



APLIKASI FOTOGRAFI DALAM RANCANGAN BUKU KATALOG WISATA KOTA LAMA SEMARANG

Proyek Studi

Diajukan dalam rangka penyelesaian Studi Strata Satu (S1)
Program Studi Seni Rupa Konsentrasi Desain Komunikasi Visual

Disusun oleh

Nama : Aryanidya Mardatilah

NIM : 2411409040

Prodi : Seni Rupa Kons. DKV

Jurusan : Seni Rupa

**FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG**

2016

HALAMAN PENGESAHAN

Proyek Studi ini telah dipertahankan di hadapan panitia Sidang Ujian Proyek Studi Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Semarang.

pada hari : Jumat
tanggal : 10 Juni 2016

Panitia Ujian Proyek Studi

Prof. Dr. Muhammad Jazuli, M.Hum.
NIP. 196107041988031003

Ketua

Drs. Onang Murtiyoso, M.Sn.
NIP. 196702251993031002

Sekretaris

Drs. Purwanto, M.Pd.
NIP. 195901011981031003

Penguji I

Rahina Nugrahani, S.Sn, M.Ds.
NIP. 198302272006042001

Penguji II

Supatmo, S.Pd., M.Hum.
NIP. 196803071999031001

Penguji III / Pembimbing I

Dekan Fakultas Bahasa dan Seni



Prof. Dr. Agus Nuryatin, M.Hum.
NIP. 196008031989011001

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Aryanidya Mardatilah

NIM : 2411409040

Jurusan/Prodi. : Seni Rupa/ Seni Rupa Konsentrasi Desain Komunikasi Visual S1

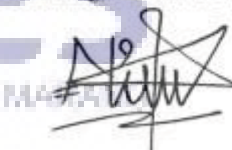
Fakultas : Bahasa dan Seni

Menyatakan bahwa yang tertulis di dalam proyek studi dengan judul “Aplikasi Fotografi Dalam Rancangan Buku Katalog Wisata Kota Lama Semarang” adalah benar-benar hasil karya sendiri dan tidak menjiplak karya ilmiah orang lain, baik seluruhnya atau sebagian. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam proyek studi ini dikutip atau dirujuk sesuai kode etik ilmiah.



UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Semarang, 10 Juni 2016



Aryanidya Mardatilah
NIM. 2411409040

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Non Scholae Sed Vitae Discimus” (Kita belajar bukan untuk sekolah tetapi untuk hidup.)

Karya ini dipersembahkan untuk:

1. Seluruh Keluarga saya, MJDI dan orang-orang yang saya sayangi. Terima kasih atas limpahan kasih sayang, doa dan dukungannya.
2. Almamaterku Universitas Negeri Semarang.
3. Seluruh *stakeholder* Kawasan Kota Lama Semarang.



UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia serta hidayah-Nya sejak awal berproses hingga penulis dapat menyelesaikan proyek studi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana.

Dalam usaha menyelesaikan proyek studi ini, penulis telah banyak mendapat bantuan dan dukungan dari bapak/ibu dosen, keluarga, klien, teman-teman seperjuangan dan beberapa pihak lain. Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada yang terhormat:

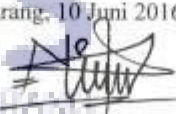
1. Drs. Syakir, M.Sn., Ketua Jurusan Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan fasilitas administratif, selama menempuh studi di Jurusan Seni Rupa.
2. Supatmo, S.Pd., M.Hum., selaku dosen wali prodi Seni Rupa Konsentrasi DKV angkatan 2009 dan dosen pembimbing I yang telah memberikan waktu, arahan dan bimbingan kepada penulis.
3. Rahina Nugrahani, S.Sn., M.Ds., selaku dosen pembimbing II yang telah penuh kesabaran dan perhatian dalam memberikan bimbingan, arahan, serta ilmunya kepada penulis.
4. Bapak/ibu dosen Jurusan Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Semarang yang telah membekali penulis dengan ilmu pengetahuan dan seni selama kuliah.

