

FASHION FOTOGRAFI SEBAGAI PROMOSI *FASHION DESIGNER* **“ NATALIA KIANTORO “**

David Angkawijaya¹, Prof. Drs. A.J. Soehardjo², Budi Prasetyadi, S.Sn³

^{1. 2. 3.} Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra
Jalan Siwalankerto 121 – 131, Surabaya, Indonesia
Email: dapid12@yahoo.com

Abstrak

“JADIS” terinspirasi dari nama karakter fiksi yang berperan sebagai *ice queen*. Sadis, arogan, dan narsis merupakan sifatnya. Namun dibalik itu semua, dia bisa terlihat manis dan menawan. “JADIS” juga bergantung pada suasana hati yang cenderung bersifat keras. “JADIS” merupakan koleksi terbaru milik *fashion designer* Natalia Kiantoro. Maka dari itu, perancangan *fashion photography* ini dibuat untuk memenuhi kebutuhan *fashion designer* Natalia Kiantoro sebagai media pendukung promosi produk “JADIS” *collection* milik *fashion designer* Natalia Kiantoro untuk kebutuhan *fashion campaign* dan *lookbook*.

Kata kunci: Fotografi, Fotografi *Fashion*, Promosi, JADIS.

Abstract

"Jadis" is originally a fictional character name, whose role is an ice queen. She was sadistic, arrogant and narcissistic. Despite her vicious nature, however, she could be sweet and charming when she needed to be, mainly if it worked to her advantage. Jadis was also prone to violent mood swings; calm and calculating one minute, and furious the next. "Jadis" is the latest collection belonging to fashion designer Natalia Kiantoro. Therefore, the design of fashion photography is made to meet the needs of the fashion designer Natalia Kiantoro as supporting media product promotion "Jadis" collection belonging to campaign and lookbook fashion needs.

Keywords: Photography, Fashion Photography, Promotion, JADIS.

Pendahuluan

Di era yang semakin serba digital ini, fotografi digital erat kaitannya dengan *digital imaging*. Terutama di industri fotografi komersil, sebuah karya foto selalu membutuhkan *digital imaging*. Dikarenakan kebutuhan klien untuk membuat sebuah image yang biasanya tidak dapat dicapai oleh fotografi. *Digital imaging* hadir berkaitan dengan fotografi agar dapat menghasilkan sebuah *image* yang sesuai dengan target *image* yang diinginkan klien. Selain itu, kehadiran *digital imaging* juga melahirkan profesi baru yang sering dikenal dengan *digital imaging artist* yang berarti pelaku *digital imaging*.

Diiringi dengan perkembangan industri *fashion* yang semakin luas dan banyak diminati saat ini, *fashion* menjadi hal yang tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia sehari – harinya. Hal ini dikarenakan pola hidup manusia modern yang silih berganti untuk mengikuti tren *fashion* masa kini. Perkembangan *fashion* di Indonesia juga sangat terasa yang ditandai dengan semakin banyak munculnya *fashion designer* lokal yang memiliki kualitas serta kredibilitas yang tidak kalah jauh dengan *fashion* internasional. Hal ini tentunya melibatkan profesi lain

seperti fotografer dan *digital imaging artist* dalam hal keperluan promosi. Dalam hal ini, dunia *fashion* juga erat kaitannya dengan profesi fotografer dan *digital imaging artist* dikarenakan *fashion designer* membutuhkan bidang profesi lain untuk bekerja sama agar karya dari *fashion designer* tersebut dapat ditonjolkan *image* atau citranya dan memiliki nilai jual yang lebih dibanding dengan *fashion designer* lainnya.

Ditandai dengan semakin banyaknya *fresh graduate fashion designer*, menyebabkan persaingan antar *fashion designer* semakin ketat. Hal ini tentunya tidak hanya dalam hal persaingan pasar belaka melainkan juga persaingan dalam menghasilkan sebuah karya yang unik dan menjual. Seperti pada kenyataannya, banyak *fashion designer* muda yang baru lulus semakin banyak yang langsung terjun ke pasar *fashion* untuk memulai usaha *fashion*nya. Masing – masing bersaing agar produk yang mereka hasilkan dapat dipasarkan ke konsumen serta menarik minat masyarakat. Persaingan yang terjadi dapat dilihat dari beragam harga, kualitas, bahan, *design*, bahkan *service* yang mereka tawarkan masing – masing berbeda.

Natalia Kiantoro, seorang *fashion designer* Indonesia yang berasal dari Surabaya, Jawa Timur, Indonesia, baginya *fashion* merupakan mimpi pada masa kecilnya. Berawal dari merancang busana gaunnya sendiri pada usia 10 tahun. Beliau memutuskan untuk belajar desain fashion di salah satu *Design Institute* di Shanghai, China yaitu Raffles Design Institute pada tahun 2009 atas saran dari orangtuanya.

Yang membedakan label ini dengan produk sejenis di pasaran adalah kualitas desain yang orisinal dan kualitas material yang digunakan. NATALIA Kiantoro sangat memperhatikan detail design dan kualitas bahan di setiap produknya, baik yang kelihatan jelas, sampai ke detail terkecil seperti pemilihan zipper/buttons/etc. Beliau selalu menjaga kualitas desain dan produksinya agar bisa lebih mudah diterima di pasar nasional maupun internasional.

Sampai saat ini, promosi yang telah dilakukan oleh Natalia Kiantoro meliputi *media coverage* di majalah fashion, koran, fashion website, endorsement dari artis, dan mengikuti sejumlah fashion week, tumblr dimana pada website tersebut ditampilkan serangkaian artikel mengenai acara yang diikuti olehnya serta dokumentasi berupa foto pada saat acara tersebut. Serta melalui *social media* seperti instagram dengan meng-*upload* foto hasil karyanya. Dan yang terakhir dengan mengikuti ajang – ajang fashion yang diadakan baik taraf lokal maupun internasional.

