

**TOPI SEBAGAI IDE PENCIPTAAN DALAM  
FOTOGRAFI KOMERSIAL DENGAN KONSEP  
*BEAUTY SHOT***



**SKRIPSI  
TUGAS AKHIR PENCIPTAAN SENI FOTOGRAFI**

**Anayya Putri Pramitha Permatasari  
NIM 1610786031**

**PROGRAM STUDI S-1 FOTOGRAFI  
FAKULTAS SENI MEDIA REKAM  
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**

**2021**

**TOPI SEBAGAI IDE PENCIPTAAN DALAM  
FOTOGRAFI KOMERSIAL DENGAN KONSEP  
*BEAUTY SHOT***



**SKRIPSI  
TUGAS AKHIR PENCIPTAAN SENI FOTOGRAFI**

untuk memenuhi persyaratan derajat sarjana  
Program Studi Fotografi

**Anayya Putri Pramitha Permatasari**  
NIM 1610786031

**PROGRAM STUDI S-1 FOTOGRAFI  
FAKULTAS SENI MEDIA REKAM  
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA**

**2021**

**TOPI SEBAGAI IDE PENCIPTAAN DALAM FOTOGRAFI KOMERSIAL  
DENGAN KONSEP *BEAUTY SHOT***

Diajukan oleh

**Anayya Putri Pramitha Permatasari**

NIM 1610786031

Skripsi Penciptaan Karya Seni Fotografi telah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Tugas Akhir Jurusan Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, pada tanggal 5 Januari 2021.

Pembimbing I / Ketua Penguji



**Dr. Edial Rusli, S.E., M.Sn.**  
NIDN 0003026703

Pembimbing II / Anggota Penguji



**Syaifudin, M. Ds.**  
NIDN 0029056706

Cognate / Anggota Penguji




**Muhammad Fajar Aprivanto, M.Sn.**  
NIDN 0029047608

Ketua Jurusan Fotografi



**Oscar Samaratunga S.E., M.Sn.**  
NIP 19760713 200812 1 004

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Seni Media Rekam



**Dr. Irwandi, M.Sn.**  
NIP 19771127 200312 1 002



## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Anayya Putri Pramitha Permatasari

NIM : 1610786031

Program Studi : S-1 Fotografi

Judul Skripsi/Karya Seni : Topi Sebagai Ide Penciptaan dalam Fotografi  
Komersial Dengan Konsep Beauty shot

Menyatakan bahwa dalam Karya Seni Tugas Akhir saya tidak terdapat bagian yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi manapun dan juga tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh pihak lain sebelumnya, kecuali secara tertulis saya sebutkan dalam daftar pustaka.

Saya bertanggungjawab atas Karya Seni Tugas Akhir saya ini, dan saya bersedia menerima sanksi sesuai aturan yang berlaku, apabila dikemudian hari diketahui dan terbukti tidak sesuai dengan isi pernyataan ini.

Yogyakarta, Januari 2021



Anayya Putri Pramitha Permatasari



Tugas Akhir ini dipersembahkan untuk;

Ayah dan Ibu yang selalu memberikan dukungan dan kasih sayang yang sangat luar biasa kepada saya sehingga saya menjadi pribadi yang kuat hingga detik ini.

Untuk diriku yang tidak pernah menyerah dan telah berjuang bersama melangkahhkan kaki hingga di titik ini. Terimakasih diriku, mari melanjutkan perjalanan ini bersama-sama seperti biasanya.

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena telah memberikan rahmat, ridho, hidayah-Nya serta telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan penulisan dan penciptaan karya Tugas Akhir ini. Tugas Akhir ini ditunjukkan untuk memperoleh gelar seni S-1 Jurusan Fotografi di Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Berbagai dukungan, pengetahuan, dan bimbingan dari berbagai pihak telah banyak membantu penulis dalam menempuh pendidikan di Jurusan Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta hingga selesai dengan terwujudnya karya Tugas Akhir ini. Maka dari itu, dengan segala hormat dan segenap hati penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

