

Pengantar karya tugas akhir
Komunikasi visual
Wisata candi cetho dan sekitarnya
Dalam fotografi



Disusun Untuk Menempuh Ujian Tugas Akhir
Guna Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Ahli Madya Diploma D3
Desain Komunikasi Visual Jurusan Seni Rupa

Oleh :

Muhammad Ircham Maulana

C.9505124

PROGRAM STUDI D3 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SASTRA DAN SENI RUPA
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA
2008

PERSETUJUAN

Tugas Akhir Dengan Judul

KOMUNIKASI VISUAL WISATA CANDI CETHO DAN SEKITARNYA DALAM FOTOGRAFI

Disetujui untuk dipertahankan oleh Dewan Penguji

Pembimbing Tugas Akhir I

Pembimbing Tugas Akhir II

Arief Iman Santoso S. Sn
NIP. 132 309 449

Hermansyah M. S. Sn
NIP. 132 317 467

Mengetahui

Koordinator Tugas Akhir

Drs. H. Ahmad Kurnia W
NIP. 130 885 641

PENGESAHAN

Pengantar Karya Tugas Akhir

Telah diterima dan disetujui oleh Panitia Tugas Akhir

Pada tanggal,.....

Panitia Penguji

Ketua Sidang Tugas Akhir

Drs. H. A. Kurnia W
NIP. 130 885 641

(.....)

Sekretaris Sidang Tugas Akhir

Jazuli A. Munib S. Sn
NIP. 132 300 025

(.....)

Pembimbing Tugas Akhir I

Arief Iman Santoso S. Sn
NIP. 132 309 449

(.....)

Pembimbing Tugas Akhir II

Hermansyah M. S. Sn
NIP. 132 317 467

(.....)

Mengetahui

Dekan
Fakultas Sastra dan Seni Rupa

Ketua Program
D3 Desain Komunikasi Visual

Drs. Sudarno. M. A.
NIP. 130 472 202

Andreas Slamet W. S. Sn
NIP. 132 297 278

MOTTO

**” Berniat suci dan tulus dengan
doa serta usaha yang keras akan menghasilkan
keberhasilan. ”**

PERSEMBAHAN

1. Tuhan yang Maha Kuasa Allah SWT.
2. Rasulullah Nabi Muhammad SAW utusan Allah SWT sebagai panutan dan junjungan seluruh umat manusia.
3. Bapak Ibu yang terkasih dan tercinta.

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala hidayah, inayah dan segala pertolongan dan keridhaan-Nya, sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dengan judul Tugas Akhir **“KOMUNIKASI VISUAL WISATA CANDI CETHO DAN SEKITARNYA DALAM FOTOGRAFI”**

Adapun Tugas Akhir ini disusun guna mencapai gelar Ahli Madya Diploma III program studi D3 Desain Komunikasi Visual Fakultas Sastra dan Seni Rupa Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Tugas Akhir tersebut dapat terselesaikan dengan baik dan lancar yang tidak terlepas dari bantuan spiritual maupun material dari semua pihak baik dari lingkungan keluarga, lingkup kampus Universitas Sebelas Maret maupun dari sang kekasih serta para sahabat. Maka ungkapan rasa terima kasih serta segala penghargaan yang pantas untuk disampaikan kepada :

1. Drs. Sudarno. M. A, selaku Dekan Fakultas Sastra dan Seni Rupa UNS.
2. Bapak Andreas Slamet Widodo S. Sn, selaku Ketua Program Studi D3 Desain Komunikasi Visual.
3. Bapak Arief Imam Santoso S. Sn, selaku Pembimbing I Tugas Akhir
4. Bapak Hermansyah M. S. Sn, selaku Pembimbing II Tugas Akhir
5. Dinas Pariwisata Kabupaten Karanganyar yang telah berjasa besar terhadap kelancaran Tugas Akhir

Dengan segala keterbatasan dan kekurangan yang ada karena kesempurnaan itu hanyalah milik Allah SWT, maka penulis menyadari bahwa konsep Tugas Akhir ini jauh dari kesempurnaan dan segala kritik dan saran yang bersifat membangun sangatlah diharapkan. Semoga penulisan Tugas Akhir ini bermanfaat bagi kita semua, amin.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	2
C. Tujuan Perancangan	2
BAB II IDENTIFIKASI DATA	3
A. Data Produk	3
B. Target Market dan Audience	7
1. Target Primer	7
2. Target Sekunder	7
C. Kompetitor	8
BAB III KONSEP PERANCANGAN	11
A. Konsep Karya	11
B. Konsep Perancangan	13
1. Konsep Perancangan Karya Mandiri	14
2. Konsep Perancangan Karya Penunjang	23
C. Teknik Pelaksanaan	32

BAB IV VISUALISASI KARYA	36
A. Karya Visual (Poster)	36
B. Karya Penunjang	52
BAB V PENUTUP	60
A. Kesimpulan	60
B. Saran	61

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Komunikasi Visual Wisata Candi Cetho dan Sekitarnya Dalam Fotografi

Muhammad Ircham Maulana ¹

Arief Iman Santoso S. sn ² hermansyah M. S. sn ³

ABSTRAK

2008. Pengantar karya Tugas Akhir ini berjudul Komunikasi Visual Wisata Candi Cetho dan Sekitarnya Dalam Fotografi. Fotografi dan poster merupakan sebuah laku budaya visual yang populer di masyarakat. Keberadaannya sangat mudah ditemui, yaitu diruang-ruang publik yang memungkinkan untuk bersentuhan visual secara langsung dengan banyak orang. Akses langsung terhadap pembaca public inilah yang digali dalam sebuah poster. Kekuatan desain poster dengan menggunakan elemen utama fotografi merupakan sebuah jalan dalam proses kreasi, dibantu dengan keberadaan teknologi digital, memungkinkan untuk pengolahan sebuah foto menjadi gambar yang imajinatif.