Pada perancangan ini, penulis ingin menghasilkan sebuah karya perancangan *fashion photography* secara khusus di dunia *fashion* komersil yang menarik, inspiratif serta mampu meningkatkan citra atau image dari produk karya desainer Natalia Kiantoro khususnya “JADIS” *collection* untuk kebutuhan promosi berupa *lookbook* dan *fashion campaign* agar mampu bersaing dengan kompetitornya serta dapat lebih memperkenalkan karyanya kepada masyarakat khususnya pecinta *fashion*. Harapan dari Natalia Kiantoro, melalui *fashion photography* yang akan dilakukan dapat membantu promosi “JADIS” *collection* miliknya berupa *lookbook* dan *fashion campaign* sehingga nantinya dapat menarik minat masyarakat lokal bahkan dunia terhadap koleksi tersebut sehingga mampu meningkatkan penjualan produk tersebut. Dikarenakan promosi yang telah dilakukan oleh beliau dirasa kurang tanpa didukung oleh karya *fashion photography* untuk menunjukkan detail dari hasil karyanya.

Berdasarkan pengalaman pribadi dari penulis, sebuah karya *fashion photography* dirasa mampu membantu promosi sebuah produk *fashion* serta dapat meningkatkan penjualan sebuah produk *fashion*. Hal ini dikarenakan tanpa adanya sebuah *image* dengan suatu konsep yang kuat dan berhubungan dengan *fashion* tersebut yang menceritakan *fashion* yang dipasarkan seperti apa dirasa akan kurang. Selain itu, melalui sajian karya *fashion photography*, masyarakat akan dapat berimajinasi atau berfantasi pada saat

melihat *image* tersebut. Dan tidak menutup kemungkinan gambar tersebut dapat merangsang otak masyarakat untuk membayangkan bagaimana tampilan mereka jika menggunakan *fashion* tersebut serta persepsi apa yang muncul di benak orang lain ketika ia mengenakan *fashion* tersebut (Kiantoro, Natalia, Personal interview)

Metode Perancangan

Data yang dibutuhkan meliputi data primer dan sekunder. Dimana data primer dibutuhkan untuk mendapatkan data yang relevan sesuai dengan realita yang ada, sedangkan data sekunder dibutuhkan untuk mendukung dan memperkuat data primer.

Proses pengumpulan data primer pada karya perancangan *fashion photography* tersebut yaitu dengan metode wawancara. Wawancara akan ditujukan kepada desainer Natalia Kiantoro dengan harapan untuk mendapatkan informasi yang relevan mengenai desain busana yang dibuat dan juga informasi seputar dunia *fashion*. Selain itu juga wawancara kepada beberapa orang atau masyarakat awam, wawancara dengan rekan seprofesi seperti mahasiswa Desain Komunikasi Visual U.K. Petra, fotografer dan *commercial digital imaging artist*, dan beberapa desainer *fashion* lainnya Wawancara tersebut akan dilakukan dengan cara terjun ke lapangan dan bertatap muka langsung yang bertujuan untuk memperoleh informasi dengan reliabilitas dan validitas setinggi mungkin demi kelangsungan pengerjaan karya *fashion photography* tersebut serta informasi mengenai keberadaan *fashion designer* Natalia Kiantoro dan karyanya di benak masyarakat khususnya penggemar *fashion* Surabaya.

Metode pengumpulan data sekunder akan didapat dengan cara metode kepustakaan, yaitu metode yang digunakan dengan cara mencari informasi yang dibutuhkan melalui media cetak. Sumber dapat diperoleh dari buku, majalah, surat kabar, jurnal, penelitian sebelumnya dan sebagainya. Data sekunder kedua akan didapat melalui media internet, yaitu melalui artikel – artikel, ensiklopedia, jurnal online, penelitian sebelumnya dan lain sebagainya. Dan metode terakhir yaitu dengan referensi visual yaitu gambar atau foto yang diperoleh dengan cara mengambil dari internet mengenai sesuatu hal atau kejadian yang ada hubungannya dengan *fashion*, *fashion design*, proses fotografi komersil dan *commercial digital imaging* serta *final artwork* yang nantinya untuk dilakukan penelitian lebih lanjut.

Metode pengumpulan data akan dilakukan dengan cara mengumpulkan semua data yang diperoleh dari data primer dan sekunder. Dengan menggunakan metode pemotretan dan merekam video ataupun suara dan mencatat mengenai informasi yang diperoleh pada saat wawancara berlangsung. Metode yang kedua ialah metode kepustakaan. Pengumpulan data dilakukan dengan cara metode kepustakaan, yaitu

metode yang digunakan dengan cara mencari informasi yang dibutuhkan melalui media cetak. Sumber dapat diperoleh dari buku, majalah, surat kabar, jurnal, penelitian sebelumnya dan sebagainya yang ada hubungannya dengan *fashion*, *fashion design*, proses fotografi komersil dan *commercial digital imaging* serta *final artwork* yang nantinya untuk dilakukan penelitian lebih lanjut.

Instrumen atau alat pengumpulan data yang digunakan dalam proses pengumpulan data pada karya perancangan tersebut dengan cara menggunakan kamera untuk merekam gambar serta suara pada saat wawancara berlangsung dan mencatat informasi yang didapat pada saat wawancara berlangsung. serta menggunakan komputer dan internet sebagai alat pengumpulan data sekunder dan sebagai tempat menyimpan data – data yang telah didapat dari hasil metode pengumpulan data tersebut.

Pembahasan

Sejarah, Perkembangan, dan Pengertian Fotografi

Istilah fotografi berasal dari kata “foto” dan “grafi” yang dalam bahasa Yunani foto berarti cahaya dan grafi berarti melukis atau menulis sehingga fotografi dapat diartikan sebagai melukis dengan cahaya. Dalam fotografi, kehadiran cahaya adalah mutlak dan perlu, karena mulai dari proses pemotretan hingga menjadi sebuah foto semuanya membutuhkan cahaya. Jadi, tanpa adanya cahaya, fotografi tidak dapat tercapai. (Lutfan, par. 1)

Sejarah fotografi berawal pada abad ke-5 Sebelum Masehi (SM), seorang pria bernama Mo Ti mengamati suatu gejala dimana jika pada dinding suatu ruangan yang gelap terdapat lubang kecil (*pinhole*), maka dibagian dalam ruangan tersebut akan terefleksikan pemandangan di luar ruang secara terbalik melalui *pinhole*. Mo Ti merupakan orang pertama yang menyadari fenomena kamera *obsura*. (“Pengertian dan Sejarah Singkat Fotografi”, par2)

