

**FOTO IKLAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI
PADA INSTAGRAM “AH LURIK”**



**SKRIPSI
TUGAS AKHIR PENCIPTAAN SENI FOTOGRAFI**

Achmad Syaeful Huda
1410058131

**JURUSAN FOTOGRAFI
FAKULTAS SENI MEDIA REKAM
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2021**

FOTO IKLAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA INSTAGRAM “AH LURIK”



SKRIPSI TUGAS AKHIR PENCIPTAAN SENI FOTOGRAFI

untuk memenuhi persyaratan derajat sarjana
Program Studi Fotografi

Achmad Syaeful Huda
1410058131

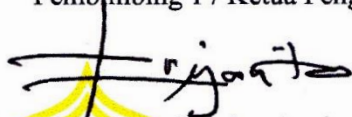
**JURUSAN FOTOGRAFI
FAKULTAS SENI MEDIA REKAM
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2021**

**FOTO IKLAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI
PADA INSTAGRAM “AH LURIK”**

Diajukan oleh :
Achmad Syaeful Huda
NIM 1410058131

Skripsi dan Pameran Karya Seni Fotografi telah dipertanggungjawabkan di depan
Tim Penguji Skripsi Tugas Akhir Jurusan Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam,
Institut Seni Indonesia Yogyakarta, pada tanggal **15 JUN 2021**..

Pembimbing 1 / Ketua Penguji



Muhammad Fajar Apriyanto, M.Sn.
NIDN 0029047608

Pembimbing II / Anggota Penguji



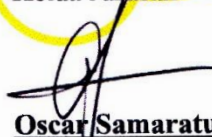
Adva Arsita, S.S., M.A.
NIDN 0002057808

Cognate / Penguji Ahli



Susanto Umboro, M.Sn

Ketua Jurusan



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 dibawah ini,

Nama : Achmad Syaeful Huda
No. Mahasiswa : 1410058131
Program Studi : S-1 Fotografi
Judul Skripsi/Karya Seni : Foto Iklan sebagai Media Promosi pada Instagram
“AH Lurik”

Menyatakan bahwa dalam Skripsi/Karya Seni Tugas Akhir saya tidak terdapat bagian yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi mana pun 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.

