

## Pengenalan Bounty Group Melalui *Magazine* Dalam Fotografi Dokumenter

Fadhilatun Niswah<sup>1</sup>, I Made Saryana<sup>2</sup>, I Made Bayu Pramana<sup>3</sup>, I Komang Yorda Garmita<sup>4</sup>  
<sup>1,2,3,4</sup>Institut Seni Indonesia Denpasar  
<sup>1</sup>fadhilatunniswah18@gmail.com

### Abstrak

Bounty Group merupakan salah satu perusahaan swasta yang ada di Bali. Bounty Group bergerak dibidang pariwisata, penyedia layanan barang dan jasa, *restaurant*, dan *daily night club*. Perusahaan ini memiliki beberapa strategi pemasaran untuk mempromosikan keunggulan mereka. Promosi tersebut dilakukan dengan dua cara, yakni: melalui media digital pada beberapa platform dan juga secara langsung dengan mengikuti *table top*. *Table top* merupakan ajang promosi perusahaan dengan bahan promosi berupa *flyer* dan brosur, permasalahan yang sering ditemukan oleh pengunjung ialah ketidak lengkapan informasi yang mereka dapatkan melalui *flyer* dan brosur. Dengan adanya kekurangan tersebut maka penulis menciptakan media baru untuk berpromosi. Media tersebut berupa media massa cetak, yaitu *magazine*. *Magazine* tersebut memuat konten yang berisikan keunggulan lokasi, barang, makanan dan minuman, pelayanan, dan juga jasa dari setiap outlet yang Bounty Group pimpin. Selanjutnya, metode yang digunakan penulis dalam proses penciptaan yaitu metode EDFAT yang diperkuat dengan teori estetika tataran ideasional dan estetika tataran teknis. Metode tersebut digunakan oleh penulis untuk menjadi pedoman dalam menghasilkan karya. Karya yang ada divisualkan melalui fotografi dokumenter. Fotografi dokumenter dipilih agar pembaca dapat dengan mudah memahami isi dari foto yang diciptakan. Melalui fotografi dokumenter yang dikemas dalam bentuk *magazine*, penulis dapat menciptakan media promosi yang menarik dan berkualitas. Sehingga, Bounty Group dapat meningkatkan citra dan keberadaan mereka di pasar, serta memberikan nilai tambah kepada konsumen dengan menampilkan konten yang berkualitas dan informasi yang lebih detail dan jelas. Hal ini juga dapat membantu perusahaan untuk memperluas pasar mereka dan meningkatkan keuntungan mereka di industri yang semakin kompetitif.

Kata Kunci: promosi, bounty group, fotografi dokumenter, *magazine*

### Abstract

*Bounty Group is a private company in Bali. Bounty Group operates in the tourism sector, providing goods and services, restaurants and daily night clubs. This company has several marketing strategies to promote their advantages. This promotion is carried out in two ways, namely: through digital media on several platforms and also directly by attending table tops. Table top is a company promotional event with promotional materials in the form of flyers and brochures. The problem often encountered by visitors is the incomplete information they get through flyers and brochures. With these shortcomings, the author created new media for promotion. The media is in the form of printed mass media, namely magazines. The magazine contains content containing the advantages of location, goods, food and drinks, services and services from each outlet that Bounty Group leads. Furthermore, the method used by the author in the creation process is the EDFAT method which is strengthened by aesthetic theory at the ideational level and aesthetics at the technical level. This method is used by the author to serve as a guide in producing work. Existing works are visualized through documentary photography. Documentary photography was chosen so that readers can easily understand the contents of the photos created. Through documentary photography packaged in magazine form, authors can create attractive and high-quality promotional media. So, Bounty Group can improve their image and presence in the market, as well as provide added value to consumers by displaying quality content and more detailed and clear information. It can also help companies to expand their markets and increase their profits in an increasingly competitive industry.*

Keywords: promotion, bounty group, documentary photography, *magazine*

## PENDAHULUAN

Promosi atau pengenalan menurut Kotler dan Armstrong dalam (Octabelina, 2021) adalah aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan untuk membeli produk itu. Promosi merupakan segala bentuk komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan, membujuk (*persuade*), atau mengingatkan orang-orang tentang produk yang dihasilkan oleh suatu wilayah. Promosi merupakan paduan spesifik periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, komunikasi desain visual/fotografi, penjualan personal dan sarana pemasaran langsung yang digunakan perusahaan untuk mengkomunikasikan nilai-nilai yang dimiliki oleh perusahaan tersebut (Saputra, A., Rahmawati, R., Ismail, H., Rakhmat, R., & Santoso, H., 2023: 57). Bentuk dari media promosi atau pengenalan juga bermacam-macam. Bisa berupa *soft file* maupun *hard file*. Salah satu contoh umum dan paling mudah ditemui media promosi dalam bentuk *soft file* adalah melalui sosial media. Sedangkan, contoh umum dalam bentuk *hard file* dapat ditemui dalam bentuk *magazine* atau majalah.

*Magazine* atau yang sering dikenal dengan majalah adalah media massa cetak yang berisikan sebuah informasi dan hiburan. Informasi yang dimaksud adalah tulisan-tulisan yang ada di dalamnya yang mengandung unsur informatif bagi pembaca. Sedangkan unsur hiburan yang terdapat dalam sebuah majalah adalah gambar-gambar yang termuat di dalamnya (Pusporini, T., 2005). Fungsi dari *magazine* pun berdeda-beda sesuai dengan informasi yang termuat di dalamnya. Informasi tersebut dapat sebuah berupa perayaan, baik perayaan tempat atau sesuatu yang bersangkutan dengan hal kebudayaan, keagamaan, dan kenegaraan. Tidak hanya demikian, *magazine* dapat berisi juga pengenalan seorang tokoh masyarakat, makanan, hingga pengenalan sebuah tempat. Pengenalan sebuah tempat biasanya akan dikhususkan sebagai salah satu media promosi.

Tempat-tempat yang dimaksud dapat berupa tempat wisata ataupun perusahaan-

perusahaan yang berkembang di masyarakat. Perusahaan-perusahaan yang dimaksud tidak hanya yang dinaungi oleh negara, akan tetapi juga termasuk perusahaan yang dinaungi oleh perseorangan dan swasta (Gramedia, 2023)

Salah satu perusahaan swasta di Bali yang cukup besar adalah Bounty Group. Bounty Group merupakan perusahaan pertama yang memelopori adanya wisata bahari di Bali yang dimana hal tersebut bergerak dalam bidang pariwisata. Tidak hanya bergerak dalam bidang pariwisata, akan tetapi juga dalam bidang penyedia barang dan jasa, kuliner, dan hiburan. Sehingga, Bounty Group juga membantu menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat karena mereka tidak hanya mengoperasikan satu *outlet* saja.

Bounty Group terletak di Jalan Nakula No. 66, Pemecutan Klod, Denpasar Barat, Kota Denpasar, Bali. Pada awalnya Bounty Group menaungi 11 perusahaan termasuk penyedia layanan *tour and travel*, *hotel and spa*, *resort*, dan *coffe shop*. Namun, pada saat pandemi covid-19 perusahaan-perusahaan itu diharuskan tutup karena kendala menurunnya jumlah pengunjung hingga tempat-tempat yang ada menjadi terbengkalai. Kini Bounty Group memimpin 4 perusahaan yang bergerak dibidangnya masing-masing, yakni: Ja'an Bali, Paddy's Pub, Bounty Cruises, Matadewa 66. Dengan menurunnya jumlah pengunjung dari setiap *outlet* yang ada dan asingnya masyarakat dengan Bounty Group, maka penulis terinspirasi untuk melakukan sebuah pengenalan sekaligus promosi mengenai Bounty Group yang didokumentasikan melalui fotografi dokumenter.

