

**PERANCANGAN BUKU KATALOG BATIK LITUHDAYA INDONESIA MENGGUNAKAN
TEKNIK FOTOGRAFI FASHION SEBAGAI UPAYA MENGENALKAN
KEPADA MASYARAKAT SURABAYA**

Pratama Putra Bagus Nugraha¹⁾, Hardman Budiardjo²⁾, Ixsora Gupita Cinantya³⁾

S1 Desain Komunikasi Visual

Institut Bisnis dan Informatika STIKOM Surabaya Jl. Raya Kedung Baruk 98 Surabaya, 60298

Email : 1) 13420100002@stikom.edu, 2) hardman@stikom.edu, 3) ixsora@stikom.edu

Abstract: Batik is currently almost alienated and less desirable by the early adult because of the many fashion products that appear and with the current model. This is due to a lack of interest response to appreciate and preserve the original cultural heritage of Indonesia. Batik is one of the heritages that must be preserved, therefore the purpose of this research is to design the book catalog of Batik Lituhdaya Indonesia photography with fashion photography technique as an effort to introduce to surabaya society. Lituhdaya Indonesia is a batik fashion industry from Surabaya. In the midst of a decline in interest in batik and many fashion industries that have sprung up by offering a contemporary product, Lituhdaya Indonesia began to awaken batik fashion in early adult. From the results of data analysis, got Keyword Communication Messages "authentic" (something that has purity). The main concept can also be interpreted as the most prominent of its rivals, through the selection of designs that "authentic" pure batik expected to be better known and seeded than other products or other fashion industry is more popular today. Early adulthood disinterest of batik is caused by the lack of recognition to them and the batik seems old-fashioned and outdated. Batik is also a culture that has a diversity depending on the region of origin. Currently batik has lost identity or less popular among early adults. The design of a photography for each batik from Lituhdaya Indonesia itself is expected to attract early adult interest in cultural heritage, because the diusianya fairly mature, they will be more interested in things that are easily digested, such as fashion photos, photos of cuisine, photos of the environment and etc.

Keywords: Photography Book, Batik, Fashion Photography, Cultural Heritage, Authentic

Latar Belakang Masalah

Penelitian ini mencoba mengangkat Batik Lituhdaya Indonesia yang berada di Surabaya dari kekhususan nilai fashionnya, Lituhdaya Indonesia belum pernah dijadikan objek pada penelitian sebelumnya. Lituhdaya Indonesia merupakan industri yang bergerak dibidang fashion yang memiliki keunikan tersendiri dengan memanfaatkan corak/motif dari batik-batik yang beragam di berbagai wilayah di Indonesia. Lituhdaya Indonesia ingin memanfaatkan keindahan batik nusantara dengan model fashion yang bisa dikatakan modern atau kekinian. Bahan-bahan kain yang digunakan langsung berasal dari setiap daerah di Indonesia yang memiliki keindahan tersendiri disetiap kainnya. Kain yang semula hanya berupa lembaran mampu dirancang sedemikian rupa dengan model yang kekinian, kualitas jahitan sangat rapi,halus sehingga nyaman saat digunakan untuk beraktifitas. Lituhdaya Indonesia mempunyai target pasar adalah dewasa dini yang berpenghasilan sendiri, dikarenakan dewasa dini sudah memiliki rasa

ingin berpenampilan *fashionable* disetiap aktifitasnya. Maka dari itu Lituhdaya ingin menanamkan sejak dini bahwa menggunakan batik tetap bisa berpenampilan *trendy*, serta bangga karena telah melestarikan dan menggunakan kain batik nusantara yang merupakan warisan budaya asli Indonesia.

Kata "batik" berawal dari bahasa Jawa, dari kata "amba" yang berarti menggambar dan "tik" yang berarti kecil. Menurut konsensus Nasional 12 Maret 1996 (Deperindag, tth: 14), bahwa: "Batik adalah karya seni rupa pada kain dengan pewarnaan rintang, yang menggunakan lilin batik sebagai perintang". Menurut Hamzuri (1985: 1), batik adalah lukisan atau gambar pada mori yang dibuat dengan menggunakan canting. Batik adalah kain tekstil hasil pewarnaan , pencelupan rintang menurut corak khas ciri batik Indonesia, dengan menggunakan lilin batik sebagai zat perintang".