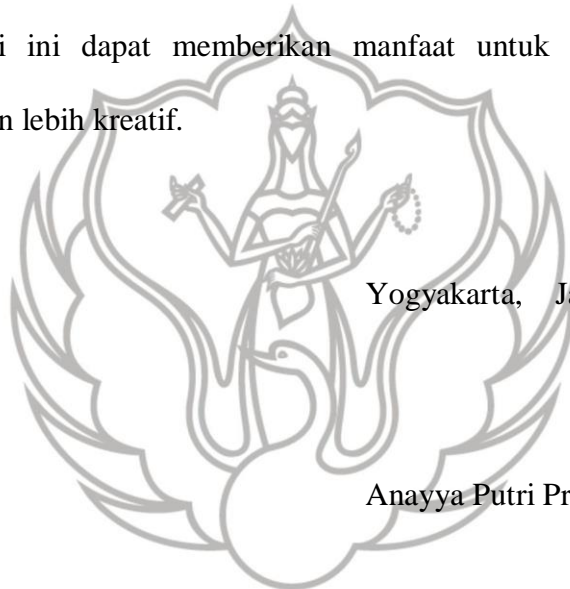
1. Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga Tugas Akhir ini dapat selesai dengan baik;
2. Agung Wahyu Wijaya sebagai Ayah yang memberi sponsor penuh dalam terciptanya Tugas Akhir ini.
3. Erna Widya Wati sebagai Ibu dengan doa yang luar biasa untuk penulis.
4. Dr. Irwandi, M.Sn., selaku Dekan Fakultas Seni Media Rekam, ISI Yogyakarta; juga selaku Dosen Wali yang selalu memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis selama masa perkuliahan;
5. Oscar Samaratunga, S.E., M.Sn., selaku Ketua Jurusan Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, ISI Yogyakarta;
6. Kusri, S.Sos., M.Sn., selaku Sekretaris Jurusan Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, ISI Yogyakarta;

7. Dr. Edial Rusli, S.E., M.Sn., selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini;
8. Syaifudin, M.Ds., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir ini;
9. Annisa Kurnia Devi dan Fildzah Murniati sebagai *support system* bagi penulis yang selalu siap menemani dan membantu penulis;
10. Sindy Devi Ratnasari yang telah menjadi sahabat penulis selama lebih dari 8 tahun dan selalu menemani penulis dalam keadaan apapun;
11. Shania sebagai adik yang baik hatinya karena telah selalu memberi semangat agar penulis segera menyelesaikan Tugas Akhir ini;
12. Nandela, Lavetya yang selalu memberi masukan dan dukungan demi terwujudnya Tugas Akhir ini;
13. Zahrotul Nur Azizah sebagai teman SMA yang asih berkabar hingga detik ini dan selalu menolong penulis apapun keadannya.
14. Teman-teman grup *WhatsApp 'Assalamualaikum Promo'*, Nandela, Sabil, Sela, Lavetya, Annisa, Fildzah yang saling memberi semangat satu sama lain.
15. Santi, Maysarah, Okta, Laras selaku objek penciptaan karya Tugas Akhir ini yang telah sabar mengikuti proses pemotretan karya Tugas Akhir ini.
16. Erwin Cyto sebagai teman yang setia mendengarkan keluh kesah penulis dan tidak lupa memberi semangat.



17. Evan Syadilla selaku teman yang selalu sabar dan siap membantu disaat penulis membutuhkan pertolongan;
18. Elgar, Rere, Ardel, Nurman, Anton, Rifky selaku teman seperbimbingan yang saling memberi masukan dan saling menyemangati.
19. Semua teman-teman Fotografi angkatan 2016;
20. Semua pihak yang telah membantu dalam proses penciptaan Tugas Akhir ini.

Penulis mengucapkan terimakasih atas bantuan dan dukungannya. Semoga Tugas Akhir seni ini dapat memberikan manfaat untuk lebih maju dalam berkesenian dengan lebih kreatif.