Kata kunci : Fotografi, Visual Wisata Candi Cetho dan Sekitarnya

¹ Mahasiswa jurusan D3 Deskomvis Fakultas Sastra dan Seni Rupa Universitas Sebelas Maret Surakarta dengan NIM : C 9505124

² Dosen Pembimbing 1

³ Dosen pembimbing 2

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan fotografi di Indonesia sekarang ini banyak mengalami kemajuan yang sangat pesat dalam dunia digital. Trend foto digital melalui kamera handphone, kamera pocket digital ataupun kamera SLR (Single Lens Reflector) digital sudah menjadi trend tersendiri dalam kalangan masyarakat umum menggantikan era fotografi manual. Dampak positifnya masyarakat menjadi bebas berkreasi dan berekspresi memotret obyek menjadi sebuah foto dengan berbagai komposisi yang bermacam-macam dan bervariasi. Perkembangan dan banyaknya produksi foto juga menghasilkan banyak fotografer-fotografer muda berbakat. Foto selain sebagai sarana hiburan juga sebagai sarana komunikasi melalui cerita yang terkandung dalam foto tersebut.

Di Indonesia, kondisi fotografi lebih banyak didominasi dengan fotografi model (manusia) dan produk-produk (barang) tertentu yang punya nilai jual tinggi sebagai penunjang promosi. Tentu saja hal ini kurang seimbang karena kondisi fotografi pariwisata di Indonesia belum banyak dikembangkan. Fotografi pariwisata lebih banyak hanya untuk media cetak yang bergelut di bidang pariwisata saja. Hal ini mungkin dikarenakan fotografi dengan tema-tema alam kurang mempunyai nilai jual untuk dikomersialisasikan. Idealnya, para fotografer haruslah menyadari akan kurang tingginya nilai jual fotografi pariwisata dengan mencari berbagai inovasi untuk menambah nilai jual fotografi pariwisata tersebut, dan tidak mustahil pula fotografi pariwisata juga tidak kalah menarik untuk

dinikmati masyarakat, serta para penikmat fotografi bisa menambah wawasan akan tempat-tempat pariwisata yang belum pernah didatangi beserta keindahan-keindahan alamnya. Dari latar belakang itulah penulis ingin membuat karya fotografi. Fotografi disini merupakan fotografi mengenai promosi tempat pariwisata purbakala Candi Cetho dan sekitarnya melalui media komunikasi visual fotografi.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana membuat karya fotografi yang menarik dan komunikatif sehingga dapat menarik antusias masyarakat luas untuk mengenal Candi Cetho melalui karya-karya fotografi?
2. Bagaimana merancang/menentukan media komunikasi visual pendukung fotografi promosi pariwisata cagar alam budaya dapat menarik minat masyarakat?

C. Tujuan Perancangan

1. Memproduksi karya fotografi yang efektif dan dikemas dengan teknik digital imaging untuk menghasilkan sebuah karya fotografi yang baik, sehingga dapat dinikmati oleh masyarakat.
2. Menciptakan media promosi pendukung melalui desain komunikasi visual dengan memperhatikan nilai-nilai estetika pada desain pada promosi pendukung.

BAB II IDENTIFIKASI DATA

A. Data Produk

1. Sejarah Tempat Wisata

Candi Cetho merupakan sebuah candi budaya Hindu dari abad ke-14 pada masa akhir pemerintahan majapahit. Keberadaan kompleks Candi Cetho ini, pertama kali dilaporkan oleh Van De Vlis pada tahun 1842. Penemuan ini menarik perhatian sejumlah ahli purbakala dunia karena unsur nilai kepurbakalaanya. Pada tahun 1928, Dinas Purbakala telah mengadakan penelitian melalui ekskavasi untuk mencari bahan-bahan rekontruksi yang lebih lengkap.

Berdasarkan penelitian Van De Vlis Maupun AJ. Bernet Kempres, kompleks Candi Cetho terdiri dari empat belas teras. Namun kenyataanya yang ada pada saat ini hanya terdiri dari tiga belas teras yang tersusun dari barat ke timur dengan pola susunan makin kebelakang makin tinggi dan dianggap paling suci. Masing-masing halaman teras dihubungkan oleh sejumlah pintu dan jalan setapak yang seolah-olah membagi halaman teras menjadi dua bagian. Bentuk seni bangunan Candi Cetho mempunyai kesamaan dengan Candi Suku, yaitu dibangun berteras sehingga mengingatkan kita pada punden berundak masa prasejarah. Bentuk susunan bangunan semacam ini sangatlah spesifik dan tidak ditemukan pada kompleks candi lain di Jawa Tengah kecuali Candi Suku.

Pada kompleks Candi Cetho banyak dijumpai arca-arca yang mempunyai cirri-ciri masa prasejarah, misalnya arca digambarkan dalam bentuk sederhana, kedua tangan diletakkan di depan perut atau dada. Sikap arca semacam ini

menurut para ahli mengingatkan pada patung-patung sederhana di daerah Bada, Sulawesi Tengah. Selain itu juga terdapat relief-relief yang menggambarkan adegan cerita Cundhamala seperti yang ada di Candi Sukuh dan relief-relief binatang seperti kadal, gajah, kura-kura, belut dan ketam.

Mengenai masa pendirian Candi Cheto, dapat dihubungkan dengan keberadaan Prasasti yang berangka tahun 1373 Saka, atau sama dengan 1451 Masehi. Berdasarkan prasasti tersebut, serta penggambaran figure binatang maupun relief dan arca-arca yang ada, kompleks Candi Cetho diperkirakan berasal dari sekitar abad 15 dari masa Majapahit akhir.

