

# Perancangan *Product Launching* Brand Lovin pada Platform Instagram

Nida Istifara

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Humaniora dan Industri Kreatif, Universitas Kristen Petra,

Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya 60236, Indonesia

Email: e12180215@john.petra.ac.id

## Abstrak

Fotografi Konseptual adalah konsep fotografi yang mementingkan ide, simbol, dan tema. Salah satu tujuan utama fotografi konseptual adalah untuk menyampaikan sebuah pesan. Melalui fotografi konseptual, Brand launching dapat melakukan pendekatan yang lebih ekspresif dan menarik untuk menarik audiens dan menyampaikan pesan mengenai produk. Fotografi konseptual seringkali tidak mengikuti prinsip dasar fotografi, seperti center, rule of third, golden rule. Hal ini bertujuan untuk menyampaikan pesan yang ingin disampaikan, seperti berfokus pada suatu objek, menjauhkan objek lain, dll.

Lovin sendiri merupakan sebuah perusahaan produsen sandal untuk wanita muda yang *fashionable*, namun untuk promosi pada instagram, Lovin tidak melakukan repost produk lama, melainkan hanya *launching* produk baru pada skala besar dan di promosikan, ditambah setiap produk memiliki konsep *product launching* yang berbeda dan detail mulai dari pesan, penyesuaian desain sandal, dll, sehingga setiap produk bersifat unik dan eksklusif.

**Kata kunci:** ide, pesan, menarik

## Abstract

*Title: Lovin Brand Launching Design on Instagram*

*Conceptual Photography is a photography concept that emphasizes ideas, symbols, and themes. One of the main goals of conceptual photography is to convey a message. Through conceptual photography, Brand launching can take a more expressive and interesting approach to attract audiences and convey messages about products. Conceptual photography often does not follow the basic principles of photography, such as the center, the rule of thirds, the golden rule. It aims to convey the message to be conveyed, such as focusing on an object, keeping other objects away, etc.*

*Lovin itself is a company that produces sandals for fashionable young women, but for promotion on Instagram, Lovin does not repost old products, but only launches new products on a large scale and is promoted, plus each product has a different product launching concept and details ranging from from messages, sandal design adjustments, etc., so that each product is unique and exclusive.*

**Keywords:** *idea, message, interesting*

## Pendahuluan

Fotografi telah menjadi salah satu hal yang sering kita jumpai saat ini, Fotografi merupakan serapan dari bahasa Inggris "*Photography*" dan berasal dari bahasa Yunani kuno "*photos*" cahaya dan "*grafo*" melukis atau menulis, berarti fotografi adalah proses

melukis dengan menggunakan cahaya, sedangkan menurut KBBI fotografi adalah seni dan penghasilan gambar dan cahaya pada film atau permukaan yang dipekatkan, namun menurut (Awaliyah, 2020) fotografi adalah Proses atau metode untuk menghasilkan gambar atau foto dari suatu objek dengan merekam pantulan cahaya yang mengenai

objek tersebut pada media yang peka terhadap cahaya.

Proses fotografi telah mengalami perkembangan yang sangat pesat baik dalam bidang teknologi maupun teknik yang digunakan, menurut (Tolmachev, 2019) konsep kamera pertama ditemukan pada tahun 13-14 sesudah masehi, dimana dijelaskan cara kerja kamera *obscura*, yaitu merupakan sebuah ruangan gelap berbentuk kotak yang tertutup dengan sebuah lubang kecil yang sesuai dengan besar ukuran kotak pada satu sisinya. Cahaya masuk melalui lubang tersebut dan memunculkan sebuah gambar pada permukaan tembok, namun gambar yang dihasilkan menjadi terbalik, penemuan inilah yang nantinya menjadi dasar teknologi analog, dan kenapa kamera analog menggunakan cermin.

Sedangkan foto pertama diambil oleh seorang penemu dari Prancis, Joseph Nicéphore Niépce pada tahun 1825 yang memotret pemandangan dari jendela di Le Gras. Pada saat itu pemotretan berlangsung hingga 8 jam agar gambar dapat terbentuk, hingga semakin lama waktu terbentuknya foto semakin singkat dan dapat memotret gambar berwarna. Seiring perkembangan zaman, ditemukannya kamera digital semakin canggih, mulai dari kamera DSLR (*Digital Single-Lens Reflex*) hingga kamera mirrorless yang tidak menggunakan cermin dan berukuran lebih kecil dan ringan, ditambah kamera pada telepon genggam yang semakin bertambah canggih dan hampir menyamai kamera digital.

