

BAB II

STUDI PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Artikel Ilmiah

Studi pustaka terhadap artikel ilmiah pertama dilakukan pada artikel ilmiah dengan judul Perancangan Buku Fotografi Pariwisata Daerah Kabupaten Kebumen oleh Target Santana Jodi tahun 2018. Tujuan dari perancangan ini adalah melakukan perancangan buku untuk mempromosikan objek wisata di Kabupaten Kebumen. Perancangan ini menggunakan metode studi pustaka, observasi, dan wawancara. Hasil dari perancangan ini berupa buku yang berisi 136 halaman dengan rincian berukuran 28 cm x 22 cm, menggunakan kertas *Art Paper* 210 gram berwarna, menggunakan *Hard Cover* dengan *Art Paper* 250 gram, dan diperbanyak sejumlah 120 eksemplar. Dari artikel yang terkait didapatkan berupa masukan perancangan berupa: 1) metode perancangan; 2) metode pengumpulan data dan segmentasi; 3) hasil karya dan ukuran buku cetak; serta; 4) rumusan penciptaan foto (Jodi, 2018).

Studi pustaka berikutnya dilakukan terhadap artikel ilmiah yang berjudul Perancangan Buku Fotografi Wisata Kota Jambi oleh Inez Aglia Carisha tahun 2019. Perancangan ini bertujuan untuk menciptakan daya tarik masyarakat terhadap objek wisata yang ada untuk dapat mengembangkan dan memperkenalkan destinasi wisata di Kota Jambi. Perancangan ini menggunakan metode observasi, studi pustaka, wawancara dan kuesioner. Hasil dari perancangan berupa buku dan media pendukung berupa, totebag, gantungan kunci, kipas, *tumblr*, kaos, *sticker*, dan pembatas buku. Dari artikel yang terkait didapatkan berupa masukan perancangan berupa: 1) metode perancangan; 2) metode pengumpulan data dan analisis; serta 3) hasil karya (Carisha, 2019)

Kemudian studi pustaka dilakukan terhadap artikel ilmiah dengan judul Perancangan Buku Pandan Pariwisata Kabupaten Pemalang Sebagai Media Informasi oleh Mohamad Faqih Abdillah, Wirania Swasty & Siti Hajar Komariah tahun 2019. Tujuan dari perancangan ini adalah agar wisatawan ikut serta merasakan sekaligus mencurahkan kesan dan pengalamannya secara subjektif dan

jujur mengenai objek wisata dari perancangan buku tersebut. Hasil dari perancangan berupa buku berupa konsep layout dan konsep kreatif buku yang digunakan. Perancangan ini menggunakan metode observasi, wawancara dan kuesioner. Dari artikel yang terkait didapatkan berupa masukan perancangan berupa: 1) metode pengumpulan data dan analisis; serta 2) hasil karya buku berupa konsep visual (Abdillah, 2019).

Berikutnya dilakukan studi pustaka terhadap artikel ilmiah Perancangan Buku Panduan Pariwisata Kabupaten Sumenep oleh Andrew Giovanni Yustijanto tahun 2013. Tujuan dari perancangan untuk memberikan informasi wisata pariwisata di Kabupaten Sumenep untuk menarik wisatawan datang berkunjung. Metode analisis yang digunakan berupa Analisis SWOT. Hasil perancangan ini berupa media pendukung seperti, logo, judul buku, pin, poster, katalog, pembatas buku, dan banner. Dari artikel yang terkait didapatkan berupa masukan perancangan berupa: 1) Metode perancangan; 2) Metode analisis SWOT; serta 3) Media pendukung *merchandise* (Yustijanto, 2013).

Studi Pustaka terakhir dilakukan terhadap artikel ilmiah yang berjudul Perancangan Identitas Visual untuk Promosi Pariwisata Kabupaten Rembang oleh Renta Yusantiar tahun 2018. Tujuan dari perancangan ini untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap potensi wisata yang dimiliki Kabupaten Rembang. Metode analisis yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan kuisisioner dengan analisis SWOT. Hasil perancangan ini berupa Konsep Visual seperti, media promosi, peta wisata, dan website. Dari artikel ilmiah ini didapatkan saran perancangan berupa 1) Metode perancangan; 2) Metode analisis data; serta 3) Hasil konsep visual sebagai media pendukung.

Sehingga dari studi pustaka yang telah dilakukan, didapatkan berbagai masukan perancangan buku yang bisa digunakan untuk membantu perancangan buku "*Exploring Batu*" nantinya. Beberapa masukan tersebut antara lain berupa metode perancangan, metode pengumpulan data dan analisis, hasil karya, metode pengumpulan data dan segmentasi, hasil karya buku berupa konsep visual, metode analisis SWOT, media pendukung *merchandise*, Hasil konsep visual sebagai media pendukung. Menilik dari studi pustaka yang telah dilakukan diatas, buku tentang Kota Batu akan membahas tema pariwisata untuk pengetahuan umum tentang Kota

Batu. Dalam hal ini dapat dikatakan perancangan buku foto “*Exploring Batu*” merupakan perancangan buku yang baru dalam segi tema pariwisata yang bersifat original atau asli.

2.1.2 Buku Referensi

Dalam buku *Desain Komunikasi Visual: Teori dan Aplikasi* oleh Rahmat Supriyono tahun 2010. Pada buku ini didapatkan teori tentang elemen desain grafis. Didapati juga berupa unsur-unsur desain yang meliputi Garis (*line*), Billing (*shape*), Warna (*color*), Gelap-terang (*value*), Tekstur (*texture*), Keseimbangan (*balance*), Tekanan (*emphasis*), Drama (*rhythm*), dan Kesatuan (*unity*) dalam menciptakan desain yang baik.

Kemudian referensi berikutnya didapatkan buku *Layout: Dasar dan Penerapannya* oleh Surianto, S.Sn tahun 2018. Berupa teori dasar *layout*. Selain itu juga didapati teori dari tahapan-tahapan cara membuat layout dan ide-ide pengembang layout.

Buku ketiga yang digunakan adalah *Fotografi Desain* oleh Prayanto Widyo Harsanto tahun 2020. Buku ini didapati tentang pemahaman atas desain dan teknik fotografi. Pada buku ini didapatkan teori tentang berkomunikasi secara visual dengan fotografi.