5. Keluarga tercinta yang selalu memberikan semangat, motivasi dan kasih sayang yang melimpah serta doa demi keberhasilan pendidikan penulis.
6. Michael Jan Diaz Ivandera yang dengan sabar menjadi penyemangat dan motivator terbesar penulis.
7. Keluarga saya Desain Komunikasi Visual angkatan 2009 yang namanya tidak bisa disebutkan satu persatu, semua sahabat yang menanti selesainya proyek studi ini, penulis ucapkan terimakasih atas bantuan, partisipasi dan dukungannya baik moril maupun materiil dalam pengerjaan proyek studi ini.
8. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang yang telah banyak membantu dan memudahkan penulis dalam melakukan observasi.
9. Semua pihak yang turut berpartisipasi dalam penyusunan proyek studi ini. Penulis berharap segala sesuatu baik yang tersirat maupun tersurat pada proyek studi ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak.

UNNES

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Semarang, 10 Juni 2016


Aryanidya Mardatilah
NIM. 2411409040

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
PRAKATA.....	vi
SARI.....	vii
DAFTAR ISI	viii
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
1.1. Alasan Pemilihan Tema.....	1
1.2. Alasan Pemilihan Jenis Karya.....	3
1.3. Tujuan Pembuatan Proyek Studi	5
1.4. Manfaat Pembuatan Karya Proyek Studi	5
BAB II: LANDASAN KONSEPTUAL	6
2.1. Fotografi dalam Desain Komunikasi Visual	6
2.1.1. Fotografi	6
2.1.2. Pengertian Fotografi	6

2.1.3. Jenis Fotografi	7
2.1.3.1.Foto Deskriptif	7
2.1.3.2.Foto Eksplanatif	8
2.1.3.3.Foto Interpretatif.....	8
2.1.3.4.Foto Evaluatif Etis.....	9
2.1.3.5.Foto Evaluatif Estetik.....	9
2.1.3.6.Foto Teoritis.....	10
2.1.3.7.Foto berdasarkan Objek Foto.....	10
2.1.4.Fotografi Sebagai Elemen Desain Komunikasi Visual	14
2.1.5. Komposisi dalam Fotografi.....	17
2.1.5.1.Cahaya.....	17
2.1.5.2.Warna	18
2.1.5.3.Kontras	18
2.1.5.4.Ruang Ketajaman	18
2.2. Desain Komunikasi Visual.....	19
2.2.1. Pengertian Desain Komunikasi Visual	19
2.2.2. Fungsi Desain Komunikasi Visual	21

2.2.2.1.Desain Komunikasi Visual sebagai Sarana Identifikasi	21
2.2.2.2.Desain Komunikasi Visual sebagai Informasi dan Instruksi.....	21
2.2.2.3.Desain Komunikasi Visual sebagai Sarana Presentasi dan Promosi.....	22
2.2.3. Unsur-unsur Desain Komunikasi Visual	22
2.2.3.1. Garis (<i>Line</i>)	23
2.2.3.2. Raut, Bangun (<i>shape</i>).....	23
2.2.3.3.Warna (<i>color</i>)	23
2.2.3.4. Gelap-Terang.....	24
2.2.3.5. Tekstur.....	24
2.2.4. Prinsip DesainKomunikasi Visual.....	24
2.2.4.1. Keseimbangan/ <i>Balance</i>	24
2.2.4.2. Kesatuan/ <i>Unity</i>	25
2.2.4.3. Keselarasan/ <i>Harmony</i>	25
2.2.4.4. Kesebandingan/ <i>Proportion</i>	26
2.2.4.5. Irama/ <i>Rhytym</i>	26

2.2.4.6.	
Dominasi.....	26
2.2.5. Ruang Lingkup Desain Komunikasi Visual	26
2.3. Buku Katalog.....	27
2.3.1. PengertianBuku Katalog.....	27
2.3.2. Unsur Katalog.....	28
2.3.2.1	
<i>Cover</i>	
.....	28
2.3.2.2.	
Kolofon.....	29
2.3.2.3. Daftar	
Isi.....	29
2.3.2.4. Kata	
Pengantar.....	29
2.3.2.5.	
Isi.....	
.....	29
2.3.2.6. Biografi	
Penulis.....	30
2.3.3. Keunggulan dan Kelemahan Katalog.....	30
2.3.3.1. Keunggulan	30
2.3.3.2. Kelemahan.....	31