Yogyakarta, Januari 2021

Anayya Putri Pramitha Permatsari



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR KARYA</b> .....	<b>x</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Penciptaan.....	1
B. Penegasan Judul.....	9
C. Rumusan Ide.....	11
D. Tujuan dan Manfaat.....	12
E. Metode Pengumpulan Data.....	13
<b>BAB II. IDE DAN KONSEP PERWUJUDAN</b> .....	<b>15</b>
A. Latar Belakang Timbulnya Ide.....	15
B. Landasan Penciptaan.....	17
C. Tinjauan Karya.....	25
D. Ide dan Konsep Perwujudan.....	28
<b>BAB III. METODE PENCIPTAAN</b> .....	<b>29</b>
A. Objek Penciptaan.....	29
B. Metode Penciptaan.....	30
C. Prose Perwujudan.....	36
<b>BAB IV. ULASAN KARYA</b> .....	<b>48</b>
<b>BAB V. PENUTUP</b> .....	<b>110</b>
A. Kesimpulan.....	110
B. Saran.....	111
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>112</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>113</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Lokasi <i>Offline Store Queen Shop</i> .....	6
Gambar 2.1 Karya Choi Moon Hyuk .....	25
Gambar 2.2 Karya Karina Yasmine .....	26
Gambar 2.3 Karya Nicky Gunawan .....	27
Gambar 3.1 Foto Produk Queen Shop .....	31
Gambar 3.2 Foto Eksperimen Pertama .....	33
Gambar 3.3 Foto Eksperimen Kedua .....	34
Gambar 3.4 Foto Eksperimen Ketiga .....	35
Gambar 3.5 Kamera Canon EOS 600D .....	36
Gambar 3.6 Lensa Canon EF 50mm f/1.8 .....	36
Gambar 3.7 <i>Memory Card SanDisk 16GB</i> .....	37
Gambar 3.8 Baterai LP-E8 .....	37
Gambar 3.9 Godox DE 300 dan Godox SK 300 .....	38
Gambar 3.10 <i>Light Stand</i> .....	38
Gambar 3.11 <i>Octagon dan Softbox</i> .....	39
Gambar 3.12 <i>Trigger</i> .....	40
Gambar 3.13 Laptop Acer .....	40
Gambar 3.14 Tahap Pertama pada <i>Adobe Photoshop</i> .....	43
Gambar 3.15 Tahap Kedua pada <i>Adobe Photoshop</i> .....	44
Gambar 3.16 Tahap Ketiga pada <i>Adobe Photoshop</i> .....	44
Gambar 3.17 Tahap Keempat pada <i>Adobe Photoshop</i> .....	45
Gambar 3.18 Tahap Kelima pada <i>Adobe Photoshop</i> .....	45
Gambar 4.1 Pengaplikasian Karya .....	109

## DAFTAR KARYA

1. Karya 1 <i>Ring Cap #1</i> .....	49
2. Karya 2 <i>Ring Cap #2</i> .....	52
3. Karya 3 <i>Floppy Hat #1</i> .....	55
4. Karya 4 <i>Floppy Hat #2</i> .....	58
5. Karya 5 <i>Boater Hat #1</i> .....	61
6. Karya 6 <i>Floppy Hat #2</i> .....	64
7. Karya 7 <i>Pearl Baret #1</i> .....	67
8. Karya 8 <i>Pearl Baret #2</i> .....	70
9. Karya 9 <i>Flat Cap #1</i> .....	73
10. Karya 10 <i>Flat Cap #2</i> .....	76
11. Karya 11 <i>Ring Bucket Hat</i> .....	79
12. Karya 12 <i>Bowler Hat</i> .....	82
13. Karya 13 <i>Newsboy Hat</i> .....	85
14. Karya 14 <i>Fedora Hat</i> .....	88
15. Karya 15 <i>Korean Bucket Hat #1</i> .....	91
16. Karya 16 <i>Korean Bucket Hat #2</i> .....	94
17. Karya 17 <i>Beanie Hat #1</i> .....	97
18. Karya 18 <i>Beanie Hat #2</i> .....	100
19. Karya 19 <i>Baret Hat</i> .....	103
20. Karya 20 <i>Summer Hat</i> .....	106

# **TOPI SEBAGAI IDE PENCIPTAAN DALAM FOTOGRAFI KOMERSIAL DENGAN KONSEP *BEAUTY SHOT***

## **ABSTRAK**

Oleh : Anayya Putri Pramitha Permatasari

Fotografi komersial adalah cabang fotografi yang berfokus pada produk yang dipasarkan. Fotografi komersial akan mengemas produk semaksimal mungkin agar mendapatkan hasil foto yang dapat menarik calon pelanggan. Fotografi komersial digunakan sebagai media promosi serta sebagai media komunikasi penjual dan pembeli. Topi yang diangkat menjadi ide utama dalam penciptaan karya fotografi komersial menggunakan konsep *beauty shot* merupakan usaha menciptakan foto produk topi yang tidak melulu menggunakan konsep foto '*still life*' dengan latar belakang berwarna putih polos. Digunakannya model dalam foto adalah sebagai peraga penggunaan topi dan menampilkan bentuk visual topi saat digunakan sebagaimana mestinya. Pemilihan warna yang senada antara *background* dan topi bertujuan untuk menambah nilai-nilai estetis pada karya foto komersial ini. Walaupun menggunakan konsep *beauty shot*, fokus utama pada karya komersial ini tetap berada pada produk topi. Dengan adanya penciptaan karya fotografi komersial yang menjadikan topi sebagai ide utama menggunakan konsep *beauty shot*, menambah beragam variasi dalam menciptakan karya foto komersial.