Namun, seiring waktu aspek seni pada fotografi mulai hilang bagi sebagian orang, dikarenakan mudahnya seseorang untuk mengambil sebuah foto dengan teknologi yang semakin canggih, baik melalui kamera telepon genggam maupun kamera digital yang semakin mudah dioperasikan. Tapi pada kenyataannya tidaklah semudah itu untuk memperoleh hasil foto yang maksimal dan tidak “asal jepret”, karena ada beberapa aspek teori dan komposisi yang perlu diperhatikan oleh seorang fotografer, menurut (Stenger, 2020) terdapat 10 teknik komposisi dalam fotografi untuk meningkatkan kemampuan seseorang sebagai fotografer.

*Framing* merupakan teknik untuk membuat bingkai pada subjek dengan elemen pada pemandangan, contohnya adalah menggunakan jendela untuk memberikan bingkai pada subjek yang ingin difoto.

*Leading Lines* merupakan teknik yang menggunakan garis untuk mengarahkan perhatian audiens pada sebuah POI (*Point of Interest*) pada sebuah foto, selain itu dapat juga memberikan kesan *Depth of Field* pada foto.

*Symmetry* adalah teknik dimana kedua bagian foto, baik secara vertikal maupun horizontal hampir sama satu sama lain.

*Negative Space* pada fotografi mengacu pada area foto yang dibiarkan kosong, seperti tembok kosong, langit, atau lantai. Meninggalkan *White Space* dapat membuat subjek lebih menonjol dan menimbulkan kesan damai.

*Fill the Frame* merupakan teknik untuk mengisi penuh foto dengan subjek, dilakukan dengan mendekat ke objek, teknik ini berguna untuk memfokuskan pandangan secara total ke subjek, dan berguna untuk menangkap detail-detail pada muka subjek.

*Contrast* adalah foto yang memiliki 2 warna dominan yang sangat berbeda, misalnya biru dan kuning, namun teknik *contrast* tidak hanya berlaku untuk warna, seperti pada *Conceptual Photography* dimana terdapat kedua objek dengan sifat yang sangat berbeda

*Pattern* dan *Repetition* yaitu menggunakan pola dan pengulangan pada foto, apabila difoto pada sudut tertentu, sebuah pattern dapat menghasilkan tekstur dan visual yang menarik

*Depth of Field* adalah teknik yang membedakan dengan jelas antara *Foreground* dan *Background*, dan menentukan titik fokus audiens pada bagian mana, apabila ingin memotret subjek pada background ramai, maka dapat menggunakan *Shallow Depth of Field* untuk memfokuskan untuk memfokuskan subjek, sedangkan apabila ingin menangkap detail seluruh pemandangan gunakan *Depth of Field* yang lebih luas.

*Use Shadows*, bayangan dapat digunakan untuk menambah ruang, tekstur dan kontras pada foto, namun dalam penggunaan bayangan harus memperhatikan terlebih dahulu dimana bayangan akan jatuh dan bagaimana cara memanfaatkannya.

Yang terakhir adalah menggabungkan semua teknik yang telah dipelajari sesuai kebutuhan, tidak harus berpaku pada satu teknik untuk setiap foto, namun gunakan kreativitas untuk menghasilkan foto yang menarik.

Seiring perkembangan fotografi dan semakin murah dan mudahnya seseorang memperoleh kamera, *Commercial Photography* telah sering ditemui saat ini dalam berbagai acara, seperti acara pernikahan, korporat, branding, dll. Menurut (Patrick-Thomson, 2021) dahulu pekerjaan yang bersifat tidak menentu digolongkan kedalam tingkat rendah, seperti supir taxi atau pengantar paket, serta tambang. Namun belakangan ini perhatian sering tertuju pada sistem

*Gig Working* yaitu dimana klien dapat membayar seorang “Fotografer” memotret, yang bahkan memunculkan calon” fotografer yang ingin membangun portfolio dan bekerja dengan upah kecil bahkan untuk *Exposure*.

