

**MEMBACA *LIGHTING & MODEL POSE FOTOGRAFI*
DALAM COVER MAJALAH
(Studi Majalah ELLE Indonesia)**

Abdul Aziz, John Felix, dan Candy Reggi Sonia

Dosen Universitas Bina Nusantara
Jl. K.H. Syahdan No. 9, Palmerah Jakarta Barat 11480
E-mail: abdaziz@binus.edu

ABSTRACT

This research focuses on the cover of Elle Indonesia fashion magazine. Characteristics of Elle Indonesia magazine appear on the front cover with a photo model of a woman, her face is among the brands of Elle Indonesia. Research on the cover model in this magazine aims to understand the meaning contained in it through observing aspects of photographic technical both lighting and styling (pose) model. The research method used is qualitative research with visual methodology model. The analysis using semiotics analysis Roland Barthes, to know the characteristics of images and findings on the level of visual effects so as to see the relation between the meaning with things hidden in the picture as the visualization of connotation aspects.

Keywords: Photography, lighting, pose, model, Semiotics, and magazine

PENDAHULUAN

Kemampuan fotografi dalam merekam gambar visual sudah tidak diragukan lagi, sejak ditemukan oleh Louis Jacques Mande Daguerre tahun 1839 dan telah berkembang hingga di masa digital. Perkembangan itu tentu saja memberikan nilai tambah bagi penggunanya. Demikian pula fotografi telah mampu sebagai pengganti ilustrasi manual, dengan berbagai kelebihan yang dimilikinya seperti kemiripan dan detil dari objek yang direkamnya. Fotografi juga dibutuhkan sebagai media penyampai pesan-pesan komunikasi.

Dalam berkomunikasi terutama pada komunikasi massa, media menjadi alat yang dapat menghubungkan antara sumber dan penerima yang bersifat terbuka. Media dalam

komunikasi massa dapat dibedakan menjadi dua macam yaitu media cetak dan media elektronika. Media cetak seperti surat kabar, majalah, buku dan sebagainya. Sedangkan untuk media elektronik, radio, televisi, komputer dan sebagainya. Dan masyarakat memerlukan media sebagai sarana informasi mereka, seperti informasi akan gaya hidup masyarakat yang cenderung tumbuh dan berkembang dalam kehidupan modern.

Caney menjelaskan bahwa gaya hidup merupakan ciri dari sebuah dunia modern, atau yang bias disebut modernitas. Maksudnya bahwa siapapun yang hidup di dalam masyarakat modern akan memakai ide tentang gaya hidup sebagai gambaran tindakannya sendiri maupun orang lain

(Caney, 2009:40). Selanjutnya dia mengungkapkan bahwa gaya hidup bisa berfungsi di dalam interaksi dengan cara yang hanya dimengerti oleh mereka yang hidup dalam dunia modern tersebut. Sehingga pola kehidupan ini, sudah menjadi bagian dari budaya. Era baru budaya konsumen ditandai dan dilembagakan dengan lahirnya pusat-pusat perbelanjaan, seperti mall dan supermarket.

Sebagai media cetak, majalah Elle Indonesia menjadi bagian dari gaya hidup yang ada di sebagian masyarakat Indonesia. Untuk itulah majalah Elle Indonesia dipilih sebagai bahan penelitian ini mengingat bahwa majalah ini sebagai perwujudan era modern, dan tetap bertahan bahkan berkembang hingga era millennium abad 21. Karena karakter yang tetap terjaga dengan diterbitkan di beberapa negara, khususnya di Indonesia.