Kata kunci : Fotografi komersial, topi, *beauty shot*

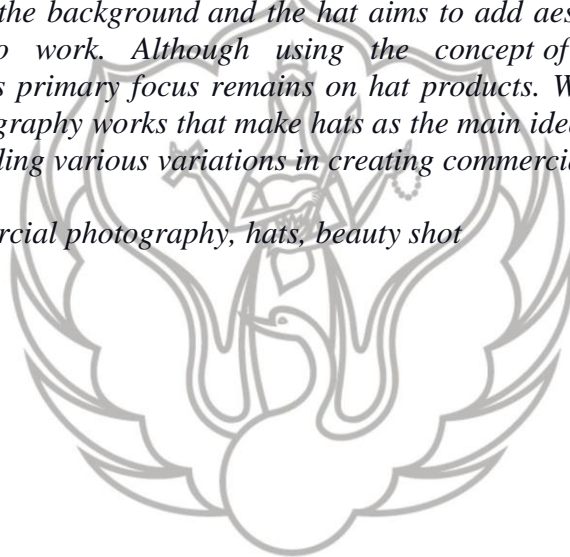
**HAT AS A CREATION IDEAS IN COMMERCIAL PHOTOGRAPHY  
USING BEAUTY SHOT CONCEPT**

**ABSTRACT**

By : Anayya Putri Pramitha Permatasari

*Commercial photography is a branch of photography that focuses on the products being marketed. It wraps the product maximally in order to get photo results that can attract potential customers. Commercial photography is used as a promotional medium and a medium of communication between sellers and buyers. Hats that are raised to be the main idea in creating commercial photography work using the concept of beauty shot is an effort to create a photo of a hat product that does not necessarily use the 'still life' concept with a plain white background. The use of models in the images demonstrates the hats' use and displays the hat's visual shape when appropriately used. The matching color selection between the background and the hat aims to add aesthetic value to this commercial photo work. Although using the concept of beauty shot, this commercial work's primary focus remains on hat products. With the creation of commercial photography works that make hats as the main idea using the concept of beauty shot, adding various variations in creating commercial photo works.*

*keywords: Commercial photography, hats, beauty shot*



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Penciptaan

Fotografi komersial merupakan salah satu cabang fotografi yang banyak peminatnya. Fotografi komersial adalah cabang fotografi yang berfokus pada produk yang dipasarkan. Fotografi komersial akan mengemas produk semaksimal mungkin agar mendapatkan hasil foto yang maksimal. Pada umumnya, fotografi komersial bertujuan untuk menarik para konsumen atau pembeli melalui media sebuah foto.

Penciptaan karya fotografi bisa didasarkan untuk berbagai kepentingan dengan menyebutnya sebagai suatu medium ‘penyampaian pesan’ (*message carrier*) bagi tujuan tertentu. Karya fotografi disamping kehadirannya yang mandiri juga dimanfaatkan bagi memenuhi suatu fungsi tertentu (Soedjono, 2007:27). Fotografi komersial diciptakan dengan maksud dan tujuan tertentu yang tentunya mengandung pesan yang akan disampaikan kepada konsumen yang melihatnya. Fotografer komersial menciptakan sebuah foto yang didalamnya tidak hanya menampilkan bentuk visual dari sebuah produk, namun informasi mengenai produk juga disampaikan secara tersirat dalam satu olahan fotografi komersial.

Fotografi komersial merupakan pemotretan khusus untuk mengkomunikasikan informasi produk. Fotografi ini bertujuan agar orang yang melihat produk tersebut tertarik untuk mencoba dan membelinya (Burhanuddin, 2014:104). Dalam fotografi komersial dapat membuat sebuah

foto yang didalamnya terdapat sebuah informasi mengenai produk serta tidak lupa juga mengenai sisi indah nya sebuah produk.

Setiap karya seni memiliki nilai estetik nya masing-masing, begitu juga dengan fotografi komersial. Walaupun tujuan awal dari fotografi komersial adalah foto yang menjual produk, namun fotografi komersial tetap memiliki nilai estetik. Soedjono (2007:7) mengatakan bahwa berbagai macam *sub-genre* fotografi tidak lepas dari varian nilai dan kode estetika, hal ini karena setiap kehadiran jenis fotografi memerlukan konsep perancangan yang bermula dari ide dasar yang berkembang menjadi implementasi praksis yang memerlukan dukungan peralatan dan teknik ungkap kreasinya.