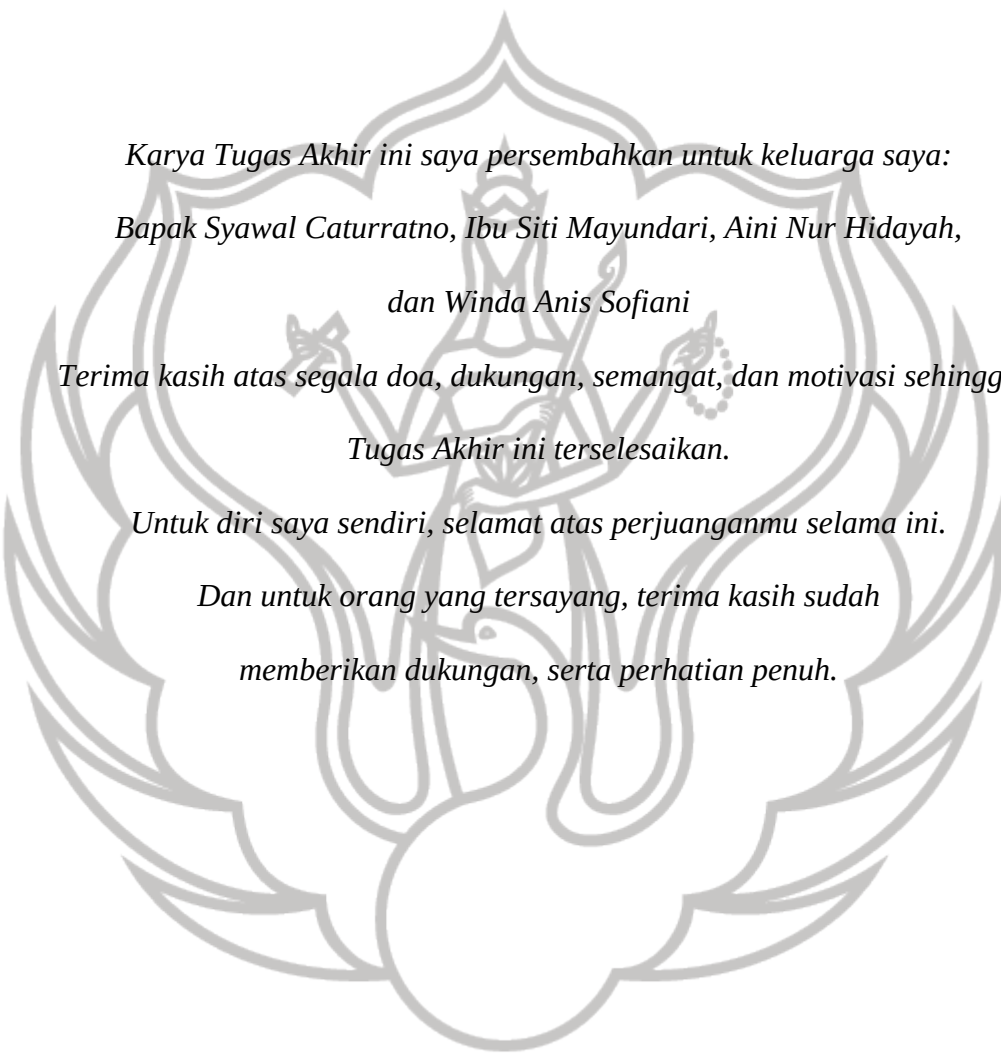
Saya bertanggung jawab atas Skripsi/Karya Seni Tugas Akhir saya ini, dan saya bersedia menerima sanksi sesuai aturan yang berlaku, apabila di kemudian hari diketahui dan terbukti tidak sesuai dengan isi pernyataan ini.

Yogyakarta, 21 Mei 2021

Yang menyatakan

Achmad Syaeful Huda

PERSEMBAHAN



*Karya Tugas Akhir ini saya persembahkan untuk keluarga saya:
Bapak Syawal Caturratno, Ibu Siti Mayundari, Aini Nur Hidayah,
dan Winda Anis Sofiani
Terima kasih atas segala doa, dukungan, semangat, dan motivasi sehingga
Tugas Akhir ini terselesaikan.
Untuk diri saya sendiri, selamat atas perjuanganmu selama ini.
Dan untuk orang yang tersayang, terima kasih sudah
memberikan dukungan, serta perhatian penuh.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa, Alhamdulillah dengan Ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir penciptaan karya seni ini demi menuntaskan tanggung jawab sebagai mahasiswa Program Studi S-1 Fotografi di Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Pertama penulis ucapkan terima kasih yang begitu besar kepada Bapak Syawal Caturratno dan Ibu Siti Mayundari sebagai kedua orang tua yang telah memberikan dukungan penuh terhadap proses penciptaan tugas akhir ini.

Selama kurang lebih tujuh tahun belajar mendalami fotografi, kiranya cukup untuk menjadi bekal di kemudian hari. Berbagai pengetahuan, dukungan, bimbingan, fasilitas, dan sebagainya berasal dari berbagai pihak khususnya Fakultas Seni Media Rekam maupun Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Irwandi, M.Sn., Dekan FSMR, ISI Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Edial Rusli, S.E., M.Sn., Pembantu Dekan I FSMR, ISI Yogyakarta.
3. Bapak Oscar Samaratunga, S.E., M.Sn., Ketua Jurusan Fotografi, FSMR, ISI Yogyakarta.
4. Ibu Kusrini, S.Sos., M.Sn., Sekretaris Jurusan Fotografi, FSMR, ISI Yogyakarta, sekaligus Dosen Wali yang telah memberikan bimbingan dan arahan.
5. Bapak Muh. Fajar Apriyanto, M.Sn., Dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan arahan.