Fotografi berasal dari bahasa Inggris: *photography* , Sebagai istilah umum, fotografi

berarti proses kegiatan mengambil gambar dengan cahaya. Alat yang dibutuhkan untuk mengambil gambar adalah kamera. Tanpa ada kamera dan cahaya gambar tidak dapat tercipta. Kreativitas fotografer dalam menentukan sudut pengambilan foto (*angle*) akan menciptakan foto yang menarik. Secara garis besar, kita bisa mengelompokkan *angle* foto menjadi lima macam. *Angle* foto ini akan menghasilkan foto-foto yang berbeda-beda pula. Jika sebuah menarik difoto dengan *low angle* belum tentu dengan *angle* lainnya objek tersebut menarik difoto.

Menurut Abdi (2012:28), Fotografi Fashion adalah teknik fotografi yang fokus pada mode pakaian dan barang-barang fashion lainnya yang berhubungan dengan gaya-hidup pada masa tersebut, serta bertujuan untuk diaplikasikan ke dalam media yang berhubungan dengan dunia fashion, industri periklanan, atau beredar di kalangan desainer. Dalam fotografi fashion, seorang fotografer bertugas untuk menghasilkan atau menampilkan konsep foto dari produk fashion yang akan dijual ke dalam bentuk visual. Jangan sampai terlupakan adalah tampilan gaya-hidup/life-style pada masa yang ingin ditampilkan, harus terlihat dengan jelas pada fotografi fashion tersebut.

Selain itu dari Abdi (2012:28), juga di dalamnya membahas segi teknis fotografi dan pengertian tentang fotografi fashion. Menurut Yuyung Abdi model photography menitikberatkan pada wajah dan lekuk tubuh model, sedangkan fashion photography menekankan pada produk busana dan aksesorisnya. Meskipun begitu, keduanya saling membutuhkan antara satu dengan yang lain. Pada bagian teknis yang dibahas mulai dari tata cahaya, komposisi, pemanfaatan dengan properti yang ada, serta penggunaan fitur-fitur kamera. Dalam buku tersebut dijelaskan jika memotret fashion outdoor bisa memanfaatkan cahaya yang tersedia, seperti cahaya matahari sebagai sumber cahaya utama, dan mengkombinasikannya dengan lampu flash sebagai cahaya pengisinya, sehingga didapatkan cahaya yang lebih berdimensi.

Pemilihan media berupa buku, Katalog, sesuai namanya, adalah alat promosi yang cocok untuk mempromosikan produk dan layanan dari perusahaan. Perusahaan menggunakan katalog untuk mempromosikan produk kepada calon konsumen tentang spesifikasi produk dengan tujuan meningkatkan penjualan produk. Katalog memanfaatkan unsur seni, tipografi, visual ilustrasi, warna dan logo ke dalam implementasinya. Ada beragam jenis katalog yang dapat digunakan untuk media promosi dengan konten dan target yang sesuai.

Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang digunakan adalah Penelitian Kualitatif, Penelitian Kualitatif adalah penelitian untuk menjawab permasalahan yang memerlukan pemahaman secara mendalam dalam konteks waktu dan situasi yang bersangkutan, dilakukan secara wajar dan alami sesuai dengan kondisi objektif di lapangan tanpa adanya manipulasi, serta jenis data yang dikumpulkan terutama data kualitatif. Observasi yang dilakukan antara lain : Observasi mengenai produk Lituhdaya Indonesia, untuk mengetahui tentang segala informasi yang berkaitan dengan aspek desain apa saja yang dibutuhkan untuk mendukung promosi yang berujung pada kesadaran merek.

Unit Analisis

Dalam penelitian ini, unit analisis yang digunakan ialah model kajian semiotika Bahasa Rupa, dengan menggunakan model modernisme. Nilai – nilai semiotika yang terkandung dalam model kajian semiotika bahasa rupa, berupa Bahasa bentuk, Ornamen, Warna, dan Unsur Dominan.

Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini menggunakan jenis observasi partisipatif. Menurut Sugiyono (2013 : 227) observasi partisipatif ialah peneliti mengamati apa yang dikerjakan, mendengarkan apa yang mereka ucapkan, dan berpartisipasi dalam aktivitas mereka. Observasi dilakukan secara langsung ke rumah *owner* yang ada di Surabaya dengan mencari data berupa :

a. Wawancara

Wawancara merupakan pembuktian terhadap informasi atau keterangan sebelumnya Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian

kualitatif adalah wawancara secara mendalam. Yang menjadi nara sumber dari penelitian ini adalah pemilik (*Owner*) dari Lituhtdaya Indonesia dan Desainer fashion.

b. Dokumentasi

Teknik Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), ceritera, biografi, peraturan, kebijakan.

c. Studi Eksisting

Menurut Sugiyono, studi literatur ini berkaitan dengan kajian teoritis serta referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti, selain itu studi literatur sangat penting dalam melakukan penelitian, hal ini dikarenakan penelitian tidak akan lepas dari literatur – literatur ilmiah (Sugiyono, 2012:291).

d. Studi Kompetitor

Studi kompetitor merupakan salah satu cara untuk mencari kekuatan, kelemahan, serta peluang dalam suatu penelitian maupun karya desain berdasarkan media yang sejenis. Sehingga suatu karya desain dapat menentukan keunikannya jika dibandingkan dengan karya yang lain. Studi kompetitor menjelaskan kemiripan produk yang diangkat dengan produk lain yang memiliki kesamaan dalam bidang yang digeluti, strategi promosi yang digunakan, foto fashion yang digunakan, keunggulan dan kelemahan dari produk.

Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja yang disarankan oleh data. Analisis data merupakan tahapan yang sangat berpengaruh dalam menyelesaikan proses penelitian ilmiah. Data yang telah terkumpul tanpa melewati proses analisis data menjadi data yang mati dan tidak berbunyi. Dengan demikian, analisis data ini untuk memberikan arti, makna, dan nilai yang terkandung dalam data (Kasiram, 2010:119).

Hasil dan Analisis Data

1. Wawancara dan Observasi

Wawancara merupakan kegiatan percakapan yang diucapkan langsung oleh narasumber dengan maksud memperoleh informasi terkait objek penelitian yang dijelaskan secara lisan untuk memaparkan permasalahan dalam penelitian, serta dapat membantu dalam penyelesaian proses perancangan tugas akhir. Wawancara ini dilakukan kepada Ibu Prita Ayu, selaku *Owner* dari Batik Lituhtdaya Indonesia. Selain itu wawancara juga dilakukan kepada Ibu Yessy, selaku *Designer* fashion di Surabaya.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada tanggal 6 Mei 2016 oleh Ibu Prita Ayu menjelaskan asal mula Batik Lituhtdaya Indonesia terinspirasi dari batik batik nusantara yang memiliki keindahan dan nilai budaya warisan yang sangat tinggi. Keindahan tersebut divisualkan melalui fashion agar bisa dinikmati oleh banyak orang dan dapat melestarikan warisan budaya. Batik Lituhtdaya satu satunya produsen batik yang mengolah kain batik nusantara menjadi produk fashion.

Ibu Prita Ayu menjelaskan bahwa motif yang terkandung di Batik Lituhtdaya Indonesia ada yang motif baru ada juga yang motif lama yang kemudian dikembangkan. Motif dan Corak yang terdapat kebanyakan motif limited dari Lituhtdaya Indonesia. Memang pasaran sangat berpengaruh terhadap penjualan namun kita tidak harus monoton dengan selera pasaran, kita sebagai produsen juga harus memberi warna baru didunia fashion. Dunia fashion tidak akan tenggelam oleh jaman karena setiap produsen/designer memiliki inovasi dan ide-ide cemerlang untuk membuat suatu desain/mode pakaian yang kekinian.

Ibu Prita Ayu menjelaskan Batik Lituhtdaya Indonesia merupakan batik kain nusantara, jadi apa yang tergambarkan disetiap kainnya memiliki nilai budaya. Mulai dari kain, motif, corak dan warna semua memiliki arti dan filosofi tersendiri jadi kita sekedar menggunakan, kita juga harus tau ini batik

darimana, makna apa yang terkandung, filosofi apa dibalik terciptanya batik ini, kita wajib tau nilai nilai budaya yang terkandung. Batik merupakan warisan budaya paling berharga yang harus dijaga dan dilestarikan.

Sedangkan wawancara dengan Ibu Yessy dilakukan pada tanggal 10 Mei 2017, Ibu Yessy mengatakan bahwa anak muda di Kota Surabaya terutama kalangan Dewasa dini terhadap Fashion Batik menerima dengan respon positif dan sangat antusias. Kalangan dewasa dini kini mulai menjadikan batik sebagai pakaian yang tidak sekedar Cuma pakaian formal/seragam namun menjadikan sebagai item fashion yang trendy dan kekinian. Menurut Ibu Yessy inilah respon positif dari trend fashion batik secara tidak langsung mereka melestarikan dan bangga menggunakan fashion yang merupakan hasil kekayaan warisan budaya Indonesia.