Foto dokumenter mengisahkan suatu peristiwa ke dalam gambar yang menitik beratkan kepada peristiwa yang bersejarah dan bersifat dokumentasi serta bisa dipublikasikan kapan saja tanpa adanya batasan waktu. Fotografi dokumenter ini juga bercerita tentang lokasi yang akan dipromosikan (Febriyanto et al., 2022). Disisi lain fotografi dokumenter adalah teknik memotret yang paling dekat dengan kita karena unsur utama objeknya adalah

momen-momen yang tercipta setiap harinya. Dalam buku berjudul *Paparazzi karya* (Atok Sugiarto 2005: 68-70), fotografi dokumenter serupa dengan sinopsis film. Foto dokumenter menceritakan jalan cerita acara atau peristiwa dengan media foto, karena dokumentasi bersifat mengumpulkan bukti mengenai acara atau peristiwa dengan kamera. Pada hakikatnya fotografi bersifat dokumentatif yang dalam istilah fotografi dikenal dengan sebutan fotografi dokumenter karena hasil rekamnya berasal dari realitas yang ada, baik itu berupa benda mati maupun makhluk hidup (Antopani, 2015: 31). Namun, hasil akhir dari foto tersebut tidak hanya sebuah file mentah tanpa sentuhan edit didalamnya. *Editing* yang dilakukan akan memperkuat karakter gambar yang dihasilkan. Hal itu juga akan lebih menonjolkan estetika yang berusaha ditampilkan oleh pencipta.

Pada tulisan ini penulis akan menggunakan dokumen pribadinya yang telah diolah sedemikian rupa sesuai dengan karakter perusahaan yang ada untuk disatukan menjadi sebuah *magazine*. Dengan demikian tujuan penulisan kali ini yaitu untuk memperkenalkan Bounty Group kepada khalayak umum dan juga sebagai media promosi melalui media massa cetak. Hal tersebut diharapkan mampu meningkatkan jumlah pengunjung dari setiap perusahaan yang Bounty Group pimpin. Berdasarkan uraian di atas, maka penulis merumuskan beberapa permasalahan berikut ini:

1. Bagaimana strategi pengenalan Bounty Group melalui *magazine*?
2. Apakah keunggulan Bounty Group yang perlu dikenalkan melalui *magazine*?
3. Bagaimana proses pembuatan fotografi dokumenter untuk memperkenalkan Bounty Group dalam konten *magazine*?

## TINJAUAN PUSTAKA

### Tinjauan Tentang Bounty Group

Pada awal berdirinya Bounty Group, perusahaan tersebut dipimpin oleh Bapak I Gde Wiratha. Bapak Gde juga merupakan pencetus dibentuknya perusahaan tersebut. Pada masa awal berdirinya ada 11 perusahaan termasuk

penyedia layanan *tour and travel, hotel and spa, resort, dan coffe shop*. Namun, pada saat pandemi covid-19 perusahaan-perusahaan itu diharuskan tutup karena kendala menurunnya jumlah pengunjung hingga tempat-tempat yang ada menjadi terbengkalai.

Pada masa kepemimpinan sekarang, Bounty Group telah dialihkan kepemimpinannya kepada putra semata wayang Bapak Gde, yakni Putu Calvin Wiratha. Bapak Calvin. Kini, dibawah kepemimpinan Bapak Calvin Bounty Group menaungi 4 perusahaan besar yang ada di Bali. Perusahaan-perusahaan tersebut, yakni: Ja'an Bali, Paddy's Pub, Bounty Cruises, dan Matadewa 66. 4 perusahaan tersebut bergerak pada bidangnya masing-masing.

Ja'an Bali adalah salah satu perusahaan di bawah naungan Bounty Group. Ja'an Bali sendiri termasuk perusahaan yang bergerak di bagian resto dan hiburan. Acara-acara besar yang masih dilaksanakan oleh Ja'an Bali secara berkala, yakni: *Sing Along With Ja'an, Ja'an Out Of Disco*, dan Ja'an Kearifan Lokal. Pada acara-acara tersebut Ja'an Bali akan mengundang musisi-musisi yang ada di Indonesia, mulai dari musisi lokal hingga yang bertaraf nasional. Perusahaan tersebut terletak di Jl. Raya Seminyak No.10, Seminyak, Kec. Kuta, Kabupaten Badung, Bali. Sedangkan, untuk waktu buka, Ja'an Bali buka mulai pukul 18.00 – 03.00 WITA.

Paddy's Pub merupakan perusahaan yang bergerak di bidang hiburan. Perusahaan ini juga berada di bawah naungan Bounty Group. Paddy's Pub terletak di Jl. Raya Legian No.166, Kuta, Kec. Kuta, Kabupaten Badung, Bali. Acara besar yang dilaksanakan secara rutin di Paddy's Pub adalah *DJ Event* Acara tersebut dilaksanakan setiap hari Jumat dan Sabtu dengan mengundang *DJ* lokal. Promo yang terkenal yakni *Happy Hour* yang dimana promo ini berlangsung dari jam 00.00-tutup.

Perusahaan selanjutnya yang dinaungi oleh Bounty Group adalah Bounty cruises. Bounty Cruises merupakan perusahaan pertama yang memperkenalkan wisata bahari di Bali

dengan armada utamanya MV. Bounty Cruises, lokasi Bounty Cruises sendiri berada di Jl. Wahana Tirta I, Pelabuhan Bena, Denpasar Selatan, Kota Denpasar, Bali. Bounty Cruises berlayar di perairan Bena dengan kegiatan hariannya yaitu sunset dinner cruise. Umumnya kegiatan tersebut dilaksanakan dalam waktu kurang lebih 2,5 jam mulai pukul 18.00 – 20.30 WITA. Salah satu pencapaian terbesar adalah terlaksananya acara World Tourism Day 2022. Selain itu, Bounty Cruises juga dapat disewa untuk melaksanakan acara-acara pribadi maupun acara kantor, seperti: *meeting*, *anniversary*, reuni, bahkan konser seperti *Dewata Project*.

Matadewa 66 merupakan perusahaan yang bergerak di bidang penyedia jasa dan barang. Jasa yang di maksud disini adalah mengatur tatanan *lighting* pada saat terselerenggarakan konser atau acara besar yang menyewa alat/barang yang matadewa 66 miliki. Selain itu, jasa lain yang ditawarkan adalah pengaturan *sound system* pada *event* guna mendapatkan suara yang maksimal. Disisi lain Matadewa 66 juga menyediakan jasa *DJ* untuk meramaikan acara yang telah direncanakan oleh *client*. Penyediaan barang yang dimaksud yaitu penyewaan alat-alat yang berfokus pada *sound system*. *Sound system* yang disewakan bukanlah barang kecil yang hanya mampu untuk acara-acara lokal. Akan tetapi, Matadewa 66 juga mampu menyediakan *sound system* untuk acara yang berskala nasional. Matadewa 66 terletak di Jalan Nakula, No. 18, Legian, Kec. Kuta, Kab. Badung, Bali.