“Fotografi mulai dikembangkan sekitar tahun 1830. Pada saat itu, teknik populer yang pertama ialah *daguerreotype*.” (Aidan, par.1) Namun teknik tersebut dirasa kurang cocok untuk diaplikasikan dalam percetakan secara masal. Pada tahun 1865, Adolphe Braun menerbitkan sebuah buku yang di dalamnya terdapat 288 foto dari Virginia Oldoni, *Countess de Castiglione*, seorang wanita yang berasal dari Tuscan yang dianugerahi nobel di lapangan Napoleon III. Dalam foto tersebut, menggambarkan Virginia sedang menggunakan pakaian resmi sehingga membuatnya menjadi model *fashion* pertama kalinya. (Aidan, par.1) Seiring dengan perkembangan teknologi dan jaman yang semakin modern, fotografi juga semakin berkembang ditandai dengan mulai munculnya kamera yang lebih modern pada sekitar abad 20-an yang lebih dikenal dengan nama kamera digital. Kehadiran kamera digital di era tersebut muncul

menggantikan kamera monolog atau film. Banyak fotografer yang awalnya menggunakan kamera film beralih menggunakan kamera digital. Hal ini dikarenakan kemudahan proses produksi sebuah karya fotografi menjadi lebih efisien dan efektif dengan hadirnya kamera digital tersebut.

Seperti yang diketahui, jika pada jaman kamera film, kita tidak dapat melihat hasil jepretan secara langsung dan lebih membutuhkan banyak biaya untuk kebutuhan film. Dan juga dalam proses *editing*, para fotografer harus melewati proses *scan image* menggunakan *scanner* untuk memasukan *file* foto tersebut kedalam komputer agar foto tersebut dapat melalui proses *editing* di komputer. Sedangkan dengan menggunakan kamera digital, kita bisa melihat langsung hasil foto yang dihasilkan pada saat itu juga dengan melihatnya melalui layar *LCD* yang ada pada kamera dan pada kamera digital, sistem penyimpanan datanya sudah tidak menggunakan film, melainkan dalam bentuk sebuah file gambar yang disimpan dalam sebuah perangkat yang biasanya disebut *memory card*. Selain itu bila terjadi kesalahan atau hasil yang kurang maksimal pada saat pemotretan bisa dihapus langsung melalui kamera digital. Hal ini tentunya juga berdampak pada proses pasca produksi dalam pemotretan. Jika dahulu harus melewati proses cetak film, kemudian melakukan *scan image* baru kemudian sampai pada tahap proses *editing*, pada kamera digital, file foto yang dihasilkan setelah sesi pemotretan bisa langsung diolah dengan *transfer file* foto dari kamera digital ke komputer sehingga berikutnya dapat langsung melalui proses *editing*.

Lahirnya kamera digital pertama kali ditandai dengan mulai banyak bermunculan perusahaan yang berusaha menghasilkan sebuah produk kamera digital yang dibutuhkan oleh para profesional. Sekitar tahun 1991, Kodak untuk pertama kalinya memperkenalkan kamera berbasis digital ke masyarakat. Kemudian disusul dengan perusahaan – perusahaan lainnya yang bergerak di bidang yang sama mulai memproduksi berbagai jenis kamera DSLR seperti Nikon, Canon, Pentax, Hasselblad, dan lain – lain.

Peranan *Fashion Photography* sebagai Promosi di Industri *Fashion*

Kreativitas dan inovasi dalam *fashion design* yang tinggi menyebabkan berbagai bidang lain yang turut melengkapinya. Sebagai contoh, pakaian atau busana memiliki produk turunan yang hadir melengkapinya yaitu produk kecantikan seperti kosmetik, yang terdiri dari tat arias, tata rambut, serta parfum atau wewangian tubuh. Selain itu, juga menumbuhkan beragam tempat olah tubuh dan estetika tubuh. Hal – hal tersebut menjadi suatu pola hidup yang tak bisa ditinggalkan. Perkembangan dunia lainya yang turut menunjang perkembangan *fashion* ialah fotografi khususnya fotografi *fashion*, advertising, dan agensi

model beserta make-up artist. Dalam sub-bab pembahasan ini, akan lebih dibahas mengenai peranan *fashion photography* dalam hal promosi di industry *fashion*. (Fadila dan Kusmayadi 18 – 19)

Fashion dan *photography* menjadi dua hal yang berkaitan satu sama lainnya dikarenakan kebutuhan industri *fashion* dalam hal promosi dimana persaingan di dalam industri *fashion* dari waktu ke waktu semakin ketat. Di dunia karier seorang *fashion designer*, promosi merupakan suatu proses yang diperlukan untuk menunjang kesuksesan mereka dalam berkarir. Membuat publisitas usaha bisnis desain *fashion* dan menjual melalui catalog dan media online merupakan dua dari beberapa langkah dalam memasarkan produk *fashion* di industri *fashion*. Selain itu, publikasi perdagangan merupakan salah satu hal yang perlu diperhatikan dalam mengawali karier atau bisnis di dunia *fashion design*. Jalan lain yang bisa dilakukan untuk memperkenalkan dan menawarkan sebuah produk *fashion* baru ialah melalui *figure* populer yang sering muncul di media massa. *Figure* populer yang dimaksud disini ialah seperti selebritis atau *public figure*, tokoh, pakar, politisi, dan lain – lain yang dituntut untuk tampil modis dan berkelas. Tak heran jika mereka menjadi pilihan karena figur – figur tersebut selalu menjadi sorotan media massa. Hal ini tentunya juga menunjang kesempatan strategi bagi *fashion designer* untuk memperkenalkan dan mempopulerkan sebuah tren *fashion* yang dirancang oleh *fashion designer* di media. Melalui media massa, tren *fashion* tersebut dapat dengan mudah diketahui oleh orang banyak dan menjadi tren. *Fashion Photography* juga sangat berperan sebagai elemen dalam media massa, khususnya media cetak seperti majalah, tabloid, surat kabar. Seperti yang kita ketahui, fungsi elemen foto dalam media massa ialah sebagai bukti sesuai fakta bagaimana tampilan sebuah produk *fashion* secara *real* yang dihasilkan. Selain itu, *fashion photography* dapat memberikan sebuah gambaran / ilustrasi kepada masyarakat yang pesannya lebih mudah diterima oleh masyarakat luas. Karena melalui sebuah gambaran yang *real*, kepercayaan masyarakat terhadap gambaran tersebut akan kuat. Sebuah bukti bahwa fotografi memiliki peranan yang kuat dalam industri *fashion* ialah saat sebuah tren diterima oleh kelompok pecinta *fashion* yang lebih luas, ditandai dengan banyaknya masyarakat yang membeli dan mengenakan produk tersebut, tren sudah menjadi milik khayalak. (Fadila dan Kusmayadi 44 - 46)

Analisis Data

NATALIA Kiantoro meluncurkan koleksi perdananya di Shanghai Fashion Week F/W 2012, diikuti dengan fashion show Audi Fashion Festival, Star Creation di tahun yang sama. Founder/creative director dari brand ini memiliki kecintaan yang dalam terhadap dunia *fashion* sehingga mendirikan label ini

dengan tujuan mengenalkan brand asli Indonesia dengan standar dan kualitas yang tinggi.

