

KAJIAN VISUAL KOMPOSISI FOTOGRAFI DALAM FOTO KOMERSIAL HARPER'S BAZAAR

Oleh:

Liana Fallah¹

*Program Studi Pendidikan Multimedia, Kampus Daerah Cibiru
Universitas Pendidikan Indonesia*

Maya Purnama Sari²

*Program Studi Pendidikan Multimedia, Kampus Daerah Cibiru
Universitas Pendidikan Indonesia*

lianafallah@upi.edu¹ ; mayapurnama@upi.edu²

ABSTRAK

Fotografi pada dasarnya merupakan media untuk mendokumentasikan momen-momen yang ingin dikenang dan biasanya penting. Banyaknya peminat dalam bidang fotografi dan perkembangan zaman yang semakin maju menjadikan cakupan dari fotografi ini semakin luas, bukan hanya sekedar dokumentasi tapi juga merambah ke dunia industri untuk kebutuhan komersial hingga disebut fotografi komersial. Fotografi komersial khususnya fotografi *fashion* menjadi hal yang banyak digandrungi. Harper's Bazaar ialah salah satu majalah *fashion* yang menggunakan fotografi komersial guna mempromosikan produk *fashion*. Dalam fotografi komersial tentunya ada komposisi fotografi yang digunakan, maka dari itu penulis merumuskan tujuan untuk melakukan penelitian mengenai komposisi yang diterapkan pada fotografi komersial majalah Harper's Bazaar "California Dreaming". Dengan menggunakan metode kualitatif dan analisis dengan mengkaji langsung fotografi komersial. Kemudian dijabarkan satu persatu mengenai komposisi fotografi yang digunakan sehingga menghasilkan kesimpulan terhadap fotografi yang diteliti. Dimana dari hasil penelitian diperoleh bahwa setiap foto mempunyai komposisi fotografinya masing-masing, dengan penataan yang sedemikian rupa hingga akhirnya *point of interest* dalam sebuah foto dapat ditonjolkan.

Kata Kunci: *Harper's Bazaar, Fotografi komersial, Komposisi Fotografi.*

ABSTRACT

Photography is basically a medium for documenting moments that you want to remember and are usually important. The large number of enthusiasts in the field of photography and the increasingly advanced developments of the times have made the scope of this photography wider, not just documentation but also reaching the industrial world for commercial needs so that it is called commercial photography. Commercial photography, especially fashion photography, is something that many people love. Harper's Bazaar is a fashion magazine that uses commercial photography to promote fashion products. In commercial photography, of course, there is a photographic composition that is used, therefore the authors formulate a goal to conduct research on the composition applied to the commercial photography of Harper's Bazaar magazine "California Dreaming". By using qualitative methods and analysis by studying commercial photography directly. Then it is explained one by one regarding the photographic composition used so as to produce conclusions about the photography studied. Where from the research results it was found that each photo has its own photographic composition, with such an arrangement that finally the point of interest in a photo can be highlighted.

Keywords: *Harper's Bazaar, Commercial photography, Photographic Composition*

Copyright © 2022 Universitas Mercu Buana. All right reserved

A. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Fotografi biasanya digunakan sebagai media untuk mendokumentasikan momen-momen tertentu yang biasanya penting. Sebuah foto juga biasanya dijadikan sebagai kenangan yang abadi yang tidak akan terganti dari waktu ke waktu. Seiring dengan berkembangnya zaman, fotografi menjadi salah satu bidang yang memiliki banyak peminat. Hal ini didasarkan oleh kemudahan dalam melakukan pengambilan gambar, karena di zaman yang modern ini kamera yang biasanya digunakan untuk memotret ada bermacam-macam. Bahkan kamera hand-phone masa kini telah meningkatkan kualitas pada kameranya sehingga siapapun yang memiliki ponsel tersebut bisa memotret dan menghasilkan foto yang tentu hasilnya sudah cukup bagus untuk kebutuhan pribadi. Foto juga akhirnya menjadi media untuk berkreativitas.

