

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Penciptaan karya profil *BMX Street* Cengkru Yogyakarta dalam fotografi komersial dibuat untuk memenuhi dan menambah variasi foto profil komunitas *BMX Street* Cengkru. Dengan adanya karya penciptaan ini maka variasi foto profil *BMX Street* Cengkru menjadi lebih banyak dan menjadi lebih menarik terutama di bidang komersial. Peran fotografi profil terhadap komunitas *BMX street* Cengkru adalah untuk menggambarkan para anggota *BMX street* Cengkru, sepeda yang digunakan oleh komunitas *BMX street* Cengkru.

Objek foto tentang komunitas *BMX street* Cengkru ini dipilih karena latar belakang internal penulis yaitu ketertarikan terhadap hobi bermain sepeda *BMX* dari tahun 2011 yang kemudian disalurkan ke komunitas *BMX Street* Cengkru. Tujuan karya fotografi ini adalah untuk memvisualisasikan profil *BMX street* Cengkru. Sehingga komunitas ini dapat dikenal oleh publik dan memberikan informasi lebih mengenai komunitas *BMX street* Cengkru.

Ide dalam penciptaan tugas akhir ini adalah keinginan untuk membuat foto profil komunitas *BMX Street* Cengkru dalam fotografi komersial yang bertujuan untuk mengiklankan dan mempromosikan

komunitas *BMX Street* Cengkru dengan fokus pada foto anggota komunitas, sepeda yang digunakan, kegiatan yang dilakukan komunitas *BMX Street* Cengkru, dan lain sebagainya.

Untuk memvisualisasikan foto profil *BMX Street* Cengkru dalam fotografi komersial digunakan metode, diantaranya metode observasi, wawancara, dan eksplorasi dengan mengumpulkan data pendukung. Dan tahap demi tahap proses penciptaan karya foto ini disusun sedemikian rupa, sehingga tercipta penciptaan karya tugas akhir ini.

B. Saran

Penciptaan karya fotografi komersial saat ini sudah mendapatkan keleluasaan dalam berkreasi. Khususnya bagi fotografi *company profile* atau foto profil perusahaan, diri seseorang, kelompok, bahkan profil sebuah komunitas *BMX Street* Cengkru Yogyakarta yang dapat menumbuhkembangkan daya kreatifitas yang inovatif lagi untuk menghadirkan karya fotografi komersial.

Para fotografer komersial harus berani mencoba *out of the box thinking* untuk memotret sebuah fotografi profil perusahaan. Seperti mencoba mempromosikan sebuah komunitas yang mempunyai potensi untuk dapat “menjual” bakat dari komunitas tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Apep. 2007. *BMX Free-Style*. Bandung: DAR! Mizar.
- Azhar, La Misjan dan Susanto. 2001. *Sistem Informasi Akuntansi I dan II, Edisi Ke Sebelas*. Bandung: Lembaga Informasi.
- Desi, Susiani. 2009. *Profil Fisik Atlet Taekwondo Sleman pd-Pemprof DIY 2009. Skripsi*. Yogyakarta: FIK UMY.
- Duranto. 2003. *Brand Equity Ten, Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Hakim, Budiman. 2006. *Lanturan Tapi Relevan*. Yogyakarta: Galang Press.
- Hasan, Alwi. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka
- H.C., Witherington. 1983. *Psikologi Pendidikan, Diterjemahkan oleh M. Buchori*. Jakarta: Aksara Baru.
- Jaiz, Muhammad. 2014. *Dasar-Dasar Periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Krisyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunitasi*. Jakarta: Kencana Perdana Media Group.
- Mulyani, Sri. 1983. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: IKIP Jakarta Press.
- Nugroho, R. Amien. 2006. *Kamus Fotografi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Soedjono, Soeprapto. 2006. *Pot-Pourri Fotografi*. Jakarta: Universitas Trisakti.
- Soelarko, RM. 1976. *Penuntun Fotografi*. Bandung: PT. Karya Nusantara.
- Sudarma, I Komang. 2014. *Fotografi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Aksara Baru.
- <http://staff.uny.ac.id>, diakses tanggal 9 november 2019 pukul 10.43