

**KOMUNIKASI VISUAL PEREMPUAN KARIR  
DALAM FOTO FASHION**  
(Studi Deskriptif Kualitatif Karya Foto Komunitas Fotografi  
Fun Hunting Yogyakarta)



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh:

**Novian Nugroho W**  
**11730060**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA  
2015**



---

---

### SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Novian Nugroho Widjonarko  
NIM : 11730060  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : *Advertising*

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah asli hasil karya/penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/penelitian orang lain, kecuali bagian tertentu yang saya ambil sebagian sebagai acuan dengan mengikuti kaidah karya ilmiah yang benar.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 5 Mei 2015

Yang Menyatakan



Novian Nugroho W  
NIM. 11730060



---

**NOTA DINAS PEMBIMBING**  
FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada:  
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
UIN Sunan Kalijaga  
Di Yogyakarta

*Assalamualaikum. Wr. Wb.*

Setelah memeriksa, mengarahkan, dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Novian Nugroho W  
NIM : 11730060  
Prodi : Ilmu Komunikasi  
Judul :

**Komunikasi Visual Perempuan Karir Dalam Foto Fashion**

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar sarjana strata satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya, semoga saudara tersebut segera dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

*Wassalamualaikum Wr. Wb*

Yogyakarta, 5 Juni 2015  
Pembimbing

Rama Kertamukti, S.Sos. Msn  
NIP.19721026 201101 1 001



**PENGESAHAN SKRIPSI**

Nomor : UIN.02/DSH/PP.00.9/ 725 /2015

Skrripsi/Tugas Akhir dengan judul : KOMUNIKASI VISUAL PEREMPUAN KARIR  
DALAM FOTO FASHION (Studi Deskriptif Kualitatif  
Karya Foto Komunitas Fotografi Fun Hunting Yogyakarta)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Novian Nugroho Widjonarko  
NIM : 11730060

Telah dimunaqosyahkan pada : Senin, tanggal: 15 Juni 2015  
dengan nilai : 79.6 ( B )

Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga

**PANITIA UJIAN MUNAQOSYAH :**

Ketua Sidang

Rama Kertamukti, S.Sos., M.Sn  
NIP. 19721026 201101 1 001

Penguji I

Dra. Hj. Marfuah Sri Sanityastuti, M.Si  
NIP.19610816 199203 2 003

Penguji II

Drs. H. Bono Setyo, M.Si  
NIP. 19690317 200801 1 013

Yogyakarta,  
UIN Sunan Kalijaga  
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora



Dr. H. Kamsi, MA  
NIP. 19370207 198703 1 003

## **MOTTO**

Jadilah orang yang selalu berfikir positif,  
optimis untuk mencapai sebuah kesuksesan  
di dalam kehidupan.



## HALAMAN PERSEMBAHAN

**Sebuah karya kecil dalam hidupku, saya persembahkan untuk  
orang-orang yang tercinta:**

- **Papa dan Mama Tercinta**

Terimakasih atas apa yang telah kalian berikan kepada anakmu ini: doa dan restu, pengorbanan, perlindungan, cinta dan kasih sayang. Semoga apa yang aku capai dan lakukan dapat membuat tersenyum dengan bahagia.

- **Adekku Seno Tersayang**

Terimakasih atas do'a, kasih sayang dan juga support yang selalu kalian berikan. Semoga selalu bahagia. Amin...

- **Keluargaku**

Terimakasih atas doa dan support yang selalu kalian berikan, semoga silaturahmi senantiasa terjaga selalu.

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah rabbil'alamin atas segala nikmat dan kesempatan, serta kekuatan yang telah diberikan Allah SWT sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat beriring serta salam untuk tuntunan dan suri tauladan Rasulullah Shallallahu'alaihiwasallam beserta keluarga dan sahabat beliau yang senantiasa menjunjung tinggi nilai-nilai Islam yang sampai saat ini dapat dinikmati oleh seluruh umat muslim didunia.

Penelitian skripsi ini merupakan kajian singkat tentang **Komunikasi Visual Perempuan Karier Dalam Foto Fashion**. peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini peneliti mengucapkan rasa terimakasih kepada:

1. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Drs. H. Bono Setyo, M.Si., Kaprodi Ilmu Komunikasi sekaligus Beliau yang selalu mendukung untuk kegiatan-kegiatan mahasiswa dalam mengembangkan komunitas Prodi Ilmu Komunikasi. Bersama beliau, Prodi Ilmu Komunikasi semakin kreatif dan profesional.
3. Pak Rama Kertamukti selaku Dosen Pembimbing Akademik peneliti yang selalu memberikan arahan, nasihat, dan menjadi insiprasi untuk berkarya yang bermanfaat bagi peneliti.

4. Seluruh dosen Prodi Ilmu Komunikasi yang super keren: Pak Siantari, Pak Iswandi Syahputra, Pak Mahfud, Pak Rama, Pak Alip Kunandar, Pak Fajar Iqbal, Bu Dian Fatma, Bu Ajeng, Bu Rika Rusfirgra, yang telah mencurahkan seluruh ilmu dan pengetahuannya kepada seluruh mahasiswa dan mahasiswi Prodi Ilmu Komunikasi.
5. Seluruh narasumber penelitian yang dengan sangat terbuka bersedia untuk peneliti wawancara: Bang Gambhoel, M Faiz.
6. Papa Ir Bambang Widjonarko MP dan Mama Dra Erna Suyati Apt Mkes, Orang tua peneliti yang tidak ada kata lelah untuk berdoa dan selalu memberikan dukungan kepada anaknya. Nasihat dan petunjuk yang selalu diberikan oleh Papa supaya peneliti menjadi seorang laki-laki dewasa yang bertanggung jawab, mempunyai ketegasan, dan juga Mama yang selalu menjadi perempuan terbaik dalam kehidupan saya.
7. Papa, Mama, adekku Seno, Om Nono, Tante Dian, Simbah kakung, Simbah putri, bulik harni, Om Syahid, Pakdhe, Budhe, Mbahlik Tomas, Mba Anggi, Mba Bella, Mas Kiki, Mba lala Dan keluarga besar yang selalu memberikan nasihat, bimbingan, dan support selama peneliti kuliah di yogyakarta,
8. Spesial *thanks to* temen-temen khususnya Ikom B 2011 yang selalu memberikan pesan-pesan semangat dan saling memotivasi satu sama lain.
9. Untuk sahabat peneliti: Majistra, kokom, Paska, Pra Yoga, Adi Pratama, Anin, Arif, A.H Anang, Paska Lucia Prastika, Fian (Bendol), Desita, Okta, Ndoky, Indri, Caru, Mute dan masih banyak lagi.

10. Keluarga baruku KKN 83KP131, (Rizki, Falul, Bayu, Opik, Aim, Dewi, Fatim) yang telah memberi warna baru dalam kehidupan peneliti.
11. Semua pihak yang telah ikut membantu dan berjasa dalam penyusunan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu per satu. Kepada semua pihak tersebut semoga amal baik yang telah diberikan dapat diterima oleh Allah SWT, dan mendapat limpahan rahmat dari-Nya. Amin.

Demikian yang dapat peneliti sampaikan, semoga dapat bermanfaat bagi semua pihak. Terima kasih.