### Tinjauan Promosi Pengenalan

Promosi pengenalan menurut Julian Cummins, mendefinisikan promosi sebagai serangkaian teknik yang digunakan untuk mencapai sasaran penjualan atau pemasaran dengan penggunaan biaya yang efektif, dengan memberikan nilai tambah pada produk atau jasa baik kepada para perantara maupun pemakai langsung, biasanya tidak dibatasi dalam jangka waktu tertentu (Rachmanto, 2018)

Menurut Rangkuti promosi dilakukan oleh suatu perusahaan dengan tujuan

membertitahukan keberadaan produk tersebut serta memberi keyakinan tentang manfaat produk tersebut kepada pembeli. Promosi merupakan salah satu cara yang digunakan untuk meningkatkan volume penjualan. Dalam menjalankan promosi ada beberapa jenis promosi yang efektif. Hal tersebut dapat menjadikan produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan dapat terjual secara maksimal (Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R., 2019: 75).

Jenis-jenisnya yaitu: promosi secara fisik, promosi melalui media tradisional, dan promosi melalui media digital. Promosi secara fisik biasanya dilakukan secara langsung melalui pertemuan fisik. Hal ini terjadi pada saat ada acara-acara besar yang khusus diadakan untuk memberikan wadah bagi perusahaan-perusahaan untuk melakukan promosi atau pada acara-acara tertentu yang diadakan di suatu tempat seperti pameran, bazar, festival, konser, dan sebagainya. Sedangkan, promosi secara tradisional adalah promosi melalui media massa cetak, seperti: koran, majalah, tabloid, dan sejenisnya. Tidak hanya itu, promosi tradisional juga dilakukan melalui media elektronik seperti radio dan televisi serta media di luar ruangan seperti iklan *banner* atau papan reklame atau papan *billboard*. Terakhir adalah promosi melalui media digital yaitu media digital yang mencakup media internet dan sosial media. Media sosial adalah cara modern untuk berpromosi karena memungkinkan orang melihat produk atau jasa yang dipromosikan melalui teknologi terkini seperti ponsel atau laptop (Putra dan Yasa, 2019: 4).

### Tinjauan Tentang Magazine

Menurut Suryawati, menyatakan bahwa majalah adalah media komunikasi yang menyajikan informasi secara dalam, tajam, dan memiliki nilai aktualitas yang lebih lama dibandingkan dengan surat kabar dan tabloid, serta menampilkan gambar atau foto lebih banyak (Ramli, 2020)

Majalah atau *magazine* adalah sebuah media publikasi yang memuat artikel-artikel. Selain memuat artikel, *magazine* juga merupakan publikasi yang berisi cerita pendek,

gambar, review, ilustrasi atau fitur lainnya yang mewarnai isi dari majalah. Oleh karena itu, majalah dijadikan salah satu pusat informasi bacaan yang sering dijadikan bahan rujukan oleh para pembaca dalam mencari sesuatu hal yang diinginkannya (Permatasari, 2012: 6).

Seiring berkembangnya zaman, *magazine* tidak hanya diterbitkan dalam bentuk cetakan. Akan tetapi, juga dalam bentuk digital. Meskipun demikian, dalam tahap penciptaan dan pengolahannya, *magazine* harus tetap mempertahankan fungsinya. Fungsi dari *magazine* yang dimaksud yaitu: dapat menjadi sumber informasi, menjadi media komunikasi, peningkatan kreatifitas, sebagai penghibur, dan tentunya sebagai media promosi yang jelas dengan kelengkapan gambar dan tulisan yang termuat didalamnya (Permatasari, 2012: 8).

Dari ketiga jenis promosi yang ada, Bounty Group lebih sering menggunakan promosi jenis tradisional dan melalui media digital. Hal itu dilakukan karena dirasa paling efektif dan paling mudah. Terlebih generasi sekarang lebih dekat dengan hal yang berbau digital. Namun, pada beberapa waktu terakhir ini Bounty Group juga mulai gencar melakukan promosi secara fisik. Promosi tersebut ternyata juga mampu menarik tamu secara efektif. Dengan demikian, penulis terinspirasi untuk menciptakan *magazine* dalam membantu promosi Bounty Group jenis fisik.

### Tinjauan Tentang Fotografi Dokumenter

Seni Fotografi menyebutkan bahwa seni fotografi bisa dikatakan sebagai kegiatan penyampaian pesan secara visual dari pengalaman yang dimiliki seniman/fotografer kepada orang lain dengan tujuan orang lain mengikuti jalan pikirannya. Supaya tercapai proses penyampaian pesan ini maka harus melalui beberapa persyaratan komunikasi yang baik, yaitu konsep AIDA, yaitu: *Attention, Interest, Desire, and Action* atau perhatian, ketertarikan, keinginan, dan tindakan. Dimana maksud dari hal tersebut adalah seni fotografi harus menimbulkan perhatian (*attention*) orang-orang untuk melihat karya sang seniman/fotografer, lalu mampu menimbulkan

ketertarikan (*interest*) akan karya serta pesan yang berusaha ditampilkan oleh seniman/fotografer, kemudian menimbulkan keinginan (*desire*) untuk mengetahui lebih jauh pesan yang disampaikan, dan juga menimbulkan tindakan (*action*) seperti yang diharapkan oleh seniman/fotografer sesuai pesan yang disampaikannya (Herlina, Y., 2003).

Pada pembahasan yang lain disebutkan bahwa fotografi memiliki *genre*/aliran yang bermacam-macam. Hal itu juga yang membedakan hasil serta pesan yang disampaikan dari gambar yang diciptakan oleh fotografer. *Genre*/aliran-aliran yang dimaksud yaitu: *portrait, fashion, fine art, nature, still life, food, travel, street, model, architectural, aerial, underwater, documentary, etc* (Kurniawansyah, 2020: 14). Penulis tertarik untuk menggunakan salah satu *genre* fotografi *documentary photography* atau fotografi dokumenter karena dirasa paling dekat dan mudah dimengerti oleh khalayak umum. *Genre* tersebut juga dirasa valid untuk mendeskripsikan *moment* yang tercipta.

Irwandi menyebutkan bahwa fotografi dokumenter merupakan cabang fotografi yang sudah berkembang seiring dengan kemajuan teknologi dan informasi saat ini, sifat fotografi dokumenter yang selalu fleksibel dan mengikuti perkembangan peradaban manusia menjadikannya tidak akan dilibas oleh zaman, bahkan akan selalu dinanti kehadirannya karena sifatnya yang dapat mengabadikan suatu objek atau peristiwa penting dengan kemampuan realitas dan detail visual yang memadai. Sehingga, hasil dari keunggulan fotografi ini dinilai dari nilainya dimasa mendatang, yang mungkin bisa dijadikan sebuah referensi data atau informasi dimasa depan (Faza, S. S., 2019).