6. Ibu Adya Arsita, S.S., M.A., Dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan.
7. Seluruh dosen di Jurusan Fotografi, FSMR, ISI Yogyakarta.
8. Seluruh staff Tenaga Kependidikan Fotografi, FSMR, ISI Yogyakarta.
9. Seluruh staff Administrasi Jurusan Fotografi, ISI Yogyakarta.
10. Ida Kusuma Astuti yang selalu memberikan dukungan, doa, perhatian, semangat, dan selalu mengibur di saat lelah.
11. Akira Zensha, Anjas Anindito, Gilar Rakhmantlyo, Bintang Syuhada, Enggar Restu, M. Muchlis Budi Wardana.
12. Teman-teman fotografi Angkatan 2014 (f/14).
13. Bapak Abdul yang selaku pemilik “AH Lurik”.
14. Bapak Muh. Nur dan Ibu Fajar selaku keluarga dari bapak Abdul yang telah berbaik hati menerima kedatangan penulis dan memberikan izin saat pembuatan karya.
15. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, telah membantu dalam proses penciptaan tugas akhir ini, terima kasih atas semua bantuan dan dukungannya. Semoga tugas akhir karya seni ini dapat memberikan manfaat untuk lebih maju dalam berkesenian dengan lebih kreatif.

Yogyakarta, Mei 2021

Achmad Syaeful Huda

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iii
PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR KARYA	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
ABSTRAK	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penciptaan.....	1
B. Penegasan Judul	5
C. Rumusan Ide.....	7
D. Tujuan dan Manfaat Penciptaan.....	8
BAB II IDE DAN KONSEP PERWUJUDAN	9
A. Latar Belakang Ide	9
B. Landasan Penciptaan	10
C. Tinjauan Karya	15
D. Ide dan Konsep Perwujudan	19
BAB III PROSES PENCIPTAAN KARYA.....	21
A. Objek Penciptaan	21
B. Metode Penciptaan	22
C. Proses Perwujudan	25
BAB IV ULASAN KARYA.....	36
BAB V PENUTUP.....	79
A. Kesimpulan	79
B. Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN.....	83

DAFTAR KARYA

Karya 1 “Lurik Ulos”	37
Karya 2 “Lurik Batik Cap”	39
Karya 3 “ <i>Modern Jacket</i> ”	42
Karya 4 “Cardigan Tembel”	44
Karya 5 “ <i>Casual Jacket</i> ”	46
Karya 6 “Cardigan Batik Canting”	48
Karya 7 “Lurik <i>Bucket Hat</i> ”	50
Karya 8 “Lurik <i>Floppy Hat</i> ”	52
Karya 9 “ <i>Blacky Bag</i> ”	54
Karya 10 “ <i>Tote Bag Lurik</i> ”	56
Karya 11 “ <i>Cutie Bag</i> ”	58
Karya 12 “Lurik Polos”	60
Karya 13 “Lurik 3 Dimensi”	62
Karya 14 “Pasma Batik”	64
Karya 15 “Pasma Lurik”	66
Karya 16 “Masker Lurik Bordir”	68
Karya 17 “ <i>Wallet Pattern</i> ”	70
Karya 18 “ <i>Pouch Lurik</i> ”	72
Karya 19 “ <i>Striped Wedges</i> ”	74
Karya 20 “ <i>Slip-On Sneakers</i> ”	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 “Contoh foto Instagram AH Lurik”	3
Gambar 2 “Contoh karya dari Kirk Tuck”	11
Gambar 3 “Karya Alvin Fauzi”	15
Gambar 4 “Foto Instagram <i>Brand Alezalabel</i> ”	16
Gambar 5 “Foto karya Hangga Putra Sukmono”	17
Gambar 6 “Foto karya Hangga Putra Sukmono”	18
Gambar 7 “Logo AH Lurik”	22
Gambar 8 “EOS 6D Mark II”	25
Gambar 9 “EOS 7D”	25
Gambar 10 “SDHC Sandisk Ultra”	26
Gambar 11 “CF Sandisk Ultra”	26
Gambar 12 “Canon EF 70-200mm F4 L USM”	26
Gambar 13 “Canon EF 24-105mm F4 L USM”	27
Gambar 14 “Godox AD600BM”	28
Gambar 15 “Pro 600”	28
Gambar 16 “Godox X1T-C”	29
Gambar 17 “Objek Utama”	31
Gambar 18 “Proses <i>Digital Imaging</i> dengan <i>Pen Tool</i> ”	31
Gambar 19 “Mengubah ratio 1:1”	32
Gambar 20 “Proses <i>Digital Imaging</i> pada <i>Background</i> dan <i>Objek</i> ”	32
Gambar 21 “Penerapan karya pada sosial media Instagram”	78

