

PERANCANGAN FOTOGRAFI FASHION

SCARS THE LABEL BALI

SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM BENTUK KATALOG

SKRIPSI



Disusun Oleh:

Jila Arina Efendi

11181044

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL SEKOLAH TINGGI
SENI RUPA DAN DESAIN VISI INDONESIA YOGYAKARTA**

2022

PERANCANGAN FOTOGRAFI FASHION

SCARS THE LABEL BALI

SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM BENTUK KATALOG



Disusun Oleh

Jila Arina Efendi

11181044

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL STRATA 1
SEKOLAH TINGGI SENI RUPA DAN DESAIN VISI INDONESIA**

Menyetujui,

Dosen Pembimbing

15 Agustus 2022

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Nofria Doni Fitri".

Nofria Doni Fitri, M.Sn.

NIP/NIK 04093094

PERANCANGAN FOTOGRAFI FASHION
SCARS THE LABEL BALI
SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM BENTUK KATALOG

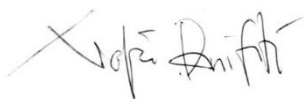


Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan
di hadapan tim penguji Program Studi Desain Komunikasi Visual Sekolah Tinggi
Seni Rupa dan Desain Visi Indonesia

Pada tanggal 10 Agustus 2022 di STSRD VISI Yogyakarta

Dewan Penguji

Pembimbing



Nofria Doni Fitri, M.Sn.

NIK: 04093094

Ketua Penguji



Budi Yuwono, S.Sos., M.Sn.

NIDN: 0519126602

Mengetahui,

Ketua STSRD VISI



Sudjadi Tjipto R, M.Ds

NIP: 197502132005011001

Ketua Jurusan



Dwisanto Savogo, M.Ds

NIK: 09123113

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan atas kehadiran Allah SWT, karena dengan rahmat dan nikmatNya sehingga saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Fotografi Fashion Scars The Label Bali Sebagai Media Promosi Dalam Bentuk Katalog” dengan baik. Tugas Akhir ini telah disusun sebagaimana mestinya untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Strata 1 (S1) pada Program Studi Desain Komunikasi Visual Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi Yogyakarta. Melalui kesempatan yang telah diberikan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dwisanto Sayogo, M.Ds selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual STSRD VISI dan juga coordinator mata kuliah Tugas Akhir S1.
2. Bapak Nofria Doni, M.Sn selaku Dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, masukan dan saran kepada penulis, sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan.
3. Kepada Stefany Carlin sebagai pemilik dari UMKM Scars The Label Bali yang telah memberikan kesempatan penulis untuk melakukan pemotretan guna kebutuhan Tugas Akhir.
4. Kepada Ibu dan Kakak yang senantiasa telah memberikan do’a dan dukungan, serta semangat.
5. Kepada teman seperjuangan di Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi dan teman-teman seperjuangan di Bali yang telah memberikan kritik, saran dan bantuannya dalam penyusunan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna baik segi penyusunan, bahasa, maupun penulisan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan semoga apa yang telah disusun dalam Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Denpasar, 9 Juli 2022

Jila Arina Efendi

DAFTAR ISI

KAVER DALAM	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBANGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL	viii
ABSTRAK	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	2
I.3 Batasan Perancangan.....	2
I.4 Tujuan Perancangan.....	2
I.5 Manfaat Perancangan.....	3
I.5.1 Bagi Masyarakat Umum	3
I.5.2 Bagi Scars The Label Bali	3
I.5.3 Bagi Akademisi.....	3
I.6 Skema Perancangan	4
BAB II DATA DAN ANALISIS	5
II.1 Data Objek	5
II.1.1 Data Objek	5
II.1.2 Sejarah Estetika Gaya Grunge	7
II.2 Analisa Objek.....	7
II.2.1 <i>Target Audience</i>	7
II.2.2 Analisis SWOT	8
II.2.3 Referensi Perancangan	9
II.2.4 Landasan Teori.....	11
BAB III KONSEP PERANCANGAN.....	14
III.1 Konsep Verbal	14
III.1.1 Judul Katalog	14
III.1.2 Informasi Katalog.....	14

III.1.3	Daftar Isi.....	15
III.1.4	Konten.....	15
III.2	Konsep Visual.....	15
III.2.1	Rancangan Pakaian yang Di Tampilkan	15
III.2.2	Alat atau Gear yang digunakan	16
III.2.3	Angle Pengambilan Foto.....	16
III.2.4	Pose Model dan Tampilan Ekspresi.....	16
III.2.5	Studi Sampul	17
III.2.6	Studi Layout.....	17
III.2.7	Studi Tipografi	19
III.2.8	Studi Warna.....	20
III.2.9	Rough Layout dan Alternatif Layout	21
BAB IV	DESAIN.....	24
IV.1	<i>Cover</i>	24
IV.2	Isi E-Katalog	25
IV.2.1	Halaman 1 - 2	25
IV.2.2	Halaman 3 – 4	25
IV.2.3	Halaman 5 – 7	26
IV.2.4	Halaman 8 – 10	27
IV.2.5	Halaman 11 – 13	28
IV.3	Aplikasi E-Katalog	29
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	30
V.1	Kesimpulan	30
V.2	Saran	30
	DAFTAR PUSTAKA	32
	LAMPIRAN.....	34