Studio / workshop NATALIA Kiantoro berlokasi di kota Surabaya, Jawa Timur. Founder/creative director dibantu oleh kurang lebih 10 karyawan (penjahit, tukang beading, dan patternmaker).

NATALIA Kiantoro merupakan label dari *fashion designer* Natalia Kiantoro yang memiliki fokus jenis *fashion* berupa *high end ready to wear* yang merepresentasikan wanita modern yang berkarakter kuat. Beliau menerapkan sistem *custom by order* dimana produk *fashion* yang khusus didesain dan diproduksi sesuai dengan permintaan klien baik dari segi tema yang diangkat, proporsi tubuh dari klien, pemilihan bahan yang disesuaikan dengan budget dan permintaan klien, serta penambahan beberapa aksesoris yang dirasa cocok dan sesuai dengan permintaan klien. Untuk ke depannya, tidak menutup kemungkinan bahwa beliau akan bergerak di *line* lain yang bergerak di bidang retail. Namun, pada perancangan kali ini, produk yang akan dipromosikan merupakan salah satu koleksi terbaru dari Natalia Kiantoro yang bernama “JADIS” *Collection*. “JADIS” *Collection* merupakan koleksi terbaru dari Natalia Kiantoro di tahun 2014, yang termasuk dalam kategori *winter collection*.

Tujuan Kreatif

Menghasilkan karya perancangan *fashion photography* yang menarik, inspiratif, dan mampu menunjang citra atau image dari produk karya *designer* Natalia Kiantoro khususnya “JADIS” *collection* untuk kebutuhan promosi berupa *lookbook* dan *fashion campaign*. Hal ini dikarenakan “JADIS” *collection* merupakan salah satu koleksi terbaru dari *fashion designer* Natalia Kiantoro di tahun 2014 ini sehingga dibutuhkan promosi untuk menunjang citra dari produk beliau serta meningkatkan popularitas baik dari karyanya serta produk *fashion* yang dihasilkan oleh beliau.

What to Say

Natalia Kiantoro merupakan salah satu *fashion designer* muda Indonesia yang berprestasi dan berbakat. Beliau selalu memperhatikan detail *design* dan kualitas bahan di setiap produknya. Misi dari Natalia Kiantoro sendiri ialah ingin mengenalkan brand asli Indonesia dengan standar dan kualitas yang tinggi sehingga mampu diterima baik oleh pasar nasional maupun internasional. “JADIS” *collection* merupakan koleksi busana siap pakai untuk wanita yang terinspirasi dari kristal es, glacier, gunung dan stalaktit es. Es diinterpretasikan sebagai sesuatu yang dingin, kaku, kuat, tangguh, indah untuk dipandang. Dibalik itu semua, di suatu titik, es bisa juga mencair atau meleleh. Konsep inilah yang menjadi dasar koleksi ini, yang merupakan penggabungan antara sifat yang *strong* dan *soft*, diinterpretasikan dalam

bentuk *cutting lines* dan siluet yang *sharp* namun tetap menonjokan sisi feminine. Selain itu, dalam “JADIS” *collection* ini, terdapat sebuah inovasi yang tergolong baru untuk ditrisbusikan secara masal di dunia *fashion* khususnya di Indonesia yaitu *special effect glow in the dark* yang diterapkan dalam *print* dari salah satu produk *fashion designer* lokal.

How to Say

Menggunakan media yang dekat hubungannya dengan busana bernuansa kontemporer minimalis yaitu *fashion photography* yang nantinya juga akan diaplikasikan ke media berupa *lookbook* serta untuk menunjang media – media online yang sudah dimiliki oleh Natalia Kiantoro untuk kebutuhan promosi. Fotografi sifatnya lebih universal serta imajinatif dikarenakan lebih mudah dicerna oleh masyarakat, diterima, dan diapresiasi. Selain itu, melalui sebuah foto, masyarakat bisa berimajinasi dan berandai – andai bagaimana apresiasi oleh lingkungannya jika mereka mengenakan sebuah rangkaian busana tersebut serta tampilan seperti apa yang akan didapat oleh masyarakat pada saat mengenakan busana tersebut. Kedekatan masyarakat akan fotografi dapat dilihat dari kehidupan sehari-hari sekalipun, misalnya mayoritas telepon genggam masa kini yang telah dilengkapi oleh kamera serta berbagai macam media sosial yang saat ini semakin banyak ragamnya dan *booming* yang dilengkapi dengan fitur untuk meng-*upload* foto yang mencerminkan dari gaya hidup orang tersebut seperti instagram, facebook, dan lain – lain. Selain itu, hasil dari karya fotografi sifatnya juga efisien dan efektif dalam artian materi tersebut nantinya bisa diaplikasikan ke berbagai media sehingga bisa menekan *budget* media namun penyampaian pensannya tetap efektif.

Berbeda dengan karya fotografi *fashion* komersil yang sejenis pada umumnya, pengambilan foto dengan menampilkan keadaan alam atau suasana yang mendukung tema yang terinspirasi dari bentuk es pada umumnya secara mentah – mentah menampilkan bentuk es tersebut. Pada konsep pameran ini semua foto dilakukan dalam ruangan atau studio dengan teknik pencahayaan *high key* yang dikolaborasi dengan berbagai macam teknik pencahayaan lainnya dikarenakan dalam komersil harus menyesuaikan dengan kebutuhan akan apa yang dikomersilkan dalam hal ini produk *fashion* yang wajib menjadi *point of interest*. , juga dengan pengambilan gambar *longshot*, *mediumshot*, atau *medium close-up* dimana hasil foto akan menonjolkan detail dari “JADIS” *collection* yang dikenakan oleh para model dari *headpiece* hingga alas kaki serta menunjukkan *setting studio* sebagai *background* dari karya foto yang menunjang konsep, *mood*, dan suasana sebagai pesan yang ingin disampaikan ke *audience*. Tidak menutup kemungkinan jika nantinya akan ditambahkan beberapa properti pendukung untuk menunjang konsep foto.