Majalah ini berasal dari Perancis, dengan menawarkan beberapa informasi seputar *fashion*, kecantikan, dan hiburan dan merupakan majalah *fashion* terbesar di dunia, yang didirikan oleh Pierre Lazareff dan Helene Gordon pada tahun 1945. Kata 'Elle' merupakan kata dalam bahasa Perancis yang berarti 'dia' yang mewakili wanita. Elle hadir mewakili eksistensi kaum wanita yang penuh gaya dalam *fashion*, mode, dan gaya hidup. Majalah ini merupakan majalah internasional dengan 42 edisi internasional di lebih dari 60 negara. Selain media cetak majalah, Elle Indonesia juga memiliki *website*

yaitu www.elle.co.id

Penelitian ini berfokus pada *cover* depan dari majalah Elle Indonesia. Karena karakteristik majalah Elle Indonesia tersebut dalam asumsi peneliti terdapat pada bagian *cover*, dengan model foto wanita, dengan wajah yang berada diantara merek Elle Indonesia. Kesan dan karakter itu muncul terutama dari foto yang digunakan untuk *cover* majalah tersebut. Dan penelitian ini lebih diutamakan pada pembahasan teknik fotografi *lighting* dan *pose* dari model tersebut.

Dengan melakukan pembacaan terhadap teknik pencahayaan dan pose pada majalah tersebut, penulis merumuskan masalahnya adalah bagaimana peranan fotografi dalam hal ini teknik pencahayaan dan pose mampu menyampaikan pesan gaya hidup pada majalah Elle Indonesia. Pada prinsipnya pemanfaatan beberapa sumber cahaya pada pemotretan di studio selain menggunakan satu sumber cahaya (sebagai *main light*) adalah untuk mengimbangi dan mengurangi kontras antara bagian *high-light* (bagian yang paling terang pada objek) dan *shadow* (daerah paling gelap pada objek). Pemanfaatan sumber cahaya lain adalah sebagai *fill-in light* yaitu sebagai cahaya pengisi atau tambahan.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif, khususnya menggunakan Metodologi Visual. Ada tiga situs produksi makna dalam metodologi visual, yakni: *the site(s) of the production of an image, the site of the image itself*

dan the site(s) where it is seen by various audiences. Dalam memproduksi makna, ketiga situs ini memiliki perbedaan aspek yang disebut dengan modalities. Modalities tersebut adalah teknologi, komposisi, dan sosial.

Dengan berpijak pada realitas sosial, peneliti harus aktif mengamati gambar, tanda dan mengaitkannya dengan konteks untuk mengidentifikasi-kasikan tujuan pesan disampaikan, secara telitian, cermat dan akurat. Dan dalam menganalisisnya menggunakan analisis Semiotika. Salah satu keuntungan kunci analisis semiotika adalah menuntut sumber daya yang relatif sedikit. Dimungkinkan untuk melakukan analisis semiotika hanya pada teks atau citra. Kemudian dengan menggunakan teori yang memungkinkan sesuai dengan karakteristik gambar dan temuan-temuan pada tataran efek visual untuk melihat relasi antara makna dengan hal-hal yang tersembunyi dalam gambar sebagai perwujudan dari aspek konotasi.

Pada penelitian ini foto sebagai ilustrasi dari cover majalah Elle Indonesia menjadi objek yang peneliti angkat sebagai kajian. Dari foto yang diamati, peneliti melakukan analisa terhadap karakter obyek foto yaitu orang yang menjadi model foto yang digunakan sebagai ilustrasi cover majalah Elle Indonesia.

Langkah awal yang peneliti lakukan adalah dengan membaca tabel modalities dari Gillian Rose dan membaca objek penelitian secara *the site of the image itself* untuk

kemudian membacanya secara semiotika. Dalam hal ini peneliti menggunakan teori denotasi dan konotasi dari Roland Barthes. Unit analisis dalam penelitian ini adalah majalah Elle Indonesia, yang terbit antara tahun 2011 sampai dengan 2016. Peneliti mengambil contoh majalah yang diteliti secara acak, dengan jumlah 10 buah.

PEMBAHASAN

Untuk menguraikan foto dalam pemaknaannya secara denotatif, unsur sebagai pembentuk gambar merupakan masalah utama seperti penempatan komposisi maupun teknis fotografinya. Selanjutnya guna memahami tingkat konotasi diperlukan dimensi yang melihat bentuk dan isi yaitu kode. Tingkatan konotasi makna dari simbol atau subjek tergantung dari persetujuan.