Bangunan utama pada kompleks Candi Cetho terletak pada halaman paling atas/belakang. Bentuk bangunan dibuat seperti Candi Sukuh dan ini merupakan hasil pemugaran pada akhir tahun 1970-an bersama-sama dengan bangunan-bangunan pendapa dari kayu. Candi Cetho terletak di lereng Gunung Lawu sebelah barat masuk dengan luas wilayah kurang 1 hektar. Tepatnya didesa Gumeng kecamatan Jenawi Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah.

Disekitar Candi Cetho, banyak sekali perkebunan. Perkebunan disana didominasi oleh perkebunan teh milik PTPN Persero. Perkebunan teh dikawasan ini sangatlah luas terletak dikawasan kecamatan Ngargoyoso dan Jenawi Karanganyar. Perkebunan teh didaerah ini menjadi satu-satunya perkebunan teh diwilayah Eks. Karesidenan Surakarta.

2. Jumlah Pengunjung

Jumlah pengunjung di Candi Cetho bisa dikatakan tidaklah terlalu banyak. Apalagi bila hari-hari sibuk/bukan hari libur. Hal ini dikarenakan lokasi Candi Cetho yang mungkin jauh dari kota dan medan jalan yang sangat menanjak tinggi untuk mencapai ke tempat lokasi candi tersebut.

Menurut data dari Dinas Pariwisata Kabupaten Karanganyar, pengunjung Candi Cetho tidak lebih dari 100 orang dalam satu hari. Bila dirata-rata, diluar hari minggu dan hari libur, tiket masuk pengunjung Candi Cetho @ Rp. 2500,. yang terjual hanya mencapai 30 sampai 40 tiket, dalam satu hari. Pada hari minggu dan hari-hari libur tiket masuk pengunjung Candi Cetho yang terjual diperkirakan rata-rata bisa mencapai 40 sampai 60 tiket.

3. Fasilitas Pendukung

Fasilitas pendukung di kawasan obyek wisata cagar budaya Candi Cetho adalah:

a. Tempat parkir

Tempat parkir yang terdiri dari dua buah tempat yang masing-masing untuk kendaraan yang berbeda antara kendaraan roda dua dan kendaraan roda empat atau lebih. Untuk kendaraan roda dua, tempat parkir berada diwilayah atas, yang jaraknya beberapa meter dari pintu masuk candi. Untuk kendaraan roda empat atau lebih, tempat parkirnya berada kira-kira 200 meter dibawah pintu masuk candi. Hal ini sengaja dimaksudkan untuk mengantisipasi dan meminimalisasi kecelakaan kendaraan karena tidak kuat naik di tanjakan yang sangat tinggi dan curam.

b. Kantin-kantin dan warung makan untuk pengunjung

Kantin-kantin yang disediakan disana cukup banyak. Sehingga para pengunjung tidak perlu khawatir akan kekurangan tempat untuk sekedar mencari makanan kecil atau istirahat.

c. WC umum dan mushola untuk yang beragama muslim

WC umum dan mushola yang disediakan adalah mushola yang berada diluar pekarangan candi. Dikarenakan candi tersebut juga adalah tempat peribadahan bagi umat agama Hindu.

4. Promosi yang pernah dilakukan

Promosi yang pernah dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Karanganyar untuk Candi Cetho hanya sebatas promosi kecil-kecilan lewat brosur-brosur saja untuk menarik minat masyarakat mengunjungi Candi Cetho. Tentu saja hal ini sangat kurang. Untuk acara-acara upacara keagamaan agama Hindu, promosi yang dilakukan juga tidak ada.

Berikut ini adalah salah satu contoh brosur yang digunakan untuk promosi dari Dinas Pariwisata Kabupaten Karanganyar:



B. Target Market dan Audience

1. Target Primer

Yang menjadi sasaran Target primer adalah sebagai berikut:

- a. Geografis : Kotamadya Surakarta
- b. Demografis
 - 1) Jenis kelamin : Pria dan Wanita
 - 2) Usia : 15 – 40 tahun
 - 3) Pendidikan : Pelajar SMP hingga mahasiswa dan umum
 - 4) Status ekonomi : Segala lapisan
 - 5) Golongan : Semua golongan

3. Psikografis

Segmentasi ini meliputi masyarakat yang memiliki minat terhadap sejarah bangsa Indonesia terutama masyarakat pecinta wisata alam cagar budaya.

2. Target Sekunder

Yang menjadi sasaran Target Sekunder adalah sebagai berikut:

- a. Geografis : Jawa Tengah dan DIY
- b. Demografis
 - 1) Jenis kelamin : Pria dan Wanita
 - 2) Usia : 15 – 40 tahun
 - 3) Pendidikan : Pelajar SMP hingga mahasiswa dan umum
 - 4) Status ekonomi : Segala lapisan

5) Golongan : Semua golongan

3. Psikografis

Segmentasi ini meliputi masyarakat yang memiliki minat terhadap sejarah bangsa Indonesia terutama masyarakat pecinta wisata alam cagar budaya.

C. Kompetitor

Kompetitor dari Candi Cetho ialah Candi Prambanan dan candi borobudur.

1. Candi Prambanan

Candi Prambanan adalah kompleks candi Hindu terbesar di Indonesia, dan terletak di pulau Jawa, kurang 20 km timur Yogyakarta, 40 km barat Surakarta dan 120 km selatan Semarang, persis diperbatasan antara provinsi Jawa Tengah dan DI Yogyakarta. Candi terletak di desa Prambanan yang wilayahnya dibagi antara Kabupaten Sleman dan Kabupaten Klaten. Candi ini dibangun pada sekitar tahun 850 Masehi oleh salah seorang dari kedua orang ini, yakni: Rakai Pikatan, raja kedua Wangsa Mataram I atau Balitung Maha Sambu, semasa Wangsa Sanjaya.