Peranan fotografi akhirnya kini tidak bisa lepas dan menjadi bagian dari kehidupan manusia. Seiring dengan hal itu foto yang dihasilkan bukan hanya sekedar media dokumentasi namun fotografi kini telah merambah keberbagai bidang sebagai penunjang kebutuhan visual. Menurut Tanto Trisno (2021:122) pada penciptaan sebuah karya fotografi dapat didasarkan untuk berbagai kepentingan dengan tujuan tertentu.

Di era yang semakin digital dengan kebutuhan fotografi yang semakin meningkat, menjadikan dunia industri juga turut memajukan fotografi. Adapun jenis fotografi dalam bidang industri disebut dengan fotografi komersial. Fotografi komersial yaitu salah satu jenis fotografi yang mempunyai nilai jual dengan tujuan komersial misalnya dalam mempromosikan suatu produk atau jasa. Lingkup dari fotografi komersial ini juga sangat luas karena bisa dieksplorasi menjadi beberapa jenis fotografi lainnya, seperti fotografi *advertising*, fotografi produk, media daring (*online*), dan fotografi *fashion*.

Seiring dengan perkembangan dunia teknologi informasi dan komunikasi, keberadaan fotografi dalam dunia *fashion* tidak dapat dipisahkan. Fotografi *fashion* adalah jenis fotografi yang dibuat dengan tujuan untuk menampilkan pakaian dan macam-macam barang *fashion* yang lainnya. Raya dan Winwin (2014:26) menegaskan bahwa fotografi *fashion* itu mempunyai peran yang sangat penting dalam dunia *fashion* ditambah lagi fotografi *fashion* menjadi media penjualan serta promosi yang paling utama untuk sebuah produk busana.

Menyinggung fotografi *fashion* tentunya setiap brand busana mengusahakan untuk membuat karya fotografi mengenai produknya terlihat estetik guna menaikkan nilai jual dari produk tersebut dan tentunya

membuat orang-orang tertarik untuk membeli produk tersebut. Dalam hal ini salah satu contoh majalah *fashion* yang selalu membuat hasil fotografi terlihat estetik adalah Harper's Bazaar.

Harper's Bazaar merupakan sebuah majalah khusus *fashion* yang pertama kali diperkenalkan di Amerika Serikat pada tahun 1867. Kemunculan pertamanya di rilis di Hearst Corporation yang membawahi beberapa media seperti majalah, televisi, surat kabar, internet, dan tentu masih banyak lagi. Adapun target market dari majalah ini adalah kalangan menengah dan juga kalangan atas, sehingga membuat majalah ini terkesan eksklusif. Kini majalah Harper's Bazaar telah tersebar dan diterbitkan di 28 negara di dunia dan menjadi majalan bulanan yang dapat dinikmati hingga kini.

Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, permasalahan dari penelitian yang penulis angkat yaitu bagaimana visual komposisi yang diterapkan pada fotografi komersial majalah Harper's Bazaar.

B. TINJAUAN PUSTAKA

a. Fotografi Komersial

Menurut Yulius (2020), fotografi komersial merupakan fotografi yang mempunyai nilai jual yang mana dibuat dengan tujuan komersial, seperti untuk poster, iklan produk, dan lain-lain. Dalam sebuah proses pembuatan foto komersial, pada foto-foto tertentu fotografer akan dibantu oleh

seorang pengarah *style* atau pengarah gaya dari pihak tertentu. Dalam hal ini tentunya seorang pengarah gaya dengan fotografer dituntut untuk sama-sama mampu saling berkoordinasi dengan baik agar foto yang dihasilkan bisa sesuai dengan konsep yang dimaksud dan sesuai dengan keinginan.



