

FOTOGRAFI KOMERSIAL DALAM FOTO POTRAIT FASHION VOGUE

Dzulya Istiqomah¹, Maya Purnama Sari²

Prodi Pendidikan Multimedia, Kampus Daerah Cibiru, Universitas Pendidikan Indonesia ^{1 2}

Penulis Korespondensi: Dzulya Istiqomah, dzulya@upi.edu, Bandung, Indonesia

Abstrak. Perkembangan zaman yang semakin maju menuntut kita untuk melakukan inovasi yang selalu baru dari tiap generasinya. Banyak ide yang dapat dikembangkan serta dikolaborasikan sehingga menimbulkan penemuan yang baru, khususnya dalam bidang fotografi. Fotografi kini sudah tidak terbatas dan dapat ditemukan dimanapun, seperti pada bidang fotografi komersial. Banyak sekali cakupan yang dapat dilihat pada fotografi komersial misalnya pada foto portrait yang selalu berkembang pada dunia *fashion*. Vogue merupakan suatu produk majalah yang terkenal di berbagai kalangan dunia, bahkan dapat dikatakan sebagai kiblatnya *fashion* di seluruh negeri. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh fotografi komersial Vogue dengan model Blackpink sebagai foto portrait dalam dunia *fashion*. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan analisis semiotik dari Charles Sanders Peirce sehingga dapat mengetahui serta pemahaman dari penelitian ini.

Kata kunci Fotografi Komersial, Potrait, *Fashion*, Vogue

Abstract. *The development of an increasingly advanced era requires us to make innovations that are always new from each generation. Many ideas can be developed and collaborated to give rise to new discoveries, especially in the field of photography. Photography is now unlimited and can be found anywhere, such as in the field of commercial photography. There is a lot of coverage that can be seen in commercial photography, for example in portrait photos, which are always evolving in the fashion world. Vogue is a magazine product that is famous in various circles of the world, it can even be said to be the mecca of fashion throughout the country. The purpose of this study was to analyze the effect of Vogue's commercial photography with the Blackpink model as a portrait photo in the fashion world. By using a qualitative approach and semiotic analysis from Charles Sanders Peirce so that they can know and understand the meaning of this research.*

Keywords Commercial Photography, Portrait, *Fashion*, Vogue

Pendahuluan

Dengan berkembangnya zaman yang semakin maju, banyak sekali teknologi serta inovasi yang terus bermunculan. Banyak sekali ide baru yang yang dikolaborasikan dengan banyak penemuan yang telah ada, khususnya dalam bidang fotografi. Saat ini fotografi telah menjadi banyak bagian hidup dalam kehidupan manusia, fotografi sering dijumpai dimanapun kita berada. Menurut Irwandi & Muh. Fajar Apriyanto (2012, 1) dengan adanya fotografi, manusia dapat dengan mudah membuat imaji yang sama dengan aslinya. Bahkan fotografi saat ini bisa dilakukan oleh siapapun, tidak hanya fotografer namun semua orang bisa mengambil gambar kapanpun dan dimanapun baik menggunakan kamera ponsel yang dimilikinya, kamera pocket, ataupun menggunakan kamera profesional seperti DSLR (*Digital Single Lens Reflex*).

Menurut Soedjono (2007, 25) kemanapun arah penglihatan, kita akan selalu menemukan karya fotografi dalam banyak jenis baik secara bentuk, format, karakter, jenis, bahkan gaya serta penampilan yang bermacam-macam, yang ada disekeliling kita. Dengan peluang ini banyak sekali fotografer yang memanfaatkan untuk terus mengembangkan berbagai ide dan inovasi yang diinginkannya melalui fotografi.

Adapun fotografi yang paling banyak dibutuhkan dalam dunia perindustrian adalah fotografi komersial. Menurut Enche Tjin dan Erwin Mulyadi (2014, 76) fotografi komersial merupakan salah satu jenis fotografi yang bertujuan untuk mengomersialkan sesuatu seperti mempromosikan produk atau jasa. Banyak sekali fotografer yang menggemari pekerjaan ini, selain menguntungkan fotografi ini memiliki peluang dengan ekonomis yang menjanjikan bahwa fotografer tidak hanya mengambil gambar saja tetapi karya yang dihasilkan mendapat profit. Seperti tujuan fotografi menurut Soedjono (2007, 30) karya fotografi memiliki arti ekonomis jika karya telah mencapai produk komoditas yang bernilai karena ditunjukkan untuk pencapaian komersial atau finansial. Cakupan dalam bidang ini pun cukup luas seperti fotografi *fashion*, fotografi produk, fotografi advertising, dan media elektronik.