Foto Iklan sebagai Media Promosi pada Instagram “AH Lurik”

Oleh

Achmad Syaeful Huda

1410058131

Abstrak

Usaha UMKM yang bernama “AH Lurik” adalah salah satu usaha lurik di Kota Klaten yang sudah lama berdiri sejak tahun 1959, tidak hanya menjual selebaran kain namun sudah berkembang dengan beberapa varian produk busana dan aksesoris yang dibuat. Kurangnya promosi menyebabkan sedikit masyarakat terutama anak muda mengetahui produk yang ditawarkan, sehingga perlu adanya visual yang digunakan untuk membuat anak muda tertarik akan produk tersebut. Promosi merupakan salah satu cara untuk meningkatkan penjualan, karena promosi dapat menarik perhatian konsumen untuk membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan. Promosi bisa dilakukan dengan cara mengunggah foto atau produk melalui media *online* seperti Instagram. Tujuan penciptaan karya seni fotografi ini adalah untuk membuat foto iklan di media sosial Instagram sebagai media promosi bagi AH Lurik. Metode yang digunakan meliputi tahapan eksplorasi, improvisasi, dan pembentukan. Dalam tahapan eksplorasi dilakukan pengamatan dan pencarian data, sedangkan tahap improvisasi adalah menyusun ulang data, membentuk sketsa, dan melakukan percobaan-percobaan seperti tata cahaya, pemilihan warna, dan objek, kemudian pada tahap pembentukan karya dilakukan perwujudan sketsa ke dalam bentuk foto. Bentuk dasar penciptaan karya berupa varian produk yang dijual atau diproduksi oleh “AH Lurik”, kemudian diaplikasikan ke dalam platform media sosial Instagram. Dengan demikian, hasil karya penciptaan fotografi komersial ini bisa menarik lebih banyak perhatian konsumen terutama anak muda untuk membeli dan melestarikan budaya lurik yang ada di Indonesia.

Kata kunci : foto iklan, media promosi, Instagram, AH Lurik

Advertising Photography as the Promotion Media on Instagram “AH Lurik”

By

Achmad Syaeful Huda

1410058131

Abstract

UMKM businesses named “AH Lurik” is one of the lurik businesses located in Klaten City which has been around since 1959, not only selling cloth sheets but has evolved with a number of fashion products and accessories. The lack of a promotion causes many young people especially in terms of the products that are offered, and hence the need for the visuals that are used to make young people excited about the product. Promotion is one of the means to boost sales, as the promotion can attract customer's attention to purchase. Promotion can be done by uploading photos or products through online media such as Instagram. The purpose of creating the art photography is to make commercial photo on Instagram as a promotion media for “AH Lurik”. The method that being used includes exploration, improvising, and formation. In an exploration phase conducted from data observation and data search, while an improvised was rearranging data, sketching, and conducting experiments as lighting, color selection, and object, and then at the formation of works was done by shaping sketches into photographs. The basic form of works creation is a product variant, that is sold or produced by the “AH Lurik”, and is applied through Instagram social media platform. Thus, the result of commercial photography can attract more consumer attention, especially young people to buy and preserve the the lurik culture that exists in Indonesia.