Salah satu jenis fotografi yang sering digunakan dalam *Commercial Photography* adalah *Conceptual Photography* yaitu teknik fotografi yang berfokus pada pesan yang ingin disampaikan dan seringkali tidak terikat pada aturan komposisi fotografi, seperti *Rule of Third* dan *Golden rule*, pada perancangan ini penulis akan merancang project *Conceptual Photography* pada *Product Launching* Brand Lovin pada platform Instagram. Pada proses perancangan penulis menggunakan beberapa teori fotografi, seperti *Contrast*, *Use Shadows*, *Fill the Frame*, *Tone*, *White Space*.

*Contrast* digunakan karena *Product Launching* memerlukan daya tarik yang tinggi sehingga hasil foto cenderung menggunakan warna yang kontras untuk membuat audiens berhenti men-*scroll* beranda dan melihat konten Lovin.

*Use Shadows* digunakan untuk selain menambah kontras, juga menambah volume sehingga foto terlihat lebih berisi dan menarik.

*Fill the Frame* digunakan saat pengambilan foto *close-up* untuk menampilkan detail produk seakan audiens melihat barang tersebut secara langsung secara dekat, mulai dari tekstur dan kenyamanan bahan yang digunakan, warna yang tersedia hingga jahitan-jahitan yang dibuat secara detail dan kuat.

*Tone* digunakan untuk mengatur *mood* pada suatu konten, disini penulis menggabungkan warna-warna yang berhubungan dengan tema *Cloud-9* yaitu warna pastel terang yang cocok dengan *Visual Guide* untuk brand Lovin, yaitu pink, teal, dan kuning sebagai *backdrop* dan *prop* tambahan seperti *popcorn*, kapas, *cupcake*, dan balon untuk menampilkan kesan ceria dan energetik. Selain itu baju yang digunakan model juga bersifat kasual dan *sporty* yang membuat sandal Lovin semakin menonjol.

*White Space* digunakan selain untuk ruang bernapas pada konten yang dihasilkan, *White Space* berguna untuk memfokuskan objek sehingga lebih menonjol, dan *White Space* juga digunakan sebagai tempat untuk meletakkan elemen desain pada konten nantinya.

## Metode perancangan

### Metode Analisis Data

Metode yang digunakan bersifat kualitatif deskriptif. Menurut (Khasanah, 2021) Teknik analisis data deskriptif kualitatif adalah salah satu teknik atau metode yang digunakan dalam penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang lebih menekankan pada pengamatan fenomena dan memerlukan insting yang tajam dari peneliti. Penelitian kualitatif biasanya mempelajari hubungan atau interaksi antara beberapa variabel penelitian dengan tujuan untuk memahami peristiwa yang sedang diteliti serta biasanya meneliti studi kasus dengan dasar teori tertentu.

### Data primer

Data primer yang dikumpulkan untuk perancangan ini antara lain adalah dari artikel dari situs online, jurnal, buku dan laporan yang ditulis oleh ahli mengenai komposisi fotografi, Fotografi komersil, dan Fotografi konseptual. Data dikumpulkan dengan melakukan tinjauan pustaka dengan menggunakan internet dan mencari buku fisik di perpustakaan.

### Data Sekunder

Data sekunder yang dikumpulkan untuk perancangan ini antara lain adalah teori mengenai sejarah singkat fotografi, dan referensi Fotografi konseptual untuk branding yang menarik, yang dikumpulkan melalui media internet pada berbagai situs terkait.

## Kajian Teori

Pengertian fotografi merupakan seni atau proses penghasilan gambar dan cahaya pada karya film maupun foto (Aditya, 2015:1). Manfaat fotografi yaitu mengabadikan sebuah aktivitas dengan berbagai kehidupan untuk dijadikan dokumentasi, memberikan informasi tentang suatu peristiwa untuk masa mendatang dan memasarkan hasil foto sebagai bisnis (dikutip dalam Arbi & Dewi, 2017).

Fotografi komersil merupakan jenis/kelompok fotografi yang dibuat berdasarkan tujuan komersil. Hasil karya fotografi komersial harus mempunyai nilai jual, baik nilai jual untuk karya fotografi itu sendiri maupun benda yang ada di dalam fotografi/gambar/karya tersebut (Rafi A, 2019).

