

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dan hasil penelitian, serta sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan kategori foto pada iklan rokok sampoerna A Mild dari bulan Juli 2014-Juli 2015, pengambilan foto iklan ini 80% menggunakan teknik *stop action/freezing* dan 20% menggunakan teknik *zooming*.
2. Setelah dianalisis berdasarkan aspek komposisi karya foto pada iklan rokok sampoerna A Mild, komposisi simbol A Mild dan Tema sudah menggunakan hokum rule of third
3. Sudut pandang dalam pengambilan foto 70% menggunakan sudut pandang *eye level viewing*.

B. SARAN

Berdasarkan tinjauan peneliti, maka dapat diajukan beberapa saran yang perlu diperhatikan untuk langkah kedepannya agar lebih baik adalah sebagai berikut :

1. Untuk menguasai sebuah foto pada iklan yang memiliki dimensi lebih hidup dalam menyajikan iklan, fotografer harus mampu menterjemah kan tema yang diberikan, menguasai teknik dan prinsip foto komersial (foto iklan).

2. Untuk menghasilkan karya foto iklan yang baik melalui aspek komposisi, fotografer komersial harus peka terhadap komposisi obyek yang akan difoto agar menghasilkan keseimbangan dalam komposisi foto tersebut.
3. Sudut pengambilan objek sangat ditentukan oleh tujuan pemotretan, Karena salah satu unsur yang membangun sebuah komposisi foto adalah sudut pengambilan objek.

