

**Fotografi *Fashion* Editorial Sebagai Media Promosi  
Busana Rancangan Adinda Moeda**

Diajukan oleh  
**Alfeno Eliosa Tunya**  
NIM: 1210631031

Pameran dan Skripsi Karya Seni Fotografi telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir Jurusan Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, .....



**M. Fajar Apriyanto, M.Sn.**  
Pembimbing I / Penguji 1

**Syaifudin, M.Ds.**  
Pembimbing II / Penguji 2

*Cognate* / Penguji Ahli

**Dr. Irwandi, M.Sn.**  
Ketua Jurusan Fotografi

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Seni Media Rekam

**Marsudi, S.Kar., M.Hum.**  
NIP 19610710 198703 1 002

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Alfeno Eliosa Tunya  
No. Mahasiswa : 1210631031  
Program Studi : S-1 Fotografi  
Judul Skripsi/ Karya Seni : Fotografi *Fashion* Editorial Sebagai Media  
Promosi Busana Rancangan Adinda Moeda

Menyatakan bahwa dalam skripsi/karya seni tugas akhir saya tidak terdapat bagian yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana 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 bersedia menerima sanksi sesuai aturan yang berlaku, apabila pada kemudian hari diketahui terbukti tidak sesuai dengan isi pernyataan ini.

Yogyakarta, Juli 2019

Yang menyatakan,

Alfeno Eliosa Tunya

## KATA PENGANTAR

Terimakasih dan puji syukur kepada Tuhan yang Maha Kuasa, Yesus Kristus sebagai pedoman hidup yang oleh karena berkat dan kehendak-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir penciptaan karya seni ini demi menuntaskan tanggung jawab sebagai mahasiswa Program Studi S-1 Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta . Banyak pihak yang telah membantu selama menjalani pendidikan di Jurusan Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, ISI Yogyakarta sampai tuntas dengan terwujudnya karya fotografi dan pertanggungjawaban tertulis tugas akhir ini. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, atas kehendak-Nya tugas akhir ini berjalan lancar;
2. Marsudi, S.Kar., M.Hum., Dekan Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta;
3. Dr. Irwandi, M.Sn., Ketua Jurusan Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta;
4. Oscar Samaratunga S.E., M.Sn., Sekretaris Jurusan Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta;
5. Muhammad Fajar Apriyanto, M.Sn., Dosen Pembimbing I Tugas Akhir yang selalu memberikan bimbingan dan arahan;
6. Syaifudin, M.Ds., Dosen Pembimbing II Tugas Akhir selalu memberikan bimbingan dan arahan;
7. Pamungkas Wahyu Setyanto, M.Sn. Dosen Wali yang telah sabar dan bersedia memberikan dukungan, bimbingan dan motivasi selama tujuh tahun masa perkuliahan;

8. Dr. Edial Rusli, S.E, M.Sn, yang memberikan masukan positif, nasihat, serta motivasi;
9. Pak Yono, Mas Kulup, Mba Pur dan seluruh staff dan pengajar FSMR, ISI Yogyakarta atas perhatian dan motivasi yang tak terhingga;
10. Kedua Orang Tua tercinta, Bobby Tunya dan Emmy Laka Tunya untuk kehidupan, kasih sayang, dukungan moril dan materil, serta doa dan penantiannya ;
11. Adik terkasih Maria Grasella Tunya atas nasihat dan kasih sayang;
12. Oma Lero, Om Edo, Ma Ona , Pakde Muji dan segenap Keluarga di Godean dan Surabaya;
13. Ibu Adinda Moeda beserta keluarga, yang bersedia meminjamkan dan mempercayakan busananya kepada penulis, memberi segala dukungan dan motivasi demi terselesaikannya karya Tugas Akhir ini;
14. Tim Produksi di Flores, Vina, Lia , Mayang, Handy, dan Gilbran, Jiji, Andra Near, Eman dan segenap tim Retaseu Creative yang telah meluangkan waktu dan tenaga selama membantu proses pengerjaan Tugas Akhir ini;
15. Tim Produksi di Jogja, Rifky, Bram , Faiz, Yogi dan segenap Tim Alenta *Photography* yang telah meluangkan waktu dan tenaga selama membantu proses pengerjaan Tugas Akhir ini;
16. Adinda Moeda Official, Alenta *Photography*, Ahmad Firmansyah, Ikatan Keluarga Mahasiswa Timur, Mockingbird *Production House*, yang telah menyediakan segala sesuatu yang dibutuhkan dalam proses penyelesaian karya Tugas Akhir ini;
17. Densy, Olivia, Febby, Nafis, Nurul yang telah bersedia menjadi model dalam proses pemotretan karya tugas akhir ini;
18. Kakak dan motivator terkasih Winda Riana yang sabar dan mendukung setiap perjuangan;
19. dr. Inu Wicaksana, Sp.KJ (K) MMR , yang senantiasa sabar dalam menyembuhkan dan memberi semangat tiada henti;