Menurut (Gunelius, 2011) Social media marketing adalah segala bentuk pemasaran langsung atau tidak langsung yang digunakan untuk membangun kesadaran, pengenalan, pengingatan kembali, dan pengambilan aksi terhadap sebuah brand, bisnis, produk, orang, atau hal lainnya yang dikemas menggunakan alat-alat di social web, seperti blogging, microblogging, social networking, social

bookmarking, dan content sharing

Komposisi center adalah komposisi dimana POI (Point of Interest) berada di tengah foto, namun teknik ini jarang disarankan, menurut (kuswanadji.com, 2020) saat awal-awal belajar fotografi, kita disarankan untuk meletakkan Point of Interest (POI) jangan di tengah frame. POI sebaiknya diletakkan di sepertiga bagian frame atau dikenal dengan Rule of Third (ROT) supaya lebih menarik. Benarkah kalau komposisi ROT lebih menarik daripada komposisi dead center?, Komposisi dead center akan memperkuat POI dan bisa mempermudah viewers menemukannya. Mata kita mempunyai kecenderungan untuk melihat ke bagian tengah daripada pinggir frame. Kapan sebaiknya menggunakan komposisi dead center? Ketika ingin melakukan framing dalam foto, foto dengan frame square (1:1), dan pada frame yang relatif simetris.

Menurut (DetikInet, 2013) cropping atau memotong foto merupakan hal yang sering dilakukan. Atau melakukan cropping foto untuk mendekatkan subjek dan memperkuat inti cerita, sudah kerap dipraktikkan. Akibatnya bisa bermacam-macam: lebih dramatis, lebih lugas, lebih atraktif, lebih provokatif, lebih dalam dan lebih fokus. Dalam arti lain, dengan melakukan cropping yang tepat, sang fotografer mempunyai kekuatan mengontrol emosi dan imajinasi pembaca. Bahkan dalam foto-foto politik, cropping bisa dipergunakan untuk tujuan propaganda.

## Pembahasan

Nama Brand: Lovin  
Project: Product Launching

Perancangan ini menghasilkan hasil foto fotografi konseptual yang digunakan untuk proses *Product Launching* brand Lovin pada platform instagram, brand Lovin sendiri merupakan brand sandal lokal yang berfokus pada sandal *casual, stylish, affordable* dan nyaman untuk dipakai sehari-hari. Lovin memiliki target market wanita berumur 17-30 tahun dengan profesi ibu rumah tangga hingga wanita karir.

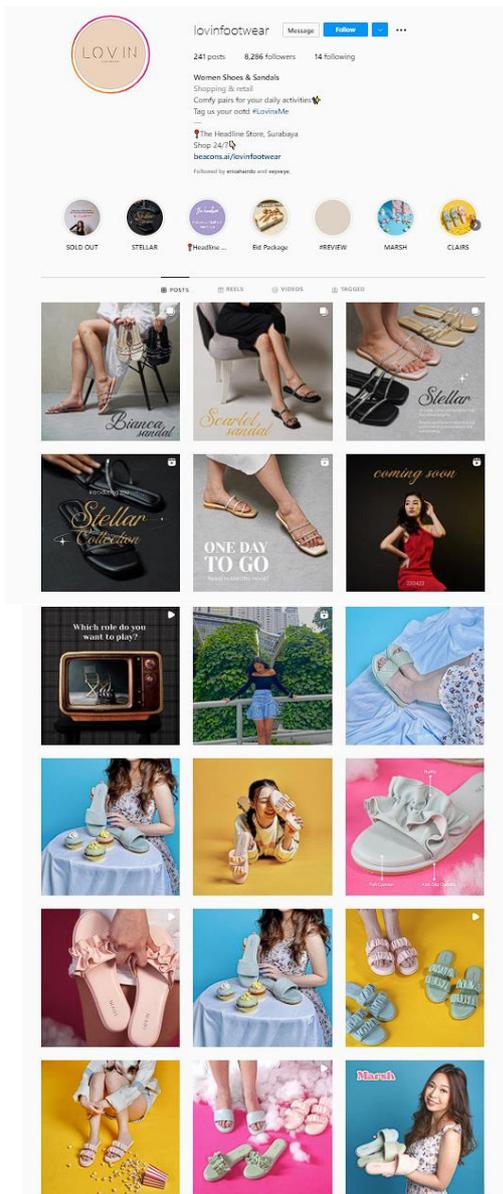
*Goals* brand Lovin bertujuan untuk membuat sandal yang *cute*, nyaman, dan *affordable* yang bisa dipakai untuk kegiatan sehari-hari, juga *easy to match* dengan berbagai macam baju yang dipakai sambil tetap mengikuti tren yang ada. Sedangkan 3 brand value Lovin sendiri antara lain yaitu: *stylish* dan *trendy*, *comfortable*, *lightweight* dan *antislip*, menjadi teman yang sempurna untuk kegiatan sehari-hari.