Yogyakarta, 5 Juni 2015  
Peneliti

Novian Nugroho W  
Nim 11730060

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN .....	ii
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	x
ABSTRACT.....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	11
C. Tujuan Penelitian .....	11
D. Manfaat Penelitian .....	11
E. Telaah Pustaka .....	13
F. Landasan Teori.....	15
G. Metode Penelitian.....	24
<b>BAB II GAMBARAN UMUM .....</b>	<b>31</b>
A. Sejarah Fotografi .....	31
B. Foto Fashion .....	35
C. Komunitas Fun Hunting Yogyakarta .....	42

<b>BAB III PEMBAHASAN .....</b>	<b>47</b>
A. Komunikasi Visual Dalam Memberi Makna Denotasi Konotasi .....	47
B. Perempuan Karir Dalam Foto Fashion.....	49
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>82</b>
A. Kesimpulan .....	82
B. Saran.....	83
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>85</b>
<b>LAMPIRAN</b>	
A. Data Narasumber.....	86
B. Pelaksanaan Wawancara .....	87
C. Wawancara.....	88

## **ABSTRACT**

Shows as in picture. photo is visual communication media including in show at a fashion photo can only be seen and felt. Photos generated by the light. As well as many fashion photo using a talent or female models that fit the criteria of the fashion photo. The use of a model or talent encountered in this fashion photo gives an overview and also the image of women on how to dress or fashion that shows modern women of various kinds of work. By way of dress or fashion worn modern women today as one of mengakat women who have the same degree with the degree of men who are able to work at any job in terms of office workers, businessmen, musicians and others. Photos fashion also give a positive signal that the modern woman is now able to work out what was done by the men. To fashion itself can be found in print ad and tv media. As well as a fashion photo appeal of modern women to look modern in any fashion or style of dress in every year. Many fashion genre can be formed from each of the modern women dress or fashion. therefore the fashion photo as a very strong appeal especially to women as a target and create a visual representation of fashion photography communication.

Keywords: visual communication, carier woman in photo fashion

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pada saat ini dengan majunya teknologi dari tahun ketahun sebagai media komunikasi telah merubah sendi-sendi dalam kehidupan masyarakat. Dengan kemajuan teknologi yang semakin modern ini dapat menawarkan berbagai kemudahan dan mengubah pola kehidupan tradisional. Seiring dengan berjalannya waktu begitu juga dengan perkembangan kehidupan manusia semakin modern seperti sekarang mulai ketergantungan masyarakat kepada media komunikasi semakin modern. oleh sebab itu, komunikasi bergantung pada kemampuan kita untuk dapat memahami satu dengan yang lainnnnya (communication depends on our ability to understand one another). Melalui komunikasi sikap dan perasaan seseorang atau sekelompok orang dapat dipahami oleh pihak lain.

Komunikasi visual adalah komunikasi melalui penglihatan. Komunikasi visual merupakan sebagai rangkaian proses penyampaian kehendak atau maksud tertentu kepada lain dengan penggunaan media penggambaran yang hanya terbaca oleh indra penglihatan. Sebagai komunikasi visual mengkombinasikan seni, lambang, tipografi, gambar, desain grafis, ilustrasi, dan warna dalam penyampaiannya. Komunikasi visual mempergunakan mata sebagai proses pertukaran komunikasinya. Proses awal dalam komunikasi visual adalah menciptakan suatu stimuli kepada

komunikasikan. Komunikasi visual memberikan suatu sensasi yang sensasi tersebut dikirim ke otak sehingga dapat merangsang interpretasi kognitif, dan akhirnya akan menimbulkan skripsi. Dalam diri komunikasi ada tiga tahap pesan masuk dalam memori yaitu: penyanderaan (*encoding*, pemasukan pesan kedalam otak), penyimpanan (*storage*), pengambilan (*retrieval*, pengingatan kembali apa yang telah disimpan). Sedangkan fotografi merupakan sebagai media komunikasi visual. Foto sendiri dihasilkan oleh camera yang dibantu dengan penggunaan cahaya yang pas dan di jadikan sebagai media visual.

Pada tren saat ini foto fashion merupakan hal yang membangkitkan dan memancing kepada rasa kagum dari cara berpakaian terutama perempuan. Berbagai majalah fashion hampir semuanya berisi gambar atau foto yang menampilkan berbagai macam produk yang berhubungan dengan apa yang disebut “perempuan”, seperti baju, aksesoris, lipstik, bedak, sepatu hak tinggi, model-model kurus. Kepuasan ini didapat dari imej yang ada didalamnya, termasuk dalam iklan foto dan gambar yang ada dalam sebuah majalah fashion yang memang cenderung untuk lebih ‘merangsang’ indera penglihatan di bandingkan foto dan gambar di majalah yang bergenre lain.

Hal lain yang harus ada dalam majalah dengan genre ini adalah artikel-artikel yang masih berhubungan dengan *fashion* dan *beauty*. Dalam kehidupan gaya hidup biasanya berubah dengan mengikuti trend yang sedang booming. Dan ketika melihat hasil sebuah foto-foto dari busana dan aksesoris serta model-model dengan pose yang ekstrim memang sangat memanjakan mata.

Melihat berbagai foto-foto dalam majalah fashion seringkali terasa seperti membaca cerita fiksi, isinya sangatlah bersifat 'fantasi'.

Oleh sebab itu dapat dibuat dengan rasa kagum akan imej atau citra seorang perempuan memiliki wajah mulus tanpa 'cacat', tubuh kurus, foto dapat menciptakan kehidupan yang lebih 'glamor' juga menghasilkan representasi fashion yang menciptakan karakter dari setiap individu. Foto fashion sendiri bersifat imajinasi bahwa fantasi itu yang tidak lah terlalu 'jauh', bahwa fantasi itu masih bisa untuk dicapai. Fotografi fashion lebih banyak berisi tentang elemen-elemen visual yang berupa foto yang menggunakan model perempuan maupun foto produk, mengikut sertai halaman-halaman yang berisi tentang iklan (yang juga bersifat visual).

Namun tak banyak yang menyadari bahwasannya saat membaca atau melihat dalam bentuk media melalui majalah atau foto fashion sebenarnya tidak jauh berbeda dengan membaca dalam katalog produk yang ditawarkan pada berbagai majalah tersebut. Sedangkan dalam penjelasan tentang foto fashion yaitu merupakan sebagai konsep yang mempunyai beberapa aspek untuk membangunkan rasa kagum. Bahwasannya dalam foto fashion sendiri menunjukkan baik pada pembentukan proses maupun produk dari pemaknaan pada suatu tanda. Yang ditunjukkan oleh foto fashion sebagai media komunikasi visual juga memberikan proses perubahan konsep-konsep ideologi yang abstrak dalam suatu bentuk-bentuk yang kongkrit.

Dalam foto fashion merupakan sebagai bentuk visual yang berupa bentuk foto yang dihasilkan dari pemanfaatan penggunaan (cahaya) dan

graphos sendiri merupakan sebagai (gambar), yang dapat diartikan melukis atau menggambarkan objek secara realistis menggunakan dengan bantuan cahaya. Begitu juga foto dapat diartikan sebagai hasil dari lukisan cahaya tersebut. Membuat foto fashion agar terlihat menarik harus memperhatikan berbagai aspek seperti *framing*, *iso*, *diafragma*, *eksposure*, dan tata letak cahaya. Memperhatikan aspek seperti berikut dapat menghasilkan foto terlihat lebih menarik dan mudah memberikan pesan secara visual juga memberikan pengertian akan cara berpakaian atau fashion menentukan sesuai pada pekerjaan yang ditekuni oleh para perempuan karir.

Dengan menggunakan foto bisa mengemukakan berbagai macam ide, gagasan atau menceritakan pesan secara visual kepada orang lain. Sama halnya dengan bentuk-bentuk seni lain, foto merupakan sebuah bentuk pengantar media komunikasi. Bahkan foto sebagai media komunikasi visual foto tidak hanya menceritakan, pesan tetapi sekaligus sebagai media untuk “mempengaruhi” bahkan memberikan memanipulasi sebuah peristiwa yang sedang terjadi. Definisi foto sebagai objek terkait dan bergantung pada konteks sejarah, konteks sosial, konteks budaya, dan konteks perkembangan teknologi. Dengan kata lain, konteks-konteks itulah yang merupakan salah satu penentu definisi, makna, dan menilai foto fashion. Menciptakan perempuan karir dari cara berpakaian menjadi hal yang sangat menarik untuk di sikapi dalam foto fashion.