Dengan melihat pada konten foto tersebut dengan beberapa sudut pandang seperti sudut pandang pengambilan gambar, penggunaan lensa, kualitas film maupun pencahayaan. Untuk itu peneliti membagi dalam tiga bagian untuk dapat memahami foto cover model yang diteliti, baik secara denotasi maupun konotasinya, yaitu :

1. Pose dan Ekspresi

Pose dan ekspresi akan menjelaskan secara terperinci atas gaya, ekspresi wajah dan pose model.

2. Busana dan Properti

Menjelaskan tentang busana dan asesorisnya dan pemaknaannya. Disini juga dijelaskan untuk pemakaian style serta look

fashion tersebut.

3. Komposisi dan Pencahayaan.

Secara denotatif tampilan gambar foto akan terlihat dalam penataan yang menarik dan pencahayaan yang baik.

Pada pengamatan peneliti ketika melakukan pengumpulan data majalah Elle Indonesia, baik melalui website *www.elle.co.id*, maupun pencarian pada mesin pencari data serta mengamati secara fisik majalah tersebut. Penggunaan figur selebritis atau artis sebagai model *cover* majalah tersebut diharapkan membuat *audience* menjadi tertarik untuk melihat sampai kemudian membacanya. Figur Selebritis tersebut digunakan sebagai *cover* karena kecantikan yang tergambarkan secara visual dari fotografi.

Bahasa tubuh (*gesture*) manusia adalah bahasa non verbal dari *torso* (badan bagian dada hingga perut) yang akan merefleksikan perasaan sebagaimana dirasakan oleh otak *limbic* (bagian otak yang mengontrol ekspresi visual). Itu karena *torso* telah menjadi rumah organ internal dari jantung, hati, paru-paru dan organ pencernaan. Otak *torso* juga akan mencari cara untuk melindungi area *torso* dengan cara menjauhkan diri atau memutar. Perilaku ini disebut Ventral Denial (Penolakan dari bagian depan tubuh). Dan ventral (bagian depan) manusia terdapat mata, mulut, dada, perut, alat kelamin, yang akan sensitif terhadap hal-hal yang tidak disukainya (Soewardikoen, 2015:129).

Dalam memotret model untuk

kebutuhan *cover* majalah, tidak serta merta hanya sekedar memotret model semata, melainkan semua yang tervisualisasi dalam *cover* seperti warna, huruf/tipografi, foto (sebagai ilustrasi) dan juga logo akan muncul berdasarkan dari konsep besar yang telah dibuat oleh tim dari majalah Elle tersebut. Sehingga semua akan menyatu dalam sebuah desain *cover*. Hal ini dibuat agar citarasa majalah Elle akan terasa berbeda atau memiliki keunikan sendiri bila dihadapkan dengan karakteristik majalah yang lain. Sehingga dalam pembuatan foto untuk *cover* model Elle, selebritis yang dipakai sebagai *cover* tentunya sudah dipilih berdasarkan tema yang diusung saat majalah tersebut diluncurkan. Dan tugas fotografer adalah sebagai penterjemah secara visual dari ide atau konsep yang ada.

Dari banyaknya jenis rubrik yang ada semua itu masuk dalam tiga konsep yang diusung oleh majalah Elle Indonesia yaitu *beauty*, *health* dan *feature*. Dan majalah ini tidak hanya sekedar memberi mimpi, tetapi berusaha untuk lebih informatif kepada konsumennya terutama dalam perkembangan tren *fashion* dunia. Pada penelitian ini peneliti menggunakan contoh sepuluh (10) majalah Elle Indonesia yang diambil dari penerbitan tahun 2011 sampai tahun 2016 yang dipilih dan dibahas secara acak.

Dari kesepuluh majalah yang diteliti, peneliti melihat ada kesamaan dari jenis pencahayaan yang digunakan. Semuanya

menggunakan set pencahayaan di dalam studio, artinya bahwa sumber cahaya berasal dari lampu studio. Teknik pencahayaannya yang dipakai semuanya menggunakan pencahayaan *hollywood glamour*. Penggunaan *Loop* dan *Butterfly* cukup dominan, masing-masing berjumlah 4. Sedangkan *Lighting Rembrant* tidak ada. Pencahayaan *Loop* dan *Butterfly* mampu memberikan suasana yang berkesan cantik dan anggun. Karena pencahayaan dari sisi atas akan lebih mempertegas dari bentuk muka seperti kelopak mata, dimensi hidung, maupun bentuk rahang. Sedangkan dalam pencahayaan *Rembrant* lebih cenderung menyembunyikan bentuk muka, karena bayangan yang muncul begitu banyak dan dominan, sehingga pencahayaan *Rembrant* lebih terkesan misterius.