Gambar 1. Deskripsi brand Lovin

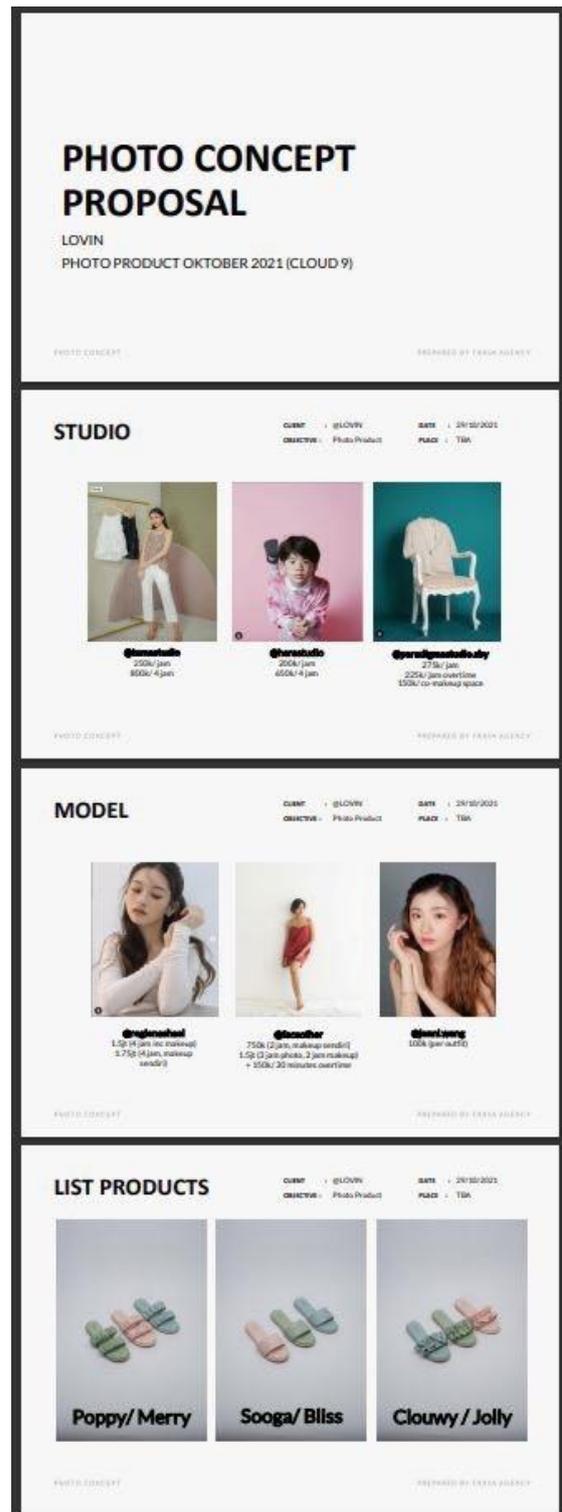
Hal-hal yang perlu diperhatikan pada pembuatan konten brand Lovin atau disebut *Visual Guide* adalah Lovin memiliki *Brand Mood: Stylish, Modern, Simple, Up to date*. Pemilihan warna atau *Color Palette* yang digunakan yaitu warna *grey/cream* yang bergantung pada koleksi sandal yang akan dipasarkan.

Langkah pertama dari proyek *Product Launching* yang dikerjakan adalah penulis mendapat *brief* tentang brand dari *brand strategist* terhadap penulis sebagai pembuat konsep brand sekaligus konsep pemotretan. Oleh karena itu penting bagi penulis untuk melakukan riset tren dan mencari inspirasi konsep dari berbagai macam media seperti Instagram, Pinterest, Tiktok, dll. Dari referensi tersebut banyak ditemukan *product knowledge* yang dibutuhkan, seperti: visual produk, komposisi, manfaat, target *market, moodboard, citra brand*, dll.



