

SKRIPSI
SKEMA ARTIS *CONTENT CREATOR*

**FOTOGRAFI *FASHION* EDITORIAL SEBAGAI MEDIA
PROMOSI PRODUK *THRIFT WHIZ* SECONDFOOTWEAR**

Diajukan sebagai syarat Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar
Sarjana Strata Satu (S1) pada program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Amikom Yogyakarta



Oleh :

Yerikho Cano Mulyo Hartanto 18.96.0903

Dosen Pembimbing:

Kartika Sari Yudaningsgar, S.I.Kom, M.A

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
(2023)

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
SKEMA ARTIS *CONTENT CREATOR***

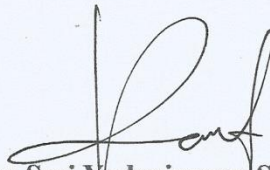
**FOTOGRAFI *FASHION* EDITORIAL SEBAGAI MEDIA
PROMOSI PRODUK *THRIFT WHIZ* SECONDFOOTWEAR**

Diajukan sebagai syarat Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar
Sarjana Strata Satu (S1) pada program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Amikom Yogyakarta

Diajukan oleh:
Yerikho Cano Mulyo Hartanto
18.96.0903

**Menyetujui,
Dosen Pembimbing**



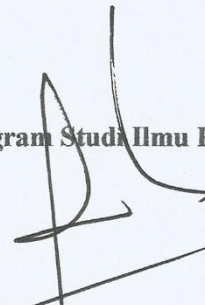
Kartika Sari Yudaninggar, S.Ikom., M.A.
NIK. 190302444

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom
NIK. 190302125

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng
NIK. 190302107

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Yerikho Cano Mulyo Hartanto
NIM : 18.96.0903
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Sosial
Universitas : Universitas Amikom Yogyakarta

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya ilmiah asli, bukan plagiasi dari karya orang lain. Apabila pernyataan ini tidak benar dan ditemukan plagiasi pada karya lain maka saya bersedia menerima sanksi yang telah ditentukan oleh Universitas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipertanggungjawabkan sepenuhnya.

Yogyakarta, 17 Februari 2023

Yang Memberikan Pernyataan



Yerikho Cano Mulyo Hartanto

NIM 18.96.0903

KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta).
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta)
3. Erik Hadi Saputra S.Kom, M. Eng. (Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta)
4. Pembimbing Skripsi Kartika Sari Yudaningsgar, S.I.Kom, M.A yang telah membantu hingga sejauh ini, tanpa beliau skripsi ini tidak akan cepat selesai.
5. Whiz Secondfootwear, Mas Yoga Aptian Fani dan seluruh tim produksi yang membantu memberikan bantuan sehingga skripsi ini cepat selesai. Terkhusus bagi Iwunk, Dhimasfy, Jebe, Vicky telah secara langsung membantu berjalannya skripsi ini.
6. Seluruh Keluarga yang memberikan dukungan penuh baik materi maupun moral dan memotivasi saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan maksimal.

7. Teman-teman rekan seperjuangan Ilmu Komunikasi 08 terutama teman-teman kos Yadara dan ACHT Esport yang selalu menemani dan *sharing* dalam proses penyusunan skripsi ini. Terkhusus bagi Rai, Hansel, Jodi, Reza, Izky, Putra, Irfan, Arka, Joko, Bagus, Salman telah secara langsung dalam membantu berjalannya skripsi ini.
8. Sahabat saya Farah Alvianing Naddiya dan Fransiska Regina F.S yang selalu membantu dan memberikan dukungan kepada saya hingga selesai penulisan skripsi ini.
9. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah mendukung, mendoakan dengan tulus dan ikhlas.