Selanjutnya, fotografi dokumenter juga dijelaskan bahwa foto dokumenter adalah penggambaran dunia nyata oleh fotografer. Gambaran yang tercipta berupaya mengkomunikasikan dan memberikan informasi terhadap suatu peristiwa. Apa yang divisualkan oleh seorang fotografer merupakan bentuk ekspresi dan suatu cara dalam merespon

lingkungannya (Susanti, I., 2021)

Fotografi dokumenter berusaha untuk menunjukkan kebenaran tanpa adanya manipulasi pada gambar. Karena seperti penjelasan diatas, fotografi dokumenter sangat mengacu pada gambar yang nantinya dapat dijadikan sebagai sumber dokumen bersejarah. Fotografi dokumenter juga salah satu cabang terdekat dari fotografi jurnalistik. Ada juga yang menganggapnya sebagai *genre* tersendiri. Keduanya sama-sama meliputi kegiatan mengumpulkan dan mengarsipkan. Jika fotografi jurnalistik bergerak dari realita peristiwa, dan menggunakan medium fotografi yang memiliki kemampuan menyajikan rekaman secara presisi, jelas, tajam, benar, dan tidak berpihak. Maka, fotografi dokumenter merupakan hasil yang diperoleh dari dokumentasi yang menyeluruh dan catatan visualnya dijadikan sebagai bukti nyata dari kehidupan serta menjadi rekaman beku dari waktu dimana peristiwa tersebut direkam (Hendri F, 2022: 167).

Maka pada tulisan ini penulis berpendapat bahwa fotografi dokumenter adalah cabang fotografi yang merangkum segala peristiwa yang ada dan hasil yang tercipta adalah visual nyata tanpa manipulasi *editing* didalamnya. Selain itu, fotografi dokumenter juga termasuk cabang fotografi yang tidak lekang oleh waktu karena fungsinya adalah merekam peristiwa penting dengan hasil yang mudah dimengerti oleh khalayak umum. Dengan demikian, pemilihan *genre* fotografi dokumenter pada tulisan ini dirasa paling tepat. Hal tersebut karena penulis mengangkat keseluruhan mengenai mitra, baik dari segi kondisi, lokasi, penawaran/promosi, *event*, *culture*, dan juga karakteristik perusahaan yang dicerminkan melalui tahap *editing* warna.

## LANDASAN TEORI

Berisikan landasan teori yang berkaitan dengan penelitian/penciptaan

### Teori EDFAT

Dalam proses penciptaannya, penulis menggunakan metode EDFAT yang diperkuat

dengan teori estetika tataran ideasional serta estetika tataran tehnikal. Metode EDFAT adalah suatu metode pemotretan untuk melatih mata melihat sesuatu dengan detail yang terstruktur dan tajam. Tahapan-tahapan yang dilakukan dalam metode EDFAT adalah sebuah proses dalam mengincar suatu bentuk visual atau peristiwa (Wijaya, 2014: 121). Dalam tulisan lain oleh Andry Prasetyo yang berjudul “Penciptaan Karya Fotografi Dokumenter: Petani Kopi Karang Lawu Dengan Metode EDFAT” menuliskan lebih lanjut penjabaran dari metode EDFAT adalah sebagai berikut:

#### 1. E (*Entire*)

Poin ini dikenal juga dengan “*established shot*”, yakni suatu keseluruhan pemotretan yang dilakukan saat melihat obyek. Hal itu untuk memilih bagian-bagian yang layak dijadikan objek utama. Obyek-obyek yang ada dapat berupa sebuah peristiwa atau tempat serta kondisi lapangan yang sedang terjadi, antara lain: pengambilan momen pada saat diselenggarakannya acara pada setiap *outlet*, seperti: *private party*, dan *event* tahunan *outlet*. Kemudian, pemotretan juga dapat dilaksanakan pada saat agenda harian dengan keramaian dan semangat pengunjung sebagai objek utama. Objek utama lainnya juga dapat diambil dari penampilan yang dilakukan oleh tim *entertainment*.

Pengambilan keseluruhan obyek tersebut dapat menggunakan lensa sudut lebar atau *wide angle*. Namun, juga tidak menutup kemungkinan untuk melakukan pemotretan dengan lensa bukaan kecil dengan tujuan menonjolkan sebagian objek tertentu. Pada penulisan kali ini, yang akan dijadikan objek utama adalah segala aspek yang dapat menjadi bahan promosi bagi perusahaan.

#### 2. D (*Details*)

Aspek ini merupakan poin kelanjutan dari *entire*, setelah bahwa ada dua aspek tataran estetika dalam obyek-obyek di dalam foto teridentifikasi, maka di dalam sebuah foto tersebut akan ditentukan objek mana yang

dianggap paling pantas menjadi point of interest dalam foto yang diambil. Objek yang dimaksud penulis dalam karya kali ini adalah keseluruhan lokasi yang menjadi ikon *outlet*, baik *indoor* ataupun *outdoor*. Kemudian, menu yang ditawarkan, *event* yang dilaksanakan pada setiap *outlet*, dan segala *service* yang ditawarkan pada perusahaan yang Bounty Group pimpin.

3. F (*Frame*)

Menjabarkan bahwa fotografer tidak hanya memotret obyek utama, namun juga harus peka dengan keadaan sekitar. Kepekaan ini bertujuan untuk mendapatkan unsur komposisi, pola, tekstur, dan bentuk obyek pemotretan yang akurat. Beberapa komposisi dipilih penulis untuk menyampaikan gambar dengan tetap mempertahankan estetika yang ada, seperti: *motion blur*, *rule of thirds*, simetris, perspektif, *frame in frame*, dan beberapa komposisi pendukung lain yang tercipta secara alami saat proses pemotretan. Dengan demikian pesan dari penulis akan dapat tersampaikan dengan maksimal melalui pola serta tekstur yang tercipta.

4. A (*Angle*)

Saat melakukan pemotretan seorang fotografer bergerak ke berbagai posisi mengitari obyek foto sebelum menentukan sudut pandang yang dianggap tepat. Pencarian sudut pandang masuk ke dalam salah satu poin yang ada dalam metode *EDFAT* ini. Teknik pengambilannya dapat dimulai dari titik berdiri di hadapan obyek (*eye level view*), selanjutnya dengan posisi jongkok (*frog eye view*) atau motret dengan posisi kamera di atas (*bird eye view*). Selain itu pencarian sudut pandang juga dapat dilakukan dengan menempatkan kamera disebelah kiri dan kanan subjek.

5. T (*Time*)

Adalah pemilihan waktu yang tepat untuk melakukan sebuah pemotretan. Pemilihan waktu yang tepat akan menghasilkan cahaya yang sesuai dengan kebutuhan

penyinaran obyek didukung dengan iso, diafragma, serta kecepatan penangkapan obyek yang tepat. Dengan demikian, kecepatan serta ketepatan ide untuk membekukan gerakan obyek atau memilih ketajaman ruang bidik adalah persyaratan dasar untuk mendapatkan momen puncak dari suatu peristiwa. Pengambilan foto dilakukan oleh penulis secara langsung pada setiap *outlet* yang Bounty Group pimpin. Waktu pengambilan foto menyesuaikan dengan jam operasional dari setiap *outlet*. Seperti Ja'an yang beroperasi dari pukul 18.00 – 03.00 WITA. Pada Bounty Cruises dimulai pukul 17.30 – 20.30 WITA. Kemudian di Paddy's Pub, dimulai pada pukul 20.00 – 04.00 WITA. Sedangkan, untuk Matadewa 66 menyesuaikan dengan waktu *event* yang diselenggarakan karena *outlet* bergerak dalam bidang penyedia layanan jasa dan barang.

### Teori Estetika

Estetika sendiri merupakan kata serapan dari Bahasa Yunani yang berarti perasaan, selera, perasaan atau *taste*. Sedangkan keindahan adalah suatu kumpulan hubungan yang selaras dalam suatu benda dan diantara benda itu dengan pengamat (Dharsono, 2004:4).