Gambar 2. Tampilan instagram Lovin

Setelah memahami tentang brand Lovin, langkah selanjutnya yaitu merencanakan konsep photoshoot dengan jenis brand “Cloud 9”, yang berarti *extremely happy* dalam waktu dekat dan bertukar informasi yang sudah didapat pada riset sebelumnya. Setelah menentukan konsep dan mengumpulkan referensi untuk visualnya, langkah selanjutnya yaitu menggabungkan kedua konsep tersebut agar nanti saat sesi pemotretan tidak terjadi perselisihan pendapat dan pesan dapat diterima dengan baik oleh target audiens.



**PHOTO CONCEPT** CLIENT : @LOVW DATE : 26/10/2021  
 OBJECTIVE : Photo Product PLACE : TBA

PHOTO PRODUCT WITH MODEL (PRODUCT FOCUS)  
 PALETTE COLOUR: BERRY, CHEERFUL, CUTELOOK  
 PROPERTY: LOLLIPOP, ICE CREAM, CUPCAKE

PHOTO CONCEPT PREPARED BY PEARL AGENCY

**PHOTO CONCEPT** CLIENT : @LOVW DATE : 26/10/2021  
 OBJECTIVE : Photo Product PLACE : TBA

PHOTO PRODUCT CATALOGUE (SOOGA)  
 PALETTE COLOUR: BERRY, CHEERFUL, CUTELOOK  
 PROPERTY: LOLLIPOP, ICE CREAM, CUPCAKE

PHOTO CONCEPT PREPARED BY PEARL AGENCY

**PHOTO CONCEPT** CLIENT : @LOVW DATE : 26/10/2021  
 OBJECTIVE : Photo Product PLACE : TBA

PHOTO PRODUCT CATALOGUE (SOOGA)  
 PALETTE COLOUR: BERRY, CHEERFUL, CUTELOOK  
 PROPERTY: LOLLIPOP, ICE CREAM, CUPCAKE

PHOTO CONCEPT PREPARED BY PEARL AGENCY

**PHOTO CONCEPT** CLIENT : @LOVW DATE : 26/10/2021  
 OBJECTIVE : Photo Product PLACE : TBA

PHOTO PRODUCT CATALOGUE (POPPY)  
 PALETTE COLOUR: BERRY, CHEERFUL, CUTELOOK  
 PROPERTY: LOLLIPOP, ICE CREAM, CUPCAKE

PHOTO CONCEPT PREPARED BY PEARL AGENCY

**PHOTO CONCEPT** CLIENT : @LOVW DATE : 26/10/2021  
 OBJECTIVE : Photo Product PLACE : TBA

OUTFIT & HAIR/MAKEUP LOOK 1 (POPPY)  
 BACKGROUND YELLOW

Hair look  
 Make up (pink lipstick)

PHOTO CONCEPT PREPARED BY PEARL AGENCY

**PHOTO CONCEPT** CLIENT : @LOVW DATE : 26/10/2021  
 OBJECTIVE : Photo Product PLACE : TBA

OUTFIT & HAIR/MAKEUP LOOK 2 (SOOGA)  
 BACKGROUND BLUE

Hair look  
 Make up (red lipstick)

PHOTO CONCEPT PREPARED BY PEARL AGENCY

**PHOTO CONCEPT** CLIENT : @LOVW DATE : 26/10/2021  
 OBJECTIVE : Photo Product PLACE : TBA

OUTFIT & HAIR/MAKEUP LOOK 3 (SOOGA)  
 BACKGROUND PINK

Hair look  
 Make up (heart/sticker cheek)