Ibu Yessy mengatakan soal desain/mode pakaian yang disukai atau digemari kalangan dewasa dini cukup beragam dan bervariasi, kebanyakan dari mereka lebih mudah menerima mode pakaian yang *mainstream* dikarenakan rasa malu dan tidak percaya diri jika menggunakan mode pakaian baru, namun tidak jarang juga anak muda yang sangat percaya diri dan memperhatikan penampilan agar selalu tampil *fashionable* di setiap aktifitasnya, *trend* inilah yang pada akhirnya membawa perubahan terhadap kalangan dewasa dini yang awalnya merasa tidak percaya diri / malu-malu dengan mode pakaian baru menjadi tertarik pula untuk menggunakan disetiap aktifitasnya.

Ibu Yessy mengatakan bahwa cara promosi yang paling sering dipakai untuk promosi fashion yaitu menggunakan media katalog dengan teknik fotografi karena dengan media fotografi kita dapat melihat visual bentuk pakaian yang semula berbentuk kain kini menjadi sebuah potongan pakaian yang memiliki nilai keindahan dan bernilai jual. Dalam melakukan kegiatan promosi suatu produk ada tata cara dan batasan yang harus diperhatikan agar kegiatan promosi yang dilakukan tidak melanggar hak cipta/hak paten

suatu produk. Dunia fashion itu cukup berpengaruh didalam kehidupan karena fashion merupakan sebuah gaya hidup yang dapat menggambarkan pribadi/jati diri seseorang.

Keyword dan Konsep

Analisis STP (Segmentasi, Targeting, Positioning)

1. Segmentasi

a. Demografis

Usia : 25-35 tahun (*target primer*), 35-60 tahun (*target sekunder*)
Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
Kelas Sosial : Kelas Menengah.

b. Geografis

Wilayah : Kota Surabaya, Jawa Timur.
Ukuran Kota : Wilayah Perkotaan

c. Psikografis

Fashionable atau orang yang sangat memperhatikan penampilan disetiap kegiatannya, Rela mengeluarkan pendapatan cukup besar untuk mendapatkan kepuasan dalam penampilan dan Sosialisasi.

2. Targeting

Target yang ingin dicapai dari Perancangan buku katalog Batik Lituhrdaya Indonesia adalah kalangan dewasa dini atau 25 – 35 tahun. Khususnya kalangan dewasa dini yang kurang mengenal dan meminati produk batik dari Lituhrdaya Indonesia, agar lebih mengenali dan mengingat kembali bahwa batik Lituhrdaya Indonesia mengembangkan batik nusantara yang dimana itu kekayaan warisan budaya Indonesia.

3. Positioning

Positioning merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan kekuatan produk pada suatu pasar, sehingga dapat lebih dikenal oleh konsumennya.

Positioning hal utama yang diperhitungkan saat membuat atau menciptakan sebuah produk. Dengan menempatkan sebuah produk yang memiliki perbedaan dengan kompetitornya, maka produk yang memiliki kekuatan atau keunggulan yang lebih besar lebih banyak mendapat peluang untuk menarik pasar.

Katalog Batik Lituhrdaya Indonesia memosisikan dirinya sebagai sebuah media promosi dengan konsentrasi fotografi fashion

sebagai *focus point*-nya. Dengan menampilkan foto produk dengan model yang dikonsepsi sedemikian rupa guna menarik minat konsumen terutama masyarakat Surabaya.

USP (Unique Selling Proposition)

Keunikan pada setiap produk sangat berpengaruh penting dalam persaingan dagang, karena keunikan tersebut dapat dijadikan perbandingan antara satu produk dengan produk lainnya sehingga produk tersebut lebih unggul di pasaran. Keunikan pada produk menjadikan produk tersebut digemari oleh konsumen dibanding dengan kompetitornya dan keunikan tersebut memiliki istilah *Unique Selling Proposition*.

Pada katalog Batik Lituhdaya Indonesia, *Unique Selling Proposition* yang dimiliki ialah dengan bentuk media promosi berupa katalog yang berisikan foto produk dengan model yang menggunakan produk tersebut dan sedikit menceritakan asal corak atau motif yang terkandung disetiap lembarnya, dimana motif batik tersebut didapatkan dari seluruh nusantara Indonesia. Dengan adanya sedikit penjelasan mengenai asal mula corak atau motif batik Lituhdaya Indonesia diharapkan agar kalangan masyarakat Surabaya terutama kalangan dewasa dini lebih peduli terhadap batik serta menarik minat mereka agar lebih mengenal dan melestarikan sebagian harta kekayaan warisan budaya Indonesia yang dikembangkan menjadi suatu produk fashion.

Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan metode perancangan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan

	INTERNAL	STRENGTH	WEAKNESS
		<ol style="list-style-type: none"> Menghasilkan Batik Lituhdaya Indonesia melalui seruan media katalog dengan menggunakan teknik fotografi fashion. Menghasilkan Batik Lituhdaya Indonesia dengan media promosi katalog yang memberikan informasi tentang batik Lituhdaya setiap motif dan coraknya. 	<ol style="list-style-type: none"> Batik Lituhdaya Indonesia menggunakan cara pemasaran dan motif corak yang bisa ditemukan di dalam Batik Lituhdaya Indonesia.
EXTERNAL	OPPORTUNITIES	S - O	W - O
	<ol style="list-style-type: none"> Sebagian besar katalog fashion batik hanya menggunakan produk tanpa menggunakan teknik fotografi fashion. Batik Lituhdaya Indonesia memiliki peluang besar untuk menggunakan motif dan coraknya sebagai daya tarik terhadap batik sebagai hasil warisan budaya nusantara. 	<ol style="list-style-type: none"> Promosi katalog Batik Lituhdaya Indonesia dengan memberikan informasi tentang batik Lituhdaya. Menghasilkan suatu brand melalui media promosi katalog dengan teknik fotografi fashion. Diharapkan Batik Lituhdaya Indonesia akan lebih dikenal di kalangan dewasa dini melalui brand yang bagus. 	<ol style="list-style-type: none"> Identifikasi katalog dengan teknik fotografi fashion sebagai media promosi agar kalangan dewasa dini lebih mengenal dan memperhatikan Batik sebagai warisan budaya nusantara.
	THREATS	S - T	W - T
	<ol style="list-style-type: none"> Katalog fashion batik yang menggunakan dan menggunakan teknik fotografi fashion. Kebanyakan media digital memiliki keunggulan yang lebih tinggi sebagai media promosi terhadap batik sebagai hasil warisan budaya. 	<ol style="list-style-type: none"> Katalog Batik Lituhdaya Indonesia diwarnai dengan informasi yang memberikan informasi tentang batik Lituhdaya dan dapat meningkatkan minat konsumen. 	<ol style="list-style-type: none"> Batik Lituhdaya Indonesia merupakan batik yang dihasilkan oleh kalangan dewasa dini. Batik Lituhdaya Indonesia kurang menarik minat konsumen batik produk fashion nusantara dan warisan budaya nusantara.
Strategi Utama	<p>Melalui Katalog Batik Lituhdaya Indonesia yang diwarnai dengan teknik fotografi fashion sebagai media promosi kepada kalangan dewasa dini sebagai upaya meningkatkan minat terhadap batik nusantara, agar mereka lebih mengenal dan menggunakan batik hasil warisan budaya nusantara yang perlu dilindungi sebagai warisan budaya nusantara.</p>		

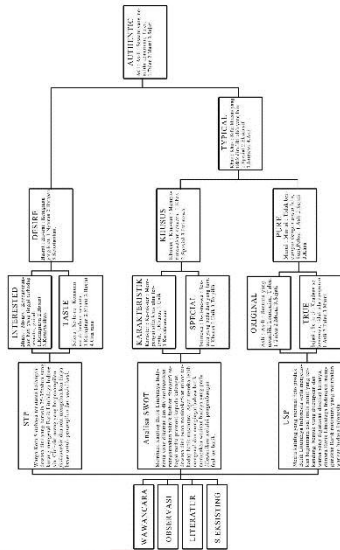
ancaman (*threat*) dalam suatu penelitian. Tabel 4.1 Analisis SWOT

(Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Key Communication Messages

Berdasarkan penelitian dan analisis data yang telah dilakukan pemilihan kata kunci atau *key communication messages*. Pada pemilihan *key communication messages* untuk penelitian ini diambil berdasarkan hasil pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, studi dokumentasi, studi kompetitor, STP dan USP yang telah dilaksanakan.

Deskripsi Key Communication Messages



Dari kata kunci “Desire” dan “Typical” maka dapat disimpulkan menjadi kata kunci yaitu “Authentic” yang mempunyai makna sesuatu yang memiliki kemurnian.

Tujuan Kreatif

Perancangan Buku Katalog Batik Lituhdaya Indonesia Menggunakan Teknik Fotografi Fashion Sebagai Upaya Mengenalkan Kepada Masyarakat Surabaya ini bertujuan untuk meningkatkan minat dan wawasan tentang pentingnya melestarikan warisan budaya Indonesia yang bernilai tinggi berupa Batik. Pada buku fotografi ini akan memberikan informasi terkait Bentuk, Corak atau Motif, dan Warna yang terkandung dalam setiap lembar kainnya, sehingga masyarakat Surabaya terutama kalangan dewasa dini akan sadar bahwa Batik merupakan warisan budaya Indonesia yang bernilai tinggi sehingga perlu dijaga kelestariannya.