Gambar 1. Vintage Classic Burger

Sumber: <https://moh-ihsan.com/vintage-classic-burger-photography>, 2019

Adapun fotografi komersial ini biasanya meliputi beberapa hal, diantaranya:

- 1) *Fashion*, pada foto *fashion* biasanya yang lebih ditonjolkan adalah produk yang dipasarkan. Misalnya produk seperti tas, perhiasan, topi, baju, sepatu, dan lainnya yang berkaitan dengan *fashion*.
- 2) Model (*glamour*), foto *glamour* lebih menampilkan pada sensualitas dibandingkan menampilkan model itu sendiri. Namun, pada beberapa hal biasanya terdapat foto *fashion* yang bernuansa *glamour*.
- 3) Produk industri, merupakan foto dengan menggunakan produk sebagai objek utamanya. Foto industri ini juga biasanya disebut dengan foto produk.
- 4) Fotografi makanan, dalam teknisnya

fotografi makanan ini mirip dengan foto produk namun untuk hal yang berkaitan dengan foto makanan ini ada hal-hal yang tidak bisa disamakan dengan barang lainnya sehingga fotografi makanan ini menjadi genre fotografi tersendiri yang mengharuskan seorang fotografer mempunyai *skill* tambahan dalam *food styling*, yaitu bagaimana membuat makanan lebih menarik dan mengundang selera. Biasanya dalam prosesnya akan menggunakan properti-properti penunjang lainnya sebagai kebutuhan visual dalam pemotretan agar didapatkan hasil yang terbaik.

- 5) Arsitektural, merupakan foto gedung-gedung atau bangunan-bangunan. Biasanya digunakan untuk membuat profil sebuah perusahaan, poster, dan lainnya.
- 6) Portrait, foto portrait untuk foto komersial merupakan pas foto. Pas foto ini umumnya digunakan sebagai pengenalan secara visual yang paling umum di kalangan masyarakat. Bisnis pas foto juga merupakan kebutuhan utama untuk masyarakat, yang mana pas foto juga biasanya digunakan untuk kepentingan administrasi, birokrasi, dan kelengkapan dokumen.
- 7) *Wedding*, merupakan foto pernikahan. Foto *wedding* merupakan bisnis foto komersial yang paling umum dan merupakan bisnis besar didunia foto-

grafi. Hal ini dikarenakan pada hampir semua acara pernikahan membutuhkan foto sebagai dokumentasi untuk mengabadikan momen bahagia tersebut.

- 8) Foto komersial lainnya yang terus mengalami perkembangan.

b. Komposisi Fotografi

Komposisi pada dasarnya berarti rangkaian, sedangkan komposisi pada fotografi berarti rangkaian gambar dalam batasan satu ruang. Bambang (2017) juga menegaskan bahwa komposisi juga dapat dipahami sebagai cara guna mengatur elemen objek foto yang penting secara utuh. Adapun tujuan dari komposisi yaitu untuk membangun suasana pada suatu foto agar memiliki keseimbangan.

Komposisi pada dasarnya berarti susunan, sedangkan komposisi dalam fotografi berarti susunan gambar dalam batasan satu ruang. Bambang (2017) juga menegaskan bahwa komposisi juga bisa diartikan sebagai cara dalam merangkai elemen objek foto yang penting secara utuh. Adapun tujuan dari komposisi yaitu untuk membangun suasana pada suatu foto agar memiliki keseimbangan.

Menurut Karyadi (2017), ada beberapa elemen komposisi fotografi yang dapat diterapkan dalam pemotretan, diantaranya:

- 1) *Point of Interest*, merupakan pusat utama foto yang mempunyai daya tarik yang sangat kuat, agar menciptakan foto yang mudah dipahami maksud atau maknanya. Untuk mendapatkan *Point of Interest*

yang baik dari sebuah foto sebaiknya menggunakan *Rule of Third* (aturan sepertiga).

- 2) *Depth of Field*, ialah komposisi pada fotografi yang berfungsi untuk memperkuat sebuah objek yang menjadi sorotan pada sebuah foto. *Depth of Field* ini terbagi menjadi dua yaitu *Dept of Field* sempit dan luas yang mana hal ini dipengaruhi oleh diafragma (bukaan lensa).
- 3) *Background*, ialah latar belakang yang merupakan bagian sebagai pendukung pada saat pengambilan oobjek foto sesuai dengan *Point of Interest* yang ingin disampaikan pada objek foto yang dihasilkan.
- 4) *Colour*, pemilihan warna merupakan hal yang sangat penting dalam pengambilan foto.
- 5) *Pattern*, merupakan bentuk yang tersusun dari garis (garis lurus, melingkar, maupun diagonal), pola atau tekstur yang bisa membuat menarik perhatian.
- 6) *Framing*, merupakan pemberian bingkai (*frame*) pada objek foto, sehingga memberikan kesan pemikat.
- 7) Horizontal dan Vertikal, ialah posisi kamera dalam pengambilan gambar suatu objek baik dalam bentuk *portrait* (vertikal) maupun *landscape* (horizontal).