Dalam penulisan skripsi ini tentu penulis masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu segala bentuk kritik dan saran yang membangun akan sangat membantu untuk menyempurnakan penulisan skripsi ini dan tentunya dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Yogyakarta, 17 Februari 2023



Penulis
Yerikho Cano Mulyo Hartanto

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR BAGAN	x
INTISARI.....	xi
<i>ABSTRACT</i>	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Fokus Permasalahan dan Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan.....	7
1.4. Manfaat.....	7
1.4.1. Manfaat Praktis	7
1.4.2. Manfaat Akademis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Referensi Karya.....	8
2.2. Landasan Teori	11
2.2.1. Fotografi Fashion Editorial	11
2.2.2. Teknik Fotografi <i>Strobist</i>	12
2.2.3. Fotografi Sebagai Media Promosi	14
BAB III RENCANA PERANCANGAN KARYA.....	16
3.1. Gambaran Rancangan Karya.....	16
3.1.1. Judul Content dan Kategori: <i>Visual Content Creator (Fotografi)</i>	16
3.1.2. Format Konten: <i>Editorial Photography</i>	16
3.1.3. Format Media: Instagram, Behance, Majalah Cetak	16

3.1.4. Volume Konten:.....	17
3.1.5. Target Audiens:.....	17
3.1.6. Periode Publikasi Konten.....	18
3.2. Gambaran Isi Pesan Karya	18
BAB IV ULASAN KARYA.....	20
4.1. Deskripsi Karya.....	20
4.1.1. Foto	20
4.1.2. Majalah	54
4.1.3. Behance.....	56
4.1.4. Instagram	56
4.1.5. Uraian Konsep Karya.....	58
4.2. Uraian Proses Produksi	59
4.3. Uraian Tahapan Proses Produksi.....	60
4.4. Kendala dan Pemecahan Masalah	64
BAB V PENUTUP.....	65
5.2. Saran	66
5.2.1. Untuk Whiz Secondfootwear.....	66
5.2.2. Untuk <i>Content Creator</i>	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN.....	70