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1.1 Skema Perancangan
- Gambar 2.1 Tampak Luar *Store Scars The Label Bali*
- Gambar 2.2 Stefany Carlin Selaku Pemilik *Scars The Label Bali*
- Gambar 2.3 Buku Referensi Fotografi
- Gambar 2.4 Referensi Majalah Tentang *Fashion*
- Gambar 3.1 Referensi *Layout* Katalog
- Gambar 3.2 Referensi *Layout* Katalog
- Gambar 3.3 Referensi *Cover* dengan *font big Caslon*
- Gambar 3.4 Referensi *Cover* dengan *font cambria math*
- Gambar 3.5 Referensi *Cover* dengan *font Garamond*
- Gambar 3.6 Referensi Isi dengan *font calibri*
- Gambar 3.7 Referensi Isi dengan *font hoefler text*
- Gambar 3.8 Referensi Isi dengan *font times new roman*
- Gambar 3.9 *Color Palette*
- Gambar 3.10 Sketsa Kasar *Layout*
- Gambar 3.11 *Alternative Cover*
- Gambar 4.1 *Cover* E-Katalog
- Gambar 4.2 Halaman 1 dan 2
- Gambar 4.3 Halaman 3 dan 4
- Gambar 4.4 Halaman 5 dan 6
- Gambar 4.5 Halaman 7
- Gambar 4.6 Halaman 8
- Gambar 4.7 Halaman 9 dan 10
- Gambar 4.8 Halaman 11 dan 12
- Gambar 4.9 Halaman 13
- Gambar 5.0 Halaman 14
- Gambar 5.1 Halaman 15 dan 16
- Gambar 5.2 Aplikasi Katalog

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Daftar Isi

PERANCANGAN FOTOGRAFI FASHION SCARS THE LABEL BALI SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM BENTUK KATALOG

Oleh :

Jila Arina Efendi

11181044

ABSTRAK

Scars The Label Bali merupakan *brand* pakaian milik desainer muda bernama Stefany Carlin yang berlokasi di Denpasar, Bali. Memakai kata *scars* yang memiliki arti bekas luka, *brand* ini ingin menghimbau kepada *target audience* bahwa *it's okay not to be perfect*. Menggunakan estetika gaya *modern grunge* dengan detail *raw, unfinished & effortless* sesuai dengan inspirasi awal *brand* ini dibentuk. *Grunge* adalah gaya yang muncul dalam musik pada pertengahan 1990-an sebagai subgenre rock alternatif. Kata "*grunge*" adalah Bahasa slang Amerika untuk "seseorang atau sesuatu yang menjijikan" dan juga untuk "kotoran". *Grunge* dapat diamati dalam desain mode. Selain itu, ditandai oleh kelalaian yang disengaja dan fitur utama yang membedakan gaya *grunge* adalah goresan ceroboh, kotoran, bercak, lecet, memar, tekstur kasar, kasar, dan ceroboh lainnya

Kata Kunci : Estetika Mode *Grunge*, Katalog Busana, Fotografi Fashion

DESIGN OF FASHION SCARS THE LABEL BALI PHOTOGRAPHY AS A PROMOTIONAL MEDIA IN CATALOG FORM

ABSTRACT

Scars The Label Bali is a clothing brand owned by a young designer named Stefany Carlin, located in Denpasar, Bali. Using the word scars which means scars, this brand wants to appeal to the target audience that it's okay not to be perfect. Using a modern grunge style aesthetic with raw, unfinished & effortless details in accordance with the initial inspiration for this brand to be formed. Grunge is a style that emerged in music in the mid-1990s as a subgenre of alternative rock. The word "grunge" is American slang for "someone or something disgusting" as well as for "dirt". Grunge can be observed in fashion designs. In addition, it is characterized by deliberate negligence and the main distinguishing features of the grunge style are sloppy scratches, dirt, blotches, scuffs, bruises, rough, rough and other sloppy textures.

Keyword : Modern Grunge Style, Fashion Catalogue, Fashion Photography

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Fotografi *fashion* merupakan aliran fotografi yang berkonsentrasi pada memotret dan menampilkan berbagai mode pakaian dan barang-barang *fashion*, yang terkait dengan gaya hidup atau *lifestyle* untuk diterbitkan baik di majalah *fashion* maupun industri periklanan. Perubahan dari masa ke masa telah mengembangkan sentuhan komersial dan estetika dalam tampilan gaya hidup dan mode, diperkuat dengan aksesoris dan daerah eksotis dengan pencahayaan beragam seperti dramatis, lembut, dan kontras.

Dalam fotografi *fashion*, seorang fotografer bertugas untuk menghasilkan dan menampilkan konsep foto dari pakaian yang akan dijual yang menunjukkan tampilan gaya hidup pada masa itu. Teknik *fashion* fotografi juga akan digunakan untuk menonjolkan desain baju agar terlihat menarik dan lebih menjual sehingga akan banyak orang yang tertarik dengan pakaian dari UMKM Scars The Label Bali.

Branding fotografi katalog cukup penting untuk digunakan di dalam dunia *fashion* sebagai media promosi, seperti untuk menginformasikan berbagai jenis pakaian yang dimiliki oleh UMKM serta informasi singkat mengenai pakaian. Selain itu, juga sebagai pembeda dari kompetitor-kompetitor *brand* lain. Katalog produk yang terintegrasi dengan teknologi terkini seperti digital katalog juga dapat meminimalisir pengeluaran. Sehingga, nantinya tidak hanya di sediakan katalog dalam bentuk fisik namun juga dalam bentuk digital yang memudahkan konsumen dalam melihat produk.

Scars The Label Bali merupakan *brand* pakaian milik desainer muda bernama Stefany Carlin yang berlokasi di Denpasar, Bali. Memakai kata *scars* yang memiliki arti bekas luka, *brand* ini ingin menghimbau kepada *target audience* bahwa *it's okay not to be perfect*. Menggunakan estetika gaya *modern*

grunge dengan detail *raw, unfinished & effortless* sesuai dengan inspirasi awal brand ini dibentuk. Keunikan dari *brand* yang membuat *brand* ini berbeda dari yang lain, yaitu penggunaan pilihan bahan dengan kualitas tinggi dan bahan dengan motif yang dibuat sendiri. Serta pembuatan setiap pakaian dibuat secara hati-hati dan langsung dikerjakan oleh *owner* sendiri. Untuk estetika merk yang digunakan juga belum terlalu banyak di Indonesia, sedangkan untuk target pasarnya sendiri sudah cukup besar.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan sebelumnya, penulis menjabarkan rumusan sebagai berikut :

Bagaimana menciptakan katalog Scars The Label Bali, dengan teknik fotografi yang dapat mempresentasikan estetika gaya *modern grunge* dengan konsep *raw, unfinished* dan *effortless* ?