Keywords : *advetising photos, promotion media, Instagram, AH Lurik*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penciptaan

Fotografi merupakan bidang komunikasi visual yang memiliki banyak peminat. Media foto adalah salah satu media komunikasi yang bisa digunakan untuk menyampaikan pesan atau ide kepada orang lain, sehingga banyak ditemui jenis-jenis foto yang mengandung maksud tertentu di kalangan masyarakat (Sudarma, 2014:4).

Fotografi juga merupakan media komunikasi dalam bentuk visual yang banyak digunakan dalam dunia komersial maupun non komersial. Di bidang dunia komersial, fotografi menjadi peran penting untuk periklanan baik produk maupun jasa. Fotografi komersial kian tumbuh karena menjadi sebuah media komunikasi visual untuk menyampaikan sebuah pesan kepada konsumen. Iklan digunakan untuk memberitahukan, menginformasikan sesuatu hal yang berkaitan dengan produk dan jasa kepada konsumen (Harsanto, 2016:11).

Selama ini ada kecenderungan masyarakat yang melihat iklan sebagai sarana bertujuan membujuk orang untuk membeli suatu produk. Sebagian besar iklan dibangun untuk menciptakan strategi penjualan menjadi efektif dan bisa membujuk orang untuk membeli produk tersebut. Menurut Frascara seperti dikutip Harsanto, gambar (foto) dalam iklan bisa menjadi salah satu alat pendorong terciptanya gaya hidup melalui nilai-nilai estetika yang dibangunnya bersama unsur lain (Harsanto, 2016:7).

Fotografi juga menjadi mudah diterima oleh semua kalangan masyarakat berkat kemudahannya memberikan informasi. Fotografi sendiri menjadi pilihan yang bisa dibilang tepat dalam memvisualkan suatu produk apapun itu wujud dan bentuknya, karena fotografi merupakan bahasa universal yang dapat dilihat oleh semua orang, direspons dan dimengerti apa maksud dari foto tersebut.

Salah satu usaha yang menarik untuk dilihat dari sudut pandang foto periklanan adalah produsen lurik dari Juwiring Klaten bermerek “AH Lurik”. “AH lurik” merupakan produsen pakaian yang sudah lama bergerak dalam dunia *fashion* dan mampu mengembangkan produk lurik menjadi semakin menarik saat dikenakan, namun dalam foto “AH Lurik” masih kurang karena foto-foto yang disajikan tidak memvisualkan secara menarik agar konsumen tertarik dengan produknya.

Dalam sejarahnya “AH Lurik” berawal dari tahun 1959 yang dimana Bapak Abdul selaku pemilik mengerjakan kain blacu dan lembaran kain lurik, yang kemudian pada tahun 90-an dibuat menjadi tenun kerajinan. Pada tahun 2005 usaha tersebut dilanjutkan anak dan menantu dari Bapak Abdul yang memulai mencoba memproduksi baju berbahan dasar kain lurik, dan pada tahun 2008 sempat bekerjasama dengan PT. Prasojo selama delapan tahun untuk memajukan usaha, kemudian pada tahun 2016 “AH Lurik” mengkombinasi baju berbahan dasar kain lurik dengan batik print, batik canting, batik cap, dan batik lukis. Varian produknya tidak hanya menjual baju, namun masih banyak produk *fashion* yang dibuat misalnya

topi, sepatu, tas, dompet dan masker. “AH Lurik” memiliki relasi yang banyak karena pembeli tidak hanya dari warga lokal saja, melainkan dari kota-kota lain juga. Rata-rata pembeli kebanyakan ibu-ibu, penghobi lurik, hingga pejabat lokal yang memberikan dukungan terhadap UMKM.