Dalam membangun komunikasi visual memberikan pengertian pada imaji yang ada pada fotografi. Sebagai pengertiannya imaji fotografi

merupakan sebagai hal bersifat (turunan, salinan, dan kopian) yang sempurna dari realitas dan justru kesempurnaan analogis yang dapat diterima secara gambaran umum juga sebagai sumber keistimewaan atau kekuatan sebuah foto tersebut. Dalam berimaji yang ada foto fashion mempunyai status istimewa dan memiliki pesan tanpa sebuah kode. Foto fashion mempunyai ciri-ciri untuk penyampaian pesan yang hanya bersifat polos, atau telanjang. Banyaknya para fotografer ingin memberikan sebuah gaya dalam reproduksi atau makna kedua untuk suatu konsep foto yang mewakili pengertian tentang apa itu foto fashion dan merupakan sebagai hal yang dapat memberikan sosok seorang perempuan biasa menjadi lebih kepada sosok perempuan karir dalam foto fashion.

Dan foto fashion itu sendiri merupakan sebuah usaha untuk penyampaian dalam bentuk pesan-pesan komunikasi, dalam hal ini yang bersifat berbagi informasi tentang sebuah pesan komunikasi visual foto fashion atau cara berpakaian kepada perempuan karir agar menjadi sosok perempuan karir yang sesuai dengan pekerjaan masing-masing perempuan karir juga tanpa harus menghilangkan kepribadian yang dimiliki. Penyampaian sebuah pesan-pesan tersebut merupakan sebagai media komunikasi visual yang benar-benar mudah untuk mempengaruhi yang ada didalam bentuk foto fashion agar para audien atau perempuan agar mudah untuk tertipu yang dihasilkan sebuah foto fashion tersebut.

Foto fashion merupakan sebagai hal untuk penyampian komunikasi visual dari cara berpakaian atau fashion merupakan sebuah usaha untuk

penyampaian komunikasi untuk menciptakan pesan-pesan, dari hal berikut ini berpakaian atau fashion kepada target utama adalah perempuan yang ada dalam sebuah bentuk foto fashion. Foto dapat menimbulkan atau memunculkan berbagai pesan-pesan dalam foto fashion tersebut kepada para khalayak perempuan karir merupakan hal yang wajar untuk tampil elegan terutama dengan cara berfashion atau berpakaian menunjukkan perempuan karir. Bahwasannya pada agama Islam mengajarkan umatnya untuk selalu menutup aurat dengan benar. Yang tertera di dalam Al-Qur'an surat QS. An-Nur ayat 31, Allah SWT berfirman:

وَقُلْ لِلْمُؤْمِنَاتِ يَعْضُضْنَ مِنْ أَبْصَارِهِنَّ وَيَحْفَظْنَ فُرُوجَهُنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا مَا ظَهَرَ مِنْهَا وَلَا يَضْرِبْنَ بِخُمُرِهِنَّ عَلَى جُيُوبِهِنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا لِبُعُولَتِهِنَّ أَوْ آبَائِهِنَّ أَوْ بَنِي بُعُولَتِهِنَّ أَوْ أَبْنَائِهِنَّ أَوْ إِخْوَانِهِنَّ أَوْ بَنِي إِخْوَانِهِنَّ أَوْ أَخَوَاتِهِنَّ أَوْ نِسَائِهِنَّ أَوْ مَا مَلَكَتْ أَيْمَانُهُنَّ أَوِ التَّابِعِينَ غَيْرِ أُولِي الْإِرْبَةِ مِنَ الرِّجَالِ أَوِ الطِّفْلِ الَّذِينَ لَمْ يَظْهَرُوا عَلَى عَوْرَاتِ النِّسَاءِ وَلَا يَضْرِبْنَ بِأَرْجُلِهِنَّ لِيُعْلَمَ مَا يُخْفِينَ مِنْ زِينَتِهِنَّ وَتُوبُوا إِلَى اللَّهِ جَمِيعًا أَيُّهَ الْمُؤْمِنُونَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ { ٣١ }

Artinya: “Katakanlah kepada para perempuan yang beriman: “hendaklah mereka untuk menahan pandangannya dan memelihara kemaluannya, dan jangan lah mereka menampakkan perhiasan, kecuali yang (biasa) terlihat”. Dan hendaklah mereka menutup kain kerudung kedadanya, dan jangan lah menampakkan perhiasannya (auratnya), kecuali kepada suami mereka, atau ayah mereka, atau ayah suami mereka, atau putra-putramereka, atau putra-putra suami mereka, atau saudara-saudara laki-laki mereka, atau putra-putra saudara perempuan mereka, atau wanita-wanita islam, atau hamba sahaya yang mereka miliki, atau pelayan-pelayan laki-laki yang tidak mempunyai keinginan (terhadap wanita) atau anak-anak yang belum mengerti tentang aurat wanita. Dan janganlah mereka menghentakkan kakinya agar diketahui perhiasan yang mereka sembunyikan. Dan bertaubatlah kamu sekalian kepada

Allah, wahai orang-orang beriman supaya kamu beruntung. (Qs An-nur [24]:31).

Selain itu, dalam sebuah foto fashion hanya sebagai penyampaian media komunikasi visual terhadap perempuan karir dari cara berpakaian atau fashion sesuai dengan pekerjaannya, sedangkan pesan-pesan yang dimunculkan beragam dan harus disampaikan dengan baik. Terutama perempuan dalam berpakaian atau fashion selalu mengikuti trend fashion sendiri tanpa melihat cara fashion yang benar tanpa harus memperlihatkan auratnya. Bahwasannya agama Islam sendiri juga mengajarkan kepada seluruh umatnya terutama kepada perempuan untuk selalu menutup auratnya dalam berpakaian tanpa harus menonjolkan auratnya dengan cara fashion yang baik.

Foto fashion sendiri merupakan suatu hal yang mengandung komunikasi visual yang disampaikan dengan cara bentuk foto sebagai tanda. Foto merupakan sebagai penunjuk sebuah tanda tersebut dapat menimbulkan berbagai macam pesan-pesan dan makna terhadap audien yang akan tersalurkan dalam komunikasi serta kepribadian dan pemikiran mereka sehingga menimbulkan komunikasi visual yang secara teratur. terciptanya komunikasi visual yang positif dari suatu fotografi terutama foto fashion yang menggunakan perempuan. Melalui media foto sebagai komunikasi visual tersebut, persepsi dari perempuan untuk tampil lebih modern yang seperti model dalam foto fashion tersebut.

Dalam foto fashion yang selalu menggunakan perempuan yang tentunya memiliki kriteria sendiri untuk menciptakan model perempuan dalam

foto fashion untuk terlihat lebih modern dan menarik. Menciptakan foto fashion pun harus mengikuti sesuai dunia fashion setiap tahunnya. Hal-hal yang harus diperhatikan dalam menciptakan foto fashion agar terlihat lebih menarik harus juga di masukkan dalam foto fashion seperti kriteria model perempuan yang cantik, tinggi, dan pose yang leluasa. Ketika mengikuti dalam foto fashion seperti itu maka sebuah komunikasi visual dapat saling berkaitan antara tanda, petanda, dan makna dalam sebuah foto fashion. Lebih dari itu, foto fashion tentunya juga terbentuk berdasarkan perubahan fashion yang lebih *simple* dan elegan ketika saat mereka melihat dalam sebuah majalah atau pun katalog fashion.

Foto boleh saja menjadi media komunikasi visual sesuai dengan aliran masing-masing tema foto tersebut membangun dan menyampaikan pesan kepada mereka, serta dapat menyebarkan berbagai informasi yang terdapat dalam sebuah foto fashion yang mampu menciptakan perempuan karir tersebut melalui berbagai media cetak maupun acara fashion show. Ada pula pesan yang disampaikan oleh audien dari masing-masing perempuan berbeda-beda menyampaikan pendapat atau pesan, hingga akhirnya ketika mereka melihat foto fashion dalam bentuk katalog atau fashion show juga akan mempengaruhi dan mengikuti kepribadian mereka yang sesuai dan terlihat perempuan karir dari dalam cara berpakaian atau fashion. Salah satu dari tema mau pun konsep berbagai aliran foto fashion tersebut yang sangat mudah untuk mempengaruhi para audien.