Nilai estetik dapat menjadi tujuan utama dalam proses penciptaan karya seni yang diupayakan sedemikian rupa oleh pelaku seni agar setiap hasil akhir dari proses penciptaan karya seninya dapat dinilai dan dinikmati karena nilai keindahan yang secara *intrinsic* menyatu dalam sosok kehadiran karya seni yang perseptif secara visual (Soedjono, 2007:3). Hal tersebut juga berlaku dalam fotografi komersial dimana nilai estetik menjadi tujuan utama setelah menjual produk. Ketika sebuah karya fotografi komersial memiliki nilai estetik maka foto tersebut akan dapat dinilai dan dinikmati oleh banyak konsumen. Hal tersebut juga akan mempengaruhi tingkat keberhasilan sebuah fotografi komersial karena banyaknya konsumen yang dapat menikmati foto tersebut secara tidak langsung akan memiliki ketertarikan dengan produk yang dijual dalam foto komersial tersebut. Fotografi komersial memanfaatkan



ilmu estetika untuk menghasilkan sebuah bentuk visual yang indah dari sebuah produk.

Fotografi komersial berhubungan erat dengan bidang komersial. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2007:583), komersial adalah sesuatu yang berhubungan dengan niaga atau perdagangan. Dunia perdagangan memanfaatkan fotografi komersial untuk melakukan pemasaran melalui media foto. Dimana nantinya, foto tersebut akan digunakan untuk media promosi dalam dunia periklanan.

Fotografi komersial juga berhubungan erat dengan namanya periklanan khususnya iklan dalam bentuk visual yang mengutamakan wujud visual berupa foto. Menurut Widyatama (2007:15), “Iklan cenderung menekankan pada aspek penyampaian pesan yang kreatif dan persuasif yang disampaikan melalui media khusus.” Media penyampaian iklan pun sudah berbagai macam, seperti media cetak dan media internet. Dengan berkembangnya teknologi yang memudahkan siapapun untuk bisa mengakses internet, maka para pembuat iklan pun banyak yang beralih dari media cetak ke media internet. Rama Kertamukti (2015:135) mengatakan bahwa kelebihan menggunakan media internet sebagai media periklanan adalah jangkauan dengan area global dan tidak terbatas ruang dan waktu.

Media internet pun memiliki berbagai macam platform yang mempersilahkan bagi siapapun untuk memasang iklan. Media internet pun ada berbagai macam, yaitu *marketplace* seperti *Shopee* dan *Lazada*, serta sosial media seperti *Instagram*. Semua media internet dapat dimanfaatkan

sebagai media periklanan. Mudahnya mengakses internet mempermudah pembuat iklan untuk meraih lebih banyak konsumen dengan melihat iklan yang telah dipasang. Melalui media internet, iklan tersebut dapat menyebar dengan cepat dalam sepersekian detik. Target pasar pun akan menjadi luas sehingga setiap lapisan masyarakat dapat melihat iklan tersebut, mulai dari lapisan masyarakat menengah ke bawah hingga lapisan masyarakat menengah ke atas.

Perspektif pemasaran lebih menekankan pemaknaan iklan sebagai alat pemasaran, yaitu menjual produk (Widyatama, 2007:15). Iklan dalam fotografi komersial diolah sedemikian rupa sehingga dalam satu foto mengandung penyampaian pesan suatu produk yang disajikan dengan ide kreatif. Dari berbagai macam aspek sebuah produk dapat dipertimbangkan untuk diolah menjadi sebuah foto komersial. Foto komersial mencakup berbagai macam produk. Burhanuddin (2014:10) mengatakan bahwa pekerjaan sebagai fotografer komersial biasanya meliputi foto potret, foto produk, foto arsitektur interior, foto fesyen, foto model.

Topi dipilih sebagai produk utama dalam proses penciptaan tugas akhir ini karena topi merupakan suatu aksesori pelindung kepala yang sering ditemukan dalam kehidupan sehari-hari. Terkadang topi dianggap sepele dalam penggunaannya, tak jarang pula topi menjadi salah satu fesyen *item* yang menunjang penampilan. Ada berbagai macam bentuk topi yang akan digunakan dalam penciptaan fotografi kali ini, tentunya dengan kategori topi

yang sering ditemui dalam kehidupan sehari-hari dimana seluruh lapisan masyarakat dapat menemukannya.