20. Keluarga Perantauanku Fotografi Angkatan 2012;
21. Para Veteran 2012, Pejuang Akhir yang tak pernah menyerah Mas Bayu, Harry, Rendy, Julio, Urwah, Ridho, Kipli, Ibnu, Adhyt Terimakasih atas kebersamaan selama tujuh tahun ini;
22. Fhendy Sugian, Diyung, Aloy, Dimas, Rundry , Mas Yakob , Mas Dedec, Mas Ican , Galih, Dony, Haniel, Vina, Vian, serta para penghuni BEM FSMR, Terimakasih ;
23. Terimakasih Ibu Kantin untuk asupan nutrisi selama tujuh tahun ini;
24. John Mayer, Daniel Caesar, Billie Eilish, Tame Impalla, Rinni, Naif, The adams untuk lagu yang senantiasa menyemangati;
25. Rekan hidup semasa perkuliahaan yang tidak bisa disebutkan satu per satu, Maaf dan Terimakasih;
26. Calon pendamping hidup yang masih dalam pencarian, semoga kita dipertemukan dalam waktu dekat;
27. Seluruh pihak yang telah membantu dalam proses Tugas Akhir ini, serta yang tidak dapat dicantumkan satu persatu;

Disadari bahwa penciptaan karya skripsi Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun selalu diharapkan demi kesempurnaan. Semoga penciptaan Skripsi Tugas Akhir ini membawa inspirasi dan kebahagiaan untuk semua.

Yogyakarta, Juli 2019

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR KARYA</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR SKEMA PEMOTRETAN</b> .....	x
<b>ABSTRAK</b> .....	xi
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Penciptaan .....	1
B. Penegasan Judul .....	3
C. Rumusan Masalah .....	6
D. Tujuan dan Manfaat .....	7
<b>BAB II. IDE DAN KONSEP PERWUJUDAN</b> .....	8
A. Latar Belakang Timbulnya Ide .....	8
B. Landasan Penciptaan .....	9
C. Tinjauan Karya .....	12
D. Ide dan Konsep Perwujudan .....	17
<b>BAB III. METODE PENCIPTAAN</b> .....	18
A. Objek Penciptaan .....	18
B. Metode Penciptaan .....	19
C. Proses Perwujudan .....	20
D. Biaya Produksi .....	27
<b>BAB IV. ULASAN KARYA</b> .....	28
<b>BAB V. PENUTUP</b> .....	89
A. Simpulan .....	88
B. Saran.....	89
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	91
<b>LAMPIRAN</b> .....	93

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Adinda Moeda .....	5
Gambar 2. Karya Nicoline .....	23
Gambar 3. Karya Nicoline .....	23
Gambar 4. Karya Mario Sorentti.....	25
Gambar 5. Karya Yogi Febrianto.....	27
Gambar 6 Sony A7 mark II.....	33
Gambar 7. Nikon D7200 .....	34
Gambar 8. Sigma ART 85mm f/1.4.....	34
Gambar 9. Nikkor AF 18-105mm f/3.5-5 EGD.....	35
Gambar 10. Canon 85mm f/1.8 ULTRASONIC .....	35
Gambar 11. Memory Card Sandisk Ultra 32 GB Class 10 .....	36
Gambar 12. Godox AD600 BM .....	36