Berdasarkan pengamatan dari arah hadap badan dari kesepuluh cover majalah yang diteliti paling banyak digunakan adalah arah frontal, yaitu menghadap ke depan. Arah hadap ini merupakan bentuk arah hadap yang formal, seperti yang digunakan pada pembuatan pasfoto. Ini dapat dikatakan bahwa model ingin melakukan komunikasi terhadap *audience* menggunakan bahasa tubuh melalui tatapan wajah berdasarkan arah hadapnya.

Teknik pengambilan gambar dibutuhkan untuk mengatasi bentuk tubuh model. Karena model foto adalah seorang selebritis, tentunya tidak semua memiliki bentuk tubuh yang proporsional seperti *fashion model* yang biasa berjalan di *catwalk*.

Pada teknik pengambilan gambar, yang paling banyak adalah menggunakan $\frac{3}{4}$ badan. Dalam pengamatan peneliti, penggunaan teknik pengambilan gambar dengan $\frac{3}{4}$ badan adalah bentuk pengambilan gambar yang sangat efektif dalam pemotretan untuk foto *fashion*. Karena $\frac{3}{4}$ badan memperlihatkan hampir keseluruhan detail dari objek tersebut. Baik detail dari wajah sehingga ekspresi dan *make-up* masih tampak terlihat dengan jelas, juga karakteristik figur dan busana yang dikenakan pun tetap terlihat dengan detail. Berbeda jika model tampil dengan pengambilan gambar *full body*. Wajah dan ekspresi model akan tampak kurang detail, namun *gesture* dan busana serta asesoris yang dikenakan secara keseluruhan akan terlihat dengan baik. Sedangkan teknik pengambilan gambar dengan teknik *close-up* lebih menitikberatkan pada tampilan wajah, baik itu dilihat dari sisi penataan rambut, *make-up* maupun ekspresi wajahnya.

Pemilihan komposisi fotografi secara asimetris dalam penelitian ini menjadi dominan. Peneliti melihatnya sebagai bentuk dinamis dari karakteristik pembaca majalah Elle. Dimana majalah tersebut merupakan majalah gaya hidup wanita, yang memiliki berbagai pesan dan kebutuhan dalam tatanan sosialnya. Menurut pandangan Simmel dalam Barnard (1996:16) ada dua kecenderungan sosial yang penting dalam membentuk *fashion* dan bila kedua kecenderungan itu lenyap atau berkurang di masyarakat maka *fashion* tak akan terbentuk. Kecenderungan pertama adalah kebutuhan untuk menyatukan dan

kedua adalah kebutuhan untuk terisolasi : individu haruslah memiliki hasrat untuk menjadi bagian dari keseluruhan yang lebih besar, masyarakat, dan individu harus juga memiliki “hasrat untuk menjadi” dan “dipandang sebagai”, terlepas dari keseluruhan yang lebih besar itu. Dan dinamika itupun akan terus mengalir berdasar dari *trend-trend* baru yang diciptakan atas nama *fashion* itu sendiri.

Kemampuan model berpose dan berekspresi tetap menjadi unsur yang tak terpisahkan dari keberhasilan sebuah foto model. Pose-pose tersebut membutuhkan kemampuan non-fotografis yang kental, seperti pendalaman pribadi, kedekatan emosional, dan kemampuan berkomunikasi. Resep utamanya adalah menggali hal unik yang menjadi pencerminan khas tokoh dan model yang hendak dipotret. Fotografer perlu mengetahui juga tentang bagaimana seorang model berpose. Demikian juga pengetahuan tentang tata busana juga tentang *make-up*. Karena setiap fotografer memiliki langkah keunikan tersendiri dalam mengkonsep idenya untuk menghasilkan foto yang baik. Ekspresi sangat diperlukan pada foto, karena disinilah sebenarnya jiwa dari foto itu. Kondisi objek akan tergambar dari ekspresi yang diberikan. Ekspresi dari model itu terpusat pada wajah.