Referensi selanjutnya yang digunakan adalah buku yang berjudul *Dasar Fotografi, Cara Cepat Memahami Fotografi* oleh Teguh Setiadi tahun 2017. Pada buku ini didapatkan teori-teori dasar fotografi untuk pemotretan dengan lebih baik, terarah, dan terencana.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Desain Komunikasi Visual

Desain Komunikasi Visual adalah ilmu yang mempelajari tentang komunikasi berupa ungkapan kreatif melalui berbagai media. Menurut Sumbo (2009), Desain Komunikasi Visual memiliki arti sebagai ilmu yang mempelajari konsep komunikasi dan ungkapan daya kreatif, yang diaplikasikan dalam berbagai media komunikasi visual dengan mengolah elemen Desain. Penyampaian meliputi media periklanan dan penjualan produk, yang dapat menciptakan identitas visual untuk

institusi, produk dan perusahaan. Bahkan meliputi lingkungan grafis, desain informasi, dan secara visual dapat melengkapi pesan melalui publikasi.

Sedangkan, desain grafis adalah suatu jenis seni yang paling banyak atau sering terlihat diantara jenis-jenis seni lainnya, karena Desain Grafis dapat ditemukan dimanapun dan kapanpun visualisasi yang ditampilkan biasanya dengan teknik fotografi ataupun ilustrasi. Dan juga, beberapa perangkat tersebut diterapkan dalam dua fungsi, sebagai perangkat visual dan perangkat komunikasi.

2.2.2 Fungsi Desain Komunikasi Visual

Berkembangnya dari tahun ke tahun menurut Cenadi (1994:4) bawah Desain Komunikasi Visual memiliki 3 fungsi dasar, yaitu:

1. Sarana Identifikasi

Melalui indentifikasi perusahaan dapat memberikan informasi pesan dan gagasan dari perusahaan. Begitu pula dengan produk, harus memiliki identitas yang dapat memvisualisasikan nilai jual dan kualitas produk tersebut. Dengan tujuan agar produk dapat mudah dikenali dan memiliki daya nilai jual tinggi.

2. Sarana Informasi dan Intruksi

Desain Komunikasi Visual bertugas memberikan pesan yang akan disampaikan kepada orang dengan tepat dan mudah dipahami, seperti contoh pada simbol rambu lalu lintas. Simbol tersebut biasanya bersifat informatif dan komunikatif dan mudah dibaca oleh orang yang akan membaca, maka Desain Komunikasi Visual memiliki sifat yang universal.

3. Sarana Presentasi dan Promosi

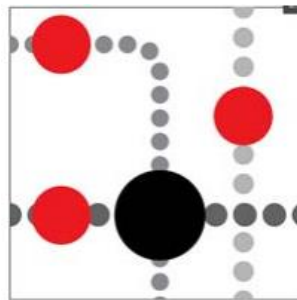
Tujuan dari Desain Komunikasi Visual akan menyebarkan poster atau pamflet sebagai promosi yang memberikan informasi produk yang dapat digunakan oleh konsumen. Informasi yang disampaikan dengan singkat, jelas, dan padat agar mudah diingat pembaca, biasanya pesan yang disampaikan memiliki sifat persuasif dan menarik.

2.2.3 Unsur- Unsur Desain Komunikasi Visual

Sebelum menciptakan suatu karya desain diperlukan pengetahuan dasar mengenai teori unsur-unsur desain agar proses dalam pembuatan karya memiliki makna dan tujuan yang jelas

a. Titik

Titik adalah elemen terkecil dari komunikasi visual. Itu bisa menjadi *dot* tetapi belum tentu melingkar. Titik dapat diulang untuk dibuat bayangan, nada atau tekstur. Titik juga digunakan sebagai posisi penanda pada peta dan untuk menarik perhatian pada informasi sebagai ‘titik-titik’ dalam teks. Titik dalam banyak dapat membuat permukaan bertekstur dalam desain industri dan itu bisa ada sebagai negatif dalam lembaran aluminium digunakan dalam desain lingkungan.

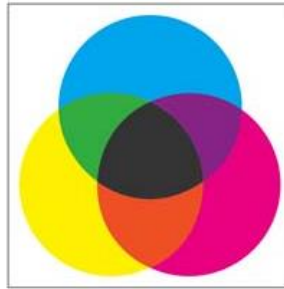


Gambar 2.1 Unsur Desain Komunikasi Visual Titik
(Sumber: <https://sssc.vic.edu.au>)

b. Warna

Warna adalah cahaya dalam panjang gelombang yang berbeda saat mereka muncul di mata. Warna digunakan untuk meningkatkan bentuk, menarik perhatian dan buat hierarki. Warna juga digunakan secara emosional dan simbolis karena warna memiliki makna sejarah dan budaya dan asosiasi dengan perasaan. Ada dua 'model' untuk diproduksi warna. Warna ‘*Additive*’ mengacu pada tiga piksel berwarna merah, hijau dan biru (RGB) yang ketika diterangi dalam berbagai kekuatan membuat warna dari hitam ke putih. Model warna aditif berlaku untuk TV dan layar komputer. Warna Subtraktif mengacu pada permukaan atau pigmen yang bila ditingkatkan dalam cahaya filter saturasi, menciptakan semua warna dari putih ke hitam. Model ini digunakan untuk lukisan dan media cetak dan dibuat oleh warna primer atau cyan, magenta, kuning dan hitam (CMYK). Di industri desain, warna pastinya

campuran dapat direferensikan oleh perpustakaan Pantone, RGB, CMYK dan atau Hexadecimal



Gambar 2.2 Unsur Desain Komunikasi Visual Warna
(Sumber: <https://sssc.vic.edu.au>)

c. Nada

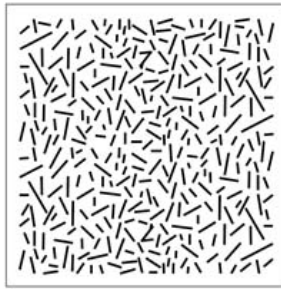
Nada adalah variasi terang atau gelap dari warna apa pun. Dalam komunikasi nada desain digunakan untuk menggambarkan sifat tiga dimensi dari bentuk dalam hal bayangan dan sorotannya, dibuat oleh sumber cahaya. Variasi nada adalah “*gradien*” dalam media digital. Nada bisa mulus dan bertahap atau dibuat oleh titik atau garis, halus atau dramatis, tergantung pada tujuan penggunaannya. Contoh aplikasi termasuk menggambar, rendering dan fotografi.