Membahas fotografi *fashion* yang banyak berkembang pesat di zaman sekarang ini membuat banyak fenomena tersendiri. *Fashion* telah menjadi bagian yang tidak dapat terlepas dari penampilan serta gaya keseharian hidup pad setiap manusia. Benda-benda yang dipakaikan pun seperti baju serta aksesoris yang melekat bukan hanya sekedar dipakai untuk menutup tubuh atau hiasan semata, tetapi memiliki makna mendalam sebagai identitas serta alat komunikasi terhadap yang melihatnya. Menurut Chaney (2012) dalam *fashion* modern gaya hidup membantu kita dalam mendefinisikan tentang sikap, nilai-nilai, kekayaan, bahkan posisi seseorang. Istilah yang sering disebut sebagai mengkonotasikan individualisme, ekspresi diri, serta kesadaran diri untuk bergaya.

Dalam perkembangannya banyak sekali teknik yang dapat diambil dalam melakukan fotografi *fashion* salah satunya adalah teknik potret. Dengan foto potret banyak sekali yang dapat diinterpretasikan dalam gaya hidup contohnya adalah glamour. Ini sangat diperhatikan dalam mempromosikan suatu produk khususnya dalam *fashion* itu sendiri. Hasil yang terlihat akan lebih mewah, megah, dan mahal. Menurut Barnard (2010) *fashion* berasal dari bahasa Latin *factio*, artinya membuat atau melakukan. Istilah *fashion* sering digunakan sebagai sinonim dari dandanan, gaya dan busana. Fenomena gaya hidup di Indonesia terus berkembang mengikuti sejarah globalisasi ekonomi serta kapitalisme konsumsi dengan banyaknya pusat perbelanjaan seperti mall, swalayan, industri waktu luang, mode atau *fashion*, industri kuliner, real estate, bahkan industri gossip (Ibrahim 2007). Bahkan saat ini bukan hanya *fashion* banyak sekali menggondrongi banyak marketplace, berbagai mode dan gaya mulai berkembang mencari target pasar mencari peluang.

Salah satu contoh industri yang sring memakai teknik potret dalam mengambil gambar adalah Vogue. Vogue merupakan majalah mode dan gaya dari amerika yang cukup terkenal. Topik yang diangkat dalam majalahnya pun beragam seperti mode, kecantikan, budaya, kehidupan, bahkan produk-produk dari brand terkenal.

Berdasarkan latar belakang yang diambil penulis dengan judul 'Fotografi Komersial dalam Foto Potret *Fashion Vogue*' penulis terinspirasi menganalisis fungsi dari fotografi *fashion* khususnya dalam teknik potret pada Vogue yang memiliki nilai komersial

Fotografi Komersial

Seiring berjalannya waktu, dunia fotografi terus berputar melakukan banyak inovasi pada setiap generasinya. Termasuk dalam fotografi komersial, perkembangan pada dunia industri periklanan membuat gaya fotografi banyak dituntut untuk menciptakan ide baru terhadap sebuah iklan. Dengan foto yang sesuai maka iklan dapat tersampaikan kepada khalayak umum sesuai dengan tujuan dan pesan yang ingin disampaikan. Karena sifat komersial sendiri

merupakan pemberian informasi atau promosi yang membentuk suatu citra kepada pelanggan untuk menarik perhatian serta mengarahkan persepsi melalui media.

Fotografi komersial memiliki cakupan yang cukup luas, menurut Yulius Widi Nugroho ada tujuh pembagian fotografi komersial seperti *fashion*, model (glamour), produk industri, *food photography*, arsitektual, portrait, dan wedding. Fotografi komersial diciptakan untuk memvisualkan komoditas (produk yang secara nyata atau tidak) untuk memvisualisasikan sesuai dengan keinginan klien yang ingin mengiklankan bentuk usahanya. Kecenderungan yang dimiliki pada fotografi komersial adalah membuat foto bukan mengambil foto, jadi diperlukan konsep yang matang serta tujuan yang jelas dalam memvisualisasikan sesuatu. Maka dari itu, peran fotografer dalam fotografi komersial sangatlah penting dalam menciptakan teknis serta estetika yang akan diciptakan sehingga foto memiliki nilai jual.