Setiap produk pasti memiliki kelemahan dan kekuatannya masing-masing. “AH Lurik” memiliki kekuatan dalam hal penjualan, seperti banyak desain dan motif yang dibuat, serta dikenal beberapa pejabat lokal. Sedangkan yang menjadi kekurangan produsen berkaitan dengan pemasaran mereka di media sosial seperti di media sosial instagram, karena foto-foto yang disajikan tidak menampilkan estetika sehingga kurang memvisualkan keunggulan dari produk “AH Lurik”.



Gambar 1. Contoh foto dari Instagram “AH Lurik

Akun Instagram : @ah_lurik

(Sumber : https://www.instagram.com/ah_lurik/ diakses pada tanggal 25 April 2021 pukul 15.00 WIB)

Saat ini *fashion* bukan lagi menjadi kebutuhan semata, melainkan sudah menjadi gaya hidup, terutama bagi masyarakat yang tinggal di perkotaan. Seiring perkembangan jaman, tren *fashion* kini sudah merambah di lingkup yang bukan perkotaan, karena sudah banyak masyarakat mementingkan penampilan saat ingin menghadiri sebuah acara. Dengan

bertambahnya penikmat *fashion*, semakin banyak pula kebutuhan akan *fashion* yang menarik selagi dalam berkegiatan, sehingga persaingan industri *fashion* yang menjadi semakin ketat. Maka, hal tersebut membutuhkan strategi promosi yang menarik agar menarik konsumen tertarik membeli produk yang ditawarkan.

Dalam beriklan tentunya dibutuhkan strategi promosi yang tepat, agar mampu meningkatkan penjualan produk dari “AH Lurik”. Dalam membangun dan mengembangkan strategi promosi suatu produk dapat dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu *awareness*, *desire*, dan *action* (Kotler, 1993:281). Pada tahapan *awareness* pesan iklan harus dapat mencuri perhatian konsumen dan menjual produk yang ditawarkan. Pada tahap *desire* pesan iklan harus mampu membangun harapan calon konsumen mengenai produk yang akan didapat, sehingga konsumen mempunyai hasrat untuk membeli produk. Pada tahapan *action* harus dapat memposisikan konsumen akan mendapatkan produk yang berkualitas dan menimbulkan rasa percaya akan produk yang dibeli.

Pembangunan strategi *visual branding* selain bertujuan untuk promosi produk, pembentukan iklan ini sangat berguna dalam pembentukan citra merek. Pembangunan citra merek dapat dicapai melalui tiga tahap pendekatan yaitu moral, rasional, dan emosional (Pranata, 2001:158). Pendekatan moral dapat dicapai menggunakan daya tarik seperti kebaikan kejujuran, dan kebersamaan. Segi rasional dapat menggunakan logika seperti keunggulan, manfaat dan garansi. Segi emosional dapat

menggunakan bahasa emosi seperti kenyamanan, kenikmatan dan mimpi - mimpi. Faktor – faktor tersebut harus dijadikan pertimbangan dalam pembentukan foto iklan, agar iklan yang dibangun dapat tepat sasaran, dan mencapai tujuan.

Sudarma (2014:3) mengatakan bahwa fotografi dapat dikatakan sebagai bahasa gambar, yaitu hasil terakhir dari bentuk tertua dari komunikasi percetakan. Berbeda dengan kata-kata yang diungkapkan dan ditulis, bahasa gambar adalah bentuk komunikasi yang dapat dipahami oleh seluruh dunia. Pemilihan model dan tempat juga diperhatikan demi menunjang hasil karya foto.

Dunia fotografi menjadi batu loncatan untuk mengembangkan potensi promosi khususnya fotografi komersial dalam membangun suatu karya foto untuk periklanan. Selain hal tersebut, dengan memuat merek lokal untuk dijadikan subjek penciptaan karya foto iklan nantinya dapat memperkenalkan merek lokal kepada masyarakat dalam negeri maupun manca negara.