I.3 Batasan Perancangan

Berikut batasan masalah dalam perancangan ini untuk menjaga agar masih di dalam ruang lingkupnya adalah sebagai berikut :

Merancang katalog *brand* pakaian UMKM Scars The Label Bali, dengan teknik fotografi dan *layout* yang menarik.

I.4 Tujuan Perancangan

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, tujuan perancangan ini yaitu :

1. Memperkenalkan Scars The Label Bali dengan menampilkan produk-produk yang dijual kepada konsumen atau *target audience*
2. Membentuk loyalitas target konsumen melalui *brand image* kepada *target audience*

I.5 Manfaat Perancangan

I.5.1 Bagi Masyarakat Umum

1. Memberikan alternatif butik kepada masyarakat yang memerlukan pakaian pesta atau kerja.
2. Di harapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan baik mengenai *fashion* maupun fotografi katalog.

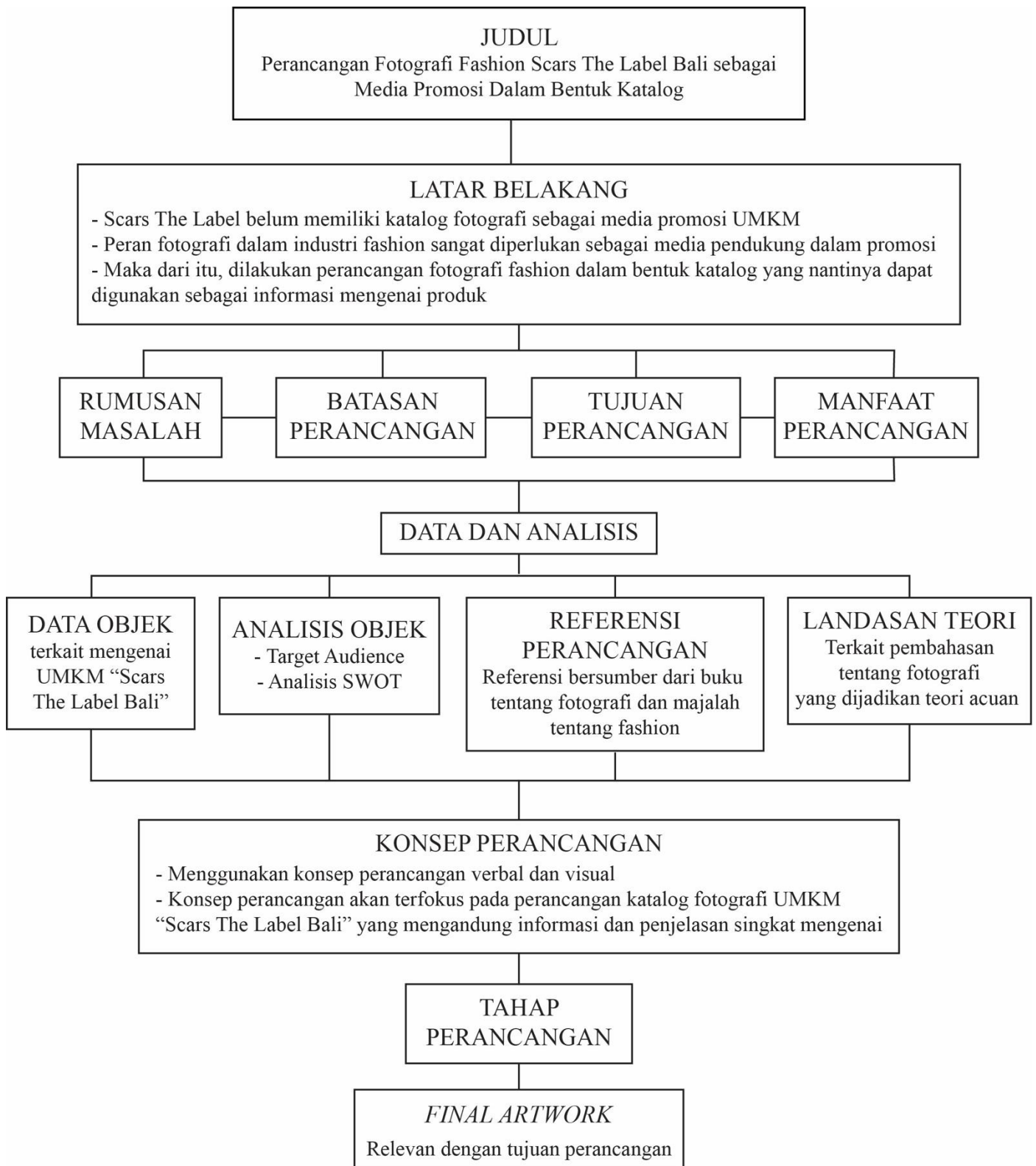
I.5.2 Bagi Scars The Label Bali

1. Karya fotografi katalog ini dapat membantu UMKM mempromosikan pakaiannya
2. Sebagai sarana informasi mengenai mini koleksi pertama dari UMKM
3. Dengan media fotografi akan mengembangkan atau meningkatkan penjualan UMKM