Syahputra (2015) mengemukakan ada beberapa jenis komposisi, diantaranya, (1) Garis, (2) Bentuk, (3) Warna, (4) Tekstur, (5)

Sudut Pemetretan (*Angle of View*), (6) Format: Horizontal dan Vertikal, dan (7) Dimensi.

c. Fotografi Fashion

Alfa Hartoko (2013) menuturkan bahwa *fashion* fotografi merupakan jenis fotografi yang berusaha menyampaikan detail dari sebuah item *fashion*, dan lainnya. Kemudian Barthes dalam Samuel, Hartono, dan Yusuf (Samuel, Hartono, dan Yusuf, 2013) mengemukakan bahwa dunia sebagai latar belakang untuk *fashion* dapat diubah kedalam berbagai macam tema. Dalam hal ini Barthes dalam Samuel, Hartono, dan Yusuf (Samuel, Hartono, dan Yusuf, 2013) membagi fotografi *fashion* ke dalam tiga kategori, yaitu:

- 1) *Literal Representation*, merupakan representasi literal yang mana ketika fotografer menampilkan secara jelas suatu produk yang berkaitan dengan *fashion* dalam katalog.
- 2) *Romanticized*, menampilkan idealisme yang tidak realis dan bersifat khayal.
- 3) *Mockery*, merupakan sindiran. Foto *fashion* yang mempunyai tipe *mockery* ialah ketika model sedang dalam foto yang dikondisikan ada dalam keadaan yang tidak biasa.

d. Jenis Shot pada Fotografi

Ada beberapa jenis shot yang biasa digunakan dalam fotografi (Asmoro, 2021), diantaranya :

- 1) *Close Up (CU)*
Close Up Shot merupakan jenis shot yang

menampilkan objek foto dari batas bahu hingga ke atas kepala.

2) *Medium Close Up (MCU)*

Medium Close Up merupakan jenis shot yang menampilkan objek sebatas dada hingga atas kepala.

3) *Big Close Up (BCU)*

Shot jenis ini menampilkan bagian objek hingga tampak besar. Contohnya objek wajah manusia yang diambil sebatas bahu hingga dahi.

4) *Extreme Close Up (ECU)*

Pada shot jenis ini ditampilkan detail dari sebuah objek yang diambil gambarnya.

5) *Medium Shot (MS)*

Medium shot menampilkan objek yang diambil gambarnya sebatas pinggang hingga atas kepala.

6) *Total Shot (TS)*

Total Shot merupakan jenis shot yang menampilkan keseluruhan objek yang diambil gambarnya.

7) *Establish Shot (ES)*

Shot jenis ini biasanya digunakan untuk memotret keadaan sekitar, maka dari itu pengambilannya merupakan keseluruhan suatu tempat atau pemandangan sehingga memberikan orientasi pada tempat dimana sebuah kejadian atau peristiwa itu terjadi.

8) *Two Shot*

Shot jenis ini digunakan untuk memotret dua orang.

9) *Over Shoulder Shot (OSS)*

Jenis shot ini merupakan pengambilan gambar dimana kamera yang digunakan berada dibelakang salah satu objek/orang sehingga bahu tersebut tampak dan kelihatan didalam *frame*. Sementara objek utama tampak menghadap kekamera dengan latar depan dari bahu lawan main.

C. METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif menurut Bogdan dan Taylor dalam Dr. Mamik (Dr. Mamik, 2015) ialah tata cara pada penelitian yang kemudian dapat menghasilkan suatu data deskriptif yang bisa berupa kata yang tertulis atau lisan dari orang-orang serta perilaku yang dapat diamati.