A. Penegasan Judul

Penegasan judul dalam tugas akhir ini diperlukan untuk menghindari salah penafsiran pada judul ataupun terjadinya kerancuan maka perlu adanya penegasan judul yakni “Foto Iklan sebagai Media Promosi pada Instagram AH Lurik” maka akan dijelaskan beberapa pengertian pokok dalam judul sebagai berikut :

a. Foto Iklan

Fungsi dari foto iklan adalah memberitahukan, dan menginformasikan sesuatu hal yang berkaitan dengan produk maupun jasa kepada konsumen (Harsanto, 2016:11).

b. Media Promosi

Media merupakan alat atau sarana sedangkan promosi pada hakikatnya adalah suatu komunikasi pemasaran. Hal ini berarti adanya aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan (Tjiptono, 2001:219). Media promosi berarti sarana untuk memperkenalkan suatu produk kepada pasar.

c. Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan penggunanya untuk mengambil foto, menerapkan filter digital, dan mengunggahnya serta membagikannya ke berbagai layanan media sosial (Arsita, 2017:86). Selain memberikan dan mengambil foto video, Instagram juga dapat digunakan sebagai media pemasaran usaha untuk memperkenalkan suatu produk melalui media sosial.

d. AH Lurik

“AH Lurik” adalah produsen sekaligus toko busana yang menjual busana dan kain-kain tradisional Indonesia yang sudah dimodifikasi menjadi berbagai macam gaya pakaian dengan bahan-bahan dasar kain

lurik. Dengan pakaian yang berbahan dasar lurik tersebut sudah dikombinasikan dengan batik print, batik canting, batik cap, hingga batik lukis¹.

“AH Lurik” merupakan salah satu produsen lurik lokal Juwiring yang berbasis di Kota Klaten, Jawa tengah sejak tahun 1959. “AH lurik” merupakan produsen lurik yang masih mempertahankan alat tenun bukan mesin (ATBM) dalam pembuatan kain².

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan maksud dari judul tugas akhir penciptaan ini yang dimaksud adalah memotret beberapa koleksi produk “AH Lurik” secara komersial. Hasil karya digunakan sebagai media promosi Instagram dengan tema produk yang tersedia di “AH Lurik”.

B. Rumusan Ide

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, dapat dirumuskan fokus utama dalam penciptaan karya tugas akhir ini dengan judul “Foto Iklan sebagai Media Promosi pada Instagram AH Lurik” adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana memvisualkan bentuk produk AH lurik untuk kalangan dewasa muda melalui fotografi komersial?
2. Bagaimana menjadikan hasil karya fotografi komersial sebagai media promosi di media sosial Instagram?

¹ Wawancara dengan Bapak Nur, 25 Januari 2021 pukul 12.26 WIB

² Wawancara dengan Bapak Nur, 25 Januari 2021 pukul 12.26 WIB

C. Tujuan dan Manfaat Penciptaan

Tujuan dari penciptaan karya fotografi “Foto Iklan sebagai Media Promosi pada Instagram AH Lurik” antara lain:

1. Mewujudkan visual bentuk produk “AH Lurik” untuk kalangan dewasa muda.
2. Menjadikan karya fotografi sebagai media untuk mempromosikan produk *fashion* melalui media sosial Instagram “AH Lurik”.

Manfaat yang didapat dalam pembuatan karya fotografi ini antara lain:

1. Meningkatkan promosi produk “AH Lurik untuk kalangan dewasa muda dengan visual yang menarik.
2. Mengenalkan foto komersial sebagai media promosi di sosial media Instagram “AH Lurik”.
3. Membantu UMKM, khususnya di Kota Klaten menjadi lebih berkembang dengan visualisasi promosi yang tepat.
4. Memberikan wacana ide kreatif tentang berbusana tradisional yang tidak selalu harus dipakai untuk acara formal.
5. Memperluas pengetahuan masyarakat tentang fotografi komersial.
6. Mengangkat produk lokal dan memperkenalkannya kepada masyarakat luas guna meningkatkan minat pasar terhadap produk AH lurik.
7. Menjadi acuan dalam berkarya bagi mahasiswa Jurusan Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.