Sifat dari foto komersial sendiri mempunyai jangka jam kerja yang cukup lama dan terbilang lambat. Maksudnya foto harus melewati proses *layout* dan pembentukan *style* oleh fotografer lalu dialihkan kepada stylist foto dengan berbagai editing yang diinginkan agar foto siap diunggah dan disebarluaskan. Oleh karena itu fotografi komersial memiliki tim yang cukup banyak dimulai dari *make up artist*, *art director*, hingga *digital imaging artist* (Henky Christianto). Bagi fotografer yang menggeluti bidang fotografi ini, bisnis ini merupakan pasar yang sangat menguntungkan, selain jangkauannya yang luas teknik yang digunakan dapat bermacam-macam sehingga fotografer tidak bosan bahkan bisa mengeksplor idenya di bidang ini.

Foto Potrait

Foto portrait pertama kali ada pada masa Yunani Kuno. Awal mula munculnya dibuktikan dengan adanya gambar serta patung. Hal ini bertujuan untuk melukiskan raja atau kaisar yang ada pada zaman itu.



Gambar 1 Patung Raja Sparta, Leonidas

Sumber: <https://www.idntimes.com> diakses 08 Juni 2021



Gambar 2 Gambar atau Lukisan Tsaria Catherina Agung salah seorang Tokoh Yunani Kuno

Sumber: <https://www.liputan6.com> diakses 08 Juni 2021

Menurut Bull (2009, 102) fotografi portrait dianggap sebagai bukti penampilan luar dari subjek. Sedangkan menurut Clarke (1997, 101) portrait dalam fotografi merupakan hal yang paling rumit dalam praktik fotografi dikarenakan fotografi portrait penuh dengan ketiakpastian.



Ini sejalan dengan hal yang ingin disampaikan kepada orang yang akan melihatnya tentang apa dan siapa. Fotografi portrait tertahan diantara makna status dan kepribadian seseorang. Sehingga fotografer perlu meluruskan tujuan yang ingin diangkat pada sebuah karya fotografi portrait.

Fotografi dan Fashion

Fotografi merupakan kegiatan penyampaian pesan melalui visual yang diambil seorang seniman atau fotografer kepada orang lain dengan tujuan orang lain mengerti dan mengikuti jalan pikirannya (Supangkat 2005). Dalam prosesnya fotografi menghasilkan karya foto yang hidup serta memberikan jiwa. Fotografer harus menggunakan otak serta hatinya saat pengambilan objek berlangsung, sehingga menghasilkan foto yang mendukung ide serta gagasannya. Hal ini dilakukan agar fotografer bisa menyampaikan pesan yang diinginkannya kepada orang lain. Oleh karena itu, dunia fotografi merupakan dunia kreatifitas tanpa batas. Kita dapat menghasilkan foto-foto yang menarik, berkreasi sesuai dengan keinginan kita.

Adapun *fashion* pada zaman sekarang bukan hanyalah tentang gaya hidup, tetapi sudah berkembang sebagai identitas diri. Banyak manusia saat bertemu pertama kalinya menilai dari *fashion* yang dia gunakan. Fenomena ini sering hiperrealitas *fashion* yang artinya masyarakat menjadi berlebihan dalam mengkonsumsi abrang pdahal itu bukan kebutuhannya. Bahkan urusan penampilan sudah menjadi bahan perbincangan sosiologi serta kritikus budaya. Hal ini disampaikan oleh Ritzer (2005) manusia diibaratkan sedang berada di atas panggung.

Dengan memperhatikan penampilan diri, manusia mengalami estetisasi, baik untuk kehidupannya, bahkan untuk tubuhnya sendiri. Manusia akan menyemai gaya hidup melalui penampilannya. Oleh karena itu Menurut Chaney (2012) jika gaya hidup dipahami sebagai proyek eksistensial daripada program pemasaran maka gaya hidup dipandang memiliki implikasi normatif serta estetika.

Metode

Pendekatan penelitian yang penulis gunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Adapun menurut Bogdan dan Taylor dalam Moleong (Moleong 2018, 4) metode penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif baik berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang yang bisa diamati. Data utama diambil dari peneliti sendiri dengan bantuan orang lain sebagai alat pengumpul data utama. Semua temuan data akan disusun menggunakan metode tertentu sesuai dengan data yang terkumpul yang akan digambarkan secara deskriptif.

Peneliti mengambil pendekatan dengan metode analisis semiotika Charles Sanders Peirce dengan pendekatan kualitatif. Semiotik sendiri adalah ilmu tentang tanda-tanda, baik studi tentang tanda yang berhubungan dengannya, cara fungsinya, ataupun tanda-tanda hubungan lain, selain itu baik secara penerimaan dan pengirimannya yang mereka gunakan (Kriyantono and Rakhmat 2006, 265). Analisis semiotika Peirce ini, peneliti menemukan tiga batang utama dalam penyusunannya yang sering disebut juga sebagai teori segi tiga makna (triangle meaning) yaitu tanda, objek, dan interpretan. Peneliti menggunakan metode ini untuk mengetahui bagaimana representasi fotografi komersial sebagai komersil foto portrait khususnya dalam bidang *fashion*.