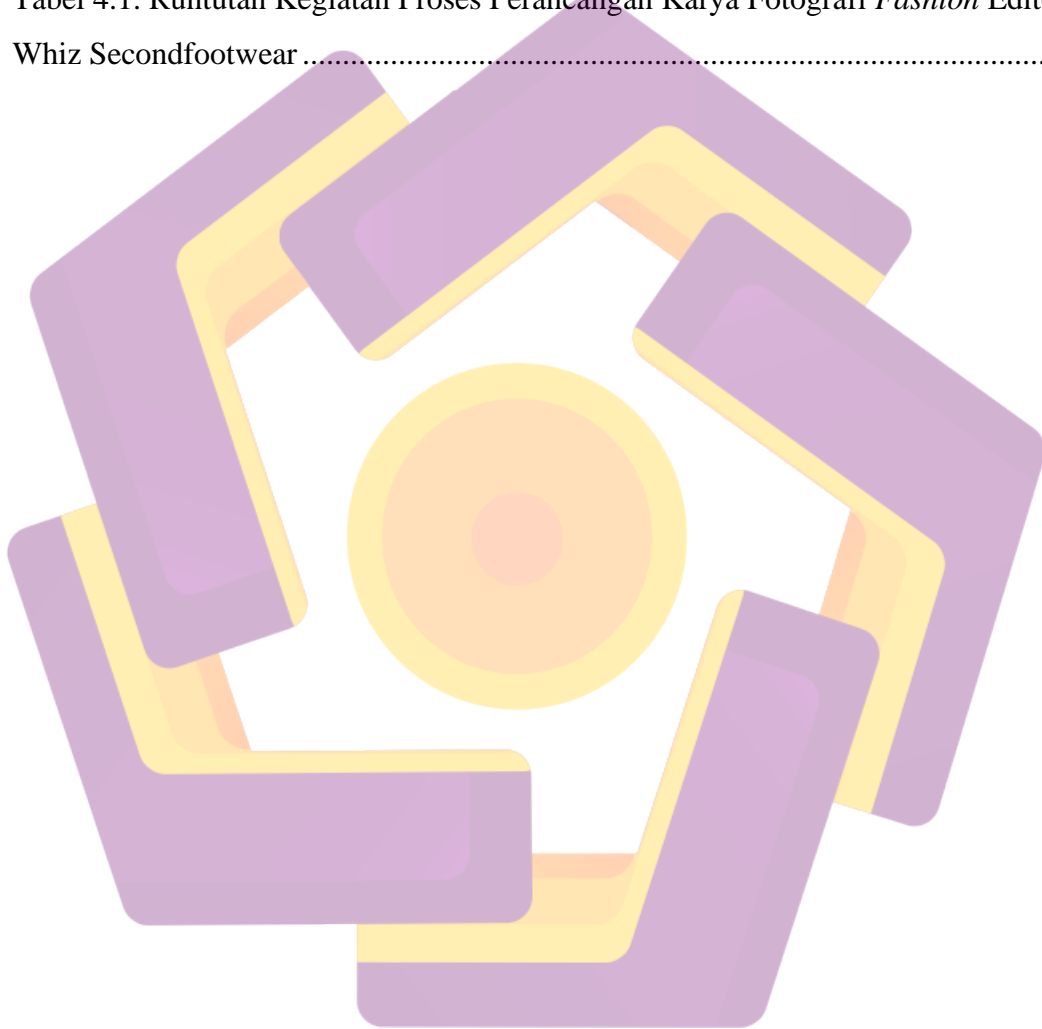
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Onitsuka Tiger Autumn/Winter 2020: A Fusion Of Fashion.....	8
Gambar 2.2. <i>Photoshoot</i> for @neimu.official by Long Tran.....	9
Gambar 2.3. Modern Thrift Magazine design by Abby Basham, Carly Tan, Isabel Hansemann, April 2020	10
Gambar 4. 1 Karya Fotografi <i>Fashion</i> Editorial Whiz Secondfootwear	20
Gambar 4. 2 Skema Pemotretan.....	21
Gambar 4. 3 Karya Fotografi <i>Fashion</i> Editorial Whiz Secondfootwear	22
Gambar 4. 4 Skema Pemotretan.....	23
Gambar 4. 5 Karya Fotografi <i>Fashion</i> Editorial Whiz Secondfootwear	24
Gambar 4. 6 Skema Pemotretan.....	25
Gambar 4. 7 Karya Fotografi <i>Fashion</i> Editorial Whiz Secondfootwear	26
Gambar 4. 8 Skema Pemotretan.....	27
Gambar 4. 9 Karya Fotografi <i>Fashion</i> Editorial Whiz Secondfootwear	28
Gambar 4. 10 Skema Pemotretan.....	29
Gambar 4. 11 Karya Fotografi <i>Fashion</i> Editorial Whiz Secondfootwear	30
Gambar 4. 12 Skema Pemotretan.....	31
Gambar 4. 13 Karya Fotografi <i>Fashion</i> Editorial Whiz Secondfootwear	32
Gambar 4. 14 Skema Pemotretan.....	33
Gambar 4. 15 Karya Fotografi <i>Fashion</i> Editorial Whiz Secondfootwear	34
Gambar 4. 16 Skema Pemotretan.....	35
Gambar 4. 17 Karya Fotografi <i>Fashion</i> Editorial Whiz Secondfootwear	36
Gambar 4. 18 Skema Pemotretan.....	37
Gambar 4. 19 Karya Fotografi <i>Fashion</i> Editorial Whiz Secondfootwear	38
Gambar 4. 20 Skema Pemotretan.....	39
Gambar 4. 21 Karya Fotografi <i>Fashion</i> Editorial Whiz Secondfootwear	40
Gambar 4. 22 Skema Pemotretan.....	41