Foto fashion adalah melukis sebuah objek dihasilkan dengan sebuah foto dimana dalam menghasilkan foto fashion harus memiliki nilai unsur untuk menonjolkan aura kecantikan atau *beauty* mau pun produk pada seorang perempuan yang menjadi model atau talent dalam sebuah foto fashion itu sendiri yang digunakan model dari sebuah foto fashion menciptakan hasil bahwasannya perempuan karir dapat dilihat dari cara berpakaian atau fashion. Untuk melengkapi unsur kecantikan dan berpakaian dalam suatu yang dimuat dalam suatu media cetak seperti majalah dan katalog.

Foto fashion merupakan penyampaian media komunikasi visual yang dimiliki pada foto sendiri merupakan sebagai tanda, petanda dan makna. Foto fashion menyajikan gambaran-gambaran atas fashion yang modern, bertujuan untuk membuat para perempuan ingin terlihat tampil modern dan *beauty* seperti model perempuan yang ada didalam majalah katalog mau pun fashion show untuk sesuai dengan diri kepribadian dan sikap masing-masing dari para perempuan itu sendiri, dan juga menghargai apa yang dianggap baik, juga memunculkan kemauan untuk mengubah apa yang dianggap kurang baik. Sedangkan untuk di berbagai negara terutama indonesia telah memiliki banyak sekali fotografer fashion yang profesional yang bergerak dalam bidang foto fashion.

Pada akhirnya terdapat banyak para seniman dan juga komunitas fotografi yang berada di Yogyakarta. Berbagai macam-macam genre dalam dunia fotografi sendiri, foto fashion yang banyak diminati untuk memotret dengan menggunakan model perempuan. Hingga pada akhirnya komunitas

fotografi fun hunting Yogyakarta sering bergerak kepada foto yang menggunakan model perempuan ini digunakan oleh para fotografer sebagai ajang mempererat silaturahmi juga membangun relasi, termasuk salah satunya adalah bertukar pikiran dalam dunia foto fashion dalam seni fotografi untuk membentuk perempuan karir dalam cara fashion atau berpakaian.

Namun, berdasarkan pra survey yang telah dilakukan, oleh peneliti telah mendapatkan informasi bahwa komunitas fotografi fun hunting ini banyak diminati oleh para fotografer untuk menciptakan foto fashion yang menarik dengan menggunakan model perempuan sebagai talent. Terlebih dari itu juga para model perempuan yang sudah lama berkecimpung dalam dunia fotografi yang sering menjadi talent pada acara event yang diselenggarakan oleh komunitas fun hunting tersebut terdapat model atau talent yang baru ingin mendalami peran menjadi model dalam dunia fotografi yang ada di Yogyakarta.

Dari sini lah fotografer ingin menciptakan komunikasi visual fotografi dalam bentuk foto fashion itu sendiri. Dimana sebagai fotografer harus memiliki kreatifitas yang tinggi untuk menciptakan foto fashion agar terlihat lebih menarik seperti ini ingin membuat tema-tema tertentu dalam pemotretan. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana fotografer di komunitas fotografi fun hunting yogyakarta menciptakan komunikasi visual dalam bentuk foto fashion dikalangan komunitas fotografi fun hunting yogyakarta.

Dari hal tersebut sangat lah menarik untuk diteliti karena di kalangan komunitas fotografi fun hunting yang berada di Yogyakarta, bagaimana mereka menghasilkan atau menciptakan dalam sebuah foto fashion untuk mewakili dan menciptakan komunikasi visual perempuan karir dapat dilihat dari cara fashion atau berpakaian yang sesuai dengan keinginan dari masing-masing individu.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada latar belakang diatas, perumusan masalah pada peneliti adalah pesan, tanda, makna dan foto yang ada pada dalam hasil karya komunitas fotografi fun hunting dalam foto fashion.

“Bagaimana Komunikasi Visual Perempuan karir Dalam Foto fashion yang dihasilkan Fotografer?”

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pesan, tanda, dan makna foto fashion dalam komunitas Komunitas Fotografi Fun Hunting Yogyakarta.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Akademis**

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memperluas serta memperkaya wawasan kajian Ilmu Komunikasi, tentang komunikasi visual

dan fotografi iklan khususnya dalam hal yang menggunakan perempuan sebagai model atau talent. Memberikan tambahan referensi dan informasi khususnya kepada para mahasiswa Ilmu Komunikasi yang ingin mengadakan penelitian sejenis tentang judul representasi komunikasi visual perempuan karir dan mau pun bagi mahasiswa UIN Sunan Kalijaga pada umumnya yang tertarik mengangkat tentang *Komunikasi Visua latau Fotografi*.

Menambah kajian penelitian tentang *disability studies* bagi komunitas-komunitas fotografi model dan memperbaiki pemikiran fotografi fashion yang menggunakan perempuan karir sebagai model.

## **2. Manfaat Praktis**

- a. Penelitian ini diharapkan mampu menumbuhkan rasa semangat untuk menciptakan kreatifitas dan fungsi penggunaan model dalam dunia fotografi fashion.
- b. Penelitian ini dapat menjadi rujukan kepada anggota komunitas-komunitas fotografi yang menggunakan model perempuan dalam memberikan pemikiran positif di semua kalangan umum dengan menggunakan model perempuan yang banyak digunakan dalam dunia fotografi fashion.

## E. Telaah Pustaka

Dalam menyusun penelitian ini, penulis melakukan penelusuran dan pencarian literatur yang bertema serupa dengan permasalahan yang menjadi fokus penelitian yang penulis lakukan, sehingga dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan maupun acuan ketika mengerjakan skripsi ini. Tinjauan pustaka ini juga untuk memberikan gambaran kepada peneliti tentang permasalahan dengan tema yang sama berdasarkan penelitian terdahulu. Selain itu, penelusuran literatur juga penulis lakukan untuk menghindari plagiasi agar membuktikan bahwa judul dan penelitian yang penulis ambil benar-benar *original* dan belum pernah ada sebelumnya.

Adapun telaah pustaka yang pertama adalah Skripsi dari saudara Primada Qurrota Ayun mahasiswa mahasiwi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan ilmu politik Universitas Diponegoro Semarang yang berjudul *Representasi Perempuan Dalam dunia Rubrik "Sosialita" Koran Kompas*. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang penulis lakukan yakni sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif. Selain itu persamaan lainnya yakni metode pengumpulan data sama-sama menggunakan wawancara mendalam serta metode analisis datanya yang menggunakan wawancara dan dokumentasi sebagai sumber. Adapun perbedaannya terletak pada objek yang diteliti. Objek penelitian ini adalah sosialita perempuan dan media cetak yang ada dalam koran berita.

Telaah pustaka yang kedua adalah yang peneliti gunakan adalah skripsi dari saudara Akhmad Padila mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas

Ilmu Sosial dan Humaniora yang berjudul *Representasi Sensualitas Perempuan dalam iklan* Skripsi ini membahas tentang sensual perempuan sebagai penggoda para konsumen dalam iklan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan salah satunya yakni sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif dan sama-sama mengangkat tema tentang Representasi Perempuan. Sedangkan perbedaannya terletak pada fokus penelitiannya dimana pada penelitian ini berfokus sensualitas dalam iklan AXE parfum versi “ Heaven On Erath” dalam sebuah iklan tersebut terdapat talent atau model perempuan yang menggunakan pakai seksi. Dalam pendekatan visual ini berbagai macam tanda-tanda yang di sampaikan oleh talent atau model terhadap konsumen. Yang selalu erat dengan perempuan untuk dalam model dengan melalui lekukan tubuh, gaya busana, mau pun parfum AXE wewangian yang di gunakan.

Telaah Pustaka yang ketiga adalah skripsi dari saudari Ari Puji Astuti mahasiswi jurusan Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang berjudul *Representasi Perempuan Dalam Film 7 Hati 7 Cinta 7 Perempuan* Pada penelitian tersebut tertuju pad representasi perempuan dalam film tersebut. Persamaan dan juga pada jenis penelitiannya yakni sama-sama merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Untuk metode pengumpulan data juga sama menggunakan Wawancara mendalam, dan dokumentasi serta metode analisis datanya yang sama.