Gambar 2.3 Unsur Desain Komunikasi Visual Nada
(Sumber: <https://sssc.vic.edu.au>)

d. Tektur

Tekstur mengkomunikasikan aspek sentuhan. Tekstur bisa nyata atau tersirat. Tekstur adalah kombinasi dari elemen-elemen seperti titik dan garis, dan diterapkan dalam gaya realistis atau abstrak untuk membuat pola atau untuk mensimulasikan hasil akhir suatu bahan. Tekstur bisa disampaikan melalui media dan material dan dapat dikombinasikan dengan nada. Tekstur dalam desain industri dan lingkungan mungkin cocok dengan alasan estetika atau fungsional. Tekstur dalam desain komunikasi dapat menciptakan kesan alami dalam menggambar dan merender.



Gambar 2.4 Unsur Desain Komunikasi Visual Tekstur
(Sumber: <https://sssc.vic.edu.au>)

e. Garis

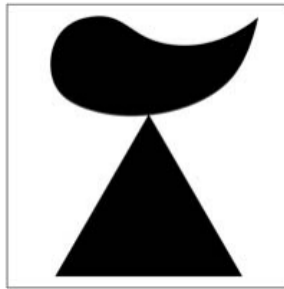
Garis adalah tanda kontinu pada suatu permukaan. Itu bisa lurus, melengkung, presisi, berat badan konsisten, patah, putus-putus atau kasar dan bertekstur. Garis dapat dibuat dengan metode manual atau digital. Garis dalam banyak digunakan untuk membuat bayangan, nada dan tekstur. Garis juga digunakan untuk menunjukkan arah atau batas dalam komposisi. Garis ada di perspektif dan tata letak kotak. Line juga merupakan komponen dalam gambar teknis di mana ketebalan dikontrol dengan cermat mewakili garis besar, *cutting edge*, lipatan, detail tersembunyi, simbol atau dimensi. Contoh aplikasi termasuk instruksional diagram dan ilustrasi, sketsa dan gambar teknis.



Gambar 2.5 Unsur Desain Komunikasi Visual Garis
(Sumber: <https://sssc.vic.edu.au>)

f. Bentuk

Bentuk adalah penutup. Ini bisa berupa garis besar, '*stroke*' dalam digital media atau bidang warna, warna atau tekstur, 'isi' dalam media digital. Bentuk bisa organik, geometris, bermata keras atau berbulu, abstrak atau simbolik dan dapat digunakan bersama dengan elemen lain untuk buat bentuk atau pola. Bentuk dapat digunakan untuk menyederhanakan objek kompleks komunikasi yang efektif. Contoh aplikasi termasuk logo, simbol, tata letak cetak, rencana, dan ketinggian.



Gambar 2.6 Unsur Desain Komunikasi Visual Bentuk
(Sumber: <https://sssc.vic.edu.au>)

g. Jenis

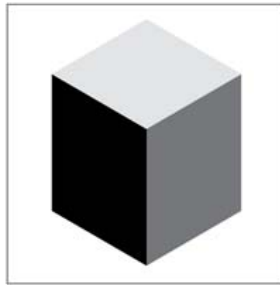
Jenis adalah representasi visual dari kata, angka dan karakter. Jenis berkomunikasi melalui makna kata yang harfiah dan melalui visual kualitas bentuk tipe. Set ‘tipografi’ milik keluarga dan dapat berupa *serif*, *sans serif* atau dekoratif. Selain itu, ketika formulir bisa diperpanjang, diringkas, tebal, miring atau 3D. Pengaturan atau penentuan posisi huruf, garis atau paragraf dapat disesuaikan dengan banyak ekspresif cara. Jenis dapat bersumber dari balok kayu dan logam, digital perpustakaan atau dibuat tangan. Contoh aplikasi termasuk dalam logo, kredit film, buku, situs web, dan dalam produksi majalah.



Gambar 2.7 Unsur Desain Komunikasi Visual Jenis
(Sumber: <https://sssc.vic.edu.au>)

h. Wujud

Wujud adalah entitas tiga dimensi dalam komunikasi visual. Wujud dapat nyata seperti dalam konstruksi, atau diilustrasikan seperti yang terlihat pada ilustrasi. Formulir dalam ilustrasi dapat dibuat dengan titik, garis atau bentuk dan dapat ditingkatkan dalam nada, tekstur dan warna. Contoh aplikasi termasuk desain tiga dimensi, konstruksi, cetak 3D atau artikel CAD dalam desain lingkungan atau penciptaan kedalaman dalam ilustrasi, gambar konsep atau sketsa.



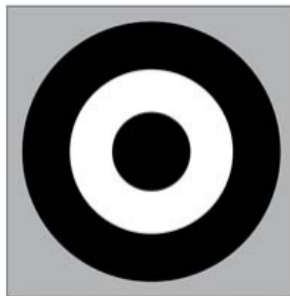
Gambar 2.8 Unsur Desain Komunikasi Visual Wujud
(Sumber: <https://sssc.vic.edu.au>)

2.2.4 Prinsip Desain

Berikut ini merupakan pembahasan apa saja prinsip-prinsip desain:

a. Gambar dan dasar

Gambar dan dasar bekerja sama untuk menetapkan pentingnya informasi visual dalam bidang gambar. 'Figur' merujuk pada komponen yang lebih dominan secara visual daripada di permukaan dimana mereka ditempatkan. Gambar juga dikenal sebagai 'positif *space*' atau '*form*'. Tanah dapat dikenal sebagai 'latar belakang', '*negatif space*' atau '*form counter*'.

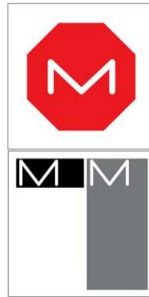


Gambar 2.9 Prinsip Desain Gambar dan Dasar
(Sumber: <https://sssc.vic.edu.au>)

b. Keseimbangan

Keseimbangan mengacu pada susunan komponen visual komunikasi dalam kaitannya dengan poros pusat nyata atau tersirat. Mungkin menjadi 'simetris' di mana komponen dicerminkan di sepanjang sumbu untuk buat komposisi terpusat dan stabil, atau 'asimetris' di mana komponen dengan ukuran dan berat yang bervariasi ditempatkan di luar pusat buat komposisi yang dinamis. Komponen dikatakan memiliki lebih / kurang visual 'berat' sesuai dengan bentuk, warna, nada, ukuran atau kedekatan dengan poros tengah. Saldo

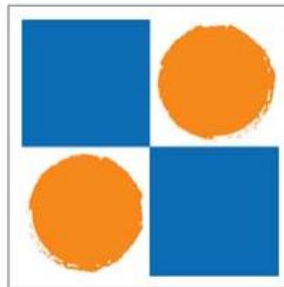
dalam visual desain komunikasi dan dapat berupa visual dan fisik dalam desain lingkungan dan industri.