Berkaitan dengan objek penelitian, menurut Arikunto (2016, 26) objek penelitian merupakan hal pokok permasalahan yang akan dibahas atau biasa disebut juga sebagai inti dari problematika penelitian. Adapun objek penelitian yang peneliti ambil dalam penelitian ini adalah

pengaruh fotografi komersil Vogue dengan model Blackpink sebagai foto portrait dalam dunia *fashion*.

Pengumpulan data yang dilakukan dengan memanfaatkan berbagai sumber yang sesuai dengan objek penelitian. Dimulai dari website, media sosial, bahkan penggemar *fashion* atau majalah Vogue itu sendiri. Peneliti mengambil salah satu edisi foto potrait pada majalah vogue dengan model Blackpink untuk dianalisis baik dari elemen foto itu sendiri dengan hal terkait lainnya. Setelah data terkumpul, kemudian peneliti mengklarifikasikan analisis sesuai dengan teknik analisis semiotika Peirce dan menyesuaikan dengan pertanyaan penelitian yang telah ditentukan.

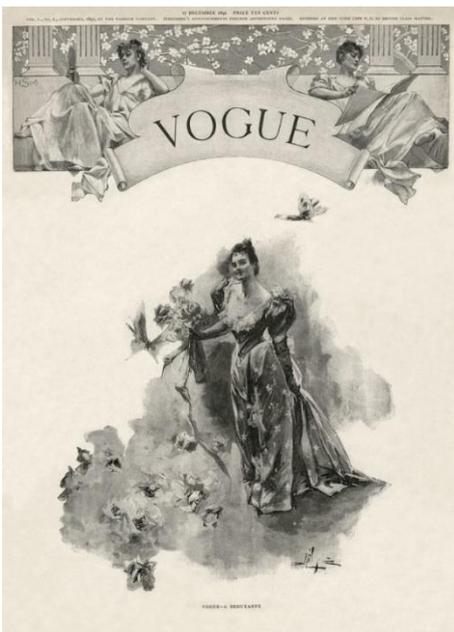
Hasil dan Pembahasan

Vogue merupakan suatu brand majalah *fashion* terbesar yang menjadikannya role model pada industri *fashion*. Selain di media, Vogue terkenal sebagai penyelenggara acara *fashion* terbesar pada dunia mode seperti Met Gala. Tak jarang Vogue kerap kali disebut sebagai kiblatnya *fashion* bagi banyak industri mode. Vogue artinya dalam bahasa Prancis adalah Gaya atau Syle. Bisnis majalah yang dinaungi perusahaan *Condé Nast Inc* telah merilis 2853 edisi hingga edisi November tahun 2018. Logo Vogue dibuat dengan sesederhana mungkin, ia menggunakan *font* serif untuk mempertegas karakternya. Selain itu logo vogue hanya menggunakan satu warna yaitu warna hitam agar semua orang mudah mengingatnya. Awal mula adanya majalah yang didirikan oleh Arthur Baldwin Turnure yaitu dimulai dari surat kabar mingguan di Amerika pada tahun 1892. Cover pertama yang digunakan pada majalah ini adalah seorang perempuan yang di Lukis.

VOGUE

Gambar 3 Logo Vogue

Sumber: (Vogue)



Gambar 4 Cover Pertama Vogue

Sumber: (<https://www.brilio.net>)