Tidak lama setelah dibangun, candi ini ditinggalkan dan mulai rusak. Renovasi candi ini dimulai pada tahun 1918, dan sampai sekarang belum selesai. Bangunan utama baru diselesaikan pada tahun 1953. banyak bagian candi yang direnovasi, menggunakan batu baru, karena batu-batu asli banyak yang dicuri atau dipakai ulang di tempat lain. Sebuah candi hanya akan apabila minimal 75% batu asli masih ada. Oleh karena itu, banyak candi-candi kecil yang tidak dibangun ulang dan hanya tampak fondasinya saja. Sekarang,

candi ini adalah sebuah situs warisan dunia yang dilindungi oleh pemerintah sejak tahun 1991.

a. Kelebihan

Candi Prambanan adalah candi yang sangat istimewa dengan masih adanya bangunan candi yang masih asli dan candi Prambanan adalah candi Hindu terbesar di Asia Tenggara dan tinggi bangunan utama adalah 47m. kelebihan lainnya adalah ramainya pengunjung karena gencarnya promosi yang dilakukan serta fasilitas-fasilitas pendukung seperti pos keamanan, mushola, kamar kecil dan tempat istirahat bagi para pengunjung yang lebih memadahi.

b. Kekurangan:

Dilokasi Candi Prambanan cenderung sangat panas sekali suasananya bila siang hari terutama pada saat musim kemarau. Hal ini dikarenakan letak geografis candi yang berada di dataran rendah.

2. Candi Borobudur

Candi Borobudur terletak di Kabupaten Magelang. Candi ini mempunyai bentuk bangunan yang tidak ada duanya di dunia. Bentuk arsitektur tersebut terinspirasi dari filsafat *micro cosmos* yang akan menimbulkan berbagai pertanyaan seperti kapan, bagaimana caranya, berapa lama waktu yang digunakan untuk membangun dan oleh siapa. Jawabanya pasti akan hal tersebut masih merupakan misteri hingga saat ini karena tidak adanya satu dokumen pun yang bisa ditemukan. Berdasarkan tulisan singkat

yang ada pada prasasti yang ditemukan, maka banyak ahli menyatakan bahwa Borobudur ini dibangun pada sekitar abad ke 8 ketika Raja Samaratungga dari Dinasti Syailendra memerintah kerajaanya di Jawa Tengah.

a. Kelebihan:

Candi ini pernah menjadi salah satu dari tujuh keajaiban dunia dan itu-satunya candi terbesar di dunia. Keajaiban Candi Borobudur memang sudah tersohor sampai di seantero dunia. Tak heran jika tingkat kunjungan ke Candi Borobudur dari tahun ketahun semakin meningkat baik itu pengunjung domestik hingga pengunjung dari mancanegara. kelebihan lainnya adalah ramainya pengunjung karena gencarnya promosi yang dilakukan serta fasilitas-fasilitas pendukung seperti pos keamanan, mushola, kamar kecil dan tempat istirahat bagi para pengunjung yang lebih memadahi.

b. Kekurangan:

Kekurangan Candi Borobudur adalah pada hari-hari upacara keagamaan Budha, kita kesulitan untuk menuju bangunan utama candi tersebut. Hal ini dikarenakan ramainya umat agama Budha yang akan beribadah dan ketatnya pengamanan.

BAB III KONSEP PERANCANGAN

A. Konsep Karya

1. Konsep karya

Hasil akhir dari konsep karya yang dibuat bukan hanya karya fotografi murni. Namun Karya dibuat dalam bentuk poster dengan teknik digital imaging, sehingga diharapkan mampu menghasilkan karya visual yang menarik. Secara keseluruhan merupakan fotografi desain sebagai media promosi wisata Candi Cetho juga disekitarnya.

Objek karya fotografi yang akan dijadikan karya poster sebagai media promosi wisata candi Cetho adalah:

- a. Gapuro utama pintu masuk Candi Cetho
- b. Arca Surya di Candi Cetho
- c. Arca/Fetur Kura-kura
- d. Bagian gapuro didalam lingkungan candi
- e. Arca Cundhamala
- f. Arca penunggang hewan
- g. Arca Reco Pentung
- h. Arca Gajah
- i. Arca Lingga (alat kelamin laki-laki)
- j. Bagian utama Candi yang disucikan

- k. Keindahan wilayah candi dari bagian atas
- l. Komplek didalam wilayah Candi Cetho
- m. Luas alam sekitar Candi Cetho
- n. Perkebunan teh Kemuning
- o. Kebersamaan di sekitar kebun teh

Tema-tema yang diangkat digabungkan dalam pendeskripsian keadaan kawasan Candi Cetho dan sekitarnya. Gaya visual yang simbolik dan mendekati kenyataan keadaan wilayah Candi Cetho dipilih untuk mampu menyampaikan pesan promosi secara efektif, persuasif, dan artistik.

2. Gaya Desain

Dengan menggunakan kekuatan fotografi, gaya desain dimunculkan untuk membentuk karakter visual. Gaya karya fotografi ini menggunakan konsep natural, bahwa obyek yang diambil sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, dan gaya fotografi jurnalistik. Sebagai pendukung karya desain akan menggunakan digital imaging dan komposisi desain lain yang mendukung makna intelektualitas sesuai dengan tema.

B. Konsep Perancangan

Konsep perancangan merupakan suatu cara untuk mencapai tujuan, yang tersusun secara teratur. Dalam perancangan diperlukan suatu konsep perancangan agar setiap rencana yang dilakukan lebih terarah dan berhasil. Konsep

perancangan sangat penting perannya dalam memulai suatu rencana atau kegiatan. Begitu pula dalam masalah mempromosikan sesuatu hal agar tepat sasaran dan lebih terarah tujuan dan manfaatnya, maka diperlukan konsep perancangan yang tepat pula.