## DAFTAR KARYA

Karya 1. <i>Sumba Collection ( Yellow Jumpsuit )</i> .....	41
Karya 2. <i>Sumba Collection ( Yellow Jumpsuit )#2</i> .....	44
Karya 3. <i>Sumba Collection ( White Jumpsuit )</i> .....	47
Karya 4. <i>Sumba Collection ( White Jumpsuit )#2</i> .....	50
Karya 5. <i>Sumba Collection ( Orange Jumpsuit )</i> .....	53
Karya 6. <i>Sumba Collection ( Orange Jumpsuit )#2</i> .....	56
Karya 7. <i>Sabu Cocktail Edition</i> .....	59
Karya 8. <i>Sabu Collection (Maxi Dress)</i> .....	62
Karya 9. <i>Sabu Collection (Maxi Dress)#2</i> .....	65
Karya 10. <i>Sabu Collection (Creamy Taffeta)</i> .....	68
Karya 11. <i>Sabu Collection (Gold Daces)</i> .....	71
Karya 12. <i>Sabu Bunga (Blue Taffeta)</i> .....	74
Karya 13. <i>Sabu Bunga (Blue Taffeta)#2</i> .....	77
Karya 14. <i>Insana Cocktail Edition</i> .....	80
Karya 15. <i>Insana Cocktail Edition #2</i> .....	83
Karya 16. <i>Sabu x Boti Collaboration</i> .....	86
Karya 17. <i>Boti Red Taffeta</i> .....	89
Karya 18. <i>Buna Collection</i> .....	93
Karya 19. <i>Buna Collectio #2</i> .....	95
Karya 20. <i>Maumere Collection</i> .....	98
Karya 21. <i>Maumere Collection #2</i> .....	101

## DAFTAR SKEMA PEMOTRETAN

Skema karya 1 .....	42
Skema karya 2 .....	45
Skema karya 3 .....	48
Skema karya 4 .....	51
Skema karya 5 .....	54
Skema karya 6 .....	57
Skema karya 7 .....	60
Skema karya 8 .....	63
Skema karya 9 .....	66
Skema karya 10 .....	69
Skema karya 11 .....	72
Skema karya 12 .....	75
Skema karya 13 .....	78
Skema karya 14 .....	81
Skema karya 15 .....	84
Skema karya 16 .....	87
Skema karya 17 .....	90
Skema karya 18 .....	93
Skema karya 19 .....	96
Skema karya 20 .....	99
Skema karya 21 .....	102

**Fotografi *Fashion* Editorial**  
**Sebagai Media Promosi Busana Rancangan Adinda Moeda**

Oleh:

Alfeno Elosa Tunya

1210631031

**ABSTRAK**

Karya tugas akhir penciptaan karya fotografi ini menampilkan busana rancangan disainer Adinda Moeda yang diwujudkan melalui fotografi *fashion* editorial sebagai media promosi. Busana dalam pengertian luas adalah segala sesuatu yang dikenakan mulai dari kepala sampai ujung kaki, yang memberi kenyamanan dan menampilkan keindahan. Fotografi *fashion* merupakan sarana penciptaan guna menampilkan visual yang menarik, terstruktur serta memiliki benang merah satu sama lain sehingga dapat menjadi media promosi yang efektif. Penciptaan karya fotografi ini merupakan proses perwujudan konsep menjadi karya fotografi berupa busana yang memiliki dua unsur yaitu etnik dan modern kedalam bentuk karya fotografi yang melalui proses eksplorasi ide dan ekperimentasi. Proses penciptaan karya fotografi ini juga melalui beberapa tahap seperti perancangan, persiapan, pemotretan hingga *editing*. Karya fotografi yang diciptakan pada tugas akhir ini adalah dua puluh satu karya fotografi *fashion* editorial yang menampilkan dua belas busana gabungan etnik dan moderen yang dikelompokan menurut daerah asal motif. Selain bertujuan mempromosikan busana rancangan Adinda Moeda yang selalu menggunakan kain tenun orisinil di tiap rancang busananya, karya-karya fotografi yang diciptakan juga diharapkan dapat bermanfaat sebagai media informasi bagi konsumen dan masyarakat luas tentang budaya nusantara, khususnya Nusa Tenggara Timur

**Kata Kunci:** busana, Adinda Moeda, fotografi *fashion* editorial, media promosi

***Fashion Editorial Photography***  
***As a Fashion Promotion Media for Adinda Moeda's Design***

By:

Alfeno Eliosa Tunya

1210631031

***ABSTRACT***

*The final work on the creation of this photographic work featuring fashion designer Adinda Moeda's designs is realized through editorial fashion photography as a media campaign. Clothing in a broad sense is everything that is worn from head to toe, which gives comfort and displays beauty. Fashion photography is a means of creation in order to display visually interesting, structured and have red threads with each other so that it can be an effective media campaign. The creation of this photographic work is a concept embodiment process into a photographic work in the form of clothing that has two elements namely ethnic and modern into the form of photographic work through the process of exploring ideas and experimentation. The process of creating this photographic work also goes through several stages such as designing, preparation, shooting and editing. The photographic work created in this final project is twenty-one editorial fashion photography work featuring twelve ethnic and modern clothing combined grouped according to the area of origin of the motif. In addition to aiming at promoting the design of Adinda Moeda's designs that always use original woven fabrics in each fashion design, the photography works created are also expected to be useful as a medium of information for consumers and the wider community about the culture of the Indonesia, especially East Nusa Tenggara*

*Keywords: fashion, Adinda Moeda, fashion editorial photography, promotional media*

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Penciptaan**

Fotografi merupakan gabungan ilmu, teknologi, dan seni. Perpaduan yang harmonis antara ketiganya bisa menghasilkan sebuah karya yang mengagumkan. Tentunya dengan skill serta sentuhan seni sang fotografer, sebuah foto bisa menjadi berarti (Mulyanta, Edi S,2007:11). Klasifikasi dalam wahana fotografi terjadi karena konsep penciptaan karya foto yang berbeda dalam fungsi dan tujuan kehadiran karya foto itu sendiri (Soeprapto Soedjono, 2007:133).

Seiring dengan perkembangan industri yang semakin luas dan banyak diminati saat ini, industri *fashion* menjadi hal yang tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia sehari – hari, Hal ini dikarenakan pola hidup manusia modern yang silih berganti untuk mengikuti tren masa kini. Perkembangan industri *fashion* di Indonesia juga sangat terasa dengan ditandai dengan semakin banyak munculnya brand *fashion* lokal yang memiliki kualitas yang tidak kalah jauh dengan brand *fashion* internasional. Hal ini tentunya tidak terlepas dari peran fotografi sebagai media promosi dan menambah *aesthetic value* pada sebuah brand.

Fotografi merupakan salah satu media yang tepat untuk digunakan dalam melakukan kegiatan promosi produk, yang mana dalam promosi tersebut *image* produk yang paling ditonjolkan. Bagaimanapun juga fotografi merupakan daya tarik yang dapat dengan cepat ditangkap oleh indera penglihatan, sehingga khalayak dapat langsung mengerti isi pesan yang hendak disampaikan melalui karya foto. Selain itu fotografi juga merupakan penjelasan secara global atas karakteristik dari produk yang akan dijual dan merupakan penghubung antara isi dan bentuk visual, karena fotografi mempunyai sifat menggambarkan sebenar-benarnya dari suatu obyek .

*Fashion* semakin menyentuh kehidupan sehari-hari setiap orang. *Fashion* mempengaruhi apa yang kita kenakan, kita makan, bagaimana kita hidup, dan bagaimana kita memandang diri sendiri. *Fashion* juga memicu pasar dunia untuk terus berkembang, produsen untuk memproduksi dan juga *fashion designer* untuk merancang karya yang ‘*up to date*’ dan berkarakter serta pemasar untuk menjual dan konsumen untuk membeli. Cara berpakaian yang mengikuti *fashion* juga memperlihatkan kepribadian dan idealisme kita.

Di Indonesia *fashion* mengalami perubahan yang cukup dinamis dan pesat, terutama sejak memasuki era ekonomi informasi dan kreatif di tahun 2000-an. Pelaku-pelaku *fashion* yang berprestasi, baik dari akademisi, disainer, pelaku bisnis hingga lembaga-lembaga riset dan pengembangannya pun mulai banyak bermunculan. Sebut saja Iwan Tirta, Non Kawilarang, dan Peter Sie

sebagai pelopor-pelopor di industri mode. Di generasi saat ini pun, siapa yang tidak kenal dengan Josephine Komara (Obin) dan Anne Avantie. Fashion menjadi sebuah potensi baru untuk menguasai perekonomian Indonesia, bahkan dunia (Ekonomi Kreatif,2019:xiv).

Sebagai medium perwujudan visual, Fotografi *fashion* adalah satu dari sekian banyak klasifikasi dalam dunia fotografi. Fotografi *fashion* mulai berkembang sejak tahun 1892, yaitu dengan munculnya majalah fashion VOGUE. Fotografer fashion pertama adalah Baron Adolphe de Meyer, pada tahun 1913 mulai menggunakan foto-foto eksperimental untuk majalah VOGUE(Bajradaram, 2010:8). Fotografi *fashion* lebih mengarah kepada hal-hal berhubungan dengan benda-benda *fashion* seperti busana, aksesoris, sepatu, dan juga tas. “Sedangkan *fashion* sendiri merupakan suatu media ekspresi yang digunakan untuk menyampaikan gagasan, pikiran, ide, cerita, peristiwa, dan sebagainya seperti halnya bahasa” (Linde,2009:4).

Di Indonesia *fashion* mengalami perubahan yang cukup dinamis dan pesat, terutama sejak memasuki era ekonomi informasi dan kreatif di tahun 2000-an. Pelaku-pelaku *fashion* yang berprestasi, baik dari akademisi, disainer, pelaku bisnis hingga lembaga-lembaga riset dan pengembangannya pun mulai banyak bermunculan. Sebut saja Iwan Tirta, Non Kawilarang, dan Peter Sie sebagai pelopor-pelopor di industri mode. Di generasi saat ini pun, siapa yang tidak kenal dengan Josephine Komara (Obin) dan Anne Avantie. Fashion

menjadi sebuah potensi baru untuk menguasai perekonomian Indonesia, bahkan dunia (Ekonomi Kreatif, 2019: xiv). *Fashion* sekarang ini adalah bisnis yang cukup besar dan menguntungkan, karena itu para penikmat *fashion* sengaja membentuk identitasnya sendiri dan kemudian bersatu dengan kelompok yang selaras dengannya. Inilah kebanggaan seseorang jika bisa masuk ke dalam apa yang sedang menjadi kecenderungan umum, karena berarti ia termasuk *fashionable* alias modern karena selalu mengikuti mode. (Menangkap Dinamika Sukses Bisnis *Fashion*, [www.swa.co.id](http://www.swa.co.id) :2004)

Dunia *fashion* adalah sebuah dunia yang terbuka untuk dimasuki, dalam dunia *fashion* berbagai mode dan gaya terus diciptakan oleh desainer-desainer dalam dan luar negeri. Salah satunya Adinda Moeda yang menjadi subjek penciptaan karya fotografi ini, Ia memasukan unsur kebudayaan berupa tenun ikat Nusa Tenggara Timur secara konsisten dan profesional hingga menghasilkan karya busana etnik modern yang luar biasa dan sukses menjajaki beberapa pagelaran busana bergengsi seperti *Milan Fashion Week*, *New York Fashion Week*, *Jakarta Fashion Week*, Oleh sebab itu Adinda Moeda Lewat Brand Busananya *House Of Shiloh* memiliki misi untuk memperkenalkan Ragam Tenun Ikat NTT antara lain kain tenun asal Alor, Sabu, Sumba, Sotis, Lembata, yang dipadupadankan dengan kain tile, taffeta, dan bludru, ditambah dengan aksesoris Sabu dan Sumba. Rancangan tersebut sangat cocok untuk berbagai kegiatan wanita modern usia 20-40 tahun, semua disatukan dalam