Konsep Penyajian

“JADIS” *collection* ditampilkan melalui pendekatan fotografi *fashion* yang disesuaikan dengan kebutuhan *fashion campaign* dan *lookbook*. Untuk kebutuhan *fashion campaign*, *fashion photography* akan disajikan berupa kumpulan beberapa foto yang terdiri dari beberapa *layout* utama dari “JADIS” *collection* yang di *setting* sedemikian rupa dengan menambahkan beberapa properti pendukung seperti *print* dari “JADIS” *collection* ataupun komposisi beberapa bidang geometris yang merupakan representasi dari konsep tegas yang ingin ditampilkan serta detail di setiap bagian yang nantinya akan dimounting di *photoblock*. Sedangkan untuk kebutuhan *lookbook*, disajikan berupa kumpulan foto yang menampilkan tampak dari berbagai sisi dari produk yang dipromosikan namun tetap memiliki konsep modern minimalis dan rapi. Pada penyajian *lookbook*, nantinya akan terdiri dari kumpulan beberapa foto yang menampilkan seorang model yang sedang mengenakan busana yang akan dipromosikan dari beberapa arah sehingga nantinya masyarakat nantinya bisa membayangkan bagaimana tampilan busana tersebut saat digunakan. Foto pada *lookbook* memang cenderung lebih simple namun masih memiliki konsep yang masih berhubungan dengan *campaign*.

Judul

“JADIS”

“JADIS” diambil dari nama karakter fiksi yang berperan sebagai Ice Queen, adalah koleksi busana siap pakai untuk wanita yang terinspirasi oleh kristal es, glacier, gunung dan stalaktit es. Es diinterpretasikan sebagai sesuatu yang dingin, kaku, kuat, tangguh, indah untuk dipandang. Dibalik itu semua, di suatu titik, es bisa juga mencair atau meleleh. Konsep inilah yang menjadi dasar koleksi ini, yang merupakan penggabungan antara sifat yang *strong* dan *soft*, diinterpretasikan dalam bentuk *cutting lines* dan siluet yang *sharp* namun tetap menonjokan sisi feminine.

Teknik Pemotretan

Teknik pemotretan menggunakan teknik ruang tajam luas, sehingga setiap detail dari objek utama dapat terlihat dengan jelas. Untuk mencapai hasil demikian digunakan bukaan diafragma kamera yang kecil.

1. Angle

Angle atau sudut pengambilan gambar akan dilakukan dengan posisi kamera sejajar dengan model (*eye level*) maupun lebih rendah dari model (*below eye level*). Posisi kamera yang sejajar dengan model dilakukan untuk pengambilan gambar *medium shot* atau *medium close-up*. Sedangkan sudut pengambilan *below eye level* dilakukan saat mengambil gambar yang menampilkan foto *full shot* agar figur model yang

difoto dan *setting background* terlihat semua dalam sebuah *frame*. Namun tidak menutup kemungkinan menggunakan sudut pengambilan gambar *high angle* atau *angle* lainnya untuk memperoleh hasil yang semaksimal mungkin dan sebagai *stock image* untuk proses *editing*.

2. Lighting

Untuk menghasilkan foto dengan kesan dingin, kaku, tegas, garang, tangguh, *sexy*, dramatis dan feminim akan digunakan *main light* berupa satu buah lampu yang diposisikan di sisi kanan dari kamera, di atas kepala model dengan arah proyeksi cahaya ke bawah yaitu ke arah model. Demikian, cahaya yang diproyeksikan berkarakter *soft* dan secara rata menyinari model untuk memperoleh *tone* kulit yang baik. Ditambah dengan beberapa *lighting* sebagai *fill in* berkarakter keras yang diproyeksikan ke beberapa bagian objek yang difoto untuk memperoleh detail yang tinggi dan menimbulkan kesan garang, tegas, tangguh dan dramatis. Dalam hal ini karakter foto nantinya sifatnya akan lebih mengarah ke permainan *highlight* dan *shadow* yang cukup kuat sehingga foto tidak terlihat *flat* yang cenderung membosankan dan kurang *real*.

Maka dari itu, diperlukan penambahan media yang menyerap dan memantulkan cahaya seperti papan *polyboard* hitam dan putih ataupun reflector yang diposisikan di kea rah mana yang ingin ditampilkan detailnya.

Teknik pencahayaan yang digunakan akan mengarah teknik *high key* atau semi *high key*, dimana foto final akan didominasi warna biru cenderung ke putih atau *low saturate* pada *background* namun tetap terlihat *contrast* antara objek utama dengan objek pendukung untuk menonjolkan koleksi busana “ JADIS “ yang difoto untuk kebutuhan promosi serta terdapat *point of interest* dalam foto tersebut. Dalam hal ini, yang menjadi *point of interest* utama ialah busana yang dikenakan oleh model, kemudian model, dan yang terakhir background sebagai penunjang hasil foto.

Teknik Editing

Proses *editing* dilakukan dengan teknik *digital imaging* dimana di dalamnya mencakup koreksi foto dalam tahap minor baik dari segi warna, *mood*, *skin retouch*, *background*, *cropping*, dan *composing talent* dengan *setting background*. Proses editing sepenuhnya menggunakan program Adobe Photoshop CS6. Untuk kebutuhan *campaign*, akan dilakukan proses *cropping*, *retouching*, seleksi tiap bagian dari *talent*, *coloring talent* dan *background*, *composing talent* dengan *background*, serta *detailing*. Sedangkan untuk kebutuhan *lookbook*, editing yang dilakukan meliputi koreksi warna, *mood coloring*, dan *retouching*. Tidak termasuk *composing* dikarenakan *background* yang dibutuhkan untuk *lookbook* kebutuhannya hanya bersih, rapi, dan menampilkan berbagai sisi dari busana pada saat dikenakan.