Adapun penelitian ini menganalisis serta menilai jenis-jenis komposisi dari teori komposisi yang digunakan. Prosedur penelitian dilakukan dengan mengumpulkan data penelitian yang berupa kajian dengan mengkaji langsung *fashion* fotografi pada website majalah Harper's Bazaar "California Dreaming" dengan mengambil 5 sampel foto untuk dikaji, pencarian kepustakaan mengenai teori yang bersangkutan, serta acuan mengenai desain dan fotografi.

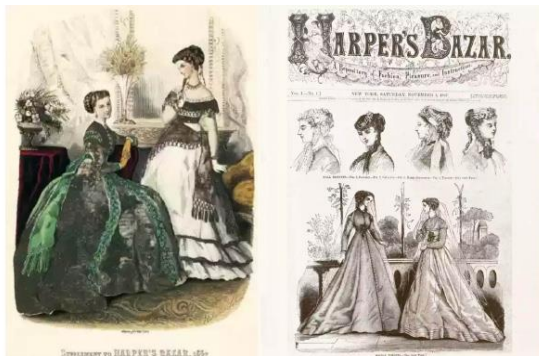
D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Harper's Bazaar merupakan sebuah brand majalah *fashion* terbesar ketiga dunia. Kiprah Harper's Bazaar sebagai majalah *fashion*

bermula pada tahun 1862 yang mana pada saat itu menjadi majalah *fashion* pertama di Amerika Serikat yang mempunyai target kelas menengah dan kelas atas. Pencetus dari majalah ini adalah Fletcher Harper yang merupakan salah satu tokoh dibalik perusahaan keluarga Harper & Brother yang kala itu bergerak dibidang percetakan buku yang berpusat di New York. Terinspirasi dari media yang berasal dari Jerman, berjudul Der Bazar yang menampilkan bermacam-macam *artwork* dan artikel yang mengulas berbagai topik, yang salah satunya mengulas mengenai *fashion*.



Gambar 2. Logo Harper's Bazaar
Sumber: Harper's Bazaar



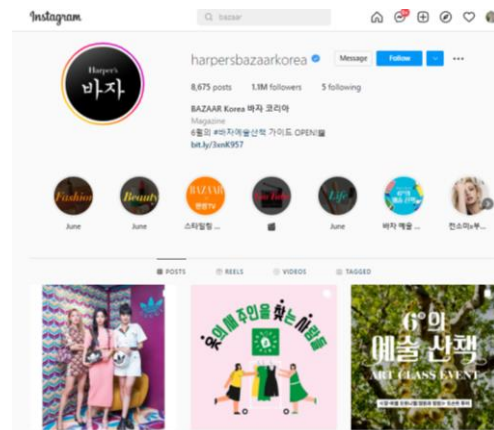
Gambar 3. Cover Majalah Harper's Bazaar pada awal-awal kemunculan

Sumber:
<https://harpersbazaar.co.id/articles/read/1/2017/3305/sejarah-150-tahun-harper-s-bazaar>, 2017

Seiring dengan perkembangan dunia teknologi dan informasi dimana segala hal mampu di digitalisasi, Harper's Bazaar pun merambah ke website dan juga sosial media lain.



Gambar 4. Tampilan Website Harper's Bazaar
Sumber: Website Harper's Bazaar



Gambar 5. Tampilan Instagram Harper's Bazaar
Sumber:
<https://www.instagram.com/harpersbazaarkorea/>, 2022

Dalam website Harper's Bazaar terdapat banyak kategori yang bisa dilihat. Disini penulis melakukan kajian mengenai komposisi visual fotografi *fashion* yang ada pada website Harper's Bazaar "California Dreaming" dengan fotografer Bryan Liston dan penata gaya Alexander Picon serta sampel foto yang diambil untuk dikaji berjumlah 5 foto.