Rata-rata dari kesepuluh objek yang diteliti, ekspresi mata yang melihat ke kamera dominan, dan bibir yang dengan ekspresi

dingin juga dominan. Dan bagian yang paling berpengaruh pada ekspresi di wajah ini adalah mata dan bibir. Mata mengekspresikan semua yang ada dalam perasaan kita, gembira, sedih, atau haru akan terlihat dari pancaran mata. Sedang bibir akan mengekspresikan keramahan, keseriusan, sensualitas. Namun apabila lengah sedikit saja pada hal tersebut jangan berharap foto yang dihasilkan akan menjadi lebih memunculkan kesan yang ekspresif sesuai dengan yang direncanakan. Mata adalah jendela jiwa dan titik fokus untuk potret apapun. Pose yang paling menakjubkan dalam adegan yang paling menakjubkan, mata memberikan kehidupan untuk potret, dan terutama tangkapan cahaya yang memberikan kehidupan mata. Ekspresi wajah dapat dibagi dalam beberapa bentuk kode seperti posisi alis, bentuk mata, bentuk mulut maupun lubang hidung. Semua itu dengan berbagai kombinasinya akan menentukan ekspresi wajah dan memungkinkan untuk menuliskan bahasa dengan maknanya (Fiske, 2006:96).

Fashion telah menjadi alat komunikasi karena dalam *fashion* ada makna yang muncul darinya. *Fashion* adalah busana yang telah mencakup dari semua yang orang pakai, mulai dari kepala sampai kaki. Ketika *fashion* berkaitan dengan tubuh, seperti yang dikatakan Joanne Entwistle dalam *Barnard-fashion Statements: Communication and Culture*, bahwa ada yang dikatakan “*fashioned bodies*” yaitu pengertian dari tubuh yang diproduksi, tubuh yang berbudaya atau menghasilkan budaya. Karena busana yang dikenakan oleh

tubuh yang berbeda akan menghasilkan makna yang berbeda pula. Busana selain telah ditetapkan sebagai sesuatu yang bermakna dan komunikatif, juga sebagai entitas dari budaya.

Barnard juga menjelaskan bahwa konsep makna dalam *fashion* seperti yang terdapat dalam konsep konotasinya Roland Barthes, yaitu konsep makna akan berarti tergantung dari budaya yang ada. Karena jika sebuah busana atau pakaian, tentu tidak akan bermakna jika di dalam dirinya si pemakai sendiri, atau karena keinginan individu. Sehingga pemaknaan *fashion* dari busana yang ada tergantung dari peranan budaya, dimana busana itu berada. Dan hal tersebut bisa tercermin dari busana yang dikenakan para selebritis sebagai *cover* model majalah Elle Indonesia. Busana-busana itu memiliki makna tersendiri, dan dimaknai sebagai bentuk komunikasi *audien* dari majalah tersebut. Makna yang muncul dalam busana-busana tersebut adalah lebih mengeksplorasi dari struktur kelas sosial, dan komunikasi *gender*. Dari sisi pemakaian busana pada kesepuluh objek yang diteliti di atas, bahwa semua yang dikenakan menggunakan busana *ready to wear*. Dimana rancangan busana tersebut memang dipromosikan untuk diproduksi secara pabrikan dengan target pada kelas sesuai dengan target majalah tersebut yaitu kelas A.