Gambar 2.10 Prinsip Desain Keseimbangan
(Sumber: <https://sssc.vic.edu.au>)

c. Kontras

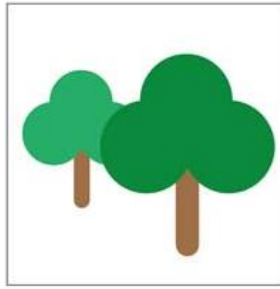
Kontras mengacu pada kualitas estetika yang berlawanan dalam desain apa pun elemen atau komponen hadir dalam komunikasi visual. Kontras digunakan untuk membuat penekanan, titik fokus, ketegangan visual, terpisah bagian, minat, dan membantu membangun hierarki.



Gambar 2.11 Prinsip Desain Kontras
(Sumber: <https://sssc.vic.edu.au>)

d. Skala

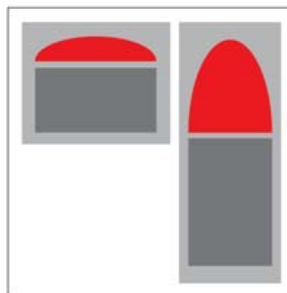
Skala mengacu pada ukuran relatif dari dua atau lebih komponen dalam Desain Komunikasi Visual. Skala mungkin serupa tetapi berbeda komponen, termasuk bentuk, bentuk, gambar dan / atau jenis. Variasi ukuran antara dua atau lebih komponen yang sama jenis digunakan untuk membuat kedalaman komposisi. Skala digunakan untuk buat hierarki. Skala juga dapat dinyatakan sebagai rasio saat mendiskusikan atau membuat peta, diagram, ilustrasi, teknis gambar, model atau *mock-up*.



Gambar 2.12 Prinsip Desain Skala
(Sumber:<https://sssc.vic.edu.au>)

e. Proporsi

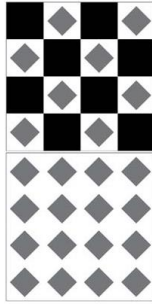
Proporsi mengacu pada rasio antara setidaknya dua dimensi komponen dalam komunikasi visual. Misalnya, dua persegi panjang dengan ketinggian yang sama tetapi lebar yang berbeda memiliki proporsi yang berbeda satu sama lain. Proporsi digunakan dengan cara ini ketika membahas format dan dapat dipertimbangkan saat mengadaptasi komunikasi cetak desain ke *web*. Contoh proporsi dalam lingkungan dan desain industri dapat dilihat di hubungan komponen dalam objek seperti roda ke bingkai sepeda, atau jendela atau kolom ke dinding di gedung. Rasio Emas *Fibonacci* dan prinsip-prinsip *Palladio* arsitektur juga merupakan contoh proporsi dalam desain.



Gambar 2.13 Prinsip Desain Proporsi
(Sumber: <https://sssc.vic.edu.au>)

f. Pola

Pola adalah pengulangan atau pergantian satu atau lebih komponen untuk membuat unit visual. Setiap elemen visual dapat digunakan untuk membuat pola. Pengulangan bisa sangat kuat dalam menciptakan rasa memesan dalam komposisi. Alternatif dapat membuat lebih kompleks pola daripada yang dibuat oleh pengulangan saja. Contoh dari aplikasi termasuk fasad arsitektur dan dekorasi *interior*, desain tekstil dan *wallpaper*.



Gambar 2.14 Prinsip Desain Pola
(Sumber: <https://sssc.vic.edu.au>)

2.2.5 Layout

Layout dalam desain komunikasi visual adalah pengolahan bahan tulisan dan seni (foto, ilustrasi, atau gambar lain) dalam bidang kerja. *Layout* yang baik berfungsi apabila ada perencanaan yang akan dilakukan dan menentukan tujuan dari karya, menentukan *target audience*, perencanaan dalam penempatan dan bagaimana cara pendistribusiaanya.

Pada dasarnya layout terbagi menjadi beberapa prinsip sebagai berikut:

a. Keseimbangan

Membantu dan menentukan ukuran pada tiap bagian dalam sebuah *layout*, apabila tidak seimbang akan membuat pembaca kesulitan dalam membaca.

b. Ritme

Ritme akan menghasilkan elemen yang mengulang secara bervariasi. Pengulangan secara konsisten merupakan kunci utama dalam *layout*, tanpa adanya variasi, pengulangan akan terkesan membosankan.

c. Penitik berat

Upaya untuk menarik perhatian bagi pembaca, setiap *layout* harus memiliki daya tarik tinggi.

d. Kesatuan

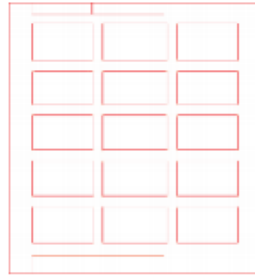
Layout memiliki ikatan antara satu dengan lainnya, hal ini dapat membantu banyaknya elemen yang akan digunakan dalam terciptanya keselarasan pada sebuah *layout*.

2.2.6 Jenis Layout

Menurut Rustan (3-7) *layout* dapat terbagi menjadi beberapa jenis, yaitu:

a. *Column Grid*

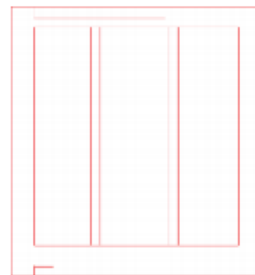
Layout dengan tampilan gambar dan teks yang terpisah oleh batas dari font sehingga terciptakan kolom-kolom. *Layout* ini dapat ditemukan pada koran atau surat kabar.



Gambar 2.15 *Collumn Grid*
(Sumber: Bradley, Steven (2011, 4 Types of Grids))

b. *Modular Grid*

Layout yang terletak pada banyaknya bidang yang terbagi-bagi pada jenis modular, dan tercipta berupa kotak-kotak dalam jumlah yang banyak dalam 1 halaman, yang terkesan dinamis.



Gambar 2.16 *Modular Grid*
(Sumber: Bradley, Steven (2011, 4 Types of Grids))

c. *Hierarchial Grid*

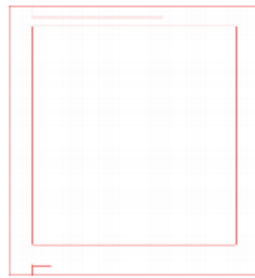
Layout yang biasa digunakan pada tampilan website. Bidang yang teratur dan rapi, dengan tujuan memudahkan akses setiap pengguna dengan tampilan yang sederhana terkesan efektif.



Gambar 2.17 *Hierarchical Grid*
(Sumber: Bradley, Steven (2011, 4 Types of Grids))

d. *Manuscript Grid*

Layout tersusun berupa tatana letak yang berdasarkan batas kiri dan kanan, dengan ciri-ciri bentuk susunannya terstruktur dari kiri dan kanan.



Gambar 2.18 *Manuscript Grid*
(Sumber: Bradley, Steven (2011, 4 Types of Grids))

e. *Ungrid*

Layout yang menentang sesuatu yang beraturan dan menciptakan gara baru yang tidak teratur, tetapi memiliki nilai yang tersendiri.

2.2.7 Fotografi

Fotografi berasal dari bahasa latin dari kata *photos* yang berarti cahaya dan *graphos* yang berarti melukis, Secara umum memiliki arti yaitu melukis dengan cahaya. Fotografi mempunyai beberapa bidang foto yaitu arsitektur dan interior, *jurnalisme*, ilustrasi atau *Advertising*, *Digital Imaging Artist*, *medis*, olahraga atau *wildlife* atau *landscape*.

Saat ini fotografi berkembang pesat yang awalnya dari film hingga ke digital media dimana gambar yang dihasilkan terlihat asli (akurat), cepat, dan praktis. Salah satu alat yang tidak lagi menggunakan film melainkan dengan menggunakan media perekam digital disebut Kamera Digital.

Elemen visual yang dibutuhkan dalam bidang periklanan adalah fotografi. Elemen fotografi yang ada dalam media cetak digunakan untuk promosi yang bertujuan untuk menunjang komunikasi secara visual, antara lain promosi media cetak. Fotografi yang digunakan di media cetak untuk mempromosikan barang atau jasa yang mengacu pada target atau tujuan yang harus dicapai menggunakan Teknik apapun yang digunakan dalam pemotretan agar menghasilkan foto yang berkualitas terlihat menarik, sehingga elemen foto memperkuat kualitas barang atau jasa yang ditampilkan pada desain media. Fotografi dibagi menjadi 2 jenis, yaitu fotografi murni dan fotografi terapan. Dalam fotografi terapan, fotografi komersial periklanan digunakan sebagai media promosi yang menyajikan materi secara persuasif kepada publik melalui media cetak

2.2.8 Foto Esai

Foto Esai termasuk ke dalam jenis foto seri dan foto sekuen. Foto esai adalah foto yang berseri dengan tujuan untuk memberikan cerita atau memancing emosi dari penglihat. Foto esai merupakan karya foto yang murni dengan disertainya tulisan atau catatan kecil berupa esai yang berhubungan langsung dengan foto tersebut. Dalam sebuah esai foto penyampaian cerita harus dapat memiliki sifat yang kuat dan mampu untuk membawa emosi kepada orang yang melihat. Hal ini bertujuan untuk menyampaikan pandangan fotografer akan menyampaikan pandangannya tentang hal yang diangkat untuk menjadi esai foto tersebut. Sehingga dari foto-foto tersebut akan menghasilkan sebuah rangkain cerita yang kuat.

2.2.9 Dasar-dasar Fotografi

a. Fokus

Fokus adalah titik dimana objek akan mendapatkan perhatian utama. Fokus pada kamera memiliki titik fokus yang berbeda-beda dari 1 titik hingga 64 titik atau kamera yang mendeteksi sendiri dimana objek akan difokuskan, seperti fitur *smile detection* atau *3D focusing*. Fokus terdiri dari 4 jenis mode, yaitu:

1. *One Shot - AF-S*
Mode fokus yang digunakan untuk memotret benda-benda atau objek yang tidak bergerak. Contoh cangkir, buku, bangunan
2. *AI Fokus - AF-A*
Mode yang digunakan untuk memotret benda yang sebelumnya diam lalu tiba-tiba bergerak. Mode ini berada ditengah-tengah mode one shot dan continuous. Pada mode ini sensor akan mencari objek yang akan memiliki fokus lebih lambat dari AF-C.
3. *AI Servo - AF-C*
Mode fokus ini digunakan untuk memotret benda yang bergerak, seperti orang berlari dan mobil yang bergerak.
4. *MF - Manual*
Mode yang dimana fotografer mencari fokus sendiri dengan memutar fokus lensa untuk mendapatkan fokus yang diinginkan. Pada mode ini kecepatan dan ketepatan diperlukan.

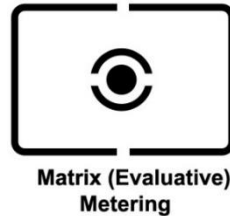
Selain mode fokus lensa terdapat juga mode drive yang berfungsi sebagai bagaimana atau banyaknya foto yang akan diambil. Mode drive akan terbagi menjadi 3 mode, yaitu:

1. *Drive Mode Single*
Digunakan untuk memotret sekali foto dan foto yang dihasilkan cuma satu. *Mode* ini biasa digunakan pada objek yang diam.
2. *Drive Mode Continuous Low*
Untuk memotret objek beberapa kali secara lambat, foto yang dihasilkan rata-rata 2-3 frame per second. Mode ini digunakan pada gerakan objek yang tidak terlalu banyak.
3. *Drive Mode Continuous High*
Untuk memotret objek secara cepat, rata-rata foto yang dihasilkan 5-8 frame per second. Mode ini digunakan untuk objek yang bergerak dengan cepat dan banyak.
4. *Drive Mode Timer*
Untuk memotret dengan jeda waktu 2 hingga 10 detik. Biasanya mode ini digunakan untuk foto bersama.