Soeprapto Soedjono dalam buku yang berjudul "Pot-Pourri Fotografi", menyebutkan bahwa ada dua aspek tataran estetika dalam fotografi, yaitu:

1. Estetika Pada Tataran Ideational

Secara ideasional, wacana fotografi berkembang dari kesadaran manusia sebagai makhluk yang berbudi/berakal yang memiliki kemampuan lebih untuk dapat merekayasa lingkungan kehidupannya. Dalam konteks fotografi hal ini terlihat bagaimana manusia menyikapi setiap fenomena alam dengan menemukan sesuatu dan mengungkapkannya dalam bentuk konsep, teori, dan wacana (Soedjono, 2007:8).

Bagi penulis perwujudan unsur estetika ini

dilakukan dengan pematangan konsep serta ide yang telah dibuat oleh penulis sebelum melakukan sebuah pemotretan. Selain itu, pembuatan konsep *layout* juga merupakan wujud dari dilaksanakannya unsur estetika tataran ideasional ini.

## 2. Estetika Pada Tataran Tehnikal

Wacana estetika fotografi juga berkaitan dengan berbagai macam teknik baik itu yang bersifat teknis peralatan maupun yang bersifat teknik praxis-implimentatif dalam menggunakan peralatan yang ada guna mendapatkan hasil yang diharapkan (Soedjono, 2007:14).

Pada unsur ini penulis mewujudkannya dalam melakukan proses pemotretan dengan teknik-teknik yang sesuai, serta sudut arah pengambilan yang sesuai. Kemudian unsur estetika ini juga digunakan penulis pada saat tahap *editing* dan *layouting* untuk mengembangkan dan mewujudkan ide yang telah dirancang oleh penulis.

## METODE PENCIPTAAN

Metode berasal dari Bahasa Yunani *methodos* yang berarti cara atau jalan yang ditempuh. Metode berarti cara pengumpulan data dan analisis. Dari analisa data tersebut kemudian peneliti akan mendapatkan hasil, apakah itu berupa penegasan atas teori yang pernah ada atau penemuan baru (Tarumingkeng, 2010: 12). Proses penciptaan adalah penggalian ide dari berbagai sumber yang diperlukan sebagai bahan referensi dan tolak ukur dalam proses penciptaan suatu karya. Setelah mendapatkan ide selanjutnya pencipta melakukan perancangan. Setelah melakukan perancangan pencipta mulai melakukan pelaksanaan (Aditya, 2021: 63).

Pada proses penciptaan karya ini, penulis menggunakan beberapa metode yang menunjang terciptanya karya ini.

### Metode Observasi

Observasi dilakukan untuk mengetahui secara langsung keadaan mitra. Keadaan yang

dimaksud yaitu keseluruhan kondisi mitra baik dari segi lokasi, keunggulan serta kekurangan mitra. Kemudian observasi juga dilakukan guna mengetahui alat-alat apa saja yang dapat digunakan oleh penulis yang dimana alat tersebut telah disediakan mitra. Selanjutnya adalah observasi mengenai cara promosi serta media apa saja yang digunakan mitra agar promosi berjalan. Hal itu bermaksud untuk mempertimbangkan apakah Bounty Group layak menjadi mitra pada penulisan tugas akhir ini. Kemudian dilanjutkan dengan wawancara untuk mengetahui hal apa yang menarik untuk diangkat.

### Metode Wawancara

Wawancara dilaksanakan beberapa kali bersama *owner* dan *staff* marketing untuk mengetahui strategi promosi yang mereka lakukan. Sedangkan, untuk keperluan konten seperti foto dan video dilakukanlah wawancara dengan divisi kreatif dari perusahaan Bounty Group. Dalam sesi wawancara ini juga yang akhirnya membuat penulis mengetahui gebrakan baru apa yang cocok untuk kepentingan promosi perusahaan.

### Metode Studi Kepustakaan/Literatur

Studi kepustakaan menjadi bagian penting dalam kegiatan penulisan ini karena dapat memberikan informasi mengenai objek yang akan dibahas dan penguatan dasar penulis dalam menciptakan tulisan. Selain itu, Studi kepustakaan juga membantu penulis dalam pembuatan *captioning*. Studi ini dilakukan secara *online* melalui jurnal-jurnal dan web terkait Bounty Group, promosi, *magazine*, dan tentunya fotografi.

## PEMBAHASAN

### Karya Pertama “Cover”

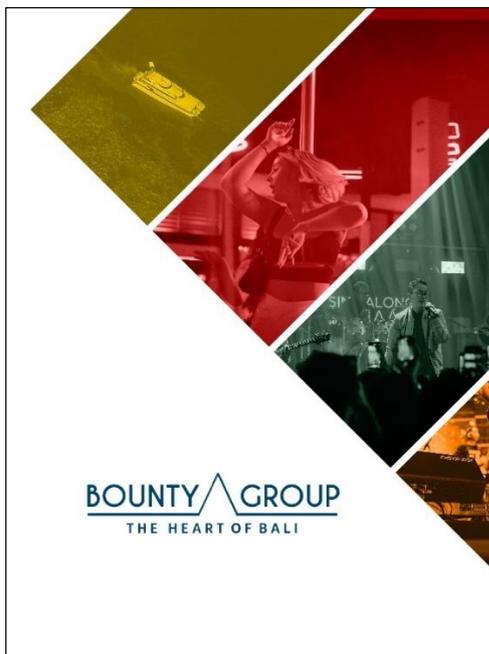


Foto 1. *Layout Cover, 2023, art paper 260, A4*  
(Sumber: Fadhilatun Niswah, 2024)

Cover merupakan halaman pertama dari karya yang penulis buat. Pada estetika tataran ideasional cover ini dibuat oleh penulis dengan menjadikan 4 foto yang tertera sebagai simbol dari masing-masing outlet yang ada. Sedangkan, pada unsur estetika tataran teknis penulis melakukan teknik *coloring* dengan penambahan *gradient* warna untuk menambahkan karakter serta salah satu simbol dari masing-masing outlet. Seperti yang terlihat, Bounty Cruises digambarkan dengan warna yang dominan kuning, Paddy’s dominan merah, Ja’an dominan hijau, dan Matadewa 66 yang dominan oren. Sedangkan foto-foto yang digunakan dalam cover tersebut adalah sebagai berikut:

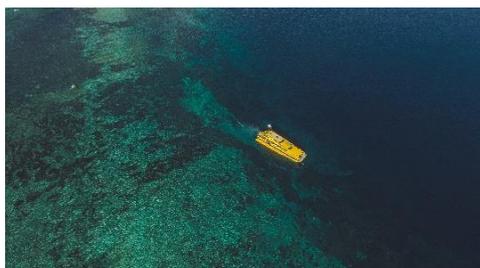


Foto yang dihasilkan diatas diambil dengan menggunakan metode *EDFAT*. Seperti foto satu yaitu kapal Bounty Cruises yang merealisasikan unsur *angle* yakni diambil dengan *bird eye level* menggunakan DJI Mavic Mini Pro III. Selain itu, foto ini juga menggunakan unsur *Details* dan *Time* yang direalisasikan dengan kapal Bounty Cruises sebagai objek utama pengambilan serta ketepatan waktu pengambilan yakni sekitar pukul 09.00 Wita.