Gambar 4. 23 Karya Fotografi <i>Fashion</i> Editorial Whiz Secondfootwear	42
Gambar 4. 24 Skema Pemotretan.....	43
Gambar 4. 25 Karya Fotografi <i>Fashion</i> Editorial Whiz Secondfootwear	44
Gambar 4. 26 Skema Pemotretan.....	45
Gambar 4. 27 Karya Fotografi <i>Fashion</i> Editorial Whiz Secondfootwear	46
Gambar 4. 28 Skema Pemotretan.....	47
Gambar 4. 29 Karya Fotografi <i>Fashion</i> Editorial Whiz Secondfootwear	48
Gambar 4. 30 Skema Pemotretan.....	49
Gambar 4. 31 Karya Fotografi <i>Fashion</i> Editorial Whiz Secondfootwear	50
Gambar 4. 32 Skema Pemotretan.....	51
Gambar 4. 33 Karya Fotografi <i>Fashion</i> Editorial Whiz Secondfootwear	52
Gambar 4. 34 Skema Pemotretan.....	53
Gambar 4. 35 <i>Cover</i> Whiz Magazine.....	54
Gambar 4. 36 Majalah Cetak Whiz Magazine	55
Gambar 4. 37 Majalah Digital Whiz Magazine	55
Gambar 4. 38 Majalah Digital pada Behance	56
Gambar 4. 39 Instagram Whiz Secondfootwear	57
Gambar 4. 40 Konten Instagram <i>Stories</i> Whiz Secondfootwear	57
Gambar 4. 41 Sketsa <i>Brainstorming</i> dengan Mitra.....	61
Gambar 4. 42 <i>Cover</i> Thrasher Magazine Sneak Peek: Trunk Boys November 2012.	62
Gambar 4. 43 <i>Mood Board Photoshoot</i> Whiz Magazine	63
Gambar 4. 44 Proses <i>Editing</i> Foto	63

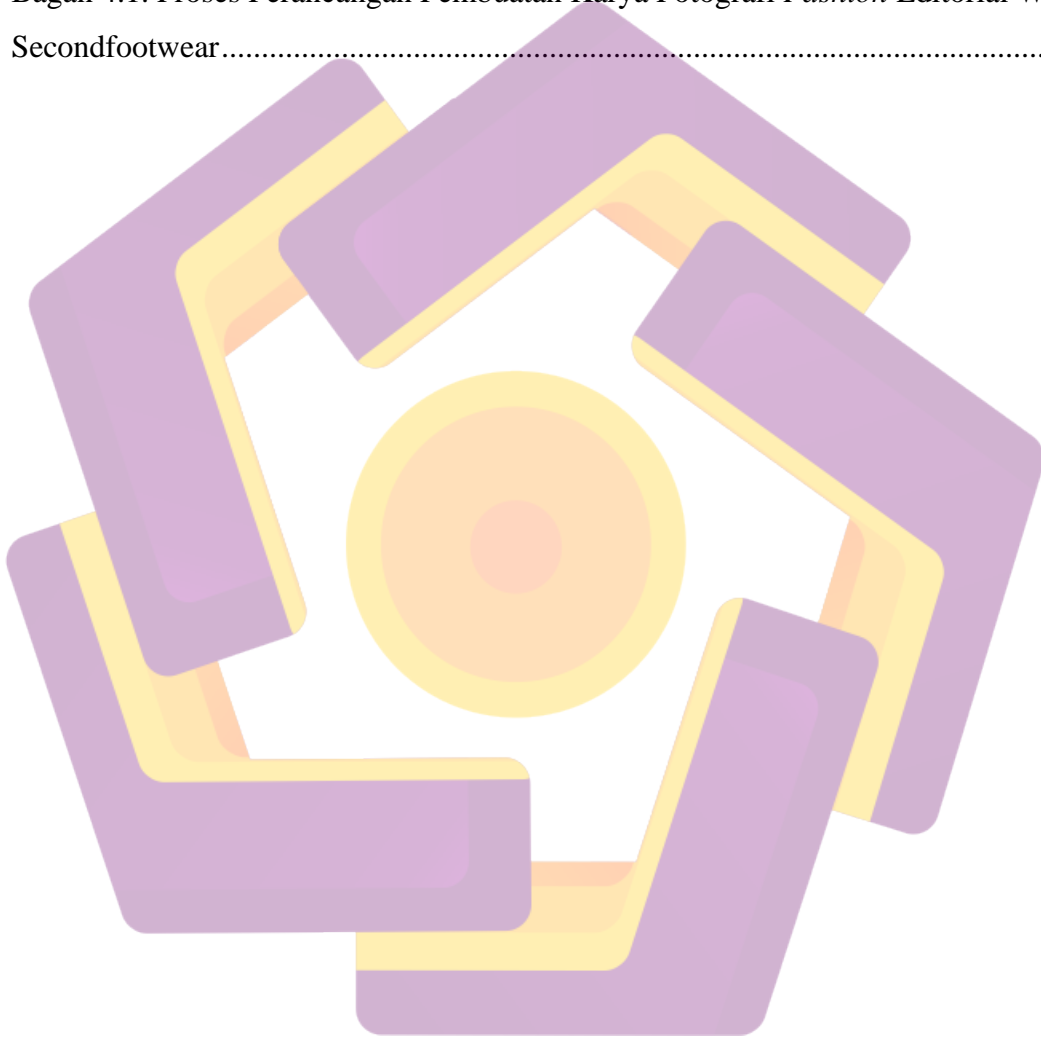
DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Volume Konten.....	17
Tabel 4.1. Runtutan Kegiatan Proses Perancangan Karya Fotografi <i>Fashion</i> Editorial Whiz Secondfootwear.....	59