b. Metering

Metering pada kamera digunakan untuk alat ukur pencahayaan yang akan masuk kedalam kamera. Metering akan menentukan seberapa banyak cahaya yang akan dipakai untuk mengekspose suatu gambar. Metering akan memiliki 3 mode, yaitu

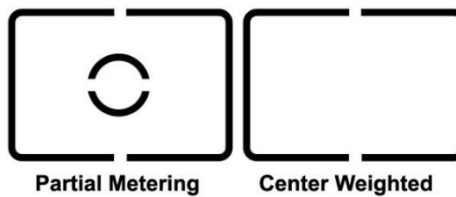
1. *Metering Mode Evaluative/Matrix*



Gambar 2.19 Metering Mode Evaluative/Matrix
(Sumber: <https://phlearn.com>)

Mengukur keseluruhan area dari sensor kamera. Mode ini mengukur area terang dan gelap dan kemudian mengeluarkan nilai rata-rata *exposure* yang akan diambil. Tujuan dari mode ini agar semua area terlihat jelas.

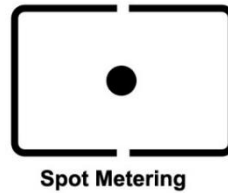
2. *Metering Mode Partial/Center Weighted*



Gambar 2.20 Metering Mode Partial/Center Weighted
(Sumber: <https://phlearn.com>)

Mengukur Sebagian area yang akan difoto, kurang lebih 9-15% dari area total. Pada mode ini area yang diukur lebih sedikit dibanding dengan mode matrix.

3. *Metering Mode Spot*

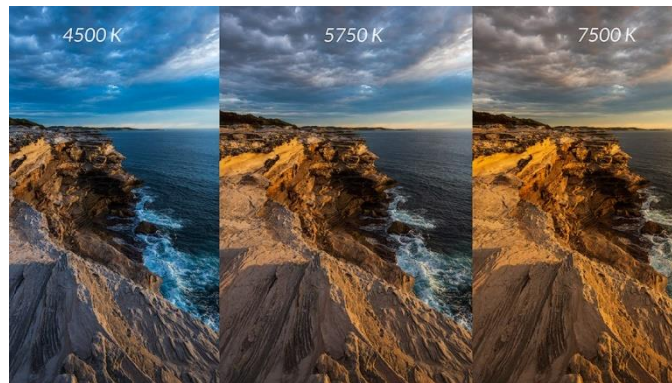


Gambar 2.21 Metering Mode Spot
(Sumber: <https://phlearn.com>)

Mengukur titik fokus yang diarahkan dimana area tersebut tidak akan diukur. Mode ini menggunakan area yang paling sempit, sekitar 1-3% dari total area. Mode ini mendapat pengukuran tanpa terpengaruh oleh cahaya yang masuk

c. *White Balance*

White balance berfungsi untuk menyesuaikan warna yang akan kita butuhkan. *White Balance* akan memberikan warna *temperature* untuk memberikan warna yang terbaik.



Gambar 2.22 *White Balance*
(Sumber: <https://antongorlin.com/>)

d. *Exposure*

Exposure adalah cara kamera menangkap cahaya dengan menghitung cahaya yang masuk pada saat digunakan dan sensor untuk memotret objek foto. *Exposure* memiliki 3 elemen penting yaitu *ISO*, *Shutter Speed*, dan *diafragma*. Ketiga elemen ini memiliki kaitan yang saling mempengaruhi, yang biasa kita sebut “Segitiga *Exposure*” atau “*Triangle Exposure*”. *Exposure* memiliki 3 kategori, yaitu:

1. *Under Exposure*
Kurangnya cahaya, hal ini terjadi karena tidak tepatnya *exposure* atau pengukuran metering ke arah “-“(minus).
2. *Correct Exposure*
Tepat cahaya, ini terjadi karena pengukuran yang tepat atau pengukuran meteringnya mengarah ke”0”.
3. *Over Exposure*
Kelebihan cahaya, karena pengukuran yang terlalu banyak atau metering mengarah ke “+”(plus).

3 Elemen *Exposure*:

1. *ISO*
Tingkat sensitivitas dan kepekaan film atau *sensor*. Semakin rendah ISO maka semakin banyak cahaya yang dibutuhkan maka sebaliknya jika semakin tinggi ISO maka semakin sedikit cahaya yang dibutuhkan. ISO memiliki hubungan dengan *grais/noise* yang muncul pada saat memakai ISO yang tinggi.
2. *Shutter Speed*
Kecepatan *shutter* untuk membuka dan menutup atau lamanya membuka dan menerima cahaya yang direkam oleh *sensor* lain. Semakin lama membuka, maka semakin banyak cahaya yang masuk. Sedangkan semakin cepat *shutter* membuka dan menutup maka semakin sedikit cahaya yang masuk.
3. *Diafragma*
Digunakan untuk mengatur ruang tajam atau biasa disebut *DOF (Depth Of Field)* yaitu jarak ketajaman dari titik fokus dan tidak terlihat blur (ruang tajam). Semakin kecil *diafragma* semakin sedikit cahaya yang dibutuhkan (ruang tajam). Semakin kecil *diafragma* semakin sedikit cahaya yang dibutuhkan sedangkan semakin besar *diafragma* semakin banyak cahaya yang dibutuhkan.

e. Komposisi

Komposisi dalam fotografi adalah susunan gambar yang ada dalam satu ruang. Komposisi bertujuan untuk menempatkan objek yang akan dipotret dalam sebuah foto. Dalam komposisi memotret diperlukan penataan dan penempatan yang memiliki unsur-unsur gambar ke dalam *frame* gambar.

1. *Golden Ration*

Golden Ration memiliki penempatan *point of interest* yang diukur berdasarkan ratio 1;1,618. *Golden Ration* tergolong dari *Fibonacci Spiral* dan *Phi Grid*. *Fibonacci Spiral* berfungsi untuk mengarahkan mata, sedangkan *Phi Grid* berfungsi untuk menentukan peletakkan objek.



Gambar 2.23 *Golden Ratio*
(Sumber: <https://www.slrlounge.com>)

2. *Rule of Third*

Rule of Third dalam fotografi adalah aturan sepertiga yang menunjukkan bagaimana memposisikan objek dalam sepertiga bagian dalam foto dengan tujuan agar lebih enak dipandang dan lebih indah. *Rule of Third* merupakan penyederhanaan dari *Golden Ration*.