Produk topi yang akan digunakan dalam penciptaan tugas akhir ini adalah produk topi dari sebuah usaha kecil bernama *Queen Shop*. *Queen Shop* adalah usaha kecil yang berdomisili di Lawang, Malang, Jawa Timur. Toko ini menyediakan berbagai macam topi yang dapat digunakan dalam kehidupan sehari-hari. *Queen Shop* mulai mengembangkan usahanya mengikuti tren pasar. Dimana awalnya *Queen Shop* hanya menyediakan *baseball cap* dimana pembeli bisa menentukan desain topi yang diinginkan, kini *Queen Shop* telah menyediakan berbagai macam topi yang mana topi-topi tersebut menjadi trend fesyen di kalangan anak muda terutama kalangan perempuan, *Queen Shop* juga menyediakan aksesoris lain namun yang akan dibahas dalam penulisan kali ini adalah produk topinya. Hal tersebut menguntungkan *Queen Shop* karena dapat melebarkan pangsa pasarnya yang awalnya hanya seputar penggemar *baseball cap* kini merambah ke berbagai penggemar topi jenis lain.

Kekuatan pada usaha *Queen Shop* adalah terdapatnya *offline store* dan *online store*, jadi *Queen Shop* mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas. *Online store* dari *Queen Shop* beroperasi di media sosial *Instagram*, dengan adanya *online store* dapat membantu pemasaran *Queen Shop* untuk mendapatkan pelanggan dari berbagai daerah. Produk yang dipesan secara *online* dapat dikirim melalui jasa pengiriman dan akan sampai di tangan pelanggan. Hal tersebut dapat mempermudah proses jual beli antara *Queen*

*Shop* dan pelanggannya. Harga yang relatif murah dan kualitas bahan topi yang baik menjadi sebuah kekuatan dari *Queen Shop* karena produk tersebut bisa dijangkau oleh semua kalangan masyarakat. *Queen Shop* juga menggunakan tenaga kerja yang sudah terampil dalam hal mendesain sehingga topi yang dihasilkan adalah topi dengan kualitas yang baik. *Queen Shop* berusaha semaksimal mungkin untuk tidak ketinggalan zaman sehingga topi yang disediakan adalah produk yang selalu mengikuti tren, sehingga banyak jenis topi yang disediakan oleh *Queen Shop*.



Gambar 1.1. “Lokasi *Offline Store Queen Shop*.”  
(Sumber: Dokumen Pribadi)

Kelemahan dari *Queen Shop* adalah letak *offline Store* yang tidak berada di lokasi yang strategis sehingga untuk mendapatkan pangsa pasar sedikit lebih sulit. Kurang terkenalnya nama toko sehingga lingkup pelanggan mengalami perkembangan yang tidak terlalu signifikan, hal tersebut karena kurangnya pemasaran produk melalui media iklan. *Queen Shop* juga belum

memanfaatkan secara maksimal fotografi komersial sebagai media pemasaran produk, selama ini mereka hanya menampilkan foto produk tanpa kaidah dan estetika fotografi komersial. *Queen Shop* belum memiliki nama *brand* sendiri sehingga perkembangan produk masih bergantung pada *supplier* topi yang menjadi naungannya. *Queen Shop* memegang kendali di jasa bordir desain topi. Waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan desain pesanan topi terhitung relatif lama yaitu sekitar 3-6 hari, hal tersebut menghambat produksi bordir desain pesanan. Terbatasnya tenaga kerja menjadi penghambat produksi ketika adanya pesanan topi dengan jumlah yang banyak. Kualitas topi yang dibuat juga akan berpengaruh karena terbatasnya tenaga kerja namun sedikitnya waktu yang diberikan konsumen untuk menyelesaikan pesanan yang terhitung dalam jumlah banyak.

Persaingan dagang dan persaingan harga yang ketat menjadi sebuah ancaman bagi *Queen Shop* karena konsumen pasti akan memilih produk yang dijual dengan harga yang paling murah dan terkadang mengesampingkan kualitas dari produk tersebut. Peminat topi yang berubah-ubah karena tren fesyen yang selalu berubah juga menjadi ancaman bagi *Queen Shop* karena akan menjadi kerugian ketika mereka telah menyediakan sebuah model topi dengan jumlah yang banyak namun tren fesyen telah berubah sebelum semua produk tersebut terjual habis.

Pada umumnya, topi lebih sering dikemas dalam foto produk *still life* dalam periklanan, hal ini akan menyebabkan suatu rasa jenuh pada setiap konsumen yang melihat. Banyak produsen yang memilih untuk mengemas

topi dalam foto produk *still life* karena dirasa mudah dan sederhana. Namun dalam visualisasi sebuah foto produk *still life*, topi yang disajikan di atas *background* putih menjadi kurang terlihat bagaimana visual topi tersebut jika dikenakan sebagai penutup kepala. Berdasarkan uraian di atas, penciptaan tugas akhir ini akan mempromosikan berbagai jenis topi dari *Queen Shop* dengan desain dan jenis yang berbagai macam melalui media promosi berupa iklan, yang nantinya topi-topi tersebut akan dikenakan oleh model dengan konsep *beauty shot*. Konsep *beauty shot* dipilih untuk memaksimalkan visualisasi bentuk topi ketika dipakai untuk penutup kepala, hal tersebut dapat menjadi sebuah referensi mengenai cara pemakaian topi serta memberi gambaran kepada konsumen mengenai bagaimana visual topi tersebut saat dikenakan saat dikenakan sebagai penutup kepala.