Peralatan

Peralatan yang digunakan dalam perancangan ini meliputi:

- Kamera SLR digital Canon 7D
- Lensa Canon EF 24 – 70 mm f/2.8L II USM, 16 - 35 mm f/2.8L II USM
- Tripod
- *Lighting* Studio Falcon Eyes + Aksesoris *lighting*
- Properti yang terbuat dari bahan seperti tripleks, kayu berwarna putih untuk memperoleh bentuk siku seperti pada siku tembok sebagai *backdrop* pada foto
- “ JADIS “ *collection* by Natalia Kiantoro
- *Software* Photoshop

Penyajian Hasil Pemotretan

Penyajian Final Foto Lookbook



Gambar 1. Foto-foto final produk “ Everest “ jacket dan “ Icy “ skirt



Gambar 2. Foto-foto final produk “Rowena” crop top dan “ Icy “ skirt



Gambar 3. Foto-foto *final* produk “ White Everest “jacket dan “ Icy “ skirt



Gambar 6. Foto-foto *final* produk “ Neva “ top dan “ Karlie “ short



Gambar 4. Foto-foto *final* produk “ Bianca “ dress.



Gambar 7. Foto-foto *final* produk “ Neva “ top, “ Karlie “ short, dan “ Eirwen “ jacket.



Gambar 5. Foto-foto *final* produk “ Gwyneth “ top dan “ Finola “ skirt.



Gambar 8. Foto *final* produk “ Whitney “ top dan “ Crystal “ skirt.



Gambar 9. Foto *final* produk “ Whitney “ *top*, “ Crystal “ *skirt*, dan “ Frost “ *cape*.



Gambar 12. Foto-foto *final* produk “ Gwenlyn “ *dress*



Gambar 10. Foto-foto *final* produk “ Blue Izzy “ *top* dan “ Janice “ *pant*.



Gambar 13. Foto-foto *final* produk “ Glacia “ *dress*



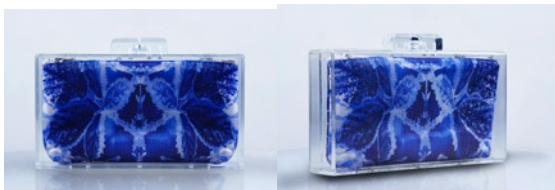
Gambar 11. Foto-foto *final* produk “ Eira “ *top* dan “ Shilga “ *skirt*.



Gambar 14. Foto-foto *final* produk “ Elsa “ *dress*.



Gambar 15. Foto-foto *final* produk “ Icy “ *crop top* dan “ Alaska “ *skirt*.



Gambar 16. Foto-foto *final* produk “ JADIS “ *clutch*.

Penyajian Final Foto Campaign



Gambar 17. Foto *final campaign* “ JADIS “ *layout 1*



Gambar 18. Foto *final campaign* “ JADIS “ *layout 2*



Gambar 19. Foto *final campaign* “ JADIS “ *layout 3*



Gambar 20. Foto *final campaign* “ JADIS “ *layout 4*



Gambar 21. Foto *final campaign* “ JADIS “ *layout 5*



Gambar 22. Foto *final campaign* “ JADIS “ *layout 6*



Gambar 23. Foto *final campaign* “JADIS” *layout* 7



Gambar 24. Foto *final campaign* “JADIS” *layout* 8 versi *vertical* dan *horizontal*.



Gambar 25. Foto *final campaign* “JADIS” *layout* 9



Gambar 26. Foto *final campaign* “JADIS” *layout* 10

Penyajian Dalam Media Grafis



Gambar 27. *Cover Lookbook*

Gambar 28. *Cover dalam Lookbook*

SPRING / SUMMER 2014

JADIS
 is a collection of fashion
 designs that are inspired by
 the traditional Indonesian
 batik patterns. The designs
 are modern and elegant,
 and they are perfect for
 the spring and summer
 seasons. The collection
 includes a variety of styles,
 from casual to formal, and
 it is perfect for anyone
 who wants to look stylish
 and sophisticated.

Gambar 29. Halaman *about* “JADIS”



BLUE ENVELOPE JACKET / KOMBARA CROPP TOP / ICE SKIRT

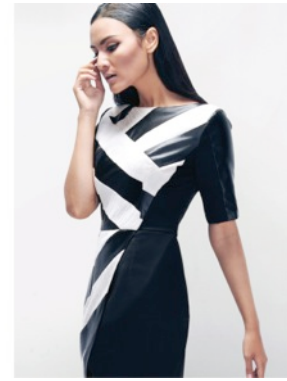
Gambar 30. Halaman 1 – 2



Gambar 31. Halaman 3 - 4



Gambar 35. Halaman 11 - 12



Gambar 32. Halaman 5 - 6



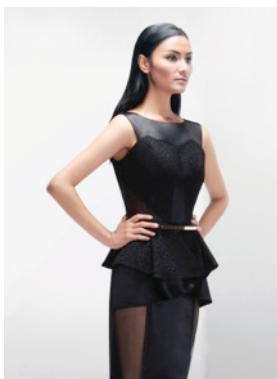
Gambar 36. Halaman 13 - 14



Gambar 33. Halaman 7 - 8



Gambar 37. Halaman 15 - 16



Gambar 34. Halaman 9 - 10



Gambar 38. Halaman 17 - 18





Gambar 39. Halaman 19 – 20



MODE CLUTCH

Gambar 43. Halaman 27 - 28



FRONT CUTE / WHITE TOP / CRISTAL SKIRT



FRONT JACKET / ICE SKIRT

Gambar 40. Halaman 21 – 22



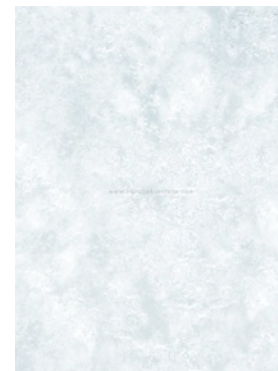
PHOTOGRAPHER: GABRIEL ANDRIANUS
 HAIR: ANITA PRATIWI / ANITA PRATIWI
 MAKEUP: ANITA PRATIWI / ANITA PRATIWI
 MAKEUP: ANITA PRATIWI / ANITA PRATIWI
 MAKEUP: ANITA PRATIWI / ANITA PRATIWI

Gambar 44. Halaman *credits*



SHIRAZ DRESS

Gambar 41. Halaman 23 – 24



Gambar 45. Cover belakang



SHIRAZ TOP / PINKA SKIRT

ACCESSORIES

Gambar 42. Halaman 25 -26

Penutup Kesimpulan

Dalam fotografi, khususnya fotografi *fashion commercial*, adalah mutlak untuk memperhatikan detail – detail mulai dari yang paling kecil hingga yang paling besar. Konsep juga merupakan hal yang sangat penting dalam fotografi komersil karena tanpa konsep yang kuat dan sesuai dengan tujuan awal sebelum pelaksanaan, fungsi sebuah foto akan menjadi kurang efektif sebagai promosi. Tugas seorang fotografer komersil ialah mampu menghasilkan karya fotografi yang berkonsep dan menghasilkan sebuah foto yang mampu menjual produk yang ada pada foto tersebut. Kreatif, merupakan suatu kewajiban bagi fotografer

komersil dikarenakan nantinya di dunia kerja, fotografer komersil dituntut untuk mampu berpikir kreatif bahkan hampir setiap hari. Selain itu, pemilihan model, *treatment make-up*, pose, *lighting*, properti pendukung foto, dan alat merupakan hal yang penting untuk diperhatikan. Khususnya dalam fotografi *fashion*, karakter wajah seorang model juga merupakan hal utama yang mampu menjadikan karya fotografi berkonsep kuat.