Fotografi *fashion* tidak terlepas dari adanya *make-up* sebagai penunjang penampilan wajah model sebagai model foto khususnya untuk model wanita. Jadi tata rias

merupakan kelengkapan penampilan yang sifatnya perlu ada. Faktor penampilan model harus disesuaikan dengan konsep dari foto *fashion* yang dibuat. Hal ini dibuat agar terjadi keselarasan antara busana, model, tata rambur dan *make-up* yang digunakan. Apakah menjadi kesan tua, kesan muda, kesan *vintage*, ataupun kesan misterius. Menurut Korichi, Pelle-de-Queral, Gazano, dan Aubert (2008) *make-up* secara psikologis memiliki dua fungsi yaitu fungsi *seduction* dan *camouflage*. Fungsi *seduction* artinya individu menggunakan *make-up* untuk meningkatkan penampilan diri. Umumnya individu yang menggunakan *make-up* untuk fungsi *seduction* merasa bahwa dirinya menarik dan menggunakan *make-up* untuk membuat lebih menarik. Fungsi *camouflage* artinya individu untuk menutupi kekurangan diri secara fisik. Umumnya individu yang menggunakan *make-up* untuk *camouflage* merasa dirinya tidak menarik sehingga perlu untuk membuat menarik.

Dalam fotografi, fungsi *Make-up* dapat merubah karakter model sesuai dengan foto yang akan dibuat. Karena itulah *make up* sangat berperan dalam pemotretan model. Dalam tampilan pada kesepuluh foto *cover* yang diteliti tersebut, praktis semua model yang menjadi *cover* tersebut menggunakan *make-up* yang sesuai dengan standar pemotretan. *Make-up* untuk fotografi digunakan sebagai pengkoreksi wajah, dimana *make-up* digunakan untuk menutupi kekurangan dan ketidaksempurnaan wajah, baik itu noda di wajah, maupun koreksi dalam

proporsi wajah. Serta untuk menonjolkan kelebihan fitur wajah. *Make-up* juga dapat merubah karakteristik wajah sesuai dengan tren kecantikan pada saat itu, maupun pada gaya *fashion* dan konsep dalam pemotretan.

Melihat dari sisi pencahayaan serta karakter model yang muncul secara visual, terbaca dari ekspresi model yang tampil akibat cahaya yang jatuh mengenai wajah hingga ada perbedaan antara *lighting* dan *shadow*. Pemakaian pencahayaan tersebut mampu membuat perbedaan karakter yang terbaca pada model tersebut. Serta peran dari busana, *make-up*, pose, dan ekspresi yang muncul sehingga akan membuat pesan konotasi menjadi lebih jelas terbaca.

Adapun kesan yang didapat dari penelitian terhadap kesepuluh cover model tersebut adalah:

No	Majalah	Konotasi
1		Natalie Portman dengan posisi berdiri dan berpose dengan badan menghadap serong ke kiri bermaksud untuk menunjukkan kesan busana bagian belakang yang dia kenakan. Busana tersebut bermotif sayap yang mengesankan tinggi, ringan, dan elegan. Ekspresi Natalie Portman yang berkesan anggun mampu menunjukkan nuansa eksotik dan memikat. Hal tersebut terlihat dari siluet tubuh Natalie Portman dan pemakaian bawahan dengan belahan tinggi yang cenderung terlihat sexy.

No	Majalah	Konotasi
2		Karakter yang muncul pada Cheryl Ann Fernandez Versini dalam cover ini mengesankan ekspresi yang <i>cool</i> dan cenderung maskulin. Ini terlihat dengan tatapan mata yang tajam serta datar. Rambut yang terurai dengan pose tangan di muka akan mengesankan <i>elegant</i> ditambah dengan menggunakan busana dengan krah yang lebar.
3		Semangat, segar, bebas, ceria dan elegan terkesan pada karakter yang muncul pada Lily Allen. Hal ini dilihat dengan penggunaan busana <i>casual</i> yang bermotif warna cerah dan cenderung dominan ke putih. Pose yang terlihat santai menambah kuatnya kesan elegan dan bebas.
4		Pemakaian asesories busana lebih menegaskan pada kesan yang berat, bebas, beban. Begitu juga kesan dingin muncul dari ekspresi wajah Kristen Steward. Sepertinya memang busana ini ditujukan sebagai bentuk alternatif gaya busana yang berbeda dari biasanya yang lebih cenderung anggun dan casual.