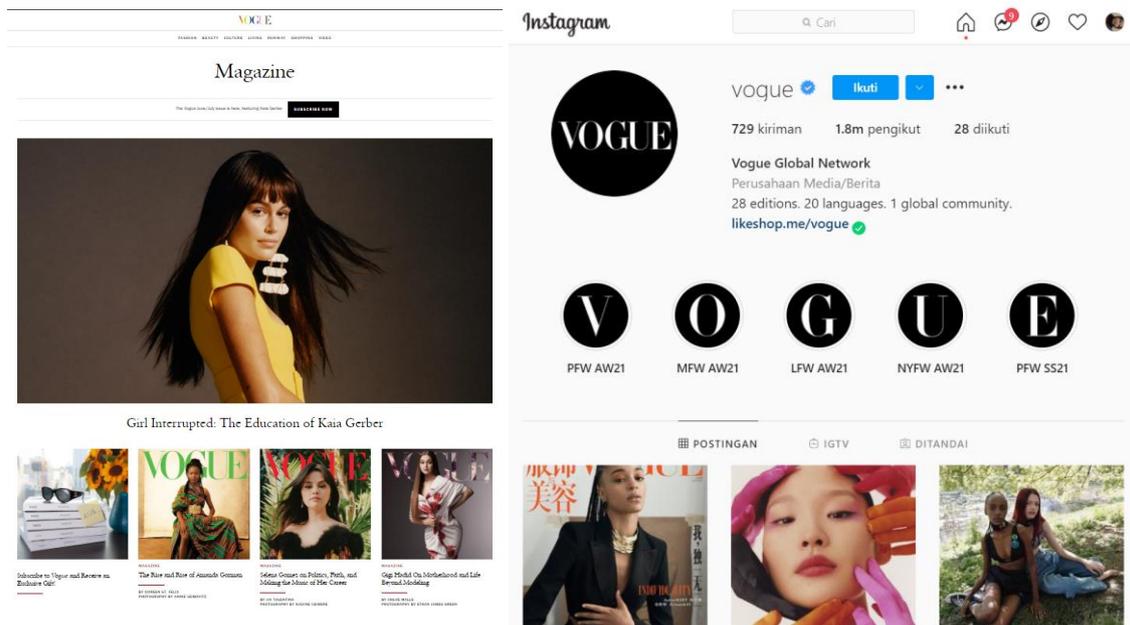
This work is licensed under a CC-BY-NC

Tercatat bahwa sebanyak 90% majalah cetak Vogue memiliki pembaca para Wanita sedangkan secara online justru 42% adalah pria. Saat ini Vogue memiliki 23M pembaca cetak, 86M pembaca digital, serta 168M pengikut di media sosial

JEJAK TOTAL GLOBAL

JUMLAH PEMBACA CETAK	DIGITAL	SOSIAL
23M Pembaca Bulanan	86M Pengguna Unik	168M pengikut

Gambar 5 Data Pengguna Vogue
Sumber: (vogue.com)



Gambar 6 Media Sosial Vogue
Sumber: (vogue.com & instagram.com/vogue)

Banyak sekali model yang telah bekerja sama dalam majalah ini. Model pertama yang digunakan sebagai cover pertama pada majalah ini adalah seorang keturunan Indonesia-Belanda bernama Toto Koopman. Edisi ini keluar pada tahun 1944 dan diambil menggunakan fotografer secara professional. Selain itu, majalah Vogue pernah menerbitkan hingga 916 halaman pada satu edisi di bulan September 2012. Edisi ini merupakan rekor majalah Vogue dengan halaman paling tebal dimana Lady Gaga menjadi model cover utama dengan menggunakan gaun yang dibuat oleh Marc Jacobs. Majalah Vogue sendiri telah terbit diberbagai negara, sejauh ini tercatat sebanyak 32 negara telah menerbitkan majalah Vogue baik secara fisik maupun digital.

Kreativitas dalam komersial fotografi sangat diperlukan ide serta inovasi yang selalu baru. Persaingan yang semakin ketat, membuat publikasi usaha dari bisnis mode baik dari menjual katalog ataupun mempostingnya pada suatu media merupakan salah satu usaha dalam melakukan komersil. Selain itu dalam publikasi produk pada *fashion* fotografer harus menyesuaikan dengan trend yang ada. Karena akan sulit bagi fotografer jika tidak mengikuti trend, karena kemungkinan gaya yang akan dipakai bisa selalu sama bahkan hal ini bisa mempengaruhi desainer untuk tidak memakai jasanya. Sedangkan foto portrait dalam dunia *fashion* cukup banyak dibanggakan dan sering kali digunakan dalam fotografi komersial industri *fashion*. Hal ini terjadi karena fotografer menggunakan foto portrait karena gayanya yang unik

serta konsisten, dengan foto portrait fotografer harus pintar dalam melihat subjek yang akan di foto ada tantangan tersendiri dalam membuat foto portrait agar Nampak bercerita. Keberhasilan foto portrait tergantung pada pemilihan komposisi serta pendekatan fotografer terhadap subjek yang akan di ambil beserta lingkungan yang menjadi kesehariannya sehingga bisa menghasilkan foto portrait yang natural dan mengalir apa adanya.

Foto portrait harus mampu mengambil ekspresi subjek, ekstrim close-up yang digunakan harus mampu mengambil cerita keseluruhan wajah. Penggunaan garis, bentuk serta framing memberikan pengaruh yang baik untuk menampilkan *mood* atau *feeling* serta *point of interest* yang akan diperlihatkan.