Dalam dunia fotografi komersil, *budget* juga merupakan hal penentu dalam karya fotografi dalam hal nilai jual. Karena semakin tinggi budget untuk menggarap karya fotografi, otomatis kita mampu menyalurkan ide – ide yang inovatif. Selain itu, *treatment* dalam sebuah foto akan bisa lebih lagi dengan adanya budget yang lebih tinggi. Sebagai desainer, kita harus bijak dalam menghasilkan karya desain. Baik bijak dalam mendesain hingga bijak dalam *budgeting*. Tugas utama seorang desainer ialah menghasilkan karya desain yang berpotensi dan bisa diterima oleh masyarakat. Selain itu, dalam mendesain dalam hal ini karya fotografi tidak dituntut hanya memiliki nilai estetis yang tinggi saja melainkan kita juga harus memperhatikan dari segi fungsi karya fotografi tersebut digunakan untuk kebutuhan apa. Akan sangat disayangkan jika sebuah karya desain yang telah dibuat hanya mementingkan nilai estetisnya semata namun tidak sesuai dengan fungsi dari karya tersebut untuk kebutuhan apa. Jika hal tersebut terjadi bisa dikatakan bahwa proses dalam mendesain mengalami kegagalan dan tidak bijak. Bijak dalam *budgeting*, juga merupakan hal yang penting dalam mendesain dan menghasilkan karya desain. Jika sudah tahu *budget* yang disediakan tidak mencukupi untuk mencapai hal tersebut, kita harus mencari cara lain agar penyajian karya desain sesuai dengan tujuan dan fungsi dari pembuatan karya desain tersebut. Kesimpulan lain yang dapat diambil dari perancangan fotografi ini adalah bahwa karya fotografi sebagai promosi merupakan media yang cukup efektif dan efisien untuk menunjang promosi di industri *fashion*. Hal – hal di atas merupakan sekilas keberhasilan dari pelaksanaan perancangan fotografi sebagai promosi koleksi terbaru milik Natalia Kiantoro, yaitu “ JADIS “ *collection*.

Saran

Bagi jurusan Desain Komunikasi Visual Universitas Kristen Petra, perancang ingin menyampaikan saran untuk lebih membimbing mahasiswa yang mendalami fotografi dengan membekali ilmu-ilmu yang praktikal dan teoritis secara berimbang. Tanpa kemampuan teknis yang cukup, mahasiswa akan mengalami beberapa kendala pada saat di lapangan. Selain itu, dalam hal ketentuan dan sistem Tugas Akhir yang telah ada, perancang ingin menyampaikan saran dalam hal penentuan media yang dipilih hendaknya disesuaikan dengan kebutuhan akan topik

perancangan yang diangkat dari masing – masing mahasiswa karena setiap topik yang berbeda pasti memiliki porsi kebutuhan yang berbeda. Sebuah karya desain sifatnya tidak dapat dipaksakan karena jika dipaksakan mungkin akan malah menimbulkan dampak negatif dan membuat karya desain tersebut menjadi lebih minor, baik dari segi estetis, fungsi, tujuan, konsep penyajian, serta efisiensi dan efektivitas dalam pemilihan media.

Bagi mahasiswa yang ke depannya ingin melaksanakan perancangan karya fotografi serupa, perancang berharap agar mahasiswa mampu dan berani untuk menghasilkan karya fotografi *fashion commercial* yang lebih baik, mengingat perancangan ini masih jauh dari sempurna. Eksplorasi perlu dilakukan sedalam-dalamnya, karena yang dijual dalam fotografi komersil merupakan ide serta kemampuan teknis yang cukup tinggi pada saat di lapangan. Kemampuan teori yang tinggi tidak menjamin pelaksanaan foto dapat berjalan dengan lebih mudah dan lancar. Perancang juga ingin menyarankan mahasiswa untuk mengasah kemampuan berkomunikasi yang baik, mengingat dalam bekerja di lapangan seorang fotografer akan bekerja sama dengan berbagai macam orang dengan karakter dan cara kerja yang berbeda – beda. Selain itu, dalam pelaksanaan fotografi *fashion commercial*, membutuhkan *teamwork* yang tinggi, serta *attitude* dalam menjalin hubungan dengan orang – orang yang terkait baik pada saat sebelum produksi, produksi, hingga pasca produksi foto. Hal – hal lain yang perlu diperhatikan ialah konsep dalam penyajian pemotretan. Tugas utama sebagai seorang desainer ialah mampu menghasilkan karya desain yang bisa dipertanggungjawabkan dan dapat diterima oleh masyarakat luas. Akan sangat disayangkan jika sebuah karya desain yang memiliki nilai estetis yang tinggi, namun dikarenakan fungsi dan tujuannya tidak sesuai menjadi tidak dapat diterima oleh masyarakat.

Ucapan Terima Kasih

Setelah melewati proses yang panjang, akhirnya karya Perancangan Fotografi *Fashion* Sebagai Promosi *Fashion Designer* Natalia Kiantoro ini dapat terselesaikan dengan baik. Pada kesempatan kali ini, tak lupa penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu penulis dalam penulisan Skripsi berupa Perancangan Tugas Akhir ini. Ucapan terima kasih ini penulis sampaikan kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus karena atas berkat dan penyertaan Nya sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.
2. Saudari Natalia Kiantoro selaku *Fashion Designer* dan sekaligus klien riil dari karya Perancangan Tugas Akhir ini yang telah mengizinkan penulis untuk mengangkat koleksi JADIS milik beliau sebagai topik Tugas Akhir.