## **F. Landasan Teori**

### **1. Komunikasi Visual**

Komunikasi visual adalah komunikasi melalui panca indra pengelihatan. Komunikasi visual merupakan menyampaikan tanda, pesan dan juga simbol. Komunikasi visual merupakan seni yang menyampaikan sebuah pesan terhadap para audien. Dengan menggunakan bahas rupa (komunikasi visual) yang disampaikan yang dapat melalui media berupa desain yang bertujuan menginformasikan, dan mempengaruhi hingga merubah perilaku target audience sesuai dengan tujuan yang ingin untuk di wujudkan dan di ciptakan. Komunikasi visual mengkombinasikan antara lambang, tipografi, gambar, desain grafis, ilustrasi dan warna.

Dalam sebuah isi atau pesan yang diungkapkan secara kreatif dan juga mengandung solusi untuk permasalahan yang hendak disampaikan baik sosial, maupun komersial atau pun berupa informasi, didenifikasi maupun persuasi. jika di hubungkan dengan komunikasi visual dapat dijelaskan sebagai berikut:

#### **a. Titik**

Salah satu unsur yang wujudnya relatif kecil, dimana dimensi memanjang dan melebarnya dianggap tidak berarti. Titik cenderung ditampilkan dalam bentuk kelompok dengan variasi jumlah, susunan, dan kepadatan tertentu. Dimana titik ini menghubungkan antara titik satu dengan titik lainnya sehingga dapat membentuk sebuah gambar.

**b. Garis**

Garis dianggap sebagai unsur visual yang banyak berpengaruh terhadap bentuk suatu objek sehingga garis, selain dikenal sebagai goresan atau coreta, juga juga menjadi batas limit bidang suatu bidang atau warna.

**c. Bidang**

Bidang merupakan unsur visual yang berdimensi panjang dan lebar. Ditinjau dari bentuknya, bidang bisa dikelompokkan menjadi dua, yaitu bidang geometri/beraturan dan bidang non geometri alias tidak beraturan.

**d. Ruang**

Ruang dapat dihadirkan dengan adanya bidang. Pembagian bidang atau jarak antar objek berunsur titik, garis, bidang dan warna.

**e. Warna**

Warna sebagai unsur visual yang berkaitan dengan bahan yang mendukung keberadaannya ditentukan oleh jenis pigmennya. Kesan yang diterima oleh mata lebih ditentukan oleh cahaya.

**f. Tekstur**

Nilai raba dari suatu permukaan. Secara fisik dibagi menjadi tekstur kasar dan halus, dengan kesan pantulan mengkilat dan kusam.

(Adi Kusrianto 30-32)

## **2. Fotografi**

Seni fotografi semakin berkembang terutama dari camera yang semakin canggih. Bahasa dari Fotografi itu sendiri dari bahasa Inggris. Dimana dalam photography, yang berasal dari kata Yunani yaitu "photos": Cahaya dan "Grafo": Melukis/menulis jadi fotografi itu merupakan proses melukis/menulis dengan menggunakan media cahaya. Maka Untuk menghasilkan gambar atau foto dari suatu obyek dengan merekam pantulan cahaya yang mengenai obyek tersebut terhadap media yang peka pada cahaya. Prinsip fotografi adalah memokuskan cahaya dengan bantuan pembiasan sehingga mampu membakar medium penangkap cahaya yang sempurna dan maksimal.

Untuk menghasilkan intensitas atau ketajaman cahaya yang tepat untuk menghasilkan gambar, digunakan lah bantuan alat ukur berupa lightmeter untuk mengetahui kekuatan cahaya tersebut. Fotografi merupakan sebagai efek tiruan yang secara realistis. Dengan sikap atau pose yang sesuai yang pas dan memberikan citra perempuan karir dalam pose atau sikap, sedangkan objek merupakan sebagai target utama dalam membentuk efek tiruan dan pose atau bergaya dalam fotografi sehingga menghasilkan sebuah foto yang menarik. Dan estetika dalam fotografi dapat dilihat dan dapat dimaknai dengan foto sebagai sebuah karya seni.

### **a. Pose atau sikap**

Memberikan kesan keluasan atau tidak kaku dalam berpose atau sikap yang untuk memberikan makna dalam pose atau sikap dan membangun sebuah foto dalam realistis.

**b. Efek tiruan**

Fotografi dibangun untuk memberikan efek tiruan secara realistis dengan memberikan imajinasi.

**c. Estetisme**

Fotografi memberikan bukan hanya sebagai sebuah karya seni akan tetapi untuk membangun sebuah imajinasi dan memberikan makna terhadap sebuah foto. (Roland Barthes 2010: 5-10)

**3. Foto Fashion**

Dalam buku *The Fashion System*, Barthes membicarakan panjang lebar mengenai dunia mode. Sebagaimana bukunya yang terdahulu, dalam buku ini Barthes juga membicarakan operasi struktur penanda (*signifier*) mode, struktur petanda (*signified*)-nya, dan struktur *sign* atau signifikansinya. Memang kajian mode atau *fashion* Barthes tidak pernah terlepas dari bidang semiotika yang selama ini dikembangkannya.

Dunia mode merupakan proyek model kaum aristokrat sebagai salah satu bentuk atau wujud prestise. Pada perkembangan berikutnya, model pakaian seseorang juga harus disesuaikan dengan fungsinya sebagai tanda, yang membedakan antara pakaian untuk kantoran, olah raga, liburan, berburu, upacara-upacara tertentu, bahkan untuk musim-musim tertentu seperti pakaian musim dingin, musim semi, musim panas atau pun musim gugur. Manusia pengguna pakaian yang mengikuti *trend* akan mengejar apa yang tengah menjadi simbol status kelas menengah ke atas.

Yang tidak mengikuti arus dunia mode akan dikatakan manusia yang tidak *fashionable* alias ketinggalan mode.

Tata busana tidak lagi menjadi sekedar pakaian tetapi juga telah menjadi mode, menjadi peragaan busana, menjadi sebuah tontonan yang memiliki prestisenya tersendiri, menjadi simbol status kehidupan. Hal ini tidak hanya terjadi di dunia Barat saja, tetapi juga tengah melanda di Indonesia. Barthes tidak salah membidik salah satu aspek ini, yakni mode, sebagai salah satu kajiannya, mengingat negara Paris merupakan kiblat mode dunia. Begitulah, salah satu topik pembicaraan Roland Barthes tentang beberapa aspek kebudayaan massa yakni tentang dunia mode.

Pada dunia yang kini penuh dengan berbagai kemewahan digunakan para model yang untuk memperagakannya di sejumlah *catwalk* pusat-pusat peragaan busana di berbagai kota-kota metropolis. Status seseorang sendiri dalam masyarakat seringkali dicitrakan melalui merk atau brand dan rancangan siapa pakaian yang dikenakannya. Padahal jika ditelusuri lebih dalam, dunia mode adalah salah satu pelegitimasi ideologi gender yang selama ini sering dikonter oleh para feminis.

Selain bicara tentang mode, Roland Barthes juga berbicara tentang foto, khususnya tentang foto-foto dalam media massa dan juga iklan. Hal ini diungkapkannya dalam dua artikelnya, "*The Photographic Message*" pada 1961 dan "*Rethoric of the Image*" juga pada 1961. Lewat dua artikelnya ini, Roland Barthes menguraikan makna-makna konotatif yang terdapat dalam sejumlah foto dalam media massa dan iklan. Foto sebagai

salah satu sarana yang sanggup menghadirkan pesan secara langsung (sebagai analogon atau denotasi) dapat meyakinkan seseorang (pembaca berita atau iklan) bahwa peristiwa tersebut sudah dilihat oleh seseorang, yakni fotografer. Akan tetapi, dibalik peristiwa tersebut, ternyata foto juga mengandung pesan simbolik yang menuntut para pembacanya untuk menghubungkannya dengan “pengetahuan” yang telah dimiliki sebelumnya.