Supaya perancangan berhasil, diperlukan konsep yang tepat. perlu diperhatikan prosedur sebagai berikut:

1. Pengumpulan data dan pengolahannya yang merupakan pedoman untuk merumuskan tema, ide kreatif, serta menghasilkan ketetapan-ketetapan.
2. Penyusunan konsep perancangan yang terdapat dua aspek yang saling berkaitan, yaitu perancangan media dan perancangan kreatif.
3. Konsep perancangan digunakan sebagai dasar perancangan yang berisi eksekusi/keputusan akhir tentang *lay out*, laporan pelaksanaan dan laporan desain akhir.

1. Konsep Perancangan Karya Mandiri

a. Standart Visual

Dalam sebuah karya yang menganut pesan visual ini, ada beberapa hal yang merupakan untuk disampaikan adalah:

- 1) Pesan

Isi pesan yang akan disampaikan adalah sebuah ajakan kepada masyarakat mengenal wisata cagar budaya di Candi Cetho dan menjaga alam di Candi Cetho tidak menjadi rusak sehingga tidak merugikan lingkungan disekitar

a) Bentuk Pesan

(1) Pesan Verbal

(a) *Slogan*

Slogan yang dipakai dalam perancangan karya ini memakai slogan **Alami** Slogan ini memiliki makna alami dalam arti “mengalami” dan alami dalam arti “alam”. Diharapkan slogan ini dapat menarik minat masyarakat.

(b) *Headline*

Berfungsi sebagai pemberi informasi pesan dan membantu menerangkan pengertian slogan dan juga sebagai elemen grafis pengikat untuk memperkuat slogan. Headline yang dipakai ialah Headline yang menggunakan kata-kata yang

sedernana menarik dan serta memberi penekanan ketertarikan pada masyarakat.

Headline yang digunakan pada karya poster digabungkan dengan subheadline dan digunakan disesuaikan dengan tema yang diangkat adalah sebagai berikut:

1. Poster tentang gapuro pintu masuk candi

- ”Menarik, artistik, eksotik, Candi Cetho.”
2. Poster tentang Arca Surya
”Menarik, artistik, Arca Surya Candi Cetho”
 3. Posretr tentang Fetur Kura-Kura
” Menarik, artistik, Fetur Kura-kura Candi Cetho”
 4. Poster tentang bagian gapuro didalam lingkungan candi
” Menarik, artistik, eksotik, Candi Cetho”
 5. Poster tentang Arca Cundhamala
”Arca Cundhamala Candi Cetho”
 6. Poster tentang Arca penunggang hewan
”Arca Penunggang hewan Candi Cetho”
 7. Poster tentang Arca Reco Pentung
”Menarik, unik, Reco Pentung Candi Cetho”
 8. Poster tentang Arca Gajah
” Menarik, artistik, Arca Gajah Candi Cetho”
 9. Poster tentang Arca Lingga
” Unik, Arca Lingga Candi Cetho”
 10. Poster tentang bagian utama candi yang disucikan
”Menarik, artistik, eksotik, Candi Cetho”
 11. Poster tentang keindahan wilayah candi dari bagian atas

”Menarik, artistik, eksotik Candi Cetho”

12. Poster tentang kompleks didalam wilayah Candi Cetho

”Menarik, artistik, eksotik Candi Cetho”

13. Poster tentang luas alam sekitar Candi Cetho

”Tracking, cycling, traveling Kemuning”

14. Poster tentang Perkebunan Teh Kemuning

”Perkebunan teh, Kemuning Ngargoyoso”

15. Poster tentang kebersamaan di sekitar kebun teh

”Kebersamaan di keindahan alam, Kemuning”

(2) Pesan Non Verbal

(a) *Ilustrasi*

Ilustrasi karya poster dibuat untuk mendukung visual yang sesuai dengan tema yaitu :

1. Poster tentang gapuro pintu masuk candi

Konsep fotografi :

Menampilkan gapuro pintu masuk candi dengan komposisi *low angle full shot*

2. Poster tentang Arca Surya

konsep fotografi :

menampilkan Arca Surya dengan komposisi *Close Up*.

3. Poster tentang Fetur Kura-kura

Konsep fotografi :

Menampilkan Fetur Kura-kura dengan komposisi
full shot high angle

4. Poster tentang bagian gapuro didalam lingkungan
candi

Konsep fotografi :

Menampilkan bagian gapuro didalam candi dengan
komposisi *full shot low angle*

5. Poster tentang Arca Cundhamala

Konsep fotografi :

Menampilkan Arca Cundhamala dengan komposisi
full shot

6. Poster tentang Arca Penunggang Hewan

Konsep fotografi :

Menampilkan Arca Penunggang Hewan dengan
komposisi *close up*

7. Poster tentang Arca Reco Pentung

Konsep fotografi :

Menampilkan Arca reco pentung dengan komposisi
Close Up

8. Poster tentang Arca Gajah

Konsep fotografi :

Menampilkan Arca gajah dengan komposisi *Close Up*

9. Posrter tentang Arca Lingga

Konsep fotografi :

Menampilkan Arca Lingga dengan komposisi *Close Up High Angle*

10. Poster tentang bagian utama candi yang disucikan

Konsep fotografi :

Menampilkan bagian utama candi yang disucikan dengan komposisi *Low Angle*

11. Poster tentang keindahan wilayah candi dari bagian atas

Konsep fotografi :

Menampilkan keindahan dari atas gapuro dengan komposisi *Full Shot*

12. Poster tentang komplek di dalam wilayah Candi Cetho

Konsep fotografi :

Menampilkan komplek wilayah Candi Cetho dengan komposisi *Full Shot*

13. Poster tentang luas alam di sekitar Candi Cetho

Konsep fotografi :

Menampilkan luasnya kebun teh dengan komposisi

Full Shot

14. Poster tentang Perkebunan Teh Kemuning

Konsep fotografi :

Menampilkan pemetik teh dengan komposisi *Close*

Up Full Shot

15. Poster tentang kebersamaan di sekitar kebun teh

Konsep fotografi :

Menampilkan kebersamaan penduduk sekitar dengan

komposisi *Full Shot*

b. Typografi

Typografi adalah kajian ilmu yang mempelajari macam-macam bentuk dan jenis huruf. Setiap bentuk jenis huruf mencerminkan suatu sikap dan karakteristik yang berbeda. Pemilihan huruf yang tepat dapat mendukung pesan yang ingin disampaikan agar lebih berarti.