garapan disain kekininan yang mana tenun ikat dipadupadankan dengan bahan busana *modern* hingga menghasilkan gaun-gaun yang indah dan mengikuti *trend* agar busana yang mengusung tema etnik khususnya tenun NTT dapat bersaing dengan busana garapan model lain dan dapat mengharumkan nama daerah Nusa Tenggara Timur sampai ke kancah internasional. Untuk itu medium fotografi khususnya fashion editorial digunakan oleh penulis sebagai medium untuk melakukan kegiatan promosi terhadap busana rancangan Adinda Moeda

## **B. Penegasan Judul**

Agar tidak menimbulkan kerancuan arti dan salah persepsi, judul karya harus dijelaskan secara rinci, sebagai berikut

### 1. Fotografi *Fashion* Editorial

Fotografi *fashion* biasa digunakan untuk produk-produk yang sudah dikenal di masyarakat. Foto yang dihasilkan biasanya lebih dari satu, namun terdapat benang merah dan kesatuan cerita dalam pembentukan konsep dan perwujudan karya fotografi tersebut (Liniaryadi, 2014:3) Jenis fotografi ini dipilih agar busana rancangan Adinda Moeda dapat diwujudkan kedalam bentuk karya fotografi dengan tampilan yang lebih menarik sehingga dapat menarik minat konsumen, Serta menambah kesan *High-Class* busana rancangan Adinda Moeda dengan tetap mempertahankan ciri khas etnik tenun ikat Nusa Tenggara Timur yang dipadukan dengan bahan tekstil modern.

Fotografi *Fashion* editorial digunakan untuk mengilustrasikan sebuah cerita, artikel, teks, atau ide dalam konteks majalah atau untuk memperindah tema tertentu secara visual, foto editorial juga bisa menceritakan sebuah cerita tanpa sepele kata atau kadang hanya disertai dengan topik atau judul singkat dari cerita (Sheeba magazine, <http://www.sheebamagazine.com/read/what-is-editorial-fashion-photography/>, diakses pada 20 Februari 2019).

Jadi pengertian dari judul tugas akhir “Fotografi *Fashion* Editorial Sebagai Media Promosi Busana Rancangan Adinda Moeda” adalah merancang karya fotografi *fashion* editorial untuk karya disainer Adinda Moeda, yang mempunyai benang merah dari satu foto ke foto lainnya. Karya ini juga nantinya dapat digunakan sebagai media promosi bagi Adinda Moeda pada media massa, seperti contohnya adalah sebuah majalah, banner, baliho, ataupun media sosial.

## 2. Promosi

Promosi adalah kegiatan yang dilakukan untuk menyampaikan suatu pesan tertentu tentang produk baik barang atau jasa, merek dagang atau perusahaan dan lain sebagainya kepada konsumen sehingga dapat membantu pemasaran meningkatkan penjualan. Anton Tejakusuma (dalam Mega Super Salesman, 2010) promosi merupakan sebuah tindakan yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan, juga sebagai strategi untuk mengajak prospek melalui transaksi. Promosi sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat dari produknya dan untuk

meyakinkan konsumen agar membeli (Kotler,1997:142). Julian Cummins dalam bukunya 'Promosi Penjualan' (terj. Binarupa Aksara,1991,:11) mendefinisikan promosi sebagai serangkaian teknik yang digunakan untuk mencapai sasaran penjualan atau pemasaran dengan menggunakan biaya yang efektif , dengan memberikan nilai tambah pada produk atau jasa baik kepada perantara atau pemakai langsung. Biasanya tidak dibatasi dalam jangka waktu tertentu.