Sebagai contoh-contoh merupakan analisis semacam inilah yang dikemukakan oleh Roland Barthes dalam analisisnya tentang sejumlah foto. Salah satunya tentang seorang tentara yang berkulit berwarna hitam dan mengenakan seragam militer negara Prancis yang berada pada posisi tengah yang sedang memberikan penghormatan militer, matanya terpancang pada bendera nasional. Dari sebuah hasil foto ini menjadikan sampul dari majalah *Paris-Match*. Dalam analisisnya, Barthes menyatakan bahwa foto itu ingin menyatakan Prancis sebagai sebuah negara besar, tempat para putranya, tanpa diskriminasi warna kulit, dengan penuh setia, melayani bangsa di bawah kibaran benderanya.

Seorang fotografer dalam memotret meringkali memperhatikan pose, objek yang dipilihnya, logo-teknik, dan juga berbagai sejumlah manipulasi demi tercapainya apa yang hendak “ditulisnya”. Hal ini seringkali ditemukan dalam sejumlah media cetak, terlebih lagi pada iklan yang lebih menekankan kekuatan foto pada aspek-aspek daya tariknya

sebagai sarana persuasif yang seringkali memanfaatkan tema-tema keintiman, seks, kekhawatiran, dan idola (St. Sunardi, 2004:157-158).

Memadang foto merupakan ziarah menuju jati dirinya yang melewati tahap eksplorasi, animasi, dan afeksi. Pengalaman-pengalaman ini lah yang menjadi ukuran Barthes untuk menilai kualitas foto, karena tidak setiap foto membuat kita terpaku pada satu titik (St. Sunardi, 2004:166).

#### **4. Semiotik**

Semiotik adalah pengenalan sebagai tanda. Dalam sebuah tanda memiliki makna dan pengertian. Perkembangannya semiotik merupakan sebagai perangkat untuk mengkaji kebudayaan manusia. dalam metodologi ini dapat dilihat dari tiga tataran yaitu: paradigma yang digunakan, metode yang dipilih, dan teknik yang dipakai. Tiga terapan ini merupakan paradigma yang tumpuan semiotika budaya, dengan paradigma kualitatif yang di dukung oleh partisipatoris atau bahkan kuantitatif. Hal ini tak lepas dari pemaknaan tanda, dalam bukunya juga Semiotik dan Dinamika Sosial Budaya, Benny H (2011:3-7) menjelaskan beberapa definis dari semiotik dan dinamika sosisal budaya diantaranya:

- a. Piaget (1986) berpendapat bahwa “struktur adalah bangunan (abstrak) yang (dalam kognisi manusia) terbentuk dari sejumlah komponen yang satu sama lain mempunyai hubungan, dan yang bersifatnya merupakan sebuah totalitas, dapat mengatur dirinya sendiri bila ada perubahan

dalam hubungan di antara komponen-komponennya, dan dapat bersifat bertransformasi (berubah bangunan)”.

- b. De Saussure (1916) berpendapat bahwa “yang dimaksud bentuk abstrak disini adalah citra yang terbentuk dalam keognisi pemakai tanda dari suara bunyi, warna, bangunan, atau hal lain yang ada dalam kehidupan manusia.
- c. Danies dan Perron (1999) berpendapat bahwa “teori semiotik seperti itu sudah ada sejaak hippocrates (460-377 SM) yang mendefinisikan “tanda” dari bidang kedokteran sebagai gejala fisik (*phy symptom*) yang mewakili suatu penyakit.
- d. Rolland Barthes (1970) berpendapat bahwa makna tidak berasal dari pengarang maka makna harus secara aktif diciptakan oleh pembaca melalui suatu proses analisi tekstual. Mendefinisikan tanda untuk menggambarkan elemen-elemen yang dapat memuat beragam macam makna untuk beragam pembaca teks di seluruh teks. Teks yang dapat dibalik, atau terbuka bagi keberagaman sehingga sangat banyak untuk interpretasi mandiri bukan sebagai hal pembatasan makna.

Dari beberapa pandangan diatas, dapat disimpulkan bahwa mereka adalah sebuah nama, tanda, simbol, atau rancangan atau kombinasi dari hal-hal tersebut. Tujuan komunikasi visual tanda adalah mengidentifikasi visual dan simbol terhadap perempuan dalam foto fashion terhadap berpakaian yang semakin simple dan berubah setiap tahun. Mitos

merupakan sistem tatapan kedua (second-order semiologis system). Merupakan sebagai tanda (asosiatif antara konsep dan citra).

Teori Roland Barthes ini semiotika dalam suatu hubungan antara dua termasuk penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). Dalam hubungan ini tidak bersifat persamaan (*equality*) melainkan (*equivalence*). Dalam penanda dapat mengungkapkan sebagai petanda saati kita berhadapan, sistem semiologis, tidak hanya dengan dua tetapi dengan tiga termasuk yang berbeda. Untuk menghubungkan dalam kolerasi ini terdapat penanda, petanda, dan tanda. Bahwasannya materi materi dalam berbicara mistis yang meliputi (bahas itu sendiri, fotografi, lukisan, poster, objek dan lain-lain).

Sebuah mitos ini hanya ingin melihat dalam sekumpulan data, suatu tanda global, dan gambar. Mitos ini menggeser secara sistem formal dari petanda pertama ke samping. Di antara penanda, petanda dan tanda memiliki fungsional terhadap implikasi semua keseluruhan sebagai mitos skema semiologis. (Barthes, 2010:296)

a. **Denotasi**

Yakni proses penyelusupan atau pelapisan makna kedua keatas pesan fotografis, terjadi pada beberapa tahap berbeda yang merupakan bagian dari proses panjang produksi foto (pemilihan, tindakan teknis, framing, lay- out) dan memperlihatkan, pada akhirnya, suatu proses pengkodean (coding) analog fotografis.

## b. Konotasi

Merupakan peran pembaca (*the reader*) sebagai peran utama untuk dapat mengkomunikasikan isi pesan yang harus di sampaikan berkaitan dengan konten yang ada pada sebuah foto. Mengkomunikasikan memiliki beberapa hal yang harus dapat membentuk karakter dan perasaan dengan pendekatan visual dan emosional, atau kombinasi dari keduanya. Sedangkan dalam bentuknya hanya bisa bersifat ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, dan lain-lain.

## G. Metode Penelitian

### 1. Jenis Penelitian

Dalam buku riset kualitatif (Kriyantono, 2006: 56-57) dijelaskan bahwa kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Selain itu, riset kualitatif tidak mengutamakan besarnya populasi atau *sampling*, bahkan populasi atau *sampling*-nya sangat terbatas. Jika data yang terkumpul sudah dianggap cukup dan sudah mendalam, serta bisa menjelaskan fenomena yang diteliti maka tidak perlu mencari *sampling* lainnya.

Karena penekanan terletak pada persoalan kedalaman (kualitas) data bukan banyaknya (kuantitas) data. Sebagai jenis atau tipe pada penelitian ini adalah menggunakan deskriptif kualitatif yang bertujuan

untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual, akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu.

## **2. Subjek dan Objek Penelitian**

### **a. Subjek Penelitian**

Subjek dari penelitian ini adalah pada komunitas *fotografi fun hunting Yogyakarta* dan masing-masing fotografer terhadap komunitas fotografi Yogyakarta. Dimana pun para informan tersebut adalah mereka yang tahu dan mengerti tentang fotografi fashion yang menggunakan model perempuan sebagai talent dalam fotografi fashion. Penentuan subjek tersebut dengan menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi foto dari nara sumber atau fotografer yang menurut mereka dalam foto fashion yang modern.

Penentuan subjek melalui teknik ini karena (informan/narasumber) yakni dari para anggota mau pun dari kelompok-kelompok komunitas fun hunting yang diteliti yang *notabene* adalah mereka orang-orang yang kaya akan informasi mengenai persoalan yang diteliti (Pawito, 2007: 88-89).