*Beauty shot* adalah sebuah istilah dalam dunia fotografi yang berarti segala sesuatu yang dihasilkan dalam fotografi selayaknya tampak cantik, menarik, dan mengeluarkan aura dari foto tersebut. Maka tugas utama dari seorang fotografer bukan lagi tentang teknik pencahayaan, tapi kemampuan untuk mempelajari dan mendalami, karakter serta anatomi wajah dari model yang akan difoto. (<http://www.rkusumabrata.com/post/fotografi-fashion--beauty-shot> diakses pada 22 Januari 2020)

*Beauty shot* dalam fotografi mengandalkan penguasaan *lighting* dari seorang fotografer serta pemahaman fotografer mengenai wajah model yang akan difoto. Fotografer harus memahami bentuk visual dari model agar mengetahui sisi terbaik dari wajah model sehingga menghasilkan sebuah foto



yang indah. Adimodel (2009:27) mengatakan bahwa pada pemotretan foto *beauty* dibutuhkan pengaturan cahaya yang sempurna, cahaya harus jatuh dengan tepat pada setiap bagian wajah yang ingin ditonjolkan.

Selain wajah, tata rias juga berperan penting dalam menonjolkan sisi keindahan dari wajah model. Tata rias yang tepat dapat berperan dengan baik dalam membantu menghasilkan foto yang bagus. Namun sebaliknya, penggunaan tata rias yang kurang tepat dapat mengurangi bahkan memberikan efek tidak baik dalam sebuah foto. Adimodel (2009:28) mengatakan bahwa detail *make-up* dan tekstur kulit harus ditampilkan dengan tajam.

## **B. Penegasan Judul**

Untuk mencegah kesalahan dalam mengartikan judul pada penulisan tugas akhir penciptaan karya ini, maka akan dijelaskan arti judul secara rinci. Penegasan judul bertujuan agar makna yang disampaikan menjadi jelas dan tidak terjadi kerancuan. Penjelasan mengenai judul dalam penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

### **1. Topi**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2007:1207), topi memiliki arti tudung kepala. Topi yang dimaksud adalah satu satu aksesoris penutup kepala yang bisa mencerminkan gaya si pemakai. Topi yang akan digunakan dalam penulisan tugas akhir penciptaan ini adalah berbagai jenis topi yang mudah ditemui di kehidupan sehari-hari.



## **2. Ide**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2007:416), ide adalah rancangan yang tersusun di dalam pikiran. Ide yang dimaksud adalah hasil olah pikir yang nantinya dapat diproses menjadi sebuah hasil penciptaan.

## **3. Penciptaan**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2007:215), penciptaan adalah proses, cara, perbuatan menciptakan. Penciptaan yang dimaksud adalah proses menuangkan ide ke dalam bentuk visual sebuah imaji yang disebut dengan fotografi dengan teknik fotografi yang tepat.

## **4. Fotografi Komersial**

Fotografi komersial merupakan pemotretan khusus untuk mengkomunikasikan informasi produk. Fotografi ini bertujuan agar orang yang melihat produk tersebut tertarik untuk mencoba dan membelinya (Burhanuddin, 2014:104). Fotografi komersial dari definisi ini adalah foto yang dihasilkan nantinya dapat digunakan dalam hal periklanan karena fotografi komersial adalah cabang fotografi yang berfokus pada penjelasan produk. Produk akan dikemas semaksimal mungkin untuk menghasilkan sebuah foto yang menarik yang mampu menarik perhatian dari konsumen sehingga tertarik untuk mencoba membeli produk yang dipasarkan tersebut.

## 5. *Beauty Shot*

*Beauty shot* adalah foto yang menampilkan atau menonjolkan kecantikan. Biasanya foto ini berupa *close up* atau tampak dekat, mulai dari ujung kepala hingga leher. Pada foto *beauty*, tata rias dan tata rambut yang diaplikasikan pada model menjadi fokus utama (Adimodel, 2009:27). Definisi *beauty shot* yang dimaksud adalah konsep foto dimana fotografer mengambil gambar secara *close up* dengan tujuan memperlihatkan detail dan kecantikan dalam foto tersebut. *Beauty shot* dipilih dalam tugas akhir penciptaan fotografi ini untuk meminimalkan terjadinya salah fokus pada saat melihat foto sehingga titik utama atau *point of interest* pada foto yang akan diciptakan adalah topi.

