh sejarah sebagaimana negara ini mampu menerima peran fotografi di segala bidang. Seperti yang dikemukakan oleh (Soedjono, 2006:9):

...Fungsi keberadaannya pun berkembang lebih jauh sebagai medium pengabdian fenomena alam karena nilai reproduksi-representasinya yang dianggap 'revolusif' dengan kualitas kemiripan yang terpercaya....

Dalam dunia fotografi dikenal tiga pembagian genre menurut fungsinya, yaitu fotografi jurnalistik, fotografi seni atau *fine art*, dan fotografi komersial. Fotografi komersial merupakan foto yang mempunyai nilai jual dan fotografi yang dibuat berdasarkan tujuan komersial seperti bahan promosi makanan, gedung, iklan produk, poster dan lain-lainnya. "Dalam tulisannya fotografi komersial adalah fotografi yang dibuat untuk menunjang penjualan produk, jasa dan konsep" (Irwandi, Mimeografi, tanpa tahun:76).

Dunia fotografi komersial merupakan dunia di mana olah digital diperkenankan tanpa batas. Seperti sudah ada pemakluman antara pembuat dan konsumen bahwa dalam ranah komersial, "penipuan" visual diperbolehkan untuk menambah daya tarik visual dan untuk merepresentasikan permainan majas dalam bentuk visual yang ingin disajikan. Visual menjadi penting dalam hal informasi. Menurut Hakim (2005:26), dalam bukunya *Lantaran Tapi Relevan*, "Visual merupakan syarat mutlak untuk memperkenalkan sebuah *brand* kepada konsumen". Dengan tujuan agar produk yang mereka (perusahaan) buat dapat menarik minat konsumen untuk datang membeli produknya.

Peran fotografi dalam *company profile* atau profil perusahaan adalah menggambarkan secara umum mengenai diri suatu perusahaan yang hendak melakukan serangkaian promosi terpadu melalui sebuah media foto, atau buku dan lainnya. Fotografi *company profile* ini memfokuskan pada pemotretan profil sebuah *resort*. Membuat foto *company profile* sebuah *resort* dengan media fotografi dilakukan untuk dapat menginformasikan kepada

masyarakat maupun konsumen agar tertarik terhadap foto komersial yang diberikan. Fungsi fotografi *company profile* menurut (Kriyantono, 2008:335):

(1) Representasi perusahaan, *company profile* merupakan gambaran tentang perusahaan. Bisa juga dianggap mewakili perusahaan sehingga publik tidak usah bersusah payah mencari informasi tentang perusahaan. Dapat juga digunakan sebagai alat membangun citra agar berbagai kelompok penekanan dalam masyarakat mempunyai pemahaman yang benar tentang perusahaan; (2) Bisa digunakan untuk melengkapi komunikasi lisan demi terciptanya *mutual understanding*; (3) Menghemat waktu transaksi pihak-pihak lain yang berkaitan dengan bisnis perusahaan tidak perlu menanyakan secara detail tentang perusahaan, produk, pasar, visi, misi, posisi keuangan. Hal itu dapat dipelajari melalui *company profile*; (4) Membangun identitas dan citra korporat. *Company profile* yang dikemas menarik, detail, jelas dan mewah, mencerminkan wajah perusahaan di mata publik sebagai perusahaan yang besar dan bonafit.

### **Fotografi Company Profile**

Fotografi *company profile* adalah fotografi yang memfokuskan pada pemotretan sebuah profil perusahaan atau gambaran umum mengenai diri suatu perusahaan yang hendak dilakukan serangkaian promosi terpadu melalui sebuah foto yang nantinya dapat dipergunakan untuk kepentingan perusahaan (Agustrijanto, 2001:133).

Fotografi *company profile* merupakan salah satu media *public relations* yang berisi gambaran umum perusahaan, dimana perusahaan dan fotografer membuat kesepakatan dan memilih poin-poin apa saja yang ingin disampaikan secara terbuka kepada publiknya disesuaikan dengan kepentingan sasaran terhadap publik. Tujuannya adalah untuk menciptakan kepuasan publik karena publik akan puas jika kepentingannya terpenuhi. Salah satunya adalah kepentingan untuk mendapatkan informasi tentang aktivitas perusahaan, dan lain sebagainya (Kriyantono, 2008:148).