Dari ketiga pemaparan diatas, dapat disimpulkan bahwa kegiatan promosi tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dan konsumen, melainkan sebuah alat untuk mempengaruhi dalam kegiatan pembelian sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Hal-hal tersebut dapat dicapai dengan menggunakan alat alat promosi. Promosi merupakan pintu pertama untuk dapat memasuki pasar.

### 3. Busana

Istilah busana berasal dari bahasa sanskerta yaitu "*bhusana*" dan istilah yang populer dalam bahasa Indonesia yaitu "busana" yang dapat diartikan "pakaian". Namun demikian pengertian busana dan pakaian memiliki sedikit perbedaan, dimana busana mempunyai konotasi "pakaian yang bagus atau indah" yaitu pakaian yang serasi, harmonis, selaras, enak dipandang, nyaman dilihat, cocok dengan yang mengenakan serta sesuai dengan momen busana itu dikenakan. Sedangkan pakaian adalah bagian dari busana. Busana dalam

pengertian luas adalah segala sesuatu yang dipakai mulai dari kepala sampai ujung kaki yang memberi kenyamanan dan menampilkan keindahan (Ernawati, 2008:23-24).

Busana dalam arti umum adalah bahan tekstil atau bahan lainnya yang sudah dijahit atau tidak dijahit yang dipakai atau disampirkan untuk menutup tubuh seseorang. Sebagai contoh yaitu kebaya dan kain panjang atau sarung, rok, blus, *blazer*, bebe, celana rok, celana pendek atau celana panjang (pantalon), *sporthem*, kemeja, T-Shirt, piyama, singlet, kutang (*brassier*) atau *Buste Houder* (BH), rok dalam, bebe dalam. Dalam pengertian lebih luas sesuai dengan perkembangan peradaban manusia, khususnya bidang busana, termasuk ke dalam-nya aspek-aspek yang menyertainya sebagai perlengkapan pakaian itu sendiri, baik dalam kelompok milineris (*millineris*) maupun aksesoris (*accessories*). Dalam arti sempit busana dapat diartikan bahan tekstil yang disampirkan atau dijahit terlebih dahulu dipakai untuk menutup tubuh seseorang yang langsung menutup kulit ataupun yang tidak langsung menutup kulit seperti sarung atau kain dan kebaya, rok, blus, bebe, celana panjang atau pendek, kemeja, singlet, dan lainnya, Busana juga merupakan suatu ekspresi atau ungkapan pribadi yang tidak selalu sama untuk setiap orang. Perubahan mode yang menyangkut busana akan terjadi lebih cepat dibandingkan dengan perubahan kebudayaan secara keseluruhan.

#### 4. Adinda Moeda



Gambar 1. Adinda Moeda

( Sumber:Dokumentasi pribadi)

Adinda Moeda merupakan disainer asal Nusa Tenggara Timur, Adinda memiliki brand busana *House Of Shiloh* yang didirikan pada bulan juli tahun 2016. Brand busana etnik-modern ini giat memproduksi busana garapan yang menyajikan kain tenun NTT (Nusa Tenggara Timur) dipadupadankan dengan bahan busana modern seperti kain tile, taffeta, daces dan bludru, dengan penambahan aksesoris dari Sabu dan Sumba. Adinda juga sering mengikuti dan mendapatkan *invitation* untuk pagelaran busana baik nasional maupun internasional diantaranya , *Jakarta Fashion Week* , *Milan Fashion Week*, *New York Fashion Week*, *Tokyo Modest Fashion Week* dan pagelaran busana bergengsi lainnya, ini membuktikan kerja keras dan dedikasi Adinda dalam dunia *fashion* membuahkan kesuksesan.

Adinda berkeinginan misinya untuk mempromosikan budaya NTT lewat paduan busana yang ia rancang tidak sebatas dinikmati oleh kalangan kelas atas tetapi juga dapat dinikmati semua kalangan, khususnya wanita muda hingga dewasa, Adinda juga mendukung penenun lokal dengan membeli seluruh bahan busananya yaitu tenun ikat orisinil langsung dari para penenun, kegiatan ini menurutnya turut membantu dan mengapresiasi para penenun lokal, selain itu secara kualitas tenun ikat orisinil dari NTT juga jauh lebih berkualitas.

