

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Whiz Secondfootwear sebagai *thrift shop* yang aktif dalam industri *thrift* menginginkan karya yang menarik dan dapat digunakan sebagai media promosi baru untuk meningkatkan penjualan. Untuk mewujudkan tujuan tersebut perlu rancangan ide konten yang menarik dan inovatif guna memikat pembeli untuk mengunjungi toko secara *online* atau *offline*. Penulis menentukan fotografi *fashion* editorial sebagai konsep karya yang cocok sebagai media promosi baru untuk Whiz Secondfootwear. Karya yang dibuat merupakan bentuk upaya kreativitas dan inovasi yang terkonsep dari penulis dan Whiz Secondfootwear. Perlu perencanaan yang matang untuk menghasilkan karya yang menarik untuk dinikmati oleh *audiens* yang melihat.

Sebagai *thrift shop* Whiz Secondfootwear dapat menggunakan fotografi *fashion* editorial sebagai media promosi baru dengan menampilkan produk *thrift* yang dipadukan ke dalam *outfit* dengan konsep *streetwear* yang menarik sesuai target pasar Whiz Secondfootwear. Fotografi *fashion* editorial memberikan kesempatan bagi fotografer, *stylist* dan tim untuk berekspresi secara kreatif pada karya yang dibuat. Peneliti melakukan eksplorasi dengan konsep yang tersusun pada setiap proses pembuatan karya. Eksplorasi mencakup penggunaan teknik fotografi *strobist* agar menciptakan pencahayaan yang kreatif dan dramatis. Menggunakan lensa 7.5mm guna menambah keunikan pada hasil karya yang diciptakan, dan sudut pengambilan gambar yang menampilkan formasi pada model yang pas dan dapat menampilkan pesan pada karya yang dibuat. Karya foto yang dihasilkan diimplementasikan ke dalam bentuk majalah, Behance, dan Instagram *post* yang menarik untuk kebutuhan promosi Whiz Secondfootwear pada media digital dan cetak.

5.2. Saran

5.2.1. Untuk Whiz Secondfootwear

Persaingan pada bisnis *thrift shop* semakin ketat diharapkan Whiz Secondfootwear terus berinovasi dalam membuat konten untuk kebutuhan promosi. Konsisten, aktif dan kreatif pada berbagai media khususnya sosial media agar dapat memperkuat citra merek dan konsumen tertarik untuk melakukan transaksi atas barang yang ditawarkan.

5.2.2. Untuk Content Creator

Perlu untuk *content creator* khususnya fotografer untuk berani eksplorasi dari teknik dan konsep foto yang akan dibuat. Namun tidak hanya sekedar idealis dengan karya yang dibuat, perlu memperhatikan efektifitas dalam karya yang akan dibuat. Komunikasi dengan mitra sangat penting untuk menghasilkan karya sesuai dengan permintaan mitra dan efektif sesuai kebutuhan. Kesalahan peneliti dalam *cropping* yang kurang pas hingga memotong yang harusnya terlihat utuh seperti sepatu menjadi pelajaran untuk peneliti selanjutnya untuk lebih teliti. Kekurangan peneliti untuk memperhatikan detail yang harusnya tidak masuk *frame* sehingga mengganggu. Menjadi pelajaran bagi peneliti selanjutnya untuk memperhatikan secara detail objek yang seharusnya tidak masuk pada *frame*.