Gambar 7 Vogue x Blackpink (kiri ke kanan: Lisa, Rose, Jennie, Jisoo)

Sumber: (Vogue Korea)



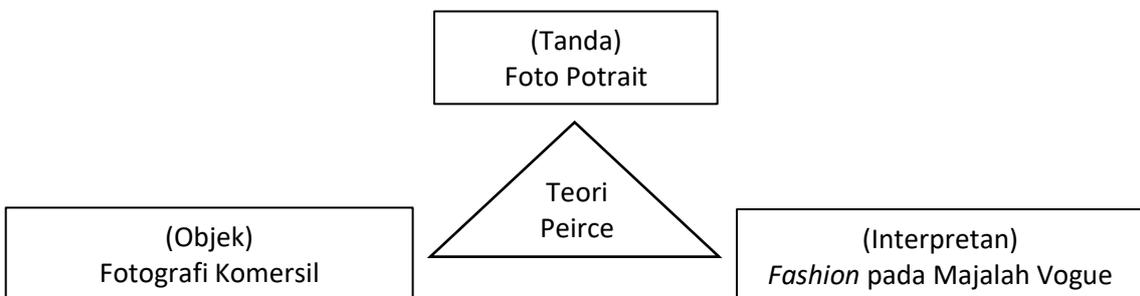


Gambar 8 Vogue x Blackpink
 Sumber: (Instagram Vogue Korea)

Pada majalah vogue Edisi June Issue untuk majalah Vogue Korea, Blackpink menjadi model utama untuk cover vogue. Anggota Blackpink sendiri terdiri dari empat anggota yaitu Lisa, Rose, Jennie, dan Jisoo. Foto yang diambil oleh Heejune Kim ini diambil untuk mempromosikan produk perawatan rambut dan kulit kepala dari Miseenscene bersama dengan warna Pantone tahun 2021 yaitu 'Ultimate Grey & Illuminating'.

Pembahasan

Dengan menggunakan teknik semiotic dari Peirce, peneliti ingin menganalisis bagaimana pengaruh fotografi komersil Vogue dengan model Blackpink sebagai foto portrait dalam dunia fashion. Kita dapat mengilustrasikannya dengan tiga titik yang terdapat seperti gambar berikut:



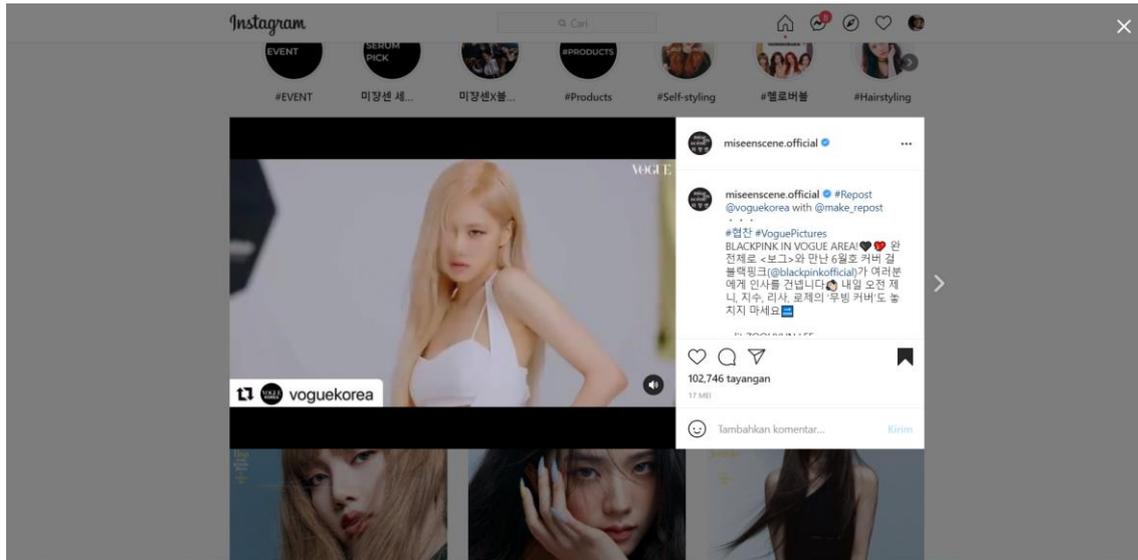
Gambar 8 Triangle meaning Peirce
 Sumber: (Dokumen Pribadi 2021)

Identifikasi

Pada tahapan pertama sebelumnya peneliti mengidentifikasi berbagai tanda yang dipakai untuk penelitian ini. Peneliti membaginya menjadi tiga identifikasi pada fotografi komersial sendiri yaitu teknik pemotretan, teknik lighting, dan teknik editing. Selanjutnya peneliti membahasnya secara terpisah menurut sub bab yang akan dibahas.