I.5.3 Bagi Akademisi

1. Menambah inspirasi mengenai fotografi di dunia komersial
2. Menambah keragaman pustaka dan referensi akademis khususnya di bidang Desain Komunikasi Visual tentang perancangan fotografi *fashion*

I.6 Skema Perancangan



Gambar 1.1 Skema Perancangan

BAB II

DATA DAN ANALISIS

II.1 Data Objek

II.1.1 Data Objek

- a. Nama UMKM : Scars The Label Bali
- b. Tahun berdiri : 2020
- c. Alamat : Jalan Gunung Tangkuban Perahu No.267
- d. Kecamatan : Denpasar Barat
- e. Provinsi : Bali



Gambar 2.1 Tampak Luar Store Scars The Label Bali
(Sumber : Google)



Gambar 2.2 Stefany Carlin Selaku Pemilik Scars The Label Bali

Scars The Label Bali merupakan sebuah UMKM yang didirikan pada Tahun 2020 oleh Stefany Carlin selaku *owner* dan desainer. Berlokasi di Jalan Gunung Tangkuban Perahu, Denpasar. Store dari Scars The Label Bali ini merupakan gabungan dari usaha keluarga milik *owner*. Sehingga, lantai 1 dari store ini merupakan kantor interior milik kakak kandung *owner*. Sedangkan, untuk lantai 2 dari store adalah tempat Scars The Label Bali milik *owner* dan bisnis nail art milik adik kandung *owner*. *Brand* ini menggunakan rancangan pakaian yang jarang digunakan oleh desainer lain sehingga estetika merk yang dipakai belum begitu banyak. Untuk bahan-bahan yang digunakan oleh *owner* seperti *cotton*, *leather*, *jacquard*, *denim* dan *cable ties* adalah bahan premium dengan kualitas tinggi. Selain itu, Stefany selaku *owner* mengerjakan sendiri setiap detail komponen dari koleksi edisi pertama Scars The Label Bali. Koleksi pertama dari *brand* ini adalah *capsule collection*. *Capsule collection* adalah mini *collection* yang berjumlah 8 rancangan. Hal ini dikarenakan untuk suatu rancangan pakaian seorang desainer biasanya akan merancang 12 pakaian untuk setiap koleksi. Tetapi, *owner* hanya merancang 5 pakaian dikarenakan rancangan ini merupakan bagian dari Tugas Akhir *owner brand*. *Range* harga dari koleksi edisi pertama Scars The Label untuk setiap pakaiannya, baik

rok, atasan, dan dress memiliki range harga dimulai dari Rp.1,000,000,00 – Rp.6,000,000.

II.1.2 Sejarah Estetika Gaya Grunge

Grunge adalah gaya yang muncul dalam musik pada pertengahan 1990-an sebagai subgenre rock alternatif. Kata “*grunge*” adalah Bahasa slang Amerika untuk “seseorang atau sesuatu yang menjijikan” dan juga untuk “kotoran”.

Berawal dari aliran musik yang berada di Amerika yang kemudian menyebar ke Inggris. Gaya ini dengan cepat menyebar dari music ke semua bidang kegiatan kreatif lainnya. Gaya *Grunge* telah tumbuh menjadi subkultur anak muda, menjadi kebalikan dari *glamour* dan kilau. Pada awal munculnya *Mode Grunge* dipopulerkan oleh band music Nirvana, Soundgarden, dan Pearl Jam. Meskipun begitu, tahun 1990-an dikenal sebagai tahun terburuk dalam sejarah fashion dunia atau dikenal dengan sebutan “*The decade fashion has forgotten*”. *Style* ini mirip seperti gaya punk atau metal tetapi tidak begitu radikal. Seiring berjalannya waktu juga style ini mengalami perubahan dari yang awalnya identik dengan sesuatu yang menjijikan dan berantakan, lambat laun banyak orang memadukan dengan gaya-gaya pakaian tertentu.

Grunge dapat diamati dalam desain mode, desain web, desain grafis, dan lain lain. *Grunge* ditandai oleh kelalaian yang disengaja dan penolakan terhadap sandiwara. Fitur utama yang membedakan gaya *grunge* adalah goresan ceroboh, kotoran, bercak, lecet, memar, tekstur kasar, kasar, dan ceroboh lainnya. (siasatpartikelir.com)

II.2 Analisa Objek

II.2.1 Target Audience

Untuk dapat mencapai sasaran yang diinginkan diperlukan klasifikasi karakter *target audience*. Berikut penjelasan klasifikasi *target audience* dari segi geografis, demografis, psikografis, dan *behavioural* :

a. Segmen Geografis

Segmentasi geografis untuk seluruh masyarakat Bali, khususnya daerah Denpasar dan Badung.

b. Segmen Demografis

Target audiens dari segmen ini dapat dijabarkan sebagai berikut :

- a. Jenis Kelamin : Wanita
- b. Usia : 26-36 Tahun
- c. Strata Ekonomi : Menengah ke atas
- d. Pendidikan : Strata 1
- e. Pekerjaan : Bekerja di Industri Kreatif

c. Segmen Psikografis

a. *Behaviour* (Tingkah Laku)

- 1. Gemar berbelanja
- 2. Gemar mengikuti *fashion*
- 3. Suka tampil beda

b. Minat

Memiliki minat terhadap *fashion* yang memakai tema-tema berbeda pada umumnya

II.2.2 Analisis SWOT

Dalam perancangan katalog fotografi Scars The Label Bali menggunakan analisis SWOT yaitu tentang tujuan kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threats*). Semua data produk di analisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancamannya.

a. *Strength* (Kekuatan)

Memakai bahan pabrik denim painted dengan kualitas terbaik

Konsisten dengan pemakaian estetika dan gaya desain

Range harga lebih rendah dibandingkan kompetitor

Menggunakan mode gaya *modern grunge* yang jarang digunakan oleh desainer lain

Memiliki gaya pakaian menonjol dengan ornamen-ornamen yang unik dan semi formal

b. *Weakness* (Kelemahan)