Gambar 2.24 *Rule of Third*
(Sumber: <https://bidunart.com>)

f. *Angle*

Angle merupakan sudut pandang dan pengambilan foto dalam fotografi. *Angle* sangat memengaruhi hasil foto Anda. *Angle* memiliki kesan dan emosi yang dapat menunjang foto yang akan dihasilkan. Dalam fotografi *angle* dibagi menjadi:

1. *High Angle*

Sudut di mana fotografer memiringkan kamera ke bawah untuk menghadapi subjek, yang juga disebut sebagai pandangan mata burung. Karena ini menangkap subjek secara keseluruhan, ini menghasilkan gambar deskriptif yang dengan jelas menangkap sekeliling saat melihatnya. Karena tanah cenderung membentuk latar belakang pada gambar, mungkin ingin menyesuaikan pilihan latar belakang Anda.



Gambar 2.25 *High Angle*
(Sumber: <https://www.clickinmoms.com>)

2. *Eye-level Angle*

Sudut pemotretan standar di mana kamera berada ketinggian yang sama dengan ketinggian mata tanpa memiringkannya. Saat memotret pada level mata yang sama dengan subjek, yang levelnya sama dengan penglihatan manusia normal, hasilnya tampak alami dan familier, serta memiliki kesan stabilitas.



Gambar 2.26 *Eye-level Angle*
(Sumber: <https://septianirhyu.wordpress.com>)

3. *Low Angle*

Sudut di mana mengarahkan kamera ke atas ke subjek. Saat memotret subjek tinggi atau tinggi dari sudut rendah, ini menciptakan kesan kedalaman dan intimidasi, yang memungkinkan untuk menggambarkan keberadaan dan intensitas subjek. Karena langit biasanya membentuk latar belakang, maka mudah untuk menyesuaikan komposisi foto.



Gambar 2.27 *Low Angle*
(Sumber: <https://septianirhyu.wordpress.com>)

4. *Bird Eye View*

Sudut pengambilan gambar yang diambil dari atas atau lebih tinggi dari objek foto. Pengambilan gambar yang dilakukan dari atas ketinggian yang memperlihatkan lingkungan yang luas dan benda-benda lain tampak lebih kecil.



Gambar 2.28 *Bird Eye View*
(Sumber: <https://newwalls.as-creation.com>)

5. *Frog Level*

Sudut yang terlihat seperti mata kodok, sudut ini biasa digunakan dalam fotografi prewedding dan foto lainnya. Posisi ini dengan menonjolkan sudut pandang yang tidak biasa dengan memperlihatkan kemegahan suatu objek foto.



Gambar 2.29 *Frog Level*
(Sumber: <https://tipsfotografi.net>)

g. Camera Shot

1. *Extreme Long Shot*

Digunakan untuk menampilkan subjek dari kejauhan, atau area tempat adegan berlangsung. Jenis bidikan ini sangat berguna untuk menetapkan objek dalam hal waktu dan tempat, serta hubungan fisik atau emosional karakter dengan lingkungan dan elemen di dalamnya.



Gambar 2.30 *Extreme Long Shot*
(Sumber: <https://www.bhphotovideo.com>)

2. *Long Shot*

Menampilkan objek dari atas ke bawah. Karakter menjadi lebih fokus daripada *Extreme Long Shot*, tetapi bidikan cenderung masih didominasi oleh pemandangan. Bidikan ini sering kali menetapkan objek dan tempat karakter kita di dalamnya.



Gambar 2.31 *Long Shot*
(Sumber: <https://www.bhphotovideo.com/>)

3. *Full Shot*

Menampilkan karakter atau objek dari kepala hingga ujung kaki, dengan subjek secara kasar memenuhi bingkai. Penekanannya cenderung lebih pada tindakan dan gerakan daripada keadaan emosi karakter.



Gambar 2.32 *Full Shot*
(Sumber: https://www.bhphotovideo.com)

4. *Medium Long Shot*

Menengah antara *Full Shot* dan *Medium Shot*. Menunjukkan subjek dan objek dari lutut ke atas.



Gambar 2.33 *Medium Long Shot*
(Sumber: https://www.bhphotovideo.com)

5. *Medium Shot*

Merupakan potretan paling umum yang terlihat di film, karena berfokus pada karakter dan objek dalam sebuah adegan sambil tetap menunjukkan beberapa lingkungan.



Gambar 2.34 *Medium Shot*
(Sumber: <https://www.bhphotovideo.com>)

6. *Medium Close Up*

Menengah di antara *Medium Shot* dan *Close-Up*, umumnya terlihat subjek dari dada atau bahu ke atas.



Gambar 2.35 *Medium Close Up*
(Sumber: <https://www.bhphotovideo.com>)

7. *Close Up*

Mengisi layar dengan bagian subjek, seperti kepala / wajah seseorang. Terlihat dengan ketat, emosi dan reaksi dari seorang karakter mendominasi adegan tersebut.



Gambar 2.36 *Close Up*
(Sumber: <https://www.bhphotovideo.com>)

8. *Choker*

Sebuah tampilan dari Close-Up, memotret wajah subjek dari atas alis hingga di bawah mulut.



Gambar 2.37 *Choker*
(Sumber: <https://www.bhphotovideo.com>)

9. *Extreme Close Up*

Menekankan area kecil atau detail subjek, seperti mata atau mulut.



Gambar 2.38 *Extreme Close Up*
(Sumber: <https://www.bhphotovideo.com>)

2.2.10 Fotografer

Fotografer merupakan orang yang membuat gambar dengan sinar melalui film atau permukaan yang dipeka. Fotografer adalah penentu dari sebuah gambar yang dihasilkan dengan realita.

Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan dunia fotografi sangat maju pesat. Dengan ditandainya semakin banyaknya kamera dan kecanggihannya yang ditawarkan dengan segala kemudahan.

2.2.11 Macam-Macam Fotografer

Profesi fotografer dibagi menjadi 3, yaitu:

1. Fotografer “*Fine Art*” (Seni Murni)

Merupakan cabang fotografi yang semata-mata karena minat dan kesukaan fotografer.



Gambar 2.39 “*fine-art*” black and white
(Sumber: <http://www.steendoessing.com>)

2. Fotografer Jurnalistik

Adalah cabang fotografi yang menampilkan foto-foto yang memiliki tujuan untuk menyampaikan pesan atau berita. Bersifat fakta yang dapat memberikan suatu kejadian, penjelasan dan menimbulkan rasa ingin tahu.