Foto *company profile* dapat mewakili citra dan identitas The Cangkringan Jogja Villa & Spa kepada publik. Hal ini juga membantu dalam penjualan pasar resot. Pengambilan foto *company profile* The Cangkringan Jogja Villa & Spa antara lain, fasilitas resot, produk resot, karyawan resot, dan lainnya dengan citra visual The Cangkringan Jogja Villa & Spa. Proses pemotretan yang dilakukan dapat memakan waktu beberapa hari. Seperti yang dikemukakan oleh Francis (2007:327) dalam jurnalnya yang berjudul "*Corporate Photography*":

*Annual report photography as also a highly prized assignment this type of photography creates the visual image of a company's*

*executives, facilities, workers, products, and so on. depending on the style and length of the particular annual report, the photography may take a couple of day or several weeks to complete. numerous subjects may need to be photographed, ranging from people to products, and industrial plants to customer applications.*

Jenis fotografi seperti buku tahunan merupakan fotografi yang menciptakan citra visual eksekutif perusahaan (karyawan), fasilitas, produk, dan sebagainya. Banyaknya objek yang perlu di foto, mulai dari orang, fasilitas, hingga produk yang di berikan ke pelanggan membutuhkan waktu beberapa hari bahkan beberapa minggu.

### **The Cangkringan Jogja Villas & Spa**

The Cangkringan Jogja Villas & Spa berlokasi di Jalan Raya Merapi Golf, Desa Umbulharjo, Cangkringan, Yogyakarta. *Resort* ini merupakan salah satu *resort* bintang empat yang bangunannya adalah vila dan hotel dengan fasilitas yang modern dan memiliki nuansa rastik/butik yang memiliki ornamen kayu pada bangunannya yang khas sebagai upaya menumbuhkan rasa kuno. The Cangkringan Jogja Villas & Spa memiliki bangunan vila dan hotel. Berdiri pada 10 November 2004, The Cangkringan Jogja Villas & Spa ini mulai beroperasi pada April 2005 dengan mengoperasikan 8 vila, kemudian pada akhir tahun 2005 jumlah kamarnya ditambah menjadi 16 vila. Seiring dengan berkembangnya permintaan vila oleh tamu (konsumen), maka pada akhir tahun 2006 The Cangkringan Jogja Villas & Spa membangun kembali 3 vila sehingga jumlahnya menjadi 19 vila.

Guna memenuhi kebutuhan permintaan tamu (konsumen) individual agar bisa menyewa akomodasi per 1 unit kamar hotel, maka pada akhir tahun 2009 ditambah 8 kamar berbentuk *building*, sehingga jumlahnya menjadi 27 unit vila dan kamar hotel. Karena semakin banyak pengunjung yang sangat antusias dengan hotel The Cangkringan Jogja Villas & Spa, pada tahun 2013 dibangunlah 20 kamar dengan konsep modern yang terletak di bagian selatan bangunan vila dan mulai beroperasi pada Maret 2014.

Dinamakan *resort* karena luas area The Cangkringan Jogja Villas & Spa adalah 1,7 Hektar dan tanahnya yang bergelombang. Pengertian *resort* menurut buku *Istilah-Istilah Dunia Pariwisata dan Ilmu Parawisata* adalah:

*“Resort adalah tempat menginap yang biasanya terletak diluar kota, di pegunungan, di tepi danau atau di daerah tempat berlibur dalam*

jangka waktu relative lama. Fasilitas yang disediakan agak beragam, lebih rileks, informal dan menyenangkan” (Darmadjati, 2001:34).