Perusahaan baru sehingga kurangnya mitra kerja
SDM yang kurang memadai
Kurangnya interaksi dengan *followers* instagram
Belum berhasil mendapatkan perhatian publik

c. *Opportunity* (Peluang)

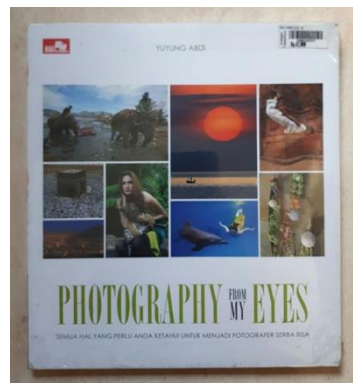
Pasarnya besar
Semakin meningkatnya wanita yang menggemari fashion
Mengembangkan citra merek pasar

d. *Threats* (Ancaman)

Persaingan yang tinggi dipasar
Brand lain hampir memiliki estetika serupa

II.2.3 Referensi Perancangan

a. Buku Referensi Fotografi



Gambar 2.3 Referensi Buku

Judul Buku : Photography from My Eyes

Pengarang : Yuyun Abdi Tegal

Penerbit : Elex Media Komputindo

Kesimpulan :

Buku ini berisi tentang semua aspek dari fotografi dengan fokus untuk membentuk kemampuan visual yang baik, supaya bisa memberi makna yang lebih kuat

Di balik itu ada sentuhan *art of seeing* yang berkorelasi dengan kemampuan seseorang memahami sudut pandang (*angle of view*), komposisi, jarak, lensa, dan perspektif, atau secara singkat bisa dikatakan sebagai aspek teknis. Sebagai eksplorasi visual, fotografi juga membutuhkan pemahaman warna, bentuk geometris, dimensi visual dan pencahayaan. Segenap aspek-aspek ini, bila dipahami secara matang, akan mendefinisikan kemampuan visual dari yang sifatnya generalis menjadi spesialis.

Buku ini, *Photography from My Eyes*, merangkum semua aspek tersebut. Dengan fokus untuk membentuk kemampuan visual yang baik supaya bisa memberi makna yang lebih kuat. Lewat 20 kategori yang disajikan, aspek-aspek tadi dipaparkan secara lengkap sesuai dengan perubahan teknologi dan zaman.

b. Referensi Majalah tentang Fashion



Gambar 2.4 Referensi Majalah tentang *Fashion*

(Sumber : Google)

Judul Majalah : *Vogue*
Editor : Eugenia de la Torriente

Tanggal Penerbitan Pertama	: 1892
Negara	: Amerika
Frekuensi	: Setiap Bulan
Penjelasan	:

Majalah *vogue* merupakan majalah gaya hidup dan mode Amerika Serikat yang diterbitkan secara mingguan dan lalu berubah menjadi bulanan dimulai pada tahun 1892- tahun 1973 . “*Vogue*” memiliki arti gaya dalam Bahasa Perancis. Majalah ini mulai menarik kalangan remaja putri dengan memfokuskan pada mode kontemporer dan rubrik diskusi terbuka mengenai seksualitas. Beberapa model ternama luar negeri seperti Marissa Berenson dan Penelope Tree juga mulai tampil pada majalah *vogue*. Hingga pada saat ini model-model ternama luar negeri juga masih tampil pada sampul majalah *vogue*. *Vogue* memiliki citra sebagai majalah yang paling berpengaruh di dunia dengan pembacanya 87% Wanita. Saat ini, *vogue* sebagai majalah *fashion* masih dijadikan sebuah acuan dalam setiap penelitian yang berkesinambungan dengan dunia fashion.

II.2.4 Landasan Teori

II.2.4.1 Buku

Pengertian Buku menurut Wikipedia, Buku adalah kumpulan kertas atau lembaran yang tertulis atau mengandung tulisan. Bahan-bahan tersebut bisa berbentuk potongan yang terbuat dari kayu, kertas bahkan gading gajah. Kumpulan ini dihimpun atau dijilid menjadi satu pada salah satu ujungnya dan berisi tulisan, gambar atau tempelan. Setiap isi dari sebuah lembaran kertas pada buku disebut sebuah halaman.

II.2.4.2 Layout

Layout adalah penyusunan dari elemen-elemen desain yang berhubungan kedalam sebuah bidang sehingga membentuk susunan artistik. Hal ini bisa juga disebut manajemen bentuk dan bidang. Tujuan utama *layout* adalah menampilkan elemen gambar dan teks agar menjadi komunikatif dalam sebuah cara yang dapat

memudahkan pembaca menerima informasi yang disajikan (Suriyanto Rustan, 2019).

Menurut Gavin Amborse & Paul Haris, layout adalah penyusunan dari elemen-elemen desain yang berhubungan kedalam sebuah bidang sehingga membentuk susunan artistik. Hal ini bisa juga disebut manajemen bentuk dan ruang. Tujuan utama *layout* adalah menampilkan elemen gambar dan teks agar menjadi komunikatif dalam sebuah cara yang dapat memudahkan pembaca menerima informasi yang disajikan.

Layout adalah menata letak material-material (*content*) suatu halaman media. Layout itu tentang bagaimana mengorganisasikan ruang. Pemahaman tentang ruang inilah yang kurang disadari oleh beberapa desainer. Ruang-ruang tersebut berbeda sifat dan jenisnya untuk tiap media. Ada ruang formal, ruang informal, ruang statik, dan ada pula ruang dinamik.