No	Majalah	Konotasi
5		Topi hitam terbuat dari kulit yang dikenakan Katy Perry dalam rambut yang terurai memberikan kesan sexy. Kesan itu menjadi berkarakter sexy menggoda karena bentuk tatapan mata dan merekahnya bentuk bibir Katty Perry tersebut.
6		Kesan anggun muncul dari pose yang dibawakan oleh Anne Hathaway ini. Busana tuxedo hitam dengan bra yang sedikit terlihat lebih memberikan kesan sexy namun tetap terlihat elegan.
7		Senyum Angelina Jolie menjadi daya tarik utama dalam foto ini. Sehingga akan mengesankan suasana ceria, manis, walaupun dalam nuansa foto hitam putih. Busana yang simple mengesankan sesuatu yang lebih feminin dari Angelina Jolie, dimana dia begitu kuatnya dengan karakter yang cenderung maskulin lewat beberapa film laganya seperti Tom Rider.
8		Rihanna muncul dalam foto cover ini dengan suasana yang anggun, walaupun dalam ekspresi cenderung datar. Ini terlihat dari tatapan matanya dan adanya tangan yang menutupi bibir. Kesan sexy feminin terlihat dari busana yang dikenakannya dengan potongan sampai sebatas paha.

No	Majalah	Konotasi
9		Kesan dinamis, ringan muncul dari foto model Zoe Saldana ini. Begitu juga nuansa harmoni terpadu dalam pemakaian warna busana dengan make-up-nya. Selebihnya terlihat elegan dengan kontras bayangan yang ada.
10		Santai, anggun nan dinamis terkesan dari model Liya Kebede ini. Kesan ini muncul dengan penggunaan pengambilan gambar yang lebih menampilkan gesture secara keseluruhan.

Secara keseluruhan kesan yang muncul dari kesepuluh objek penelitian tersebut adalah ceria, bebas, cantik, anggun, dinamis dan sexy. Dan yang mempengaruhi itu semua adalah peranan dari busana yang dikenakan oleh selebritis sebagai foto model.

Peneliti melihat bahwa selebritis merupakan daya tarik untuk pembaca mau melirik dari majalah yang ditawarkan. Pemilihan selebritis pun tentunya disesuaikan dengan konsep dan target dari kelas majalah tersebut. Karena hal ini menyangkut dengan status sosial yang disandang dari para pembaca majalah tersebut. Menurut Berger dalam Sobur (2006:167) bahwa status pada dasarnya mengarahkan pada posisi yang dimiliki seseorang di dalam sejumlah kelompok atau organisasi dan *prestise* melekat pada posisi tersebut. Status berarti berhubungan dengan peran seseorang. Orang

yang memiliki status tertentu sering dihubungkan dengan gaya hidup. Gaya hidup adalah istilah menyeluruh yang meliputi cita rasa seseorang di dalam *fashion*, mobil, hiburan dan sebagainya. Gaya menunjukkan pakaian, dan gaya hidup digunakan untuk menggambarkan bagaimana seseorang berpakaian. Dan gaya hidup menunjukkan kerangka acuan yang dipakai seseorang dalam tingkah laku. Dua aspek yang ditekankan disini adalah bahwa individu berusaha membuat seluruh aspek hidupnya berhubungan dalam suatu pola tertentu, dan mengatur strategi bagaimana ia ingin dipersepsi oleh orang lain.

Sedangkan busana yang dikenakan pada model tentunya seiring dengan upaya pemenuhan akan gaya hidup itu sendiri. Umberto Eco menyatakan “berbicara melalui” pakaiannya. *Fashion* dan pakaian adalah bentuk komunikasi nonverbal karena tidak menggunakan kata-kata lisan atau tulisan (Barnard, 1996:39).

SIMPULAN

Dalam kegiatan penelitian yang telah dilakukan, yaitu dimulai dari pembuatan proposal penelitian, pengkajian, serta analisa data. Akhirnya peneliti dapat melakukan penarikan kesimpulan hasil dari penelitian dalam membaca *lighting* dan pose model fotografi. Model foto yang tampil sebagai cover majalah Elle Indonesia dipilih dari selebritis yang memiliki reputasi yang baik dalam dunianya masing-masing seperti *fashion*, olahraga maupun film. Melihat dari sisi

penggunaan busana yang dikenakan model, busana yang dipakai adalah busana *ready to wear*. Karena memang apa yang ditawarkan dalam majalah Elle Indonesia tersebut untuk bisa dibeli oleh konsumennya terutama *target audience* mereka. Wanita dengan segmentasi kelas A. Melihat dari sisi posenya, model berpose menyesuaikan dengan busana yang dia kenakan, karena karakteristik pose akan mempengaruhi dari karakteristik busananya.

Secara fotografi, foto yang ditampilkan sebagai cover majalah tersebut memiliki ketajaman yang merata, sehingga dari wajah hingga busananya tampak jelas terlihat. Pencahayaan yang digunakan menggunakan pencahayaan studio, dengan menekankan pada *three point lighting* sehingga ada dimensi dari foto tersebut. *Hollywood Lighting style* tetap dominan dalam pencahayaan terhadap model cover tersebut. Karakter model akan muncul secara visual. Ini terbaca dari ekspresi model yang tampil akibat cahaya yang jatuh mengenai wajah, hingga ada perbedaan antara *lighting* dan *shadow*.

Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa peranan model yang tampil dalam cover majalah Elle Indonesia tersebut telah disesuaikan dengan konsep yang Elle usung yaitu *beauty*, *health* dan *feature* sehingga diharapkan mampu mempengaruhi *audience* bahwa majalah tersebut sebagai majalah yang bergaya hidup modern.

DAFTAR ACUAN

- Supriadi Yadi. 2013. *Periklanan. Perspektif Ekonomi Politik*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Adimodel. 2013. *Lighting With One Light*. Jakarta : PT Elek Media Komputindo.
- Alex Sobur. 2006. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Rosdakarya.
- Barnard Malcom. 1996. *Fashion sebagai Komunikasi*. Yogyakarta & Bandung : Jala Sutra.
- Barthes, Roland. 2007. *Membedah Mitos-Mitos Budaya Massa - Semiotika atau Sosiologi Tanda, Simbol dan Representasi*. Yogyakarta: Jelasutra.
- Chaney David. 2009. *Lifestyles Sebuah Pengantar Komprehensif*. Yogyakarta: Jala Sutra.
- Priyo Darmanto. 2007. *Kamus Prima Bahasa Indonesia*, Surabaya: Arkola.
- Didit Widyamoko Soewardikoen. 2015. *Visualisasi Iklan Indonesia Era 1950-1957 Edisi 2*. Yogyakarta : Calpulis.
- Freeman, John. 2010. *Photography. The New Complete Guide to Taking Photographs*. London : Colin & Brown.
- Gerval, Oliver. 2009. *Fashion: Concept to Catwalk*. Singapore : Pageone.
- Grange Ashley La. 2005. *Basic Critical Theory for Photographers*. Elsevier: Vocal Press.
- Hicks, Roger. 2006. *Photographing People. Portraits, Fashion, Glamour*. Singapore : Rotovision .
- Jalaludin Rakhmat. 2007. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Rosdakarya.
- Jefkins, Frank. 1997. *Periklanan*, Jakarta : Erlangga.
- Fiske, John. 2006. *Cultural and Communication Studies - Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*. Yogyakarta: Jelasutra.
- Lacey, Nick. 1998. *Image and Representation. Key Concepts In Media Studies*. New York : Palgrave
- Prayanto. 2016. *Retorika Visual Fotografis dalam Iklan Koran*. Yogyakarta : PT. Kanisius.
- Rose, Gillian. 2006. *Visual Methodologies : An Introduction to the Interpretation of Visual Materials*. Sage Publication Ltd.
- Smith, Jeff. 2004. *Posing for Portrait Photography. a head-to-toe guide*. Amherst Media.
- Tuck, Kirk. 2010. *Commercial Photography Handbook Business Techniques for Professional Digital Photographers*. New York: Amherst Media.

Internet:

<http://lifestyle.okezone.com/read/2008/03/30/194/95920/geliat-perkembangan-majalah-fesyen-indonesia>

<http://digital-photography-school.com/posing-guide-photographing-women-2/>

Malcolm Barnard-fashion Statements: Communication and Culture –
<https://dspace.lboro.ac.uk/2134/15122>

p