PHOTO CONCEPT PREPARED BY PEARL AGENCY

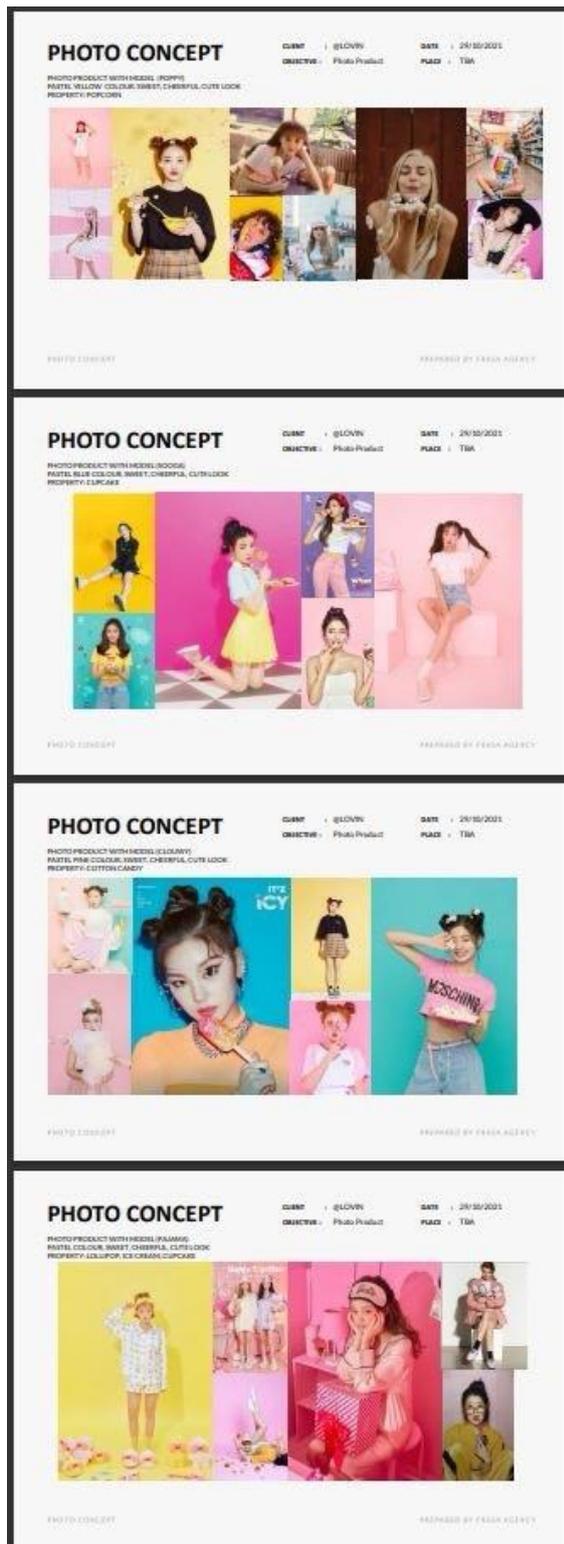
**VIDEO** CLIENT : @LIVEPUREVOK DATE : 23/10/2021  
 OBJECTIVE : Photo Product PLACE : TBA

TEASER & GIF

Scene 1: tiup popcorn  
 Scene 2: cium cupcake  
 Scene 3: di awan2  
<https://www.youtube.com/watch?v=NggB3DW5Uj> (teaser)  
 Text: COMING SOON, 11 Nov 2021

[https://www.instagram.com/reel/CLX1xtbI69y/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/reel/CLX1xtbI69y/?utm_source=ig_web_copy_link) (khalau ada tas) atau [https://www.instagram.com/reel/CLX1xtbI69y/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/reel/CLX1xtbI69y/?utm_source=ig_web_copy_link)  
[https://www.instagram.com/reel/CLX2EhndKw/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/reel/CLX2EhndKw/?utm_source=ig_web_copy_link) (POPPY)  
[https://www.instagram.com/p/CR5fAI3pivx/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/CR5fAI3pivx/?utm_source=ig_web_copy_link) (SOOGA)  
<https://id.pinterest.com/pin/81817457312125718/> atau <https://id.pinterest.com/pin/81817457312125718/>

PHOTO CONCEPT PREPARED BY PEARL AGENCY



Gambar 3. Presentasi *Photo Concept* proposal

Sesuai dengan tema “Cloud 9” konsep pemotretan dilaksanakan dengan tone warna dan *backdrop* serta *property* pendukung yang berwarna cerah namun cenderung ke arah pastel dan lighting yang terang untuk memunculkan kesan ceria atau *Happy*.