Analisis Foto 1



Gambar 6. *Fashion* Fotografi California Dreaming 1
Sumber:<https://www.harpersbazaar.com/fashion/ph>

[otography/a38647866/california-dreaming-february-2022/](https://www.harpersbazaar.com/fashion/photography/a38647866/california-dreaming-february-2022/), 2022

Komposisi : *Rule of Thirds*

Format : *Landscape*

Tipe Shot : *Medium Long Shot*

Dalam foto yang pertama ini sang fotografer menggunakan komposisi *rule of third* yang mana komposisi ini menggunakan aturan sepertiga sebagai petunjuk untuk memposisikan objek agar posisinya tepat.

Analisis Foto 2



Gambar 7. *Fashion* Fotografi California Dreaming 2
Sumber: <https://www.harpersbazaar.com/fashion/photography/a38647866/california-dreaming-february-2022/>, 2022

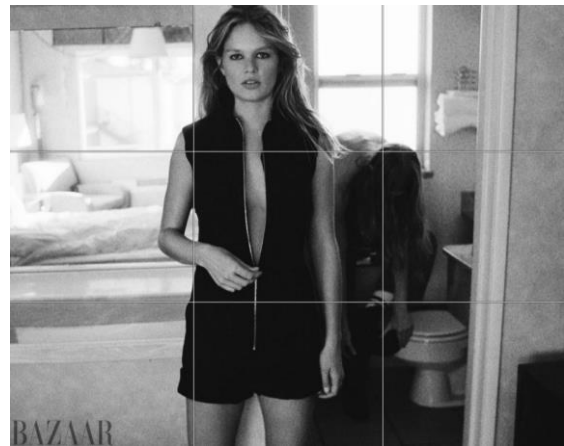
Komposisi : *Frame in Frame*

Format : *Portrait*

Tipe Shot : *Medium Long Shot*

Foto yang kedua ini menggunakan komposisi *frame in frame* yang menjadikan objek lain sebagai *frame* dan memusatkan objek didalam *frame* tersebut hingga menghasilkan foto yang memiliki nilai keindahan.

Analisis Foto 3



Gambar 8. *Fashion* Fotografi California Dreaming 3
Sumber: <https://www.harpersbazaar.com/fashion/photography/a38647866/california-dreaming-february-2022/>, 2022

Komposisi : *Rule of Thirds*

Format : *Landscape*

Tipe Shot : *Medium Long Shot*

Dalam foto yang ketiga ini sang fotografer Alexander Picon menggunakan *point of interest* pada sang model. Meskipun di belakang sang model terdapat hal-hal lain namun yang melihat foto tersebut akan tetap fokus pada sang model.

Analisis Foto 4



Gambar 9. *Fashion* Fotografi California Dreaming 4
Sumber: <https://www.harpersbazaar.com/fashion/photography/a38647866/california-dreaming-february-2022/>, 2022

Komposisi : *Noise*

Format : *Landscape*

Tipe Shot : *Medium Long Shot*

Foto yang keempat menggunakan komposisi *noise* yang merupakan adanya bintik-bintik atau *grain* pada foto tersebut. Biasanya hal ini diakibatkan oleh pengambilan foto ditempat yang kurang cahaya, namun disini fotografer sengaja menggunakan komposisi tersebut dan hasilnya pun terlihat estetik.

Analisis Foto 5



Gambar 10. Fashion Fotografi California Dreaming 5
Sumber: <https://www.harpersbazaar.com/fashion/photography/a38647866/california-dreaming-february-2022/>, 2022

Komposisi : *Fill The Frame*

Format : *Portrait*

Tipe Shot : *Close Up*

Foto yang terakhir ini menggunakan komposisi *fill the frame* dimana model disini difokuskan pada wajahnya dan diambil dengan shot tertentu yang membuatnya memenuhi *frame* pada foto tersebut.