Selanjutnya pada foto Paddy’s, Ja’an, dan Matadewa 66 penulis menggunakan unsur *angle* dengan melakukan pengambilan yang sejajar dengan mata atau *eye level*. Disini terdapat perbedaan dalam unsur *details* yang dilakukan oleh penulis. Pada Paddy’s, penulis menempatkan salah satu pengunjung sebagai

objek utama. Sedangkan, pada Ja'an penulis menjadikan band yang beradda diatas panggung sebagai objek utama dengan *foreground* adalah keramaian dan semangat pengunjung. Kemudian pada Matadewa 66 penulis menggunakan spiker sebagai objek utama dan pemain gitar sebagai background. Dalam ketiga foto ini juga, penulis mengaplikasikan unsur *entire* dengan memilih lensa bukaan kecil sehingga terdapat *blur* pada objek yang dijadikan *foreground* dan *background*.

Pada foto kedua penulis mengambil momen tersebut pada saat *DJ event* berlangsung. *Event* tersebut dilaksanakan setiap harai jumat dan sabtu. Pengambilan foto tersebut menggunakan kamera a7IV dengan ISO: 4000, f/2.0, 1/250s, serta lensa Sony 50 mm. Selanjutnya pada foto ketiga diambil di Ja'an ketika *event* Kerispatih berlangsung. Acara tersebut merupakan acara rutin yang diadakan di Ja'an dengan *tag* nya yaitu #Singalongwithjaan. Foto tersebut diambil dengan kamera a7C, ISO: 4000, f/1.8, 1/1600s dan lensa Sony G Master 50 mm. Terakhir adalah foto *equipment* Matadewa 66. Foto tersebut diambil ketika *event* Saraswati Enterpreneur Festival di Gianyar, Aero Park. Gambar tersebut diambil dengan kamera a7RV dengan ISO: 1000, f/2.8, 1/320s, dengan lensa Sony G Master 50 mm.

## Karya Kedua “Day Cruise and Dinner Cruise”

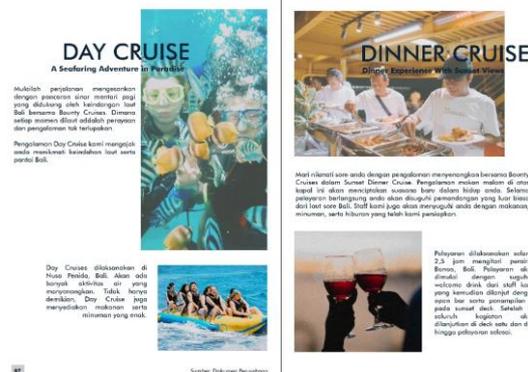


Foto 2. *Layout Day Cruise and Dinner Cruise, 2023, art paper 210, A4*  
(Sumber: Fadhilatun Niswah, 2024)

Pada estetika tataran ideasional penulis menggunakan *layout* sederhana sehingga hanya menonjolkan foto yang ada. Sedangkan pada estetika tataran teknikal penulis melakukan editing di photoshop dan juga pengolahan warna dengan menggunakan lightroom. Kemudian, foto-foto yang ada dibawah *caption* dikurangi ketajamannya agar tulisan yang ada tetap terbaca dengan mudah.



Foto diatas merupakan foto milik perusahaan yang diambil pada saat kegiatan *day cruise* di Nusa Lembongan, Bali. Saat ini kegiatan *day cruise* sedang tidak beroperasi untuk sementara waktu. Kegiatan *day cruise* biasanya dilaksanakan mulai pukul 07.30 wita. Perjalanan dimulai dari Pelabuhan Benoa menuju Nusa Lembongan dengan waktu tempuh kurang lebih 1 jam, melihat dari kondisi gelombang. Kegiatan ini terdiri dari: *snorkeling, diving, village tour, waterslide, banana boat, team building, canoeing, diving board, glass bottom boat, doughnut boat, jetski*. Kegiatan tersebut memakan waktu hingga pukul 14.00 Wita. Selanjutnya kegiatan akan dilanjutkan

dengan *lunch* dan kembali ke Pelabuhan Benoa (Roberto, 2023).



Foto pertama diambil pada saat *private charter* Padma Resort, Bali pada tanggal 04 Desember 2023. Foto tersebut merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan ketika *dinner cruise* berlangsung. Dari metode *EDFAT* yang dipilih oleh penulis, maka penulis akan menjabarkannya berikut ini:

*Entire*, pada poin ini penulis menggunakan lensa 24 mm dengan difragma f/1.4. Hal ini bermaksud untuk memusatkan fokus kepada satu objek saja. Selanjutnya poin *frame* yang menerapkan komposisi diagonal pada foto pertama. Komposisi tersebut digunakan untuk memberikan kesan luas pada kapal yang didukung penggunaan lensa *wide*. Selanjutnya adalah poin *angel* yaitu *eye level*, hal ini dipilih untuk memudahkan pembaca dalam memahami gambar yang ada. Terakhir yaitu poin *time*. Pemotretan ini dilakukan pada pukul 19.00 Wita dimana matahari sudah terbenam dan langit sudah menggelap. Hal itu bertujuan untuk memperkuat foto bahwa kegiatan tersebut dilaksanakan pada malam hari. Waktu pengambilan tersebut juga didukung dengan ISO: 800, f/1.4, 1/250s.

Foto kedua merupakan salah satu hal yang identik dengan *dinner cruise* yakni adanya *wine* di dalam salah satu menunya. Foto tersebut diambil dengan metode *EDFAT* yang dimana metode tersebut sudah dipilih oleh penulis. Pertama, foto tersebut diambil dengan lensa Sony G Master 85 mm pada diafragma f/1.4. Diafragma tersebut merupakan pemvisualan dari poin *entire*. Selanjutnya, *details* yang diambil adalah gelas yang berisikan *wine*

dengan *background* langit sore setelah matahari terbenam. *Angel* yang dipilih oleh penulis yakni *eye level*. Penulis juga menerapkan poin *time* sehingga mendapatkan warna langit yang tepat. Ketepatan tersebut juga didukung dengan ISO: 3200, f/1.4/1/400s.

### Karya Ketiga “DJ Event”

01.

## DJ Event



Paddy's Pub memiliki event rutin setiap minggunya dengan mengundang DJ lokal sebagai pengisinya. Acara ini dilaksanakan setiap hari Jumat dan Sabtu. Tidak hanya DJ tamu, DJ reguler di Paddy's Pub juga akan mengisi keseruan



18

Foto 3. *Layout DJ Event, 2023, art paper 210, A4*  
(Sumber: Fadhilatun Niswah, 2024)

Pada estetika tataran ideasional penulis menggunakan *layout* yang sederhana dengan menampilkan dua foto didalamnya. Tujuan dari penggunaan *layout* sederhana ini adalah untuk menonjolkan isi dari foto. Sedangkan, pada estetika tataran teknikal penulis menjadikan kotak foto bawah lebih sempit untuk menonjolkan alat yang digunakan. *Font DJ Event* juga menggunakan warna merah untuk menonjolkan warna identitas dari Paddy's Pub.