Dalam kegiatan proyek ini sebagai mahasiswa yang sedang menjalani magang sebagai fotografer, terlibat sepenuhnya dalam setiap proses yang dikerjakan. Dalam mengerjakan proyek ini tidak ada kendala yang terlalu berpengaruh terhadap hasil karya. Namun, waktu penyelesaiannya membutuhkan penyesuaian lebih lama karena belum terlalu banyak pengalaman menyelesaikan berbagai macam pekerjaan dalam sehari.

Langkah selanjutnya yang dilakukan penulis adalah mempersiapkan properti yang diperlukan dalam proses pemotretan seperti balon foil, makanan warna warni, dakron. Properti-propserti tersebut digunakan untuk menciptakan kesan Cloud 9 yang diinginkan. Kemudian Tim Graphic Designer menentukan *style* untuk *moodboard feeds* instagram.

Setelah mendapat konsep yang tepat dan disetujui, penulis bertugas menentukan tempat, tanggal serta lokasi pemotretan. Setelah segala persiapan selesai dilakukan, maka waktunya untuk melaksanakan sesi pemotretan, yang terdiri atas pengambilan foto, footage teaser, stop motion, video *reels*. Disini penulis berperan dalam bagian penataan props, memberikan referensi kepada fotografer, mengambil *footage* untuk *teaser*.



Gambar 4. Foto studio pemotretan

Proses selanjutnya yaitu mengedit video untuk teaser brand launching dan melakukan preview pertama kepada *Account Director*. Setelah melakukan *preview* terhadap hasil foto dan video *reels*, langkah selanjutnya adalah merevisi beberapa bagian seperti *brightness* yang kurang, kejelasan pesan dari visual yang di sampaikan. Setelah sudah mendapatkan list revisi selanjutnya brand strategist memberikan *wordings* untuk di letakan di dalam video tersebut untuk memperjelas jalan cerita dari video tersebut. Setelah dilakukan preview kedua untuk finalize design, maka berlanjut ke proses publikasi. Hasil final video *teaser* dapat dilihat pada Instagram Lovin pada link berikut: [https://www.instagram.com/tv/CV76Yonhr9r/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/tv/CV76Yonhr9r/?utm_source=ig_web_copy_link).



Gambar 5. Video Teaser Brand Launching Lovin

Dalam kegiatan proyek ini, mahasiswa dapat belajar banyak hal. Antara lain, yaitu mengetahui step-step dalam mencari data, membuat konsep foto yang sesuai, dan juga belajar untuk mengatur waktu sebaik-baiknya dari yang sudah ditentukan. Mahasiswa juga dapat belajar untuk mengeluarkan pendapat disaat diskusi, belajar untuk berkomunikasi terhadap beberapa pihak dan belajar menjadi sebuah tim yang baik.

## Daftar pustaka

icles/a-history-of-photography-part-1-the-beginning--photo-1908

- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak.
- Arbi, F dan Dewi, S. I. (2017, Juni). "Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi Pada Komunitas Fotografi Kamera Indonesia Malang". *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 6(2), 73- 74.
- Awaliyah, F. (2020, July 5). *Pengertian Fotografi Menurut Para Ahli dan Jenis Fotografi*. Retrieved from Sukagitu.com: <https://sukagitu.com/pengertian-fotografi/>
- DetikInet. (2013, February 7). *Seni Cropping Foto yang Atraktif & Provokatif!* Retrieved from detikinet: <https://inet.detik.com/fotostop-tips-dan-trik/d-2163543/seni-cropping-foto-yang-atraktif--provokatif>
- Herlina, Y. (2007). KOMPOSISI DALAM SENI FOTOGRAFI. *Nirmana*, 82-88.
- Rafi, A. (2019 ) *Desain Aristik Produk Jam Tangan Dalam Bentuk Fotografi Still Life*. Bandung.
- Patrick-Thomson, H. (2021). *Don't Work for Free: Online Discursive Resistance to Precarity in Commercial Photography*. *Sagepub*, 1034-1052.
- Stenger, M. (2020, May 4). *10 Compositional Techniques to Improve Your Photographs*. Retrieved from Bob books: <https://www.bobbooks.co.uk/blog-post/10-compositional-techniques-to-improve-your-photographs>
- Tolmachev, I. (2019, December 24). *A Brief History of Photography: The Beginning*. Retrieved from Envato tutsplus: <https://photography.tutsplus.com/art>