“Resort adalah tempat menginap yang mempunyai beberapa macam fasilitas khusus yang digunakan oleh wisatawan untuk kegiatan bersantai, berolahraga, dan berkeliling sambil menikmati keindahan alam yang ada disekitar resort tersebut. Contoh fasilitas tersebut adalah lapangan golf, tenis, spa, dan lain sebagainya” (Pendit, 1999:50).

### **Fotografi Komersial**

Fotografi komersial identik dengan fotografi iklan. Fotografi ini bertujuan agar orang yang melihat produk tersebut tertarik untuk mencoba dan membelinya. Menurut beberapa sumber, pengertian iklan adalah merupakan suatu proses komunikasi yang bertujuan untuk membujuk atau menggiring orang untuk mengambil tindakan yang menguntungkan bagi pihak pembuat iklan (Durianto, 2003:1). Pendapat lain mengenai pengertian iklan menurut Kriyantono (2008:174) adalah sebagai bentuk komunikasi nonpersonal yang menjual pesan-pesan persuasif dari sponsor yang jelas untuk mempengaruhi orang membeli produk dengan membayar sejumlah biaya untuk media.

Menurut Cochran (2007:323) dalam jurnalnya, fotografi komersial adalah cabang fotografi profesional yang berkaitan dengan kebutuhan terhadap fotografi iklan, penjualan industri, majalah, koran, kalatog, produk (*still life*), *interior & exterior* gedung, arsitektur, makanan (*food*) dan media lainnya:

*Whereas some commercial photographers will accept a wide range of assignment, including photographing small manufactured products, automobiles, architectural interior and exterior, industrial locations and operations, food, and packaged materials, and making photographic copies of paintings and other image, other commercial photographers will specialize in a narrow area, such as making photographs only of furniture.*

Fotografer komersial akan menerima berbagai pekerjaan seperti memotret produk, interior dan eksterior arsitektur, tempat industri, makanan dan minuman, dan membuat repro karya foto atau lukisan. Namun, beberapa fotografer komersial akan memfokuskan pada satu objek untuk di foto.

Beberapa karya acuan berikut yang mendekati pada proses atau sebagian dari konsep karya penciptaan yang dibuat.



Foto karya acuan 1

Foto karya Fernando Gomulya

Sumber: [www.grya.co.id/stories/arsitektur-dalam-bingkai-fotografi-fernando-gomulya/](http://www.grya.co.id/stories/arsitektur-dalam-bingkai-fotografi-fernando-gomulya/), diakses tanggal 2 Januari 2018, pukul 06:36

Karya foto ini merupakan karya fotografer Fernando Gomulya, seorang fotografer bergelar sarjana arsitek di Universitas Tarumanegara Jakarta. Fotografer menggunakan flash eksternal dengan konsep menghadirkan kejujuran, termasuk dalam bentuk dan skala ruang arsitektur ke dalam medium foto.

Dalam karya penciptaan ini, fotografi berperan sama, digunakan untuk menghasilkan gambar-gambar produk. Dari segi konsep fotografer, konsep ini akan diterapkan dalam karya penciptaan ini. Karya yang dihasilkan akan berbeda dari fotografer, penggunaan dan pemanfaatan *external flash* yang akan menjadi pembedanya.



Foto karya acuan 2

Foto karya Fernando Gomulya

Sumber: <https://www.archdaily.com/882662/golkar-jakarta-office-delution-architect/59f856b3b22e38196a0001c5-golkar-jakarta-office-delution-architect-image>, diakses tanggal 4 Januari 2018, pukul 13:42



Foto karya acuan 3

Foto karya Fernando Gomulya

Sumber: <https://www.archdaily.com/882662/golkar-jakarta-office-delution-architect/59f856b3b22e38196a0001c5-golkar-jakarta-office-delution-architect-image>, diakses tanggal 4 Januari 2018, pukul 13:42

Karya foto pada karya acuan 2 dan 3 merupakan karya yang sama oleh fotografer Fernando Gomulya. Dalam karya ini ditinjau dari segi konsep fotografer yang menggunakan manusia sebagai objek pendukung. Tinjauan lainnya adalah dari segi format karya foto yang dapat berbentuk panorama dan portrait. Konsep ini akan diterapkan dalam proses karya penciptaan ini, sehingga dengan adanya penambahan objek manusia, diharapkan audiens yang melihat karya foto tidak bosan.