Foto diatas merupakan foto yang diambil ketika *event halloween party 2023* dan *event regular DJ* di Paddy's Pub. Event tersebut mengundang *DJ* lokal dan nasional sebagai pengisinya. Pada metode *EDFAT* penulis dapat menjabarkannya sebagai berikut. Pada poin *details* foto kiri, penulis menjadikan *DJ* sebagai fokus utamanya. Sedangkan, pada foto kanan penulis menjadikan alat *DJ* sebagai fokus utama. Selanjutnya adalah poin *frame* dimana penulis menjadikan *point of interest* sebagai komposisi utama. Pada foto kanan terdapat teknik pendukung yakni *slow motion*. Teknik ini dipilih karena *event* yang terlaksana juga termasuk ke dalam acara hiburan layaknya penampilan band. *Angle* yang digunakan oleh penulis dalam mengambil dua foto diatas jelas berbeda. Foto kiri menggunakan *angle eye level* untuk mendapatkan objek *DJ* dan juga alatnya serta *stage*. Kemudian pada foto kanan menggunakan *angle bird eye level* untuk mendapatkan alat *DJ*. Settingan kamera yang digunakan penulis yaitu:

Foto kiri: ISO: 6400, f/2.8, 1/100s. Foto kanan: ISO: 320, f/2.8, 1/8s. Untuk lensa yang digunakan penulis yaitu: foto kiri Sony G Master 24mm, foto kanan Sony 50 mm.

#### Foto Keempat “Event Ja’an Bali”



Foto 4. *Layout Event Ja’an Bali, 2023, art paper 210, A4*

(Sumber: Fadhilatun Niswah, 2024)

Pada estetika tataran ideasional, penulis manmpikan acara yang berlangsung dengan pemilihan *layout* yang sesederhana mungkin, namun masih terdapat unsur estetika serta dapat dipahami oleh pembacanya. Selain itu,

penggambaran identitas Ja’an Bali pada layout ini yaitu melalui warna *font* serta jenis *font* yang digunakan. Sedangkan, pada estetika tataran teknikal penulis menggunakan *gradient tools* untuk memberikan efek gelap pada bagian bawah *teks*. Sehingga, meskipun *teks* berada diatas foto, *teks* dapat dengan mudah dipahami dan dibaca. Warna *beige* dengan *header Jazmin Alt*. Sedangkan, *Sub tittle* menggunakan *Astoria Classic* yang merupakan identitas yang dimiliki oleh Ja’an Bali. Dimana warna dan jenis *font* tersebut menggambarkan Ja’an yang *elegant* dan *classy*.



Foto diatas merupakan foto yang diambil dari dua acara yang berbeda. Pada foto kiri diambil ketika *Sing Along With Ja’an* yang dibintangi oleh Slank. Sedangkan foto kanan adalah saat *Ja’an Out Of The Disco* yang dibintangi oleh DJ Siva. Pada masing-masing foto terdapat beberapa perbedaan yang dijabarkan oleh penulis melalui metode *EDFAT* yang sudah dipilih oleh penulis. Pada poin *entire* penulis menggunakan lensa bukaan kecil untuk foto kanan agar mendapatkan fokus terhadap satu objek saja. Sedangkan, pada foto kiri, penulis menggunakan lensa bukaan besar untuk mendapatkan fokus pada keseluruhan objek. Kemudian, pada poin *angle* penulis menggunakan dua *angle* yang berbeda dalam pemvisualan objek. Pada foto kiri, penulis menggunakan *frog eye level* sehingga objek yang ada tampak gagah dengan sorotan *lighting* dibelakangnya. Kemudian pada foto kanan, penulis menggunakan *angle eye level* untuk mendapatkan bias dari *lighting* yang ada dibelakang objek. Poin *time* juga tidak kalah penting karena ketepatan saat menekan *shutter* sangat mempengaruhi *lighting* yang sedang

menyorot. Pada foto kiri, pengaturan kamera yang digunakan yaitu: ISO: 3200, f/3.5, 1/250s. Pada foto kanan, pengaturan kamera yang digunakan yaitu: ISO: 320, f/1.8, 1/250s.

### Karya Kelima “Matadewa 66”



Foto 5. *Layout Matadewa 66, 2023, art paper 210, A4*  
(Sumber: Fadhilatun Niswah, 2024)

Melalui estetika tataran ideasional, penulis menampilkan identitas melalui warna warna yang ada pada *layout*. Warna-warna tersebut yaitu: hitam, abu-abu, dan oren. Sedangkan, pada estetika tataran teknis, penulis menjadikan warna hitam sebagai *background*. Kemudian, penulis menambahkan warna oren dengan menambahkan *rectangle* pada *layout* yang ada. Fungsi dari *rectangle* sendiri tidak hanya untuk melambangkan warna identik Matadewa 66. Namun, juga untuk meletakkan *teks* sehingga kalimat penting pada *layout* terlihat lebih menonjol. Warna pada foto diubah menjadi abu-abu karena warna tersebut juga salah satu warna identik dari Matadewa 66.



Foto diatas merupakan foto yang diambil ketika Saraswati Entrepreneur Festival di Lapangan Bajra Sandhi, Renon. Acara tersebut berlangsung 2 hari dengan bintang tamu penyanyi nasional. Melalui metode *EDFAT* yang dipilih oleh penulis maka berikut ini penulis akan mendeskripsikan foto tersebut.

Pertama adalah poin *entire*. Poin ini merupakan poin yang melatih ketepatan penulis dalam memilih lensa serta diafragma yang digunakan. Maka pada foto ini penulis menggunakan dua lensa yang berbeda. Pada foto pertama, penulis menggunakan lensa Sony G Master 50 mm dengan diafragma f/1.8. Bukaan tersebut dipilih penulis agar objek yang tepat berada di depan kamera mendapat efek blur dan hanya fokus ke keramaian penonton festival saja. Kemudian, pada foto kedua penulis menggunakan lensa Sony G Master 85 mm dengan bukaan 2.8. Bukaan tersebut dipilih agar *tools* yang ada pada mixer masih terlihat fokus.

Kedua adalah poin *angle*. Pada poin ini terdapat dua perbedaan dimasing-masing foto. Pada foto pertama, penulis menggunakan *angle bird eye level*. Hal itu bertujuan untuk menampilkan keramaian saat festival berlangsung. Sedangkan, pada foto kedua penulis menggunakan *angle eye level* karena posisi dari alat yang berada diatas meja dan setara dengan penglihatan penulis. Terakhir yaitu faktor pendukung dari pengaturan kamera yang digunakan oleh penulis. Pada foto pertama, penulis menggunakan ISO: 3200, f/1.8, 1/250s. Sedangkan, pada foto kedua penulis menggunakan ISO: 4000, f/2.8, 1/1000s.

### Karya Keenam “Equipment”

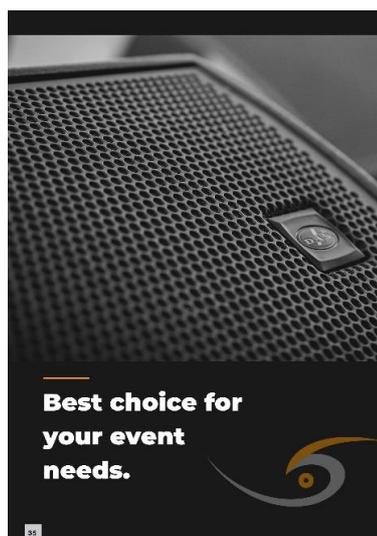


Foto 6. *Layout Equipment”, 2023, art paper 210, A4*  
(Sumber: Fadhilatun Niswah, 2024)

Pada estetika ideasional penulis menampilkan detail dari alat yang ada pada layout kiri dan menampilkan apa saja yang telah berhasil Matadewa selesaikan pada layout kanan. Sedangkan, melalui estetika tataran teknikal, pada layout kiri, penulis menjadikan foto detail dari alat yang ada sebagai foto utama dengan ditambahkan teks pada bagian bawah kiri. Teks pada layout kiri merupakan salah satu kalimat yang sering dijadikan *caption* saat Matadewa 66 promosi. Sedangkan, pada layout kanan, penulis menambahkan beberapa *rectangle* yang bertujuan untuk mengkolase foto foto yang ada.