E. KESIMPULAN

Dalam fotografi komersial berjenis foto *fashion* yang dikeluarkan oleh majalah Harper's Bazaar "California Dreaming" dengan fotografer Alexander Picon dengan

sampel foto sebanyak 5 foto menghasilkan kesimpulan bahwa kelima foto tersebut menggunakan komposisi *rule of thirds*, *frame in frame*, *noise*, dan *fill the frame*. Komposisi yang digunakan sang fotografi disini dapat membuat setiap orang yang melihatnya dapat mengerti dan menerima apa yang ingin ditonjolkan dalam foto tersebut. Model dengan produk *fashion* yang dikenakan menjadi *point of interest* pada setiap foto yang diambil. Perpaduan segala macam elemen yang ada didalamnya dipadukan dengan baik dan diperhitungkan dengan matang sehingga hasilnya pun maksimal.

Dalam hal ini juga dapat dilihat bahwa meskipun foto yang dihasilkan terlihat sederhana, namun sebenarnya pada foto *fashion* ini memerlukan kemampuan fotografer yang baik dan pemilihan komposisi fotografi yang baik juga.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Asmoro, S. W., & Pramono, J. (2021). *Desain Media Interaktif SMK/MAK Kelas XII. Kompetensi Keahlian Multimedia. Program Keahlian Teknik Komputer dan Informatika*. Yogyakarta: Andi.
- Erlyana, Y., & Setiawan, D. (2019). Analisis Komposisi Fotografi Pada Foto Editorial "Elephants" Karya Steve Mccurry. *Jurnal Titik Imaji*, 2(2), 71–79. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30813/v2i2.1954>
- Fauziah, N. N., & Sari, M. P. (2021). Analisis Komposisi Elemen Fotografi Foto Produk Mcdonald's Edisi BTS Meal. *DESKOMVIS: Jurnal Ilmiah Desain Komunikasi Visual, Seni Rupa Dan Media*, 2(2), 90–95.

- <https://doi.org/https://doi.org/10.38010/dkv.v2i2.38>
- Hartoko, A. (2013). *50 Kasus Fotografi*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Irawan, E. F. (2021). The Study of Visual Elements in Promotional Photos of Local Fashion “Cotton Ink” Products on Instagram. *Jurnal Desain Indonesia*, 3(1), 11–18. <https://doi.org/https://doi.org/10.52265/jdi.v3i1.75>
- Istiqomah, D., & Sari, M. P. (2021). Fotografi Komersial dalam Foto Potrait Fashion Vogue. *Jurnal Desain*, 9(1), 36–46. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30998/jd.v9i1.9924>
- Karyadi, B. (2017). *Fotografi: Belajar Fotografi*. Bogor: NahlMedia.
- Mamik, D. (2015). *Metodologi Kualitatif*. Sidoarjo: Zifatama Jawara.
- Mulyono, T. T. (2020). Fotografi Instagram: Studi Literatur. *Buana Komunikasi Jurnal Penelitian Dan Studi Ilmu Komunikasi*, 1(2), 120–126.
- Nugroho, Y. W. (2020). *Khazanah Fotografi & Desain Grafis*. Yogyakarta: Deepublish.
- Prasetyo, M. E., & Saputri, R. W. (2021). Kajian Visual Komposisi Simetris Dan Asimetris Fotografi Surreal Fashion Karya Natalie Dybisz. In *Prosiding SNADES 2021 - Kebangkitan Desain & New Media: Membangun Indonesia di Era Pandemi* (pp. 293–301).
- Putrianda, R., & Wiana, W. (2014). Analisis Kualitas Tugas Fashion Photography Pada Mata Kuliah Publikasi Mode. *Fesyen Perspektif*, 6(1), 25–37.
- Sari, M. P., Nisa, R. L., & Apriliani, L. (2020). Analisis Semiotika pada Billboard Campaign A Mild ‘Nanti Lo Juga Paham’. *Edsence: Jurnal Pendidikan Multimedia*, 2(1), 19–27. <https://doi.org/https://doi.org/10.17509/edsence.v2i1.25058>
- Syahputra, D. (2015). *Simple Trick Fotografi Digital Pocket Camera & DSLR*. Jakarta: Lembar Langit.
- Tangke, S. F., Karnadi, H., & Yulianto, Y. H. (2013). Perancangan Fotografi Fashion Nusantara” Atribut Toraja”. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(2), 1–9.