### C. Rumusan Ide

Pada umumnya fotografi komersial menjadi media dimana produsen memanfaatkannya untuk beriklan. Media foto tersebut nantinya akan digunakan sebagai media promosi guna menarik banyak pelanggan. Pada kenyataannya, dalam membuat sebuah foto komersial, topi dikemas dengan konsep foto produk *still life*, hal ini membuat kurangnya referensi mengenai bentuk visual topi saat dikenakan sebagai penutup kepala. Dipasaran, topi memiliki banyak jenis dan bentuk sehingga tiap jenis dan bentuk topi memiliki kesan dan visual yang berbeda saat digunakan sebagai penutup kepala. Untuk lebih menonjolkan visual topi saat digunakan sebagai penutup

kepala maka tugas akhir penciptaan fotografi ini memiliki rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana visual topi dalam fotografi komersial dengan konsep *beauty shot*.
2. Bagaimana proses penciptaan fotografi komersial menggunakan topi dengan konsep *beauty shot*.

#### **D. Tujuan dan Manfaat**

Setiap penciptaan karya fotografi akan membantu dalam pengembangan ilmu pengetahuan yang dapat menjadi sebuah acuan dalam ruang lingkup kesenian. Diciptakannya sebuah karya fotografi pasti memiliki tujuan dan manfaat dalam ruang lingkup kesenian dan lembaga pendidikan terutama lembaga pendidikan seni. Pada tugas akhir penciptaan fotografi ini memiliki tujuan dan manfaat sebagai berikut:

##### **1. Tujuan**

- a. Memberikan penyajian sebuah karya fotografi yang menjadikan topi sebagai ide penciptaan fotografi komersial dengan konsep *beauty shot*.
- b. Memberikan dan menghadirkan bentuk visual dimana topi menjadi ide penciptaan fotografi komersial dengan konsep *beauty shot*.
- c. Melatih, mengembangkan, dan menambah wawasan mengenai teknik fotografi, *digital imaging*, serta komposisi fotografi.

## **2. Manfaat**

- a. Menjadi referensi baru mengenai fotografi komersial topi yang disajikan dengan konsep *beauty shot*.
- b. Menambah wawasan dan memicu inspirasi serta kreativitas para pembaca.
- c. Menambah pengalaman visual mengenai fotografi komersial dan menambah pengalaman visual mengenai *beauty shot*.

## **E. Metode Pengumpulan Data**

Dalam pembuatan tugas akhir penciptaan fotografi ini diperlukan data yang berhubungan dengan tema penulisan. Data diperlukan untuk menjadi acuan dan referensi dalam pengolahan konsep dan proses penciptaan karya fotografi. Dalam pembuatan karya fotografi ini, digunakan beberapa metode untuk mengumpulkan data yang nantinya dapat membantu proses penciptaan karya fotografi.

### **1. Studi Pustaka**

Studi pustaka dilakukan untuk mencari informasi mengenai topi, mulai dari sejarah topi, jenis-jenis topi hingga referensi foto komersial mengenai topi. Studi pustaka meliputi buku, *website*, hingga jurnal yang tentunya dapat membantu dalam pengolahan tugas akhir penciptaan fotografi ini.

## 2. **Obeservasi**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2007:967) observasi adalah peninjauan secara cermat. Dilakukan pengamatan secara langsung dan melalui internet untuk mendapatkan berbagai macam referensi guna membantu dalam proses penciptaan. Observasi juga dilakukan untuk mengamati penggunaan topi dalam kehidupan sehari-hari dalam masyarakat. Pengamatan juga meliputi mengenai jenis-jenis topi apa saja yang laku di pasaran. Hasil observasi akan digunakan dalam pengembangan konsep karya fotografi yang akan dibuat.

## 3. **Eksperimen**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia online, eksperimen adalah percobaan yang bersistem atau berencana. Eksperimen dalam penulisan tugas akhir penciptaan fotografi ini dilakukan untuk mencapai hasil yang maksimal dan menemukan teknik-teknik fotografi yang tepat dalam membangun bentuk visual yang baik.

Eksperimen dilakukan mengenai *lighting* pada saat pemotretan untuk mendukung konsep foto. Eksperimen juga dilakukan saat melakukan proses *editing* untuk memaksimumkan hasil foto.