Jika *layout* adalah tentang bagaimana desainer mengorganisasikan ruang, hal tersebut didahului dengan mempelajari semua content dalam ruang tersebut. Sebelum melayout sebaiknya desainer mempelajari apa yang akan di *layout*. Desainer sebaiknya memahami content, dalam hal ini adalah membaca *content* tersebut (Dinus.ac.id).

II.2.4.3 Fotografi

Fotografi berasal dari kata bahasa Inggris yakni *photography*, dimana kata ini juga berasal dari dua kata bahasa Yunani yaitu *photos* yang berarti cahaya dan *grafo* yang berarti melukis atau menulis dengan menggunakan bantuan media cahaya.

Menurut KBBI, fotografi merupakan seni dan juga penghasilan gambar serta cahaya pada sebuah film atau permukaan yang sudah dipekatkan.

Fotografi adalah media untuk berkomunikasi dan berekspresi yang sangat kuat. Selain itu, fotografi juga menawarkan berbagai macam interpretasi, persepsi, serta eksekusi yang sangat

tidak terbatas. Dan Idealnya foto merupakan sebuah media yang digunakan oleh para fotografer untuk berkisah. Sehingga dalam foto akan selalu terdapat dua orang, yaitu fotografer dan audiens (Ansel Adams,2009).

BAB III

KONSEP PERANCANGAN

III.1 Konsep Verbal

III.1.1 Judul Katalog

Pada perancangan katalog fotografi ini penulis memberikan judul katalog “Katalog Produk Scars The Label Bali Looka The Capsule Collection”. Alasan dipilihnya judul ini karena branding dari Scars The Label Bali memiliki makna *we all have our own scars, and have gone through our own journey to deal with it. So, don't be insecure and embrace your scars*. Selain itu, karena ingin menunjukkan koleksi edisi pertama dari Scars The Label Bali yang memakai konsep *raw, unfinished, dan effortless*. Ketiga konsep ini memiliki makna bahwa *raw* dan *unfinished* memiliki arti pakaian yang dirancang oleh *owner* dapat di explore lebih luas oleh pemakaiannya seperti dapat dipadukan dengan aksesoris, *hairdo, makeup*, dan lainnya. Tanpa usaha yang terlalu berlebih atau *effortless*.

III.1.2 Informasi Katalog

Katalog “Katalog Produk Scars The Label Bali Looka The Capsule Collection” sebagai media informasi kepada *target audience* mengenai *capsule collection* produk yang dimiliki oleh UMKM. Pada katalog edisi pertama Scars The Label Bali ini hanya menampilkan 8 rancangan baik atasan maupun bawahan. Selain itu, didalamnya juga akan berisi detail-detail mengenai desain baju yang dirancang oleh desainer dan berisi informasi mengenai pakaian. Berikut informasi ukuran dan bentuk e-katalog :

1. Ukuran Cover E-Katalog : 29.7 cm x 21 cm
2. Ukuran Isi E-Katalog : 29.7 cm x 21 cm
3. Font Cover : *Cambria Math*
4. Font Isi : *Times New Roman*
5. Halaman :

- a. *Cover* Depan (1 Halaman)
- b. Prakata (1 Halaman
- c. *Qoutes* (1 Halaman)
- d. Isi Katalog (14 Halaman)
- e. *Cover* Belakang (1 Halaman)

Total Halaman : 18 Halaman

III.1.3 Daftar Isi

Tabel 3.1 Daftar Isi

Halaman	Judul Halaman	Konten
1	Prakata	Memperkenalkan Scars The Label
2	<i>Quotes</i>	<i>Quotes</i>
3-16	Isi Katalog	Foto Produk

III.1.4 Konten

Konten dari katalog ini berisi perkenalan singkat mengenai UMKM pada halaman awal. Lalu, dilanjutkan dengan kumpulan foto dari setiap *collection* Scars The Label dan berisi informasi singkat dari setiap pakaian.

III.2 Konsep Visual

III.2.1 Rancangan Pakaian yang Di Tampilkan

Rancangan pakaian yang akan ditampilkan pada katalog “Katalog Produk Scars The Label Bali Looka The Capsule Collection” berjumlah 5 rancangan. Dalam koleksi rancangan pada katalog ini, terdapat 1 celana Aladin Pants, 3 atasan yaitu Log Jacket, Manticore Top, dan Empusa Blazer. 1 Scylla Jumpsuit, 1 Denim Dress, dan 1 rok yaitu Khimaira Skirt.

III.2.2 Alat atau Gear yang digunakan

1. Camera : Sony A6000
2. Lighting : Godox SK 400
3. Lensa : Tamron 17-70mm f 2.8 for Sony

III.2.3 Angle Pengambilan Foto

a. Eye Level

Teknik pengambilan sudut gambar yang sejajar dengan (mata) objek. Digunakan untuk menggambarkan keadaan obyek yang sesungguhnya, layaknya seseorang melihat sesuatu didepan mata. *Eye level* banyak dipakai untuk memotret manusia secara *close-up*. Aura terkuat manusia berada di sorot matanya, dan dengan menggunakan teknik pengambilan sudut gambar ini memungkinkan untuk mendukung hasil foto yang memunculkan aura tersebut dan mendukung hasil yang sesuai dengan konsep yang direncanakan dalam pembuatan katalog fotografi Scars The Label Bali.

b. Low Angle

Teknik pengambilan sudut gambar yang lebih rendah dari objek. Teknik ini menghasilkan kesan objek yang megah, masif, dan tangguh. Objek yang awalnya sudah besar, akan tampak semakin mengintimidasi.

