

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Untuk memvisualisasikan foto company profile CV. Manggala Furniture 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 memvisualisasikan perusahaan CV. Manggala Furniture menjadi karya fotografi komersial adalah produk CV. Manggala Furniture yang terbuat dari bahan berkualitas dengan penyeleksian kuantitas bahan yang dimiliki perusahaan. Seperti halnya Manggala Furniture membutuhkan sebuah foto untuk kepentingan mereka sendiri. Kegunaan foto tersebut yang nantinya dapat meningkatkan penjualan pasar manufaktur khususnya furniture. Tahap demi tahap proses penciptaan disusun sedemikian rupa sehingga didapat suatu penjelasan akan sebuah karya seni yang dibuat.

B. Saran

Penciptaan 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 customer, klien serta konsumen.

Para fotografer komersial khususnya fotografer yang menekuni foto company profile perusahaan, harus melakukan riset terlebih dahulu untuk mengetahui target pasar konsumen perusahaan itu. Demikian, foto yang dihasilkan akan menggambarkan konsumen dari golongan menengah keatas atau menengah ke bawah. Pertanggungjawaban tertulis dan karya penciptaan fotografi komersial bagi perkembangan fotografi khususnya dunia komersial saat ini dapat bermanfaat dan berguna bagi orang lain, terutama bagi perkembangan fotografi komersial.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustrijanto. 2001. Seni Mengasah Kreatifitas dan Memahami Bahasa Iklan. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Duncan, Tom, 2005, Principle Of Advertising and IMC, International Edition, Edisi Kedua, McGrawHill, New York
- 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.
- Hakim, Budiman. 2006. Lanturan tapi Relevan. Yogyakarta: Galang Press.
- Irwandi. Metode Penelitian dan Penciptaan Fotografi: Rancangan Pemetaan Lanskap Fotografi Indonesia. (Mimeografi, tidak diterbitkan).
- Krisyantono, Rachmat. 2008. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Margono, S. 2005. Metodologi Penelitian Pendidikan. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Moleong, Lexy J. 2006. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Soedjono, Soeprpto. 2006. Pot-Pourri Fotografi. Jakarta: Universitas Trisakti.
- Soelarko, RM. 1976. Penuntun Fotografi. Bandung: PT. Karya Nusantara.
- Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa. 2008. Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: Aksara Baru.
- Tjin, Enche dan Erwin Mulyadi. 2014 . Kamus Fotografi. Jakarta : PT. Elec Media Komputindo.
- Witherington, HC. 1983. Psikologi Pendidikan. Terjemahan oleh M. Buchori. Jakarta: Aksara Baru.