

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Penciptaan karya fotografi karya *fashion* Yunet *Exclusive* Batik di Fasilitas Umum *Mall* Yogyakarta ini dibuat untuk mempromosikan karya-karya Yunet *Exclusive* Batik kepada masyarakat luas khususnya melalui karya fotografi ini. Dengan adanya karya penciptaan ini maka variasi foto *fashion* menjadi lebih banyak dan menjadi lebih menarik. Seiring dengan berkembangnya jaman maka gaya fotografi akan berkembang pesat, sehingga foto dengan nilai seni lebih akan memberikan opsi baru pada penikmat foto.

Ide dalam penciptaan tugas akhir ini adalah untuk membuat fotografi komersial terutama foto *fashion* yang memiliki nilai estetika dan nilai seni. Tidak menutup kemungkinan bila objek yang dijadikan subjek perlu difoto berulang kali sebagai alternatif dengan melakukan eksperimentasi dari berbagai sudut pandang (*angle*) maupun optik berupa lensa pendukung sekaligus melakukan beberapa eksplorasi pencahayaan yang memadai. Hal tersebut dilakukan untuk mencapai berbagai varian alternatif tampilan foto yang memiliki nilai estetika sehingga tampilan yang dihasilkan fotografi sesuai dengan kebutuhan yang diharapkan. Tujuan penciptaan tugas akhir ini adalah karya fotografi yang diciptakan memiliki nilai seni yang tinggi, nilai seni yang dimaksud adalah karya fotografi dapat dikatakan sebagai salah satu cara dalam mengkomunikasikan sebuah pesan dari seniman

kepada para penerima pesan atau penikmat foto dengan memerhatikan aspek keindahan. Dimana fotografi model terutama foto *fashion* tidak hanya yang terlihat terang dan jelas namun juga dapat dikemas dengan konsep foto yang memiliki nilai estetika dan seni.

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 & biaya sangat diperlukan agar tidak terjadi pembengkakan biaya produksi. Dengan segala kendala diatas 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.

B. Saran

1. Penciptaan karya *fashion photography* dengan konsep yang memiliki nilai estetika dan nilai jual dibutuhkan kerjasama tim yang solid, karena seorang fotografer tidak mungkin bisa bekerja sendiri tanpa bantuan orang lain.
2. Eksplorasi dalam pemotretan seperti karya ini masih bisa dilakukan berbagai konsep pada pemotretan *fashion photography*
3. Eksperimen sangat dibutuhkan secara terus menerus untuk menemukan variasi konsep yang lebih banyak dan lebih menarik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Adimodel. 2009. *Professional Lighting for Photographer: Lighting for Fashion Indoor Lighting*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Ajidarma, Seno G. 2001. *Kisah Mata Fotografi Antara Dua Subjek*, Yogyakarta: Galang Press.
- Aryunda, A. 1995. *Batik Indonesia*. Jakarta: PT Golden Terayon Press.
- Dharsito, W. 2015. *Dasar Fotografi Digital 2 Komposisi dan Ketajaman*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Excell, L. 2012. *Komposisi Dari Foto Biasa Jadi Luar Biasa*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Giwanda, Griand. 2002. *Panduan Praktis Belajar Fotografi*. Jakarta: Puspa Swara.
- Irwandi dan Apriyanto.M.F. 2012. *Membaca Fotografi Potret*. Yogyakarta: Penerbit Gama Media.
- Marlina, Endy. 2008. *Panduan Perancangan Bangunan Komersial*. Andi Offset, Yogyakarta.
- Nugroho, Y.W. 2011. *Jepret! Panduan Fotografi dengan kamera Digital dan DSLR*. Yogyakarta: Familia.
- Prawira, N.G. Dan Dharsono. 2004. *Pengantar Estetika Dalam Seni Rupa*. Bandung: Direktur Jendral Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan Nasional.
- Soedjono, S. 2007. *Pot-Pourry Fotografi*. Jakarta: Kawan Pustaka.
- Soelarko, R.M. 1978. *Masalah Etika Dalam Fotografi*. Bandung : Foto Indonesia
- Tjin, E & Erwin, M. 2014. *Kamus fotografi*. Jakarta: PT Gramedia.

Sumber Laman

- Adiguna, J.P. 2019. Media Promosi Visual Fotografi STPM “APMD” dalam Fotografi Komersial. *Jurnal Fotografi Fakultas Seni Media Rekam*. Diakses dari <http://digilib.isi.ac.id/4221/>, 19 Desember 2019, 19.00 WIB.
- Handoko, A. 2015. *Commercial/Advertising Photography*. from Staff Site Universitas Negeri Yogyakarta.
- Purbarani, V.H. 2013. Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Diferensi Produk, Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis*. Diakses dari <http://eprints.undip.ac.id/40085/>, 20 Desember 2019, 20.00 WIB.

<https://socamedia.id/artikel/strategi-marketing-dengan-fotografi>
Diakses tanggal 14 Desember 2019, 20.00 WIB.