Dengan kata kunci “authentic” diharapkan menjadi panduan didalam Perancangan Buku Katalog Batik Lituhdaya Indonesia Menggunakan Teknik Fotografi Fashion Sebagai Upaya Mengenalkan Kepada Masyarakat Surabaya, sehingga dapat mengenalkan kepada kalangan dewasa dini terhadap Batik beserta filosofinya. Keyword yang menjadi acuan adalah “Authentic” yang didapatkan melalui kegiatan observasi,

wawancara, literatur, STP, USP, dan analisis SWOT yang telah melalui proses analisa sehingga dapat menjadi panduan konsep dasar dalam merancang Buku Katalog Batik Lituhdaya Indonesia Menggunakan Teknik Fotografi Fashion Sebagai Upaya Mengenalkan Kepada Masyarakat Surabaya

Strategi Kreatif

1. Ukuran dan Halaman Buku

Jenis Buku : Buku Katalog Fashion , Batik Lituhdaya Indonesia.
 Dimensi Buku : 19,5 cm x 26,5 cm
 Jumlah Halaman : 60 halaman
 Gramatur buku : AP 150gr
 Gramatur Cover : SWISS
 Finishing : Jepret Tengah

2. Jenis Layout

Layout yang diterapkan untuk buku fotografi ini adalah *shiloutte layout*, *picture window layout*, dan *bleed layout*.

3. Judul

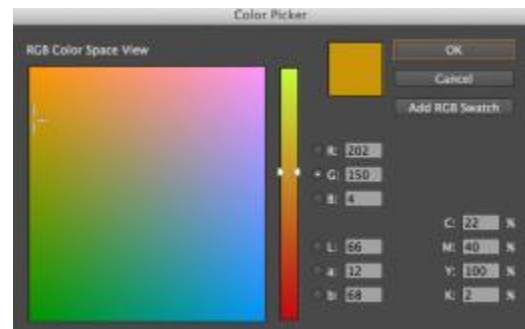
Judul dari buku katalog fashion fotografi batik ini adalah Lituhdaya Indonesia.

4. Bahasa

Bahasa yang diterapkan dalam perancangan buku katalog fashion ini adalah bahasa Indonesia untuk menambah unsur murni didalamnya.

5. Warna

Warna yang dipilih dan sesuai untuk perancangan buku katalog fashion ini adalah warna coklat, Dengan pemilihan warna tersebut, kesan authentic pada perancangan buku katalog fashion lebih terlihat.



Gambar 4.10 Warna Terpilih
 (Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2017)

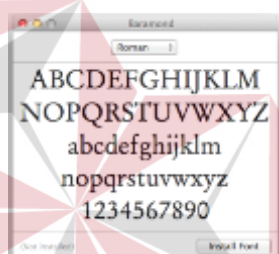
6. Tipografi

Jenis huruf yang digunakan dalam Perancangan Buku Katalog Batik Lituhdaya Indonesia Menggunakan Teknik Fotografi Fashion

Sebagai Upaya Mengenalkan Kepada Masyarakat Surabaya ini adalah font *Will&Grace*, dan *Baramond*. Font *Will&Grace* akan diterapkan pada Judul Sub bab agar sesuai dengan konsep dari buku katalog Lituhtdaya Indonesia. Kesan yang ditimbulkan oleh huruf jenis ini adalah klasik, efisien, dan otentik.



Gambar 4.6 Typeface “Will&Grace”
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2017)



Gambar 4.7 Typeface “Baramond”
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2017)

Strategi Media

1. Media Utama

Media utama dalam perancangan ini adalah media cetak buku katalog batik, dengan tujuan media katalog yang paling sesuai untuk mempromosikan produk dari Lituhtdaya Indonesia, karena dalam buku fotografi tersebut terdapat 14 jenis Batik Lituhtdaya Indonesia yang dikemas sesuai dengan konsep yang telah dirancang.