### **b. Objek Penelitian**

Sebagaimana suatu objek penelitian adalah sesuatu yang ingin untuk diketahui atau diteliti dari subjek untuk penelitian. Judul dari objek dalam penelitian ini adalah “Komunikasi Visual Perempuan Karir Dalam Foto Fashion”

### **3. Teknik Pengumpulan Data**

#### **a. Jenis Data**

Ada dua jenis bentuk data yang akan dikumpulkan dalam penelitian ini, yaitu data primer dan data skunder.

##### **1) Data Primer**

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber data pertama atau tangan pertama dilapangan (Kriyantono, 2006: 41).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Wawancara mendalam terhadap fotografer untuk mengetahui bagaimana cara berpakaian dalam *fashion modern* yang ada pada hasil foto dari setiap subjek *Komunitas Fotografi Fun Hunting Yogyakarta*.

##### **2) Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang didapat dari sumber kedua, yang digunakan peneliti untuk membantu dan mendukung data primer. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode Rolland Barthes, yang akan peneliti gunakan sebagai pelengkap dalam metode yang berhubungan dengan penelitian yang menjadi fokus peneliti.

#### **b. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam hal untuk penyusunan penelitian ini, dengan teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan adalah sebagai berikut:

## 1) Wawancara

Wawancara merupakan sebagai alat bantu untuk pengumpulan data yang sangat penting yang melibatkan manusia sebagai subjek sehubungan dengan realitas atau gejala yang dipilih untuk diteliti.

Dengan wawancara mendalam peneliti akan lebih mendapatkan data-data yang dibutuhkan secara langsung dari sumber, sehingga data yang didapat akan lebih akurat dan valid. Wawancara mendalam dan dokumentasi foto fashion dari setiap nara sumber yang akan peneliti lakukan terhadap anggota dari Komunitas Fotografi Yogyakarta dan termasuk didalamnya adalah yang sebagai anggota yang masih aktif dalam satu *Komunitas Fotografi Fun Hunting Yogyakarta*.

## 2) Observasi

Observasi merupakan kegiatan untuk mengamati secara langsung mengenai objek untuk melihat dengan dekat kegiatan yang dilakukan objek tersebut (Kriyantono, 2006: 108).

Peneliti melakukan observasi untuk mengetahui lebih jauh tentang foto fashion perempuan menurut para narasumber dalam bentuk dokumentasi foto.

### 3) Dokumentasi

Dokumentasi ini merupakan sebagai alat bukti pengumpulan data yang bertujuan untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis data dan interpretasi terhadap sebuah data (Kriyantono, 2006: 118).

Dokumentasi yang peneliti gunakan dalam pengumpulan data tersebut berupa bentuk foto kegiatan komunitas Fun Hunting dalam mengadakan kegiatan atau event fotografi yang banyak menggunakan talent perempuan sebagai model.

### 4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dilakukan atau digunakan untuk dapat menarik berbagai kesimpulan-kesimpulan. Penelitian komunikasi menggunakan metode kualitatif ini lebih bertujuan untuk mengemukakan gambaran atau memberikan pemahaman mengenai bagaimana dan mengapa sehubungan dengan realitas atau gejala komunikasi yang diteliti (Pawito, 2007: 100-101).

Pada penelitian ini, teknik analisis data yang dipakai adalah dengan menggunakan teknik analisis interaktif Miles dan Huberman atau yang lazim disebut *interactive model* (Pawito, 2007: 104). Teknik analisis ini pada dasarnya terdiri dari tiga komponen, yaitu:

#### a. Reduksi Data

Reduksi data melibatkan beberapa tahapan, yakni:

- 1) Tahap *pertama*, melibatkan langkah-langkah *editing*, pengelompokan dan meringkas data
- 2) Tahap *kedua*, penyusunan kode-kode dan catatan (memo) mengenai berbagai hal termasuk yang berkenaan dengan aktivitas serta proses-proses sehingga peneliti dapat menemukan tema-tema, kelompok-kelompok dan pola-pola data.
- 3) Tahap *ketiga*, menyusun rancangan dan konsep-konsep serta memberikan berbagai penjelasan yang berkenaan dengan sesuai pada tema, pola, atau kelompok-kelompok data yang bersangkutan dan sesuai.

#### **b. Penyajian Data**

Sebagai penyajian data melibatkan berbagai langkah-langkah untuk mengorganisir dan mengolah data, yakni menjalin (kelompok) data yang sama sehingga seluruh data yang dianalisis benar-benar dilibatkan dalam satu kesatuan.

#### **c. Penarikan dan Pengujian Kesimpulan**

Pada dasarnya mengimplementasikan prinsip induktif dengan mempertimbangkan pola-pola data yang ada atau kecenderungan dari display data yang telah dibuat. Peneliti harus mengkonfirmasi, dan juga untuk mempertajam atau mungkin merevisi berbagai kesimpulan-kesimpulan data yang telah dibuat untuk sampai pada kesimpulan final berupa bentuk ke aslian sebuah data yang mengenai gejala atau realitas yang diteliti.

## 5. Teknik Keabsahan Data

Teknik dalam keabsahan data merupakan upaya untuk menunjukkan validitas dan reliabilitas data penelitian. Validitas adalah sejauh mana data yang diperoleh telah secara akurat untuk mewakili realitas yang sesuai diteliti. Sedangkan reliabilitas adalah tingkat konsistensi hasil dari penggunaan cara pengumpulan data dari wawancara dan dokumentasi (Pawito, 2008: 97).

Metode keabsahan data yang digunakan pada penelitian ini yakni dengan wawancara mendalam, dan dokumentasi ikut serta data sumber dimana peneliti meminta pertimbangan pihak lain atas fenomena yang sedang diteliti. Data sumber dimaksudkan untuk mendapatkan data dari sumber yang sama. Melainkan lebih pada peningkatan dan pemahaman peneliti terhadap apa yang telah ditemukan. Dari sini peneliti dapat melihat beberapa kemungkinan seperti data yang diperoleh ternyata konsisten, tidak konsisten atau berlawanan.

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dunia fotografi adalah melukis pada objek dengan bantuan dari berbagai cahaya menggunakan kamera dan dihasilkan ke kedalam bentuk foto. Banyaknya jenis foto terutama foto fashion berbagai macam genre dalam foto fashion. Foto fashion yang saat ini sedang trend dan sebagai daya tarik utama untuk kalangan perempuan. Dalam menampilkan foto fashion ini yang banyak menggunakan perempuan sebagai talent atau model yang sesuai kriteria model dalam foto fashion. penggunaan model pun ikut turun serta dari fotografer yang semakin kreatif dalam menciptakan foto fashion dapat lihat dari cara model, pose, framing, tata letak cahaya dan lain-lain.

Foto fashion bukan sebagai menunjukkan salah satu produk yang di kenakan model perempuan dalam foto fashion, akan tetapi mengangkat citra serta cara berpakaian atau fashion yang dikenakan perempuan akan menciptakan perempuan karir dalam cara berpakaian atau fashion serta sesuai terhadap pekerjaan yang di tekuni.

Fotografi fashion telah memberikan gambaran tentang bagaimana menciptakan perempuan karir yang dilihat dari cara berpakaian sesuai pada pekerjaannya. Melalui analisis yang telah membedah beberapa tanda yang ada pada foto fashion, ada beberapa fakta yang ditemukan oleh peneliti:

1. Adanya cara berpakaian atau fashion yang di kenakan memiliki pengertian atau makna menunjukkan pekerjaan dari setiap masing-masing individu. penggunaan fashion yang terlihat nampak glamor, casual maupun resmi juga menandakan dari karakter pemakai dalam berpakaian atau fashion.
2. Tanda – tanda yang nampak pada foto ini menggambarkan suasana realita yang terjadi pada kalangan perempuan karir setiap tahun selalu berubah fashion yang dikenakan dan mengikuti genre dari fashion yang selalu berubah dijadikan dalam bentuk foto fashion dapat dilihat dimajalah katalog atau fashion show.
3. Dapat dilihat dari bentuk produk, warna dengan di bantu penggunaan fashion yang pas digunakan dari masing-masing setiap individu menciptakan unsur perempuan karir dalam bidang pekerjaan.
4. Banyaknya penggunaan model perempuan sebagai media komunikasi visual dalam bentuk fotografi fashion. termasuk foto fashion yang banyak menggunakan perempuan dari pada laki – laki di dalam fashion yang di kenakan perempuan sebagai daya tarik yang sangat kuat dalam cara berpakaian atau fashion.
5. Foto sebagai komunikasi visual dapat dilihat dari warna, tekstur, titik, garis, bidang, dan ruang.
6. Foto fashion hanya membuat rasa kagum oleh perempuan dan dapat di rasakan melalui indra mata.