Foto karya acuan 4

Foto karya Bayu Setiawan

Sumber: Tugas Akhir Karya Seni “Pengolahan Digital Dalam Fotografi Interior”

Karya foto ini merupakan karya Bayu Setiawan, mahasiswa Jurusan Fotografi ISI Yogyakarta Fakultas Seni Media Rekam, yang lulus tahun 2005.

Konsep dari karya foto ini adalah pengolahan secara digital yang berarti proses penyempurnaan lebih lanjut untuk mendapatkan hasil dengan kualitas yang lebih tinggi. Proses penyempurnaan yang dilakukan menggunakan aplikasi *software* Adobe Photoshop CS mulai dari perbaikan teknis pemotretan seperti distorsi, penyesuaian nilai kontras antara bidang gelap dan terang, perubahan warna, sampai penyesuaian ketajaman gambar.

### **METODE PENCIPTAAN**

1. Observasi

Melakukan observasi terhadap The Cangkringan Jogja Villas & Spa, interior dan eksterior yang ada pada *resort*, karyawan/pegawai, fasilitas yang ada di resot, dan lain sebagainya. Observasi ini dilakukan pula kepada dua orang model yang menjadi objek pendukung.

2. Eksplorasi

Mengeksplorasi tempat untuk mendapatkan objek dan konsep yang dibuat, kemudian mulai mengumpulkan data pendukung untuk melengkapi unsur yang akan disampaikan.

3. Realisasi Konsep

Mempersiapkan konsep, objek, tata lampu, *angle*, dan beberapa pose, kemudian merealisasikan pembuatan foto.

### **PEMBAHASAN**

Objek penciptaan dalam karya penciptaan ini adalah sebuah *company profile* The Cangkringan Jogja Villas & Spa dalam fotografi komersial. Pembuatan karya menekankan pada interior dan eksterior dengan fasilitas yang ada di The Cangkringan Jogja Villas & Spa. Dalam beberapa karya foto yang dihasilkan, terdapat pemunculan objek manusia sebagai objek pendukung dan sebagai skala pembanding ruangan di bagian ruang tertentu di The Cangkringan Jogja Villas & Spa. Penekanan pada cahaya alami atau matahari pemakaian *lighting* seperti *softbox*, *external flash*, dan beberapa pemakaian mika plastik sebagai *color gel* memengaruhi cahaya dalam ruang dan hasil dari karya yang akan tercipta. Pada tahap terakhir dilakukan proses *editing* menggunakan *software* Adobe Photoshop CC dan Adobe Lightroom untuk membuat foto montase.



### **“Receptionist”**

Cetak Digital pada Kertas Foto Doff 40x60 cm, 2018

Karya foto ini menampilkan pelayanan di *receptionist* oleh seorang karyawan kepada tamu yang akan menginap di vila The Cangkringan Jogja Villas & Spa. Pengambilan gambar ini bertujuan untuk memperlihatkan kondisi *receptionist*. Teknik pemotretan dilakukan pada siang hari mengandalkan cahaya matahari dengan pemotretan satu persatu untuk mengambil bagian bangunan *receptionist*, dan model. Kemudian, diolah ke tahap pengeditan untuk menjadikannya satu foto. Pemotretan dilakukan menggunakan kamera Nikon dengan *Shutter Speed 1.6 sec; f/11; ISO-100*.



### **“Eksterior Vila Maya”**

Cetak Digital pada Kertas Foto Doff 40x60 cm, 2018

Karya foto ini menampilkan eksterior Vila Maya The Cangkringan Jogja Villas & Spa. Pengambilan gambar ini bertujuan untuk memperlihatkan kondisi

eksterior Vila Maya dari sudut pandang samping depan. Teknik pemotretan dilakukan pada pukul 05.00 pagi mengandalkan cahaya matahari (*sunrise*) dan penggunaan tiga lampu *flash* eksternal untuk menerangi beberapa tembok yang masih gelap, dan juga lantai Vila Maya. Pemotretan dilakukan menggunakan kamera Nikon dengan *Shutter Speed* 0.8 sec; *f/8*; *ISO-200*.