### **C. Rumusan Masalah**

Seiring berkembangnya dunia *fashion*, motif dan fungsi tenun ikat NTT mengalami pengembangan secara fungsional, jika sebelumnya persebaran dan penggunaan tenun ikat hanya berputar kalangan orang NTT sebagai pakaian atau asesoris adat untuk acara adat ataupun busana keseharian dimasyarakat adat, maka saat ini dengan perlahan sudah merambah ke taraf nasional bahkan ke internasional, akan tetapi promosi secara profesional fotografi masih sangat dibutuhkan baik untuk kepentingan media promosi, oleh sebab itu berdasarkan uraian latar belakang penciptaan di atas, maka pada penciptaan karya fotografi dengan judul “Fotografi *Fashion* Editorial Sebagai Media Promosi Busana rancangan Adinda Moeda”, dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut :

- a. Bagaimana memvisualisasikan ide penciptaan terhadap Busana rancangan Adinda Moeda dalam fotografi *fashion* editorial sebagai media promosi ?,
- b. Bagaimana memaksimalkan teknik lighting dan editing *pasca* produksi yang digunakan untuk memunculkan detail, motif, dan keistimewaan dari Busana rancangan Adinda Moeda dalam fotografi *fashion* editorial agar dapat memenuhi standar sebagai media promosi?

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

##### **I. Tujuan**

- a) Mempromosikan keunikan, keistimewaan, motif dan detail karya Busana rancangan Adinda Moeda dengan memaksimalkan teknik fotografi seperti lighting dan editing warna *pasca*-produksi

##### **II. Manfaat**

###### **1. Manfaat Teoritis**

- a) Menambahkan keberagaman penciptaan karya fotografi dalam lingkup akademi jurusan fotografi, Fakultas Seni Media Rekam Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
- b) Memperbanyak bahan referensi atau pengetahuan seni fotografi terutama yang terkait dengan foto komersial bagi mahasiswa

jurusan Fotografi Fakultas Media Rekam Institut Seni Indonesia  
Yogyakarta. .

## 2. Manfaat Praktis

- a) Mengasah ketajaman skill fotografi penulis dalam mewujudkan ide konsep penciptaan khususnya dalam fotografi *fashion* Editorial sebagai media promosi
- b) Mengaplikasikan ilmu komunikasi antar penulis, disainer, model serta segala pihak yang terlibat dalam pemotretan agar nantinya di lingkup kerja dapat diterima dan dapat bekerja dengan profesional
- c) Menambah pengalaman dalam berkarya seni fotografi dan juga sebagai sarana untuk mewujudkan kepuasan batin bagi penulis

## E. Metode Pengumpulan Data

Dalam pembuatan karya fotografi ini pengkarya menggunakan beberapa metode pengumpulan data bertujuan untuk lebih melengkapi bahan-bahan pelengkap data yang sudah ada. Antara lain :

### I. Observasi

Langkah paling awal yang dilakukan adalah melakukan pengamatan terhadap perkembangan *fashion* di masyarakat, *trend* yang sedang berkembang serta mengamati pola perilaku konsumtif masyarakat kekinian serta pasar dalam bidang mode atau fashion

### II. Studi Pustaka

Mengumpulkan bahan dari sumber referensi tertulis seperti buku, majalah *fashion*, karya-karya tugas, literature baik buku maupun jurnal. Selain itu juga digunakan referensi dari media online dan sosial berupa website, instagram untuk melengkapi data yang akan diolah serta dapat menunjang penciptaan karya ini.

### III. Wawancara

Melakukan wawancara langsung dengan Disainer Adinda Moeda, mulai bulan Februari hingga Juni 2019, untuk mengetahui sejarah, latar belakang berdirinya perusahaan, serta mencari tahu tentang keunggulan produknya tersebut agar mengetahui tren busana seperti apa yang sedang berkembang saat ini agar nantinya karya fotografi yang dihasilkan sesuai dengan harapan disainer dan mampu menarik minat calon konsumen sebagai media promosi