## **B. Saran**

1. Kualitatif merupakan sebagai metode kajian yang membutuhkan wawasan yang sangat luas untuk bisa mendapatkan kajian yang mendalam. Untuk itu, disarankan kepada penulis-penulis yang lain agar memperbanyak wacana-wacana yang berkaitan dengan objek analisisnya.
2. Untuk penggunaan foto fashion yang akan diteliti dengan menggunakan teori komunikasi visual dimana sesuai dengan genre fashion ditahun ini karena fashion ditahun lalu akan menunjukkan perbedaan atau perubahan dalam cara berpakaian dari tahun-tahun sebelumnya.
3. Saran terakhir jangan menggunakan satu metode saja akan tetapi usahakan menggunakan berbagai macam teori untuk mengetahui komunikasi visual dalam foto fashion. Sehingga dalam penelitian akan banyak macam ragamnya.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Al-Qur'an Terjemah & Tafsir Huruf Arab & Latin*. 1978. Departemen Agama RI. Jakarta
- Adi Kusrianto, 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET (Penerbit Andi).
- Anthony J. Cortese. 2008. *Images Of Women and Minorities In Advertising*
- Daniel, marsel. 2011. *Pesan, Tanda dan Makna* Yogyakarta: Jala sutra
- Danesi, Marcel.2010. *Pengantar memahami semiotik media*. Yogyakarta: Jalasutra
- John, Fiske. 2011. *Cultural and Communitation Studies* Yogyakarta: Jalasutra
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media
- Malcolm, Barnard. 2007. *Kebudayaan Pop Dalam, fashion dan komunikasi*
- Noviani, Ratna. 2002. *jalan Tengah Memahami Iklan: Antara Realitas, Representasi, dan simulasi*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LkiS
- Rama, Kertamukti.2012. *Komunikasi Visual Dalam Periklanan*. Yogyakarta: Galuh
- Rosemarie. Putnam Tong. 2006. *Feminist Thought*. Yogyakarta: LkiS
- Rolland, Barthes. 2010. *Mitos-Mitos Budaya Massa*. Yogyakarta: Jalasutra
- Rolland, Barthes. 2010. *Analisis Semiologi Atas Fotografi, Iklan, Film, Musik, Alkitab, Penulisan dan Pembacaaan Serta Kritik Sastra*. Yogyakarta: Jalasutra
- Sholihati, Hj. Siti. 2007. *Perempuan dan media massa*. Yogyakarta: Teras.
- Universitas Islam Indonesia, 2013. *Identitas Perempuan Dalam Majalah*. Yogyakarta: Lingkar Media
- Sunardi, st. 2002. *Semiotika Negativa*. Yogyakarta: Kanal

## Skripsi

Akhmad, Padila. 2013. *Representasi Sensualitas Perempuan dalam Iklan* (Analisis Semiotika Roland Barthes Terhadap Iklan Parfum Axe Versi Heaven On Earth di Televisi). Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Ari, Puji Astuti. 2013. *Representasi Perempuan Dalam Film 7 Hati 7 Cinta 7 Perempuan* (Karya Robby Ertanto Analisis Semiotik). Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Primada. Qurrota Ayun. 2011. *Representasi Perempuan dalam rubrik "Sosialita" Koran Kompas*. Universitas Diponegoro Semarang.

## Internet

[http://banggaberbahasa.blogspot.com/2012/09/semiotika-menurut-pandangan-roland\\_820.html](http://banggaberbahasa.blogspot.com/2012/09/semiotika-menurut-pandangan-roland_820.html) Diakses pada 12 april 2015

<http://www.freecybers.com/make-contents/users-articles/foto-fotografi-fashion-tema-vintage-style.html> Diakses pada 10 april 2015

<http://fightersquadfamily.blogspot.com/2014/10/pengertian-fashion-menurut-para-ahli.html> Diakses pada 12 april 2015

<http://hendradientaputra.blogspot.com/2013/03/desain-komunikasi-visual-teori-dan.html>. Diakses pada 10 april 2015

<https://kelasfotografi.wordpress.com/2013/08/25/pengertian-dan-sejarah-singkat-fotografi/> Diakses pada 10 april 2015

<http://mashimoroo.blogspot.com/2012/03/representasi.html> Diakses pada 10 april 2015

[http://repo.isidps.ac.id/781/1/Prinsip\\_Desain\\_Komunikasi\\_Visual.pdf](http://repo.isidps.ac.id/781/1/Prinsip_Desain_Komunikasi_Visual.pdf) Diakses pada 10 april 2015

<http://sir.stikom.edu/641/5/.pdf> Diakses pada 10 april 2015

<https://sustainablemovement.wordpress.com/2013/10/15/sejarah-perkembangan-fashion-di-dunia-tahun-1920-2010/> Diakses pada 10 april 2015

**LAMPIRAN**  
**DATA NARASUMBER**

1. Nama Lengkap : M Faiz  
Tempat, Tanggal Lahir : Purbalingga 24 maret 1993  
Alamat : Banjarkerta RT 01 RW 02 Kecamatan Karanganya  
Kabupaten Purbalingga  
Pekerjaan : Fotografer  
Frekuensi Memotret : Setiap hari  
Komunitas : Komunitas Fotografi Fun Hunting Yogyakarta  
Waktu Wawancara : Minggu, 26 April 2015
2. Nama Lengkap : Agam Purnomo  
Tempat, Tanggal Lahir : Yogyakarta 20 Agustus 1987  
Alamat : Warungboto UH IV/ 901 Yogyakarta  
Pekerjaan : Fotografer  
Frekuensi Memotret : Setiap hari  
Komunitas : Komunitas Fotografi Fun Hunting Yogyakarta  
Waktu Wawancara : Senin 27 April 2015

**PELAKSANAAN WAWANCARA**

<b>No</b>	<b>Nama</b>	<b>Komunitas</b>	<b>Media</b>	<b>Tanggal pelaksanaan</b>
1.	M Nur Faiz	Fun Hunting Creatif (FH)	Tatap muka/ langsung	Minggu 26 April 2015
2.	Agam Purnomo	Fun Hunting Creatif (FH)	Tatap muka/ langsung	Senin 27 April 2015

## INTERVIEW GUIDE

1. Apa yang membangun konsep perempuan karir dalam komunikasi visual warna, tekstur, ruang dan garis harus diperhatikan?
2. Tanda apa yang menciptakan perempuan karir?
3. Petanda apa yang menciptakan perempuan karir?
4. Dalam foto perempuan karir dapat dijadikan sebagai penanda?
5. Bagaimana citra perempuan karir dalam foto fashion sebagai media komunikasi visual?
6. Dari hasil foto fashion apa yang menunjukkan bahwa itu perempuan karir?
7. Bagaimana sosok perempuan karir yang di gambarkan pada representasi dengan pose yang mellihatkan auratnya?
8. Apa pengertian dari fotografi fashion itu sendiri?
9. Hal apa saja yang harus di perhatikan dalam foto fashion?
10. Mengapa dalam foto fashion banyak menggunakan sosok perempuan?
11. Bagaimana menciptakan perempuan karir yang dalam foto fashion?
12. Apa yang dimaksud dengan fotografi itu?
13. Dalam hal apa saja yang harus diperhatikan dalam foto untuk menciptakan perempuan karir?
14. Bagaimana menghasilkan foto agar perempuan karir lebih terlihat?