3. Ibu Maria Nala Damayanti, S.Sn., M.Hum selaku Koordinator Tugas Akhir Periode- 25
4. Bapak DR. Bing Bedjo Tanudjaja, M.Si selaku Ketua Tim Penguji
5. Bapak Prof. Drs. A. J. Soehardjo selaku Dosen Pembimbing I
6. Bapak Budi Preasetyadi, S.Sn selaku Dosen Pembimbing II
7. Bapak Jeffrey Sebastian, S.Sn selaku dosen yang selalu membimbing dan membagikan ilmunya mengenai *commercial photography* dan *digital imaging*.
8. Keluarga saya yang selalu memberikan dorongan baik jasmani maupun rohani.
9. Pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penyusunan Tugas Akhir ini

Akhir kata, penulis ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu serta mendukung penulis dalam penulisan Laporan Tugas Akhir ini. Penulis mohon maaf jika tidak dapat menyebutkan satu per satu karena keterbatasan diri penulis. Tuhan Yesus memberkati.

Daftar Referensi

- Aditkus. “Ragam Jenis Fotografi yang Perlu Diketahui Oleh Pemula.” *Lensa Fotografi*. 8 Juli 2013. 4 Maret 2014.
<<http://lensafotografi.com/ragam-jenis-fotografi-yang-perlu-diketahui-oleh-pemula/>>
- Anggaraphoto. “Macam Jenis Lensa Kamera SLR dan DSLR.” 5 Maret 2014.
<<http://anggaraphoto.com/macam-jenis-lensa-kamera-slr-dan-dslr/>>
- Fadila, A dan Kusmayadi, T. (2012). *Menjadi Desainer Mode*. Solo: PT. Tiga Serangkai Pustaka Mandiri.
- Fausto, Reynette. “Biru Langit untuk Super Women.” *Jakarta Fashion Week 2014*. 2014 Copyright by Femina Group & Azura Activation. 6 Maret 2014.
<<http://www.jakartafashionweek.co.id/id/content/news/biru.langit.untuk.super.women/001/002/419>>
- Felicia, Nadia. “Stella Rissa, Terpikat Lekuk Wanita.” *Female*. 25 April 2011. Copyright 2008 – 2014. PT. Kompas Cyber Media (Kompas Gramedia Digital Group). 6 Maret 2014.
<<http://female.kompas.com/read/2011/04/25/15070163/Stella.Rissa.Terpikat.Lekuk.Wanita>>
- Hartanto, Peggy. “Dress” *Peggy Hartanto*. Copyright 2014. 11 Maret 2014<<http://www.shoppeggyhartanto.com/collections/types?q=Dress>>
- Hartanto, Peggy. “Product” *Bobobobo*. Copyright 2014. Bobobobo. 11 Maret 2014<<http://www.bobobobo.com/shop/product/peggy-hartanto-pollen-cutout-dress>>
- Hartanto, Peggy. “Resort 2013 : Unseen II.” *Peggy Hartanto*. Copyright 2014. 11 Maret 2014.
<<http://www.shoppeggyhartanto.com/collections/resort-2013-unseen-ii>>
- Hendryan, Rizky. “Cahaya (Light).” *Fotografiana*. Oktober 2012. *Fotografiana*. 6 Maret 2014.
<<https://sites.google.com/site/edufotografi/home/cahaya-dalam-fotografi/cahaya-terbentuknya-sebuah-citra-gambar/1-cahaya-light>>
- “Kamera.” *Wikipedia, Ensiklopedia Bebas*. 4 Desember 2013. *Wikipedia Pembicaraan*. 4 Maret 2014.
<<http://id.wikipedia.org/wiki/Kamera>>
- “Kategori Photography.” *Forum Kompas*. 28 Oktober 2013. 4 Maret 2014.
<<http://forum.kompas.com/klinik-fotografi-kompas/304959-article-photography-kategori-photography.html>>
- Kiantoro, Natalia. Personal Interview. 27 January 2014.
- Lutfan. “Sejarah dan Perkembangan Fotografi 25/02/09.” *Underlined Page of Muhamad Akbar*. 4 Desember 2009. 5 Maret 2014.
<<http://unlinedpages.wordpress.com/2009/12/04/sejarah-dan-perkembangan-fotografi-250209/>>.
- O’Rourke, Aidan. “History of Fashion Photography Essay by Aidan O’Rourke.” (8 Agustus 2008). : Part One, Part Two, Part Three. 5 Maret 2014.
<http://www.aidan.co.uk/article_fashion2.htm>
- “Pengertian dan Sejarah Singkat Fotografi.” (25 Agustus 2013) : paragraph 2. 5 Maret 2014.
<<http://kelasfotografi.wordpress.com/2013/08/25/pengertian-dan-sejarah-singkat-fotografi/paragraf2>>
- Shimp, Terence.A. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jilid 1. Edisi 5. Trans. Reyvani Sjahrial dan Dyah Anikasari. Jakarta : Erlangga dan Pusat Perbukuan Depdiknas, 2001. Trans. Of *Advertising Promotion and Supplemental Aspect of Integrated Marketing Communications, 5th Ed.*
- Rissa, Stella. “Product.” *Bobobobo*, Copyright 2014. Bobobobo. 11 Maret 2014.<http://www.bobobobo.com/search/searching?main_search=stella+rissa>
- Rissa, Stella. “Gallery.” *Stellarissa*, Copyright 2008 – 2014. Stellarissa. 11 Maret 2014.
<<http://www.stellarissa.com>>
- Rissa, Stella. “About-Us.” *Stellarissa*, Copyright 2008 – 2014. Stellarissa. 11 Maret 2014.
<<http://www.stellarissa.com/about-us/>>
- Tangke, Samuel Frinalno. (2013). *Perancangan Fotografi Fashion Nusantara “Atribusi*

Toraja. Skripsi. Program Studi Desain
Komunikasi Visual Universitas Kristen
Petra, Surabaya.

Tarantino, Chris Tan, Kenneth. *Digital Fashion
Photography*. July 2005. 5 Maret 2014.
<[http://site.ebrary.com/lib/petraid/docDetail.
action?docID=10384009&p00=fashion+phot
ography](http://site.ebrary.com/lib/petraid/docDetail.action?docID=10384009&p00=fashion+photography)>

Thomas, Pauline Weston. "What is Fashion? Fashion
History." *Fashion-era*.2007.Pauline Thomas
and Guy Thomas. 5 Maret 2014.<
<http://www.fashion-era.com/>>.