2. Media Pendukung

a. X-Banner

X-banner merupakan media promosi yang sangat efektif digunakan baik didalam maupun diluar ruangan. Ukuran yang dipakai adalah 60cm x 160 cm dicetak dengan digital printing berbahan *flexi*.

b. Poster

Media poster digunakan untuk mempromosika suatu produk karena bentuknya mudah dilihat, dibaca dan juga fleksible dalam penempatannya sehingga cukup efektif untuk kegiatan promosi. Poster ini memuat foto Batik Lituhtdaya Indonesia yang telah dirancang, sehingga dapat memikat perhatian konsumen. Poster didesain dengan ukuran 21cm x 29,7cm dengan cara cetak digital printing dengan bahan kertas AP 150gr tanpa laminasi.

c. Name Card

Name Card adalah media cetak yang berisikan tentang alamat dan nomor telepon dari Lituhtdaya indonesia. Name card ini di desain dengan ukuran 9cm x 6cm dengan menggunakan cara cetak *digital printing* dan kertas Copenhagen Putih.

d. Sticker

Sticker merupakan media promosi visual berupa lembaran kecil kertas atau plastik yang ditempelkan. Ukuran yang dipakai adalah 5cm x 5cm dicetak dengan digital printing berbahan *vinyl*.

e. Gantungan Kunci

Gantungan Kunci merupakan media promosi yang berbentuk dan berwarna yang berbahan kayu, plastic, acrylic, dengan fungsi aksesoris kunci agar lebih menarik. Ukuran yang dipakai adalah 4cm x 4cm dicetak dengan bahan plastik.

ditunjang dengan Batik yang memiliki kemurnian warisan budaya Indonesia.

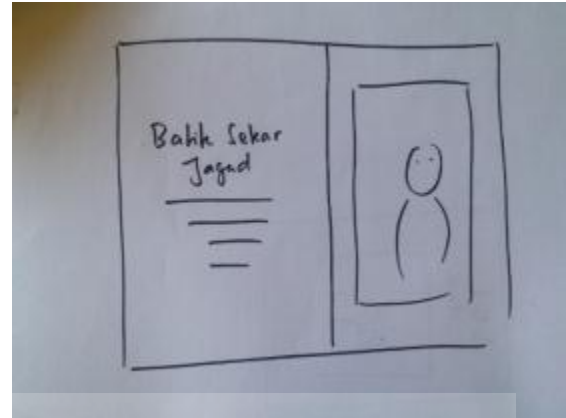
Implementasi Karya

1. Sketsa Cover



Gambar 4.12 Sketsa Cover
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2017)

2. Desain Halaman Isi Buku



Gambar 4.13 Sketsa Halaman Isi Buku
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2017)



Gambar 4.14 Cover Depan
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2017)

Cover dirancang dengan mengutamakan teknik Fotografi Fashion dengan model wanita dan pria yang menggunakan Batik Litu daya Indonesia supaya kalangan dewasa dini bangga telah memiliki warisan budaya Indonesia yang berupa Batik. Filosofi cover tersebut berdiri berdampingan adalah menampilkan komposisi agar detail dari Batik Litu daya Indonesia lebih terlihat dan ekspresi dari objek terlihat serius untuk mewakili jati diri setiap objeknya, karena target primer sendiri yaitu dewasa dini yang mulai menemukan jati diri dan ingin menunjukkan melalui cara berpakaian yang





Gambar 4.28 Desain halaman belakang
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2017)

3. Media Pendukung



**Lituh
daya**

INDONESIA

TIMELESS HERITAGE THROUGH WOMAN EYES

**Lituh
daya**

INDONESIA

TIMELESS HERITAGE THROUGH WOMAN EYES

081 2986 89524

lituhdaya

lituhdaya

Pada bab ini akan membahas hasil final konsep *layout* dan desain media pendukung yang akan diaplikasikan ke dalam perancangan buku katalog Batik Lituhdaya Indonesia, sehingga target *audience* dapat memahami dan mencerna isi buku tersebut. Media pendukung tersebut ialah, poster, x-banner, sticker, kartu nama, gantungan kunci.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang telah disimpulkan, Perancangan Buku Katalog Batik Lituhdaya

Indonesia Menggunakan Teknik Fotografi Fashion Sebagai Upaya Mengenalkan Kepada Masyarakat Surabaya ini bertujuan sebagai media promosi yang sesuai untuk meningkatkan minat dan pengetahuan kalangan dewasa dini tentang batik yang merupakan warisan budaya asli Indonesia. Perancangan Buku Katalog Batik Lituhdaya Indonesia Menggunakan Teknik Fotografi Fashion Sebagai Upaya Mengenalkan Kepada Masyarakat Surabaya tersebut dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Perancangan Buku Katalog Batik Lituhdaya Indonesia berisikan tentang 14 Motif dari batik Lituhdaya Indonesia.
2. Dari segi buku katalog , dapat membuat konsumen lebih mudah untuk melihat detail gambar dari produk yang ditawarkan.
3. Konsep Murni yang diambil dari *keyword Authentic* membuat batik Lituhdaya Indonesia semakin dikenal dan menonjol di kalangan masyarakat Surabaya.
4. Buku fotografi ini berisi tentang 14 motif Batik lituhdaya Indonesia yang diabadikan melalui unsur fotografi.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang terkait Perancangan Buku Katalog Batik Lituhdaya Indonesia Menggunakan Teknik Fotografi Fashion Sebagai Upaya Mengenalkan Kepada Masyarakat Surabaya, terdapat beberapa saran yang terkait dan membangun agar perancangan buku fotografi selanjutnya lebih baik, yaitu:

1. Pemilihan objek untuk buku fotografi dengan segmentasi usia 25-35 tahun, memilih konsep yang bagus dan lebih *premium* sehingga kalangan dewasa dini senang untuk membacanya dan mewariskan budaya asli Indonesia berupa batik.
2. Warisan Budaya Indonesia harus terus di jaga kelestariannya karena warisan budaya merupakan suatu haarta yang di wariskan turun-temurun oleh nenek moyang kita.

Daftar Pustaka

Sumber Buku :

- Andi, Mappiare. 1983. **Psikologi Orang Dewasa**, Surabaya: Usaha Nasional.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. Metodologi penelitian. Yogyakarta: Bina Aksara.
- Basu Swastha, 2000, **Pengantar Bisnis Modern**, Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern, Jakarta : Liberty.
- Danger, Erik P . (1992). **Selecting colour for packaging**. England: Gower Technical Press Ltd.
- Durianto dkk. (2001:55,58-59)
- Endik, S. (1986). **Seni Membatik**. Jakarta: PT. Safir Alam.
- Hamzuri,(1985). **Batik Klasik(Classical Batik)**.Jakarta:Djambatan.
- Hamidi. 2005. **Metode Penelitian Kualitatif: Aplikasi Praktis Pembuatan Proposal Dan Laporan Penelitian**. Malang: UMM PRESS
- Hakim. 1984. **Nirmana Dwimatra (Desain Dasar Dwimatra)**. Penerbit Andi. Yogyakarta
- Hurlock,E.B.1993. **Psikologi Perkembangan: Suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan** (edisi kelima). Jakarta: Erlangga
- Jonathan Sarwono, hary Lubis, **Metode Riset Untuk Desain Komunikasi Visual**, 2007.
- Kasiram, Moh. 20010. **Metodologi Penelitian**. Malang: UIN-Malang Pers.
- Nazir, M. 2005. **Metode Penelitian**. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Prastowo, A. 2012, **Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian**. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Qalyubi, Syihabuddin. 2007. **Dasar-Dasar Ilmu Perpustakaan dan Informasi**. Yogyakarta: Jurusan Ilmu Perpustakaan dan Informasi (IPI), Fakultas Adab UIN Sunan Kalijaga.
- Rangkuti, Freddy. ((2009). **Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication**. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Rustan, Suriyanto., 2010. **Huruf Font Tipografi**, Jakarta: P.T Gramedia Pustaka Utama.

Rustan, Surianto. (2010). **Layout Dasar dan Penerapannya**. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Saladin, Djaslim, 2003, **Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran**, Cetakan Ketiga, Bandung : Linda Karya

Sanyoto, Sadjiman Ebdi (2009). **"Nirmana (Dasar-Dasar Seni dan Desain")**. Yogyakarta : Jalasutra.

Sugiyono. 2013. **Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D**. Bandung : Alfabeta.

Susanto.(1992). **Pengantar Sosialisasi** . Jakarta: Raja wali Pers

Soesanto, Sewan 1982. **Seni dan Teknologi Kerajinan Batik**.Dep.Perindustrian RI.

Teguh, Suwanto, dkk. (1998). **Seni Lukis Batik Indonesia, Batik Klasik sampai Kontemporer**. Yogyakarta: IKIP Negeri Yogyakarta

(akses tanggal 28 mei 2017, 18.00)



Internet :

<http://www.duniafotografi.com/2016/05/cara-setting-kamera-dslr-agar-hasil.html>

(akses tanggal 23 februari 2017, 17.30)

<https://kelasfotografi.wordpress.com/2013/08/25/pengertian-dan-sejarah-singkat-fotografi/>

(akses tanggal 23 februari 2017, 17.30)

<http://www.rkusumabrata.com/post/fotografi-fashion--beauty-shot>

(akses tanggal 19 april 2017, 22.00)

<http://sejarahklasik.blogspot.co.id/2010/03/simbolisme-batik.html>

(akses tanggal 20 april 2017, 22.00)

<http://www.kalemveyazi.com/wp-content/uploads/2017/01/tipografi-nedir-1.jpg>

(akses tanggal 29 april 2017, 15.00)

<http://www.creativecolorschemes.com>