Pemilihan typografi yang digunakan dalam karya yang menjadi karya poster ini menggunakan typografi :

AndyMacarthur SH

Αα Ββ Χχ Δδ Εε Φφ ΓΓγ Ηη Ιι

Θθ Κκ Ιι Λλ Μμ Νν Οο Ππ Θθ

Pρ Σσ Ττ Υυ ζω Ωω Ξξ Ζζ

Alasan pemilihan typografi :

berkesan klasik lembut dan jelas. Indah dalam bentuk typografinya, sangat cocok dengan tema-tema keindahan alam dan tradisi.

Jenis typografi : Typografi ini termasuk dalam keluarga typografi dekoratif

c. Warna

Warna adalah merupakan salah satu unsur dalam menambah daya tarik visual. Warna merupakan unsur yang penting karena warna merupakan bahasa komunikatif tersendiri yang disampaikan melalui penglihatan. Fungsi warna sangat mempengaruhi faktor psikologis tertentu terhadap audience. Selain itu juga membangkitkan simbolisasi dari tema yang diangkat.

Warna yang dipakai menggunakan warna hitam, putihm kuning, dan hijau. Warna-warna tersebut juga akan dipakai dalam pewarnaan teks maupun Out line teks.

Alasan pemilihan warna :

1) Hijau :

Warna hijau adalah warna yang Mencerminkan kesejukan, keanggunan dan keindahan. Warna hijau bersifat sejuk. Sangat cocok dalam bidang yang bertema-tema alam



Hijau

C:80 M:50 Y:91 K:63

2) Kuning :

Warna kuning adalah warna yang mencerminkan kelembutan dan keindahan. Warna kuning bersifat lembut, mencerminkan kelembutan (keaslian) tempat wisata yang dengan keadaan yang sebenarnya



Kuning

C:0 M:19 Y:89 K:0

3) Putih :

Warna putih adalah warna yang netral dan suci. Warna ini digunakan karena dimaksudkan mewakili akan kesucian tempat wisata (candi) tersebut.



Putih

C:0 M:0 Y:0 K:0

4) Hitam :

warna hitam adalah warna yang kuat dan pekat. Warna ini digunakan karena kepekatan dan kekuatannya sebagai penarik minat, tentunya didukung dengan warna-warna pendukung yang lain.



Hitam

C:0 M:0 Y:0 K:100

2. Konsep Perancangan Karya Penunjang

a. Pengikat Grafis

Pesan

1) Slogan

Slogan yang akan dibuat dalam karya ini memakai slogan **Alami** sebagaimana slogan yang sama pada karya mandiri

2) Identitas/Logo

Identitas yang dipakai adalah identitas departemen terkait yang memang memegang kendali obyek wisata Candi Cetho tersebut. Identitas atau logo yang dipakai yaitu logo Dinas Pariwisata Karanganyar dan logo Kabupaten Karanganyar

3) Ilustrasi

Ilustrasi yang akan digunakan untuk pengikat grafis merupakan gabungan ilustrasi alami dari bangunan candi tersebut. Ilustrasi tema tersebut akan diolah melalui teknik digital imaging.

b. Karya penunjang

1) Stiker

Stiker merupakan souvenir yang cukup tahan lama dan merupakan media yang relatif disukai masyarakat dan dapat ditempatkan dimana saja.

Konsep desain : Headline yang digunakan pada stiker adalah "Obyek wisata Candi Cetho, Jawa Tengah".

Ilustrasi gambar pada stiker menyesuaikan ilustrasi desain pengikat grafis, dibuat menggunakan proses cetak *Digital Print Full color*

Placement : Stiker ditujukan sebagai suvenir yang akan dibagikan secara gratis kepada pengunjung.

2) Tiket Masuk

Tiket Masuk direncanakan bisa menjadi kenang-kenangan dari berkunjung ke tempat wisata tersebut.

Konsep desain : Headline pada tiket masuk adalah "Obyek Wisata Candi Cetho"

Ilustrasi gambar pada tiket masuk menyesuaikan ilustrasi desain pengikat grafis, dibuat dengan proses cetak *Digital Print Full color*

Placement : Tiket masuk ditempatkan dibagian loket penjualan tiket masuk obyek wisata

3) Kartu Pos

Kartu pos yang akan dibuat bertujuan sebagai alat promosi kepada pihak kedua dan ketiga. Diharapkan melalui kartu pos dapat mewakili di tempat-tempat yang lumayan jauh dari tempat pariwisata yang diangkat.

- Konsep Desain : Slogan yang digunakan pada kartu pos adalah
"Alami"
Menggunakan Headline "Candi Cetho, Jawa
Tengah"
Ilustrasi gambar pada kartu pos menyesuaikan
ilustrasi desain pengikat grafis, dibuat dengan
proses cetak *Digital Print Full color*
- Placement : Kartu pos ditujukan sebagai suvenir yang akan
dibagikan secara gratis kepada pengunjung dan
sebagai keperluan kantor Dinas Pariwisata
setempat

4) Leaflet satu muka

Leaflet merupakan media promosi yang paling mudah ditemukan, namun demikian informasi yang diberikan dapat dipaparkan secara singkat dan jelas.