Teknik Pemotretan

Pemotretan dilakukan di studio yang cukup luas dengan latar berwarna abu-abu serta menggunakan soft box sehingga pemotretan dapat dilakukan secara luas.



Gambar 8 Dibalik layar pemotretan
Sumber: (Instagarm Miseenscene)

Melihat hasil yang terdapat pada cover majalah, fotografer menggunakan dua angle sebagai pengambilan gambar. Teknik pertama yaitu posisi kamera yang sejajar dengan model atau biasa disebut dengan *eye level*. Posisi ini dapat digunakan dengan mengambil beberapa opsi pengambilan gambar seperti *medium shot* ataupun *medium close-up*. Teknik yang kedua yaitu *below eye shot* atau posisi kamera ditempatkan lebih rendah dari model, posisi ini dilakukan untuk mengambil gambar dengan teknik *full shot*, *medium long shot*, ataupun *medium shot*.

Melihat hasil foto portrait yang digunakan, fotografer menghasilkan foto dengan tiga teknik yaitu pada pemotretan solo model Lisa dan Jisoo menggunakan angle *eye level* dengan foto yang dihasilkan adalah *medium close up* karena wilayah jangkauan background dengan model cukup terbatas sehingga hal yang ingin ditunjukkan dalam foto ini adalah detail gaya rambut mereka yang menjadi produk utama dalam *fashion* majalah vogue ini. Lalu foto kedua yaitu pemotretan solo model Rose dan Jennie menggunakan *below eye shot* karena wilayah yang dijangkau antara model dengan backroun cukup luas sehingga hal yang ingin ditunjukkan dalam foto ini adalah potongan rambut serta mode yang digunakan dalam pemotretan. Terlepas dari semua itu *fashion* selalu memiliki keturunannya, jika produk yang dikomersialkan hanyalah produk perawatan rambut maka akan selalu ada yang melengkapinya seperti kosmetik, tata busana, tata rias, bahkan aksesoris yang menempel seperti cat kuku, anting, gelang, atau apapun yang menempel pada bagian tubuh dan yang melengkapi pakaian. Sedangkan untuk foto grup fotografer menghasilkan foto dengan angle *below eye shot* dan menggunakan teknik *medium long shot*.



Teknik Lighting

Lighting dapat digunakan dimanapun, idealnya lighting biasanya disimpan di depan model jika satu lighting. Atau jika memiliki dua lighting kita bisa menyimpan disisi kanan serta kiri model. Pada lighting pemotretan manusia teridentifikasi menjadi tiga yaitu sebagai berikut:

1. High Key

Hasil foto yang diciptakan yaitu mendominasi cahaya terang, sehingga cahaya gelap akan dihilangkan atau dikurangi kecerahannya. Pencahayaan lembut tersebar di area model untuk mengurangi semua bayangan. Background yang digunakanpun cerah agar model yang berdiri didepan background mendapat pencahayaan yang lembut.

2. Low Key

Kebalikan dari *high key*, lighting ini mendominasi warna hitam. Sorotan terang dari salah satu sisi membuat area bayangan pada model yang akan di ambil. Lighting ini bisa menghasilkan berbagai macam foto tergantung sorotan yang diambil. Baik dari belakang model, atau sisi kanan kiri model.

3. Mid Key

Lighting ini merupakan tone lighting yang netral dan tidak mendominasi cahaya. Tidak ada dalam bayangan ataupun sorotan ekstrem. Ini merupakan penggabungan dari *high key* dan *low key* yang langsung dan menyebar. Kita dapat mengatur penyebaran lighting dengan menggunakan *reflector*.

Melihat foto yang dihasilkan pada foto portrait majalah Vogue dengan model Blackpink, fotografer menggunakan lighting *high key*. Dengan lighting ini cahaya diarahkan untuk memperoleh tone kulit dari model yang baik dan tidak terkesan berlebihan. Selain itu lighting ini memunculkan detail-detail yang ingin di tunjukan seperti detail rambut yang menjadi fokus utama dalam promosi, bahkan hingga detail tata rias serta mode yang digunakan pada model. Dapat disimpulkan pencahayaan mempengaruhi pula untuk mengatur fokus yang ingin disampaikan kepada para penikmat *fashion*. Fotografer harus bisa menceritakan keseluruhan isi foto tanpa kehilangan fokus utama yang akan di promosikan dalam foto tersebut.