Foto diatas merupakan salah satu *equipment* Matadewa 66. Foto tersebut diambil ketika acara HUT Kota Bangli ke-817 pada 10 Mei 2023. Melalui metode *EDFAT*, penulis menjabarkan maksud dari foto diatas. Pertama dari poin *entire* dengan pemilihan lensa bukaan *f/1.8*. Lensa yang digunakan adalah Sony G Master 85 mm. poin tersebut kemudian didukung oleh poin *details* yang bertujuan untuk mengambil objek secara sebagian dengan menampilkan detail logo spiker. Teknik yang dipakai adalah *point of interest* yang merupakan pengaplikasian dari poin *frame*. *Angle* yang digunakan oleh penulis yaitu *eye level* karena posisi *equipment* yang berada diatas *stage* yang setara dengan tinggi penulis. Terakhir adalah poin *time* dimana ketepatan waktu pengambilan sangat mempengaruhi detail yang tertangkap. Hal itu dikarenakan lokasi pengambilan yang berada di luar ruangan. Waktu pengambilan foto tersebut yaitu pukul 16.30 Wita. Pengaturan pada kamera yang digunakan oleh penulis, yaitu: ISO: 400, *f/1.8*, 1/125s.

## KESIMPULAN

Setelah pembahasan mengenai karya pada bab-bab sebelumnya, maka penulis menyimpulkan beberapa hal terkait penciptaan kali ini. Penulis menggunakan metode yang relevan dengan karya penulis, seperti: metode *EDFAT* yang didukung oleh unsur estetika tataran ideasional dan estetika tataran teknikal. Tidak hanya itu, penulis juga melakukan observasi, wawancara, serta studi literatur sebelum proses penciptaan karya dilakukan. Setelah melakukan seluruh rangkaian dengan benar, maka penulis dapat mengetahui strategi pemasaran yang sedang dikembangkan oleh perusahaan yaitu promosi melalui media sosial, penyebaran brosur melalui agensi *tour and travel*, perhotelan dan ke masyarakat langsung melalui *sales call*.

Pada penulisan ini penulis memilih strategi pengenalan secara langsung melalui *sales call* dengan bahan promosi berupa *magazine*. Media massa cetak tersebut berisikan konten foto serta tulisan yang memuat informasi mengenai *outlet* Bounty Group. Kemudian penulis juga mengetahui keunggulan dari perusahaan Bounty Group yang dimana keunggulan utamanya, yaitu: jasa dan servis yang ditawarkan kepada tamu dan *client*. Keunggulan lain yang penulis tampilkan melalui *magazine* adalah keadaan tempat dari setiap *outlet* yang ada, informasi lokasi *outlet* yang strategis, makanan serta minuman yang ditawarkan, serta hiburan yang ada didalamnya. Selain itu, penulis juga menampilkan beberapa pencapaian yang dilakukan oleh masing-masing *outlet* Bounty Group.

Selanjutnya, penulis melakukan proses pemotretan dengan mendatangi langsung *outlet* Bounty Group. Pemotretan dilakukan pada saat hari-hari biasa atau pada saat *event* berlangsung. Setelah melakukan pemotretan, penulis melakukan tahap *editing* serta pemilihan foto yang akan dimasukkan kedalam *layout*. *Layout* dibuat di *photoshop* dengan menampilkan identitas masing-masing *outlet* melalui warna dan *font*. Selanjutnya, penulis melakukan *captioning* yang dibantu oleh staf marketing.

*Magazine* yang penulis buat didukung dengan hasil karya foto pribadi penulis dan beberapa aset perusahaan yang dikemas dalam fotografi dokumenter. Karya ini bertujuan untuk mengedukasi masyarakat bahwa sebuah majalah dapat dijadikan sebagai media untuk mengekspresikan sebuah karya seni. Bahkan hal tersebut bisa menjadi sebuah daya tarik bagi masyarakat umum jika ditambah dengan *wording* yang jelas, singkat, dan mudah dipahami. Karena pada dasarnya seni tidak hanya berupa gambar ilustrasi. Namun, juga dapat berupa gambaran nyata yang terjadi saat ini serta dapat menjadi sebuah hal yang bernilai yang dapat diperjual belikan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, N. S., & Cokorda, I. P. N. (2021). Pesona Jember dalam fotografi landscape. *Retina Jurnal Fotografi*, 1(2), 58-68.
- Antopani, Tendi. 2015. Fotografi, Pariwisata, dan Media Aktualisasi Diri. *Jurnal Rekam* Vol.11 No.1.(hlm.33). Yogyakarta: ISI Yogyakarta.
- Dharsono. 2004 . Seni Rupa Modern, Rekayasa Sains, Bandung.
- Faza, S. S. (2019). Fotografi Dokumenter “Surabi” melalui Metode EDFAT1. *PANTUN: Jurnal Ilmiah Seni Budaya*, 4(1).
- Hendri, F., Ida, B. C. Y., & Cokorda, I. P. N. (2022). Eksistensi Taman Hutan Raya Ngurah Rai dalam fotografi dokumenter. *Retina Jurnal Fotografi*, 2(2), 163-176.
- Herlina, Y. (2003). Kreativitas dalam seni fotografi. *Nirmana*, 5(2).
- Kurniawansyah, H. (2020). APPLIED FOOD PHOTOGRAPHY FOR GOODFELLAS RESTO WITH STILL LIFE APPROACH. *Arty: Jurnal Seni Rupa*, 9(1), 11-32.
- Octabelina, R. (2021). Peran Promosi dan Pemerintah Provinsi Jawa Barat Bagi Perkembangan Bisnis Pariwisata. *MANNERS*, 4(2), 142-154.
- Permatasari, D. (2012). *LKP: Pembuatan Desain dan Tata Letak Halaman Pada Majalah Zigma* (Doctoral dissertation, STIKOM Surabaya).
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71-80.
- Pusporini, T. (2009). Analisis Semiotika Rubrik Fashion Style Majalah Kawanku
- Putra, G. L. A. K., & Yasa, G. P. P. A. (2019). Komik sebagai sarana komunikasi promosi dalam media sosial. *Jurnal nawala visual*, 1(1), 1-8.
- Rachmanto, A. D. (2018). Implementasi augmented reality sebagai media pengenalan promosi universitas nurtanio bandung menggunakan unity 3d. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 8(1).
- Ramli, M. R. (2020). Analisis Semiotika Sampul Depan Majalah Tempo Edisi 9–15 Maret 2020. *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 17(02).
- Saputra, A., Rahmawati, R., Ismail, H., Rakhmat, R., & Santoso, H. (2023). Strategi Promosi Produk Rahn pada BMT di Era Pandemi Covid 19:(Studi di BMT Mita Sejahtera Mandiri Bumi Nabung). *Margin: Jurnal Bisnis Islam dan Perbankan Syariah*, 49-63.
- Soedjono, Soeprpto. 2007. Pot-Pourri Fotografi. Jakarta: Universitas Trisakti.
- Sugiarto, Atok. 2005. Paparazzi – Memahami Fotografi Kewartawanan. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Susanti, I. (2021). Membaca Makna Karya Fotografi Dokumenter. *Ekspresi Seni: Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Karya Seni*, 23(1), 202-216.
- Wijaya, T. (2014). Foto Jurnalistik. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.