III.2.4 Pose Model dan Tampilan Ekspresi

III.2.4.1 Tampilan Ekspresi

a. Fierce Look

Pada pembuatan katalog fotografi ini menggunakan tampilan ekspresi wajah fierce. Ekspresi ini menunjukkan sorot wajah dan dan sorot mata yang tajam dan intense dalam sebuah pemotretan. Ekspresi ini juga digunakan sebagai tampilan pendukung rancangan pakaian *owner*. Sehingga, akan menampilkan tampilan yang elegan.

b. Pose Model

Pengarahannya pada saat pengambilan foto katalog ini menitikberatkan pada bentuk lekuk tubuh model, yang bertujuan untuk memperlihatkan bagaimana pakaian saat dipakai. Selain itu, pose-pose yang diarahkan kepada model pun dibuat menarik, dan beberapa pose yang ditampilkan pada katalog menunjukkan konsep *be confident and embrace yourself*.

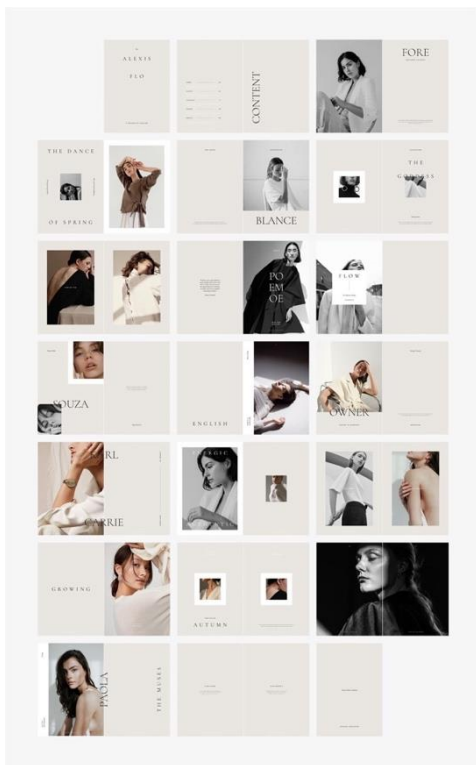
III.2.5 Studi Sampul

Sampul buku atau *cover* adalah bagian kulit buku yang terluar terdapat dibagian depan dan belakang buku, kulit buku bagian depan biasanya terdapat judul buku atau gambar yang mewakili isi buku sedangkan bagian belakang ada synopsis buku dan alamat pernebit. Kover bagian penting dari buku bertujuan mengemas buku menjadi menarik dan memiliki nilai jual.

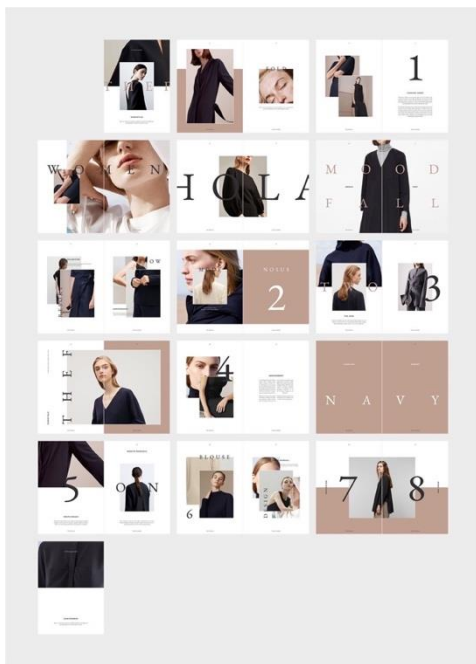
Pembuatan *cover* dalam perancangan katalog fotografi ini bertujuan untuk menarik perhatian *target audience* dengan menggunakan foto salah satu pakaian dari mini collection Scars The Label Bali. Cover depan akan menggunakan desain yang sederhana dan modern yang bersifat minimalist. Menggunakan warna putih sebagai warna dasar untuk bagian depan dan belakang cover.

III.2.6 Studi Layout

Layout dalam perancangan fotografi katalog ini akan dibuat lebih banyak menampilkan visual foto dan tipografi sebagai penambah informasi. Untuk teks akan menggunakan font Times New Roman yang memiliki kesan tegas dan sederhana agar terlihat sebagai satu kesatuan dengan layout katalog yang memakai model minimalist.



Gambar 3.1 Referensi *Layout* Katalog
 (Sumber : Pinterest.com)



Gambar 3.2 Referensi *Layout* Katalog
 (Sumber : Pinterest.com)

III.2.7 Studi Tipografi

III.2.7.1 Alternatif *Font Cover*

Tipografi yang digunakan dalam judul perancangan fotografi katalog ini menggunakan jenis font serif yang memiliki kesan formal dan professional.

“KATALOG PRODUK SCARS THE LABEL BALI”

Gambar 3.3 Referensi Cover dengan *Font Big Caslon*

“KATALOG PRODUK SCARS THE LABEL BALI”

Gambar 3.4 Referensi Cover dengan *Font Cambria Math*

“KATALOG PRODUK SCARS THE LABEL BALI”

Gambar 3.5 Referensi Cover dengan *font Garamond*

III.2.7.2 Alternatif *Font Isi Katalog*

Scars The Label Bali merupakan brand pakaian milik desainer muda bernama Stefany Carlin yang berlokasi di Denpasar, Bali. Memakai kata scars yang memiliki arti bekas luka, brand ini ingin menghimbau kepada target audience bahwa *it's okay not to be perfect*. Menggunakan estetika gaya *modern grunge* dengan detail *raw, unfinished & effortless* sesuai dengan inspirasi awal brand ini dibentuk.

Gambar 3.6 Referensi Isi dengan *Font Calibri*

Scars The Label Bali merupakan brand pakaian milik desainer muda bernama Stefany Carlin yang berlokasi di Denpasar, Bali. Memakai kata *scars* yang memiliki arti bekas luka, brand ini ingin menghimbau kepada *target audience* bahwa *it's okay not to be perfect*. Menggunakan estetika gaya *modern grunge* dengan detail *raw, unfinished & effortless* sesuai dengan inspirasi awal brand ini dibentuk.