Konsep Desain : Headline dan slogan yang digunakan ialah "Alami, Candi Cetho", ditambahkan juga dengan body copy.

Ilustrasi gambar pada leaflet menyesuaikan ilustrasi desain pengikat grafis, dibuat dengan proses cetak *Digital Print Full color*

Placement : leaflet ditempatkan di loket pintu masuk oyek wisata dan juga pada kantor Dinas Pariwisata setempat. Leaflet ditujukan sebagai suvenir yang akan dibagikan secara gratis

5) ID Card/Kartu petugas

ID Card adalah kartu identitas para petugas lapangan disekitar obyek wisata Candi

Konsep Desain : Headline yang digunakan adalah "Obyek wisata Candi Cetho" .

Ilustrasi gambar pada ID Card/Kartu petugas menyesuaikan ilustrasi desain pengikat grafis, dibuat dengan proses cetak *Digital Print Full color*

Placement : ID Card ditujukan kepada petugas lapangan obyek wisata Candi Cetho

6) X-Banner

X-Banner menyesuaikan dengan desain ilustrasi pengikat grafis yang akan disajikan didalamnya. Banner direncanakan dibuat menggunakan proses cetak *digital printing Full color*.

Konsep desain : Headline pada X-banner adalah "Menarik, artistik, Candi Cetho"

Slogan yang digunakan adalah "Alami" .

Ilustrasi gambar pada banner menyesuaikan ilustrasi desain pengikat grafis, dibuat dengan proses cetak *Digital Print Full color*

Placement : Banner ditujukan untuk pelengkap ruangan pada kantor Dinas pariwisata terkait dan untuk dibagikan secara gratis di tempat-tempat penginapan yang banyak dikunjungi wisatawan

7) Kartu parkir

Kartu parkir menyesuaikan dengan desain ilustrasi pengikat grafis yang akan disajikan didalamnya.

Konsep desain : Slogan dan headline yang digunakan adalah
”Obyek wisata Candi Cetho”

Kartu parkir direncanakan dibuat menggunakan bahan kertas diicetak dengan proses cetak
Digital Print Full color

Placement : Kartu parkir diberikan kepada petugas parkir dan ditujukan untuk tanda parkir/penitipan kendaraan

8) Kaos

kaos menyesuaikan dengan desain ilustrasi pengikat grafis yang akan disajikan didalamnya. Kaos direncanakan dibuat menggunakan bahan katun dan dengan proses cetak sablon digital *full color*

konsep desain : Slogan yang digunakan adalah "Alami"
Headline yang digunakan ialah "Candi Cetho,
Jawa Tengah"

Ilustrasi gambar pada kaos menyesuaikan
ilustrasi desain pengikat grafis, dibuat dengan
proses cetak *Digital Print Full color*

Placement : Kaos ditujukan untuk seragam Petugas lapangan
di Obyek wisata candi tersebut

C. Teknik pelaksanaan

Agar dapat menghasilkan desain yang baik, diperlukan setting tempat tempat dan teknik pengambilan gambar dengan komposisi yang menarik dalam karya fotografi ini adalah:

1. Setting Lokasi

Sebagian besar obyek fotografi adalah bangunan candi dan bagianya. Maka setting merupakan wilayah candi dan perkebunan disekitarnya itu sendiri. Untuk bagian obyek candi, pengambilan gambar dilakukan dari beberapa sudut bagian candi dari atas (*high angle*) maupun dari bawah (*low angle*).

Untuk bagian perkebunan dan alam sekitarnya pengambilan gambar dilakukan di beberapa tempat yang berbeda dengan komposisi *Full Shot*. Dimaksudkan sebagai pembanding karya yang nantinya akan digunakan sebagai karya utama maupun sebagai pengikat grafis

2. Kamera

Kamera yang digunakan dalam pembuatan karya fotografi ini yaitu kamera digital SLR dengan merek Canon seri EOS 400D yang mempunyai resolusi maksimum 10.5 megapixel (10 juta titik gambar) pada 72 Dpi dalam format kamera dengan sisi panjang adalah 3888 titik gambar dan sisi tinggi mencapai 2592 titik gambar (panjang: 137,16 cm, dan tinggi: 91,44 cm, pada 72 Dpi dalam format gambar asli kamera untuk gambar format JPEG maupun format RAW) dengan lensa berdiameter 58mm berukuran 18-55 mm F/3.5-5.6 dan lensa tele berukuran 55-250 mm F/4-5.6

3. Teknik Penggunaan Lensa

a. Penggunaan Lensa Sudut Lebar (*Wide Lens*)

Pegambilan gambar dengan lensa sudut luas dan lebar akan menampilkan efek keluasan dan kelebaran pada obyek yang akan diambil gambarnya. Penggunaan lensa jenis ini sangat berguna sekali dimana kita berada didalam ruangan yang sempit, ataupun ingin menampilkan obyek dengan komposisi *full shot*. Lensa yang termasuk dalam lensa sudut lebar yaitu lensa dengan ukuran dari 10 mm sampai dengan 35 mm

b. Penggunaan Lensa Normal (*normal lens*)

Lensa normal adalah lensa yang mempunyai sudut pandang normal layaknya mata manusia dan berefek tidak ada distorsi perpektif pada gambar. Lensa yang termasuk dalam lensa sudut lebar yaitu lensa dengan ukuran dari 35 mm sampai dengan 55 mm

c. Penggunaan Lensa Tele (*tele lens*)