Teknik Editing

Proses editing dapat dilakukan dengan *layouting* atau *digital imaging*. Pada hasil matang foto dari cover majalah Vogue, *digital imaging* yang dilakukan cukup sederhana. Yaitu mencakup warna foto, *mood*, *retouch skin*, pergantian warna *background*, serta composing model sesuai dengan fotografi yang baik dan benar. Selain itu penambahan nama merek 'VOGUE' diatas foto, judul edisi yang diterbitkan yaitu tulisan '*illuminating!*' dengan sedikit informasi sebelah bawah kiri setelah judul dengan menggunakan hangul korea. Serta informasi lainnya seperti nama anggota Blackpink yang diwarnai dengan warna kuning yang menjadi model serta sisanya berwarna putih, selain itu mereka mencantumkan nama fotografer di bawahnya.

Simpulan

Fotografi komersial khususnya dalam bidang *fashion* merupakan hal yang cukup sulit untuk dilakukan karena fotografer mewajibkan untuk memperhatikan detail-detail kecil bahkan yang paling besar. Konsep yang digunakan pun harus matang agar yang disampaikan jelas, tanpa konsep yang matang foto akan menjadi kurang efektif dalam penyampainnya serta akan kehilangan nilai poin yang akan menjadi titik menarik dari *fashion* itu sendiri.

Terlepas dari *fashion* fotografer komersial harus bisa menghasilkan foto yang memiliki nilai yang dapat menjual produk pada foto tersebut, sehingga kreatifitas harus selalu dibangun dalam menyampaikan pesan baik itu dimulai dari pemilihan model, pose model, pencahayaan,

bahkan tim yang akan membantunya selama pemotretan berlangsung. Selain itu pendukung foto yang memadai perlu diperhatikan dalam prosesnya, karena pada fotografi *fashion* tidak hanya baju yang bisa menarik daya peminat tapi karakter wajah model itupun bisa membantu dalam memperkuat konsep yang ingin disampaikan.

Meskipun banyak teknik yang dapat digunakan dalam fotografi *fashion*, foto portrait selalu bisa diandalkan dalam fotografi *fashion*. Semua keindahan dapat dilihat dengan memunculkan karakter seorang model sehingga *fashion* yang digunakan pun terasa lebih hidup dan menyatu dengan karakternya. Karena fokus yang ditunjukkan pada foto portrait sendiri adalah karakter yang dimiliki oleh seorang model, ditambah dengan sentuhan *fashion* atau kosmetik maka akan memperkuat image yang akan didapatkan pada hasil karya fotografi

Dapat disimpulkan bahwa fotografer komersial dapat dihasilkan dengan baik jika kita bisa menggabungkan berbagai komposisi semua elemen dengan baik dan benar. Jika satu memiliki celah maka elemen yang lain pun akan terhambat dan mempengaruhi elemen lainnya dalam menciptakan suatu karya fotografi.

Daftar Pustaka

- Arikunto, Suharsimi. 2016. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Barnard, Malcolm. 2010. "Fashion Statements: Communication and Culture." In *Fashion Statements On Style, Appearance, and Reality*, 23–34. New York: Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1057/9780230115408>.
- Bull, Stephen. 2009. *Photography*. New York: Routledge.
- Chaney, David. 2012. *Lifestyles*. New York: Routledge.
- Clarke, Graham. 1997. *The Photograph*. Oxford: Oxford University Press.
- Ibrahim, Idi Subandy. 2007. *Budaya Populer Sebagai Komunikasi: Dinamika Popscape Dan Mediascape Di Indonesia Kontemporer*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Irwandi, and M Fajar Apriyanto. 2012. *Membaca Fotografi Potret: Teori, Wacana, Dan Praktik*. Yogyakarta: Gama Media. https://books.google.co.id/books?id=_LSvmwEACAAJ.
- Kriyantono, Rachmat, and S Jalaludin Rakhmat. 2006. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexy J. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ritzer, George. 2005. *Enchanting a Disenchanted World: Revolutionizing the Means of Consumption*. Pine Forge Press.
- Soedjono, Soeprapto. 2007. *Pot-Pourri Fotografi*. Jakarta: Universitas Trisakti.
- Supangkat, Jim. 2005. *Urban/Culture*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.
- Tjin, Enche, and Erwin Mulyadi. 2014. *Kamus Fotografi*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