DAFTAR BAGAN

Bagan 4.1. Proses Perancangan Pembuatan Karya Fotografi <i>Fashion</i> Editorial Whiz Secondfootwear.....	60
--	----



INTISARI

Pembuatan karya fotografi *fashion* editorial ini merupakan bentuk kreativitas dan inovasi yang terkonsep dari peneliti dan Whiz Secondfootwear. Bertujuan untuk menghasilkan karya fotografi *fashion* editorial yang dapat digunakan sebagai media promosi produk *thrift* Whiz Secondfootwear. Penciptaan hasil karya fotografi *fashion* editorial ini dilakukan dengan metode mengeksplorasi menggunakan teknik fotografi strobist dengan menggunakan tata cahaya dasar *key light*, *fill light*, dan *back light*. Penciptaan karya fotografi ini diwujudkan ke dalam sembilan belas karya fotografi. Karya fotografi *fashion* editorial yang dihasilkan memperlihatkan model menggunakan *best outfit* dari Whiz Secondfootwear dan model yang bereksplorasi berlatar belakang toko Whiz Secondfootwear. Karya fotografi *fashion* editorial ini diimplementasikan ke dalam bentuk karya majalah cetak dan majalah digital yang dapat diakses melalui Behance. Karya fotografi yang dihasilkan juga diimplementasikan ke dalam bentuk konten *post* Instagram untuk kebutuhan promosi.

Kata Kunci: fotografi *fashion* editorial, *thrift*, *strobist*, promosi

ABSTRACT

The creation of this editorial fashion photography work is a form of creativity and innovation conceptualized by researchers and Whiz Secondfootwear. Baims to produce editorial fashion photography works that can be used as a promotional medium for Whiz Secondfootwear thrift products. The creation of this editorial fashion photography work is carried out by exploring using strobist photography techniques using the basic lighting system of key light, fill light, and back light. The creation of this photographic work was embodied into nineteen photographic works. The resulting editorial fashion photography work shows models using best outfits from Whiz Secondfootwear and models exploring the background of the Whiz Secondfootwear store. This editorial fashion photography work is implemented into the form of print magazine and digital magazine works accessible through Behance. The resulting photographic work is also implemented into the form of Instagram post content for promotional needs.

Keywords: *editorial fashion photography, thrift, storbist, promotion*