Gambar 3.7 Referensi Isi dengan *Font Hoefler Text*


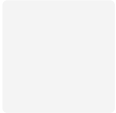


Scars The Label Bali merupakan brand pakaian milik desainer muda bernama Stefany Carlin yang berlokasi di Denpasar, Bali. Memakai kata *scars* yang memiliki arti bekas luka, brand ini ingin menghimbau kepada *target audience* bahwa *it's okay not to be perfect*. Menggunakan estetika gaya *modern grunge* dengan detail *raw, unfinished & effortless* sesuai dengan inspirasi awal brand ini dibentuk.

Gambar 3.8 Referensi Isi dengan *Font Times New Roman*

Untuk isi katalog fotografi Scars The Label Bali menggunakan bentuk huruf serif, tipografi tersebut dipilih karena memiliki tingkat keterbacaan mudah serta memiliki kesan sederhana dan modern.

III.2.8 Studi Warna

Dalam perancangan katalog fotografi Scars The Label Bali warna-warna yang akan digunakan di dalam katalog adalah warna abu-abu sebagai warna dasar, merah gelap untuk font judul, serta hitam dan abu-abu gelap digunakan pada font isi. Pemilihan warna ini dipilih diantaranya karena keempat warna tersebut memiliki keserasian dan kesan yang netral dipadukan dengan rancangan pakaian milik UMKM.

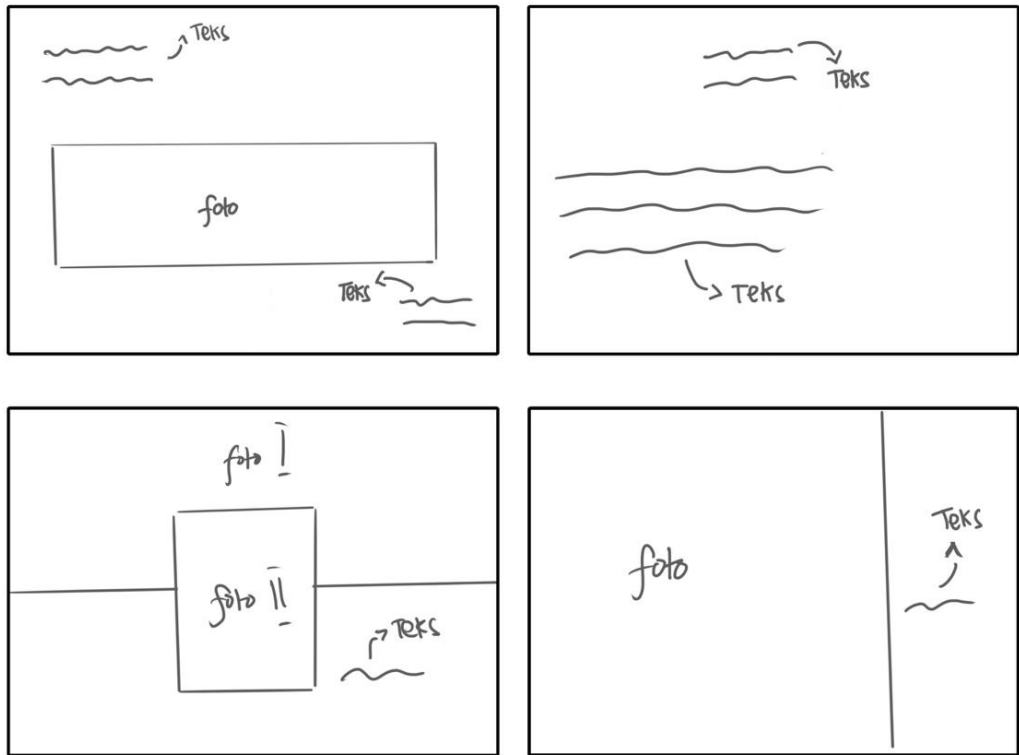
	C : 31 % Y : 88 %	M : 93 % K : 38 %
	C : 4 % Y : 2 %	M : 2 % K : 0 %
	C : 67 % Y : 59 %	M : 60 % K : 45 %
	C : 71 % Y : 68 %	M : 66 % K : 79 %

Gambar 3.9 *Color Palette*

III.2.9 Rough Layout dan Alternatif Layout

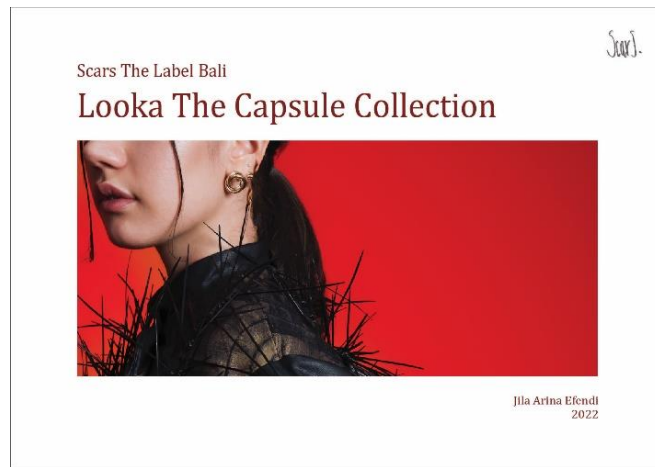
III.2.9.1 *Rough Layout*

Cover Depan akan menampilkan layout yang sederhana dan *minimalist* dengan menggunakan foto salah satu *mini collection* dari Scars The Label Bali. Menggunakan dasar warna putih, agar menimbulkan kesan elegan. Cover buku juga akan dipadukan dengan tipografi dibagian judul.



Gambar 3.10 Sketsa Kasar Layout

III.2.9.2 *Alternative Cover*



Gambar 3.11 Alternative Cover