Gambar 2.40 Fotografi Jurnalistik
(Sumber: <http://www.majalahkreatifa.com>)

3. Fotografer Komersial

Merupakan cabang fotografi professional yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan industry periklanan, penjualan, dan peragaan untuk media massa atau publikasi.



Gambar 2.41 Fotografi Komersial
(Sumber: <https://www.sony.co.id>)

a. Spesialis Fotografer

1. Fotografi Murni atau Hobi

Jenis karya fotografi yang dilakukan semata-mata karena merupakan sebuah hobi atau kesukaan fotografer yang bersifat pribadi.

2. Fotografi Jurnalistik

Jenis karya yang memberikan berita dengan menggunakan foto sebagai media informasi. Foto jurnalistik dibagi menjadi 3 bagian yaitu:

1) *Hot News* (Berita Hangat)

Hasil yang berupa berita dari berbagai peristiwa yang dapat mengubah sejarah dunia.

2) *General News* (Berita Umum)

Foto yang bersifat seremoni yang terjadwal atau teragendakan. Seperti foto pertemuan pejabat, peresmian Gedung, dan lain-lain.

3) *Potrait*

Foto yang menampilkan karakteristik yang sesuai dengan hati fotografer yang berupa ungkapan kreatif dari watak seorang tokoh, hingga merupakan sebuah biografi visual.

4) *Industri dan Pertanian*

Foto yang menampilkan proses produksi suatu industri dari pertanian hingga industri besar.

5) *Ekonomi dan Investasi*

Foto yang bertujuan untuk perekenonminan makro.

6) *Daily life*

Foto yang memiliki segi keunikan, humor, maupun perjuangan hidup atau nasib seseorang.

7) *Seni dan Budaya*

Foto Jurnalistik yang menampilkan cerita dari suatu seni dan budaya.

- 8) Alam Lingkungan
Foto Jurnalistik yang berfokus pada alam lingkungan yang diangkat menjadi bentuk visual, agar peristiwa tersebut menarik perhatian.
 - 9) Arsitektur
Foto jurnalistik yang berbau arsitektur, interior maupun eksterior, dan semua gedung bangunan.
 - 10) Iptek dan Kesehatan
Foto yang menampilkan tentang penemuan di bidang teknologi seperti penemuan obat-obatan atau komputer.
 - 11) *Sport* (Olahraga)
Foto jurnalistik yang memiliki wujud apresiasi terhadap semangat kompetisi sportif dalam olahraga.
 - 12) Esai Foto
Foto jurnalistik yang bercerita foto seru yang dilengkapi dengan teks pengantar.
3. Fotografi Komersial
Pekerjaan sebagai fotografer komersial meliputi foto produk (iklan), foto arsitektur, foto fashion.
 4. Fotografi Iklan
Foto yang menampilkan sebuah iklan yang bertujuan untuk mempengaruhi selera konsumen di media seperti surat kabar, majalah, poster brosur, atau billboard yang menjadi lahan bagi fotografer.
 5. Fotografi Pernikahan (*Wedding Photography*)
Merupakan fotografi komersial yang berfungsi sebagai sarana dokumentasi pernikahan.
 6. Fotografi Fashion
Foto yang mengutamakan artistik tinggi yang dapat mewakili rancangan mode.

2.3 Kajian Sumber Ide Perancangan

2.3.1 Dari Panggung Ke Panggung

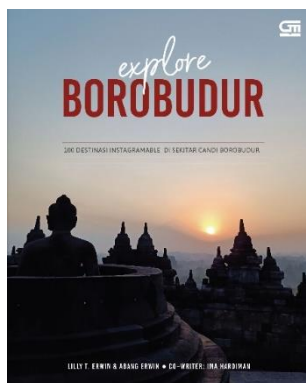
Buku esai fotografi yang mengangkat cerita perjalanan Band Tani Maju dari awal berdiri tahun 2006 hingga sekarang merupakan karya Didit Prasetyo Nugroho yang berjudul “Dari Panggung Ke Panggung”. Buku ini berukuran 22 x 22 cm disertai pengemasan yang menarik dan membangun suasana historis dari perjalanan karir band Tani Maju (Nugroho, 2019). Ide perancangan yang didapat berupa pemilihan bahan cetak dan penataan foto tiap halaman. Dan buku ini didapatkan pemilihan ukuran *font*, serta penggunaan *tone* warna yang senada.



Gambar 2.42 Dari Panggung Ke Panggung
(Sumber: Didit Prasetyo Nugroho 2019)

2.3.2 Explore Borobudur

Dalam merancang buku pariwisata, diperlukan buku inspiratif tentang pariwisata yang mampu untuk meningkatkan pengunjung dan menginspirasi pembaca dalam Kota Batu. Inspirasi tersebut didapatkan melalui langkah dari pengalaman-pengalaman buku yang sudah dituliskan. Salah satu contohnya adalah buku dengan judul ”Explore Borobudur” dari Lily T Erwin & Bang Erwin tahun 2019 yang mengulas 100 destinasi alam, seni budaya, kerajinan, kuliner, dan hotel di Kawasan Borobudur dan sekitar Yogyakarta (Erwin, 2019): Ide perancangan yang didapati dari buku ini adalah bentuk pembawaan informasi tentang berbagai macam wisata beserta keadaan sekitarnya.



Gambar 2.43 Explore Borobudur
(Sumber: <https://www.gpu.id>)

2.3.3 Over The Lens in The East Java

Buku berjudul “Over The Lens in The East Java” karya Joehar Adimara tahun 2018 tentang Cara dan Cerita Tim Explore Indonesia mempromosikan keindahan Jawa Timur. Buku yang berisikan *travel photography book* dengan konten wisata yang bertujuan untuk mempromosikan provinsi Jawa Timur melalui foto. Buku ini memiliki konten yang menarik dan visual yang bahkan mampu untuk membuat pembacanya kagum akan keindahan Jawa Timur bagai Mutiara (Adimara,2018). Ide dari perancangan ini didapati adalah pengambilan foto agar konten bisa lebih menarik, dan komposisi *layout* pada setiap halaman.



Gambar 2.44 Over The Lens in The East Java
(Sumber: <https://kumparan.com>)