**“Kamar Tidur Vila”**

Cetak Digital pada Kertas Foto *Doff* 40x60 cm, 2018

Karya foto ini menampilkan fasilitas tempat tidur vila The Cangkringan Jogja Villas & Spa. Pengambilan gambar ini bertujuan untuk memperlihatkan kondisi kamar tidur vila dari sudut pandang depan (*front angle*). Teknik pemotretan dilakukan pada siang hari mengandalkan cahaya matahari. Pengambilan gambar dilakukan berulang kali untuk mendapatkan bagian luar ruangan, kasur, jendela, dan kursi. Kemudian, diolah ke tahap pengeditan dan menjadikannya satu foto. Pengambilan foto dilakukan menggunakan kamera Nikon dengan *Shutter Speed* 3.2 sec; *f/11*; *ISO-100*.



### **“Spa Massage”**

Cetak Digital pada Kertas Foto *Doff* 29x35 cm, 2018

Karya foto ini menampilkan fasilitas spa yang diberikan The Cangkringan Jogja Villas & Spa. Pengambilan gambar ini bertujuan untuk memperlihatkan kondisi spa dari sudut pandang samping. Teknik pemotretan dilakukan pada siang hari dengan mengandalkan cahaya matahari. Pengambilan gambar dilakukan berulang kali untuk mendapatkan foto model, bagian luar ruangan, dinding, dan kondisi dalam ruangan. Kemudian, diolah ke tahap pengeditan untuk menjadikannya satu foto. Pemotretan dilakukan menggunakan kamera Nikon dengan *Shutter Speed* 2 sec; *f/9*; *ISO-160*.

### **SIMPULAN**

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.

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. Sebagai hasilnya, foto yang dihasilkan akan menggambarkan konsumen dari golongan menengah keatas atau menengah ke bawah.

## **KEPUSTAKAAN**

### **Pustaka Buku:**

Agustrijanto. (2001). *Seni Mengasah Kreatifitas dan Memahami Bahasa Iklan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

[archdaily.com/882662/golkar-jakarta-office-delution-architect/59f856b3b22e38196a0001c5-golkar-jakarta-office-delution-architect-image](http://archdaily.com/882662/golkar-jakarta-office-delution-architect/59f856b3b22e38196a0001c5-golkar-jakarta-office-delution-architect-image)

[archdaily.com/882662/golkar-jakarta-office-delution-architect/59f856b3b22e38196a0001c5-golkar-jakarta-office-delution-architect-image](http://archdaily.com/882662/golkar-jakarta-office-delution-architect/59f856b3b22e38196a0001c5-golkar-jakarta-office-delution-architect-image)

Durianto. (2003). *Brand Equity Ten, Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

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. 4<sup>th</sup> ed. Elsevier, Inc., (2007).

[grya.co.id/stories/arsitektur-dalam-bingkai-fotografi-fernando-gomulya/](http://grya.co.id/stories/arsitektur-dalam-bingkai-fotografi-fernando-gomulya/)

Hakim, Budiman. (2006). *Lantaran tapi Relevan*. Yogyakarta: Galang Press.

Irwandi. *Metode Penelitian dan Penciptaan Fotografi: Rancangan Pemetaan Lanskap Fotografi Indonesia*. (Mimeografi, tidak diterbitkan).

Kriyantono, Rachmat. (2008). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Pendit, Nyoman. (1999). *Ilmu Pariwisata*. Jakarta: Akademi Parawisata Trisakti.

R. S., Darmadjati. (2001). *Istilah-Istilah Dunia Pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita.

Soedjono, Soeprapto. (2006). *Pot-Pourri Fotografi*. Jakarta: Universitas Trisakti.