Kegunaan lensa tele adalah untuk pengambilan gambar dari jarak jauh, mempunyai efek gambar lebih sempit. Lensa yang termasuk dalam lensa sudut lebar yaitu lensa dengan ukuran dari 55 mm sampai dengan 600 mm

4. Teknik Pengambilan Gambar

Teknik pengambilan gambar dalam pembuatan karya fotografi ini diantaranya adalah sebagai berikut:

a. *High Angle Shoot*

High Angle Shoot Adalah teknik pengambilan gambar dengan sudut pandang yang lebih tinggi dari obyek (pengambilan gambar dari bagian atas). Teknik ini berguna sekali dan dapat memunculkan efek gambar yang diambil seolah-olah lebih kecil/ lebih rendah (dalam komposisi *Close Up*) atau untuk memunculkan gambar dalam semua bidang (komposisi *Full Shoot*)

b. *Close Up*

Close Up adalah teknik pengambilan gambar dari sudut pandang yang sangat dekat. Teknik ini sangat berguna sekali untuk menonjolkan subyek yang akan diambil dari jarak yang dekat. Teknik ini dapat mempunyai efek background dapat dibuat menjadi kabur ataupun tidak kabur sama sekali tergantung dengan penggunaan lensa.

c. *Full Shot*

Full Shot adalah teknik pengambilan gambar secara penuh disemua bidang obyek maupun bidang-bidang pendukung disekitarnya dengan intensitas ketajaman yang sama antara foreground, obyek, maupun background

d. *Low Angle Shoot*

Low Angle Shoot Adalah teknik pengambilan gambar dengan sudut pandang yang lebih rendah dari obyek (pengambilan gambar dari bagian bawah). Teknik ini berguna sekali dan dapat memunculkan efek gambar yang diambil seolah-olah lebih besar/ lebih tinggi (dalam komposisi *Close Up*)

BAB IV VISUALISASI KARYA

A. Karya Visual (Poster)

1. Gapuro utama pintu masuk Candi Cetho.

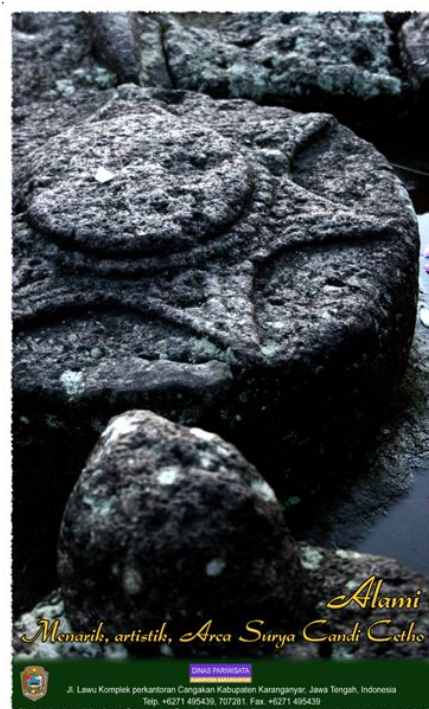


Konsep fotografi : Pada gapuro utama pintu masuk Candi Cetho dibawah tangga berundak terdapat Arca yang yang dipercaya sudah ada dari jaman majapahit.

Ilustrasi foto menampilkan gapuro utama pintu masuk candi dan Arca yang berada dibawah tangga berundaknya .

- Typografi : AndyMacarthurSH
- Format : Portrait
- Proses : Adobe Photoshop 7
- Teknis : 1/125 sec, F.9, ISO-200, 31/05/08, 14.39, outdoor, Canon EOS 400D
- Realisasi : *Digital Photo Print Full color*

2. Arca Surya Candi Cetho.



- Konsep fotografi : Di dalam Candi Cetho terdapat Arca Surya. Arca Surya adalah arca Matahari
- Ilustrasi foto menampilkan salah satu bagian dari Arca Surya .
- Typografi : AndyMacarthurSH
- Proses : Adobe Photoshop 7

Format : Portrait
Teknis : 1/30 sec, F.5, ISO-1600, 31/05/08, 17.27,
outdoor, Canon EOS 400D
Realisasi : *Digital Photo Print Full color*

3. Fetur Kura-kura.



Konsep fotografi : Di dalam Candi Cetho terdapat Fetur Kura-kura.
Fetur Kura-kura adalah sebuah arca yang menyerupai binatang kura-kura
Ilustrasi foto menampilkan Fetur Kura-kura secara keseluruhan .

Typografi : AndyMacarthurSH
Format : Landscape
Proses : Adobe Photoshop 7
Teknis : 1/125 sec, F.11, ISO-200, 23/04/08, 13.55,
outdoor, Canon EOS 400D

Realisasi : *Digital Photo Print Full color*

4. Bagian Gapuro didalam lingkungan candi.



Konsep fotografi : Pada teras kedua, terdapat Gapuro yang menjadi Batas menghubungkan ke teras selanjutnya.

Ilustrasi foto menampilkan gapuro yang menjulang keatas

Typografi : AndyMacarthurSH

Format : Portrait

Proses : Adobe Photoshop 7
Teknis : 1/125 sec, F.14, ISO-200, 23/04/08, 13.36,
outdoor, Canon EOS 400D
Realisasi : *Digital Photo Print Full color*

5. Arca Cundhamala.



Konsep fotografi : Di dalam Candi Cetho terdapat Arca yang berri relief Cundhamala. Cundhamala adalah kisah tentang usaha manusia untuk melepaskan diri dari malapetaka

Ilustrasi foto menampilkan Arca Cundhamala secara keseluruhan

Typografi : AndyMacarthurSH
Format : Landscape
Proses : Adobe Photoshop 7

Teknis : 1/80 sec, F.7.1, ISO-200, 07/06/08, 11.46,
outdoor, Canon EOS 400D

Realisasi : *Digital Photo Print Full color*