2.3.4. Pengertian Layout.....	31
2.3.4.1. Prinsip	
Layout.....	32
2.4. Pengertian Pariwisata	34
2.5. Wisata Kota Lama	
Semarang.....	36
2.5.1. Profil Singkat Kota Semarang.....	36
2.5.2. Sejarah Kota Semarang ..	36
2.5.3. Sejarah Singkat Kota Lama Semarang.....	41
2.6.Objek Wisata Kota Lama Semarang.....	43
2.6.1.Jl. Let. Jend Suprpto	44
2.6.1.1. Gereja Blenduk.....	44
2.6.2.2. Eks Pengadilan Negeri.....	45
2.6.2.3. Gedung	
Marba.....	45
2.6.2.4. Gedung Asuransi PT.	
Jiwasraya.....	45
2.6.2.5. Paradeplein/Lapangan	
Parade.....	45
2.6.2.6. Kantor	
Telekomunikasi.....	46
2.6.2.7. Kantor	
Advokat.....	46

2.6.2.8. Galeri	
Semarang.....	46
2.6.2.9. Jembatan	
Berok.....	47
2.6.2.10. Gedung H.	
Spiegel.....	47
2.6.2.11. Roode	
Driehoek.....	48
2.6.2.12. Gedung	
Borsumji.....	48
2.6.2.13. Gedung	
Borsummy.....	48
2.6.2.14. Taman Garuda Art	
Space.....	48
2.6.2. Jl.	
Kepodang.....	48
2.6.2.1. PT.	
Perkebunan.....	49
2.6.2.2. PT.	
Pelni.....	49
2.6.2.3. PT. Rajawali	
Nusindo.....	49

2.6.2.4. Bank	
Exim.....	50
2.6.2.5. Gedung Gabungan Koperasi	
Batik.....	50
2.6.2.6 Djakarta	
Lyoyd.....	50
2.6.3. Jl.	
Cendrawasih.....	51
2.6.3.1. Stasiun Kereta Api	
Tawang.....	51
2.6.3.2. Gedung Suara	
Merdeka.....	52
2.6.3.3. Gedung	
Marabunta.....	52
2.6.3.4. Pabrik Praoe	
Lajar.....	53
2.6.4. Jl.	
Ronggowarsito.....	54
2.6.4.1. Gereja	
Gedangan.....	54
2.6.5. Cafe, Resto dan Bar Di Kawasan Kota	
Lama.....	54

2.6.5.1. Retro	
Cafe.....	55
2.6.5.2. Spiegel Bar and	
Bistro.....	55
2.6.5.3. Teko Deko	
Koffiehuis.....	56
2.6.5.4. MGM Cafe	
Gallery.....	56
2.6.5.5. Noeri's	
Cafe.....	57
2.6.5.6. Pasar Klitikan dan Pasar	
Jago.....	57
BAB III: METODE BERKARYA.....	59
3.1. Media Berkarya	59
3.1.1. Komponen Bahan	59
3.1.2. Komponen Alat	59
3.1.2.1. Perangkat Keras	
(Hardware).....	60
3.1.2.2. Perangkat Lunak	
(Software).....	60
3.2. Teknik Berkarya.....	61
3.3. Strategi Media dengan	
Katalog.....	61

3.3.1. Alternatif	
1.....	62
3.3.2. Alternatif	
2.....	62
3.4. Khalayak Sasaran	63
3.4.1. Demografi.....	63
3.4.2.	
Geografi.....	
.....	63
3.4.3.	
Psikografi.....	
.....	63
3.5. Proses	
Berkarya.....	64
3.5.1. Penetapan Tujuan	
Karya.....	64
3.5.2. Studi	
Pustaka.....	64
3.5.3. Observasi dan Penentuan Objek.....	64
3.5.4. Persiapan Memotret	65
3.5.5. Seleksi Gambar.....	65
3.5.6. Tata Letak/ <i>Layout</i>	65
3.5.7. Konsultasi Dosen Pembimbing.....	68

3.5.8. <i>Print Out/</i>	
Pencetakan.....	68
3.5.9.	
Penjilidan.....	
.....	69
3.5.10. Penyajian	
Karya.....	69
3.5.11 Bagan Proses	
Berkarya.....	71
BAB IV:DESKRIPSI DAN ANALISIS KARYA	72
4.1. Cover Depan Dan Belakang.....	72
4.1.1. Keterangan.....	73
4.1.2.Deskripsi Karya	73
4.1.3. Analisis Karya	73
4.1.3.1. Aspek Teknis	73
4.1.3.2. Aspek	
Estetis.....	75
4.1.3.3. Aspek	
Komunikasi.....	76
4.2. Halaman Katalog Bagian <i>Cover</i> Dalam.....	77
4.2.1. Keterangan.....	77
4.2.2. Deskripsi Karya	77
4.2.3. Analisis Karya	78

4.2.3.1. Aspek Teknis	78
4.2.3.2. Aspek Estetis.....	79
4.2.3.3. Aspek Komunikasi.....	79
4.3. Halaman Katalog Bagian Prakata	80
4.3.1. Keterangan.....	80
4.3.2. Deskripsi Karya	80
4.3.3. Analisis Karya	80
4.3.3.1. Aspek Teknis	80
4.3.3.2. Aspek Estetis.....	82
4.3.3.3. Aspek Komunikasi.....	83
4.4. Halaman Katalog Bagian Sejarah Singkat Kota Lama	83
4.4.1. Keterangan.....	83
4.4.2 Deskripsi Karya	84
4.4.3. Analisis Karya	84
4.4.3.1. Aspek Teknis	84
4.4.3.2. Aspek Estetis.....	85
4.4.3.3. Aspek Komunikasi.....	86

4.5. Halaman Katalog Bagian Daftar Isi	86
4.5.1. Keterangan.....	86
4.5.2 Deskripsi Karya	86
4.5.3. Analisis Karya	87
4.5.3.1. Aspek Teknis	87
4.5.3.2. Aspek Estetis.....	88
4.5.3.3. Aspek Komunikasi.....	89
4.6. Halaman Katalog Gereja Blenduk	89
4.6.1. Keterangan.....	89
4.6.2. Deskripsi Karya	93
4.6.3. Analisis Karya	94
4.6.3.1. Aspek Teknis	94
4.6.3.2. Aspek Estetis.....	98
4.6.3.3. Aspek Komunikasi.....	99
4.7. Halaman Katalog Gedung Spiegel	99
4.7.1. Keterangan.....	99
4.7.2. Deskripsi Karya	101
4.7.3. Analisis Karya	101
4.7.3.1. Aspek Teknis	101

4.7.3.2. Aspek	
Estetis.....	104
4.7.3.3. Aspek	
Komunikasi.....	105
4.8. Halaman Katalog Jembatan Berok.....	106
4.8.1. Keterangan.....	106
4.8.2. Deskripsi Karya	107
4.8.3. Analisis Karya	107
4.8.3.1. Aspek Teknis	107
4.8.3.2. Aspek	
Estetis.....	109
4.8.3.3. Aspek	
Komunikasi.....	109
4.9. Halaman Katalog Bank Exim.....	110
4.9.1. Keterangan.....	110
4.9.2. Deskripsi Karya	112
4.9.3. Analisis Karya	113
4.9.3.1. Aspek Teknis	113
4.9.3.2. Aspek	
Estetis.....	115
4.9.3.3. Aspek	
Komunikasi.....	115
4.10. Halaman Katalog Djakarta Lyoyd	115

4.10.1. Keterangan.....	115
4.10.2. Deskripsi Karya	117
4.10.3. Analisis Karya.....	117
4.10.3.1. Aspek Teknis	117
4.10.3.2. Aspek Estetis.....	118
4.10.3.3. Aspek Komunikasi.....	119
4.11. Halaman Katalog Bagian Profil	119
4.11.1. Keterangan.....	120
4.11.2. Deskripsi Karya	120
4.11.3. Analisis Karya.....	120
4.11.3.1. Aspek Teknis	120
4.11.3.2. Aspek Estetis.....	121
4.11.3.3. Aspek Komunikasi.....	122
BAB V: PENUTUP	123
5.1 Simpulan.....	123
5.2 Saran.....	123
DAFTAR PUSTAKA	125
LAMPIRAN Biodata Penulis.....	128
Lampiran 2	129

SARI

Mardatilah, Aryanidya. 2016. *Aplikasi Fotografi dalam Buku Rancangan Katalog Wisata Kota Lama Semarang*. Proyek Studi. Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Semarang. Pembimbing I Supatmo, S.Pd., M.Hum., Pembimbing II Rahina Nugrahani, S.Sn, M.Ds.

Kata kunci: Fotografi, Buku Katalog, Wisata, Kota Lama Semarang.

Kota Semarang merupakan salah satu kota yang mempunyai warisan budaya masa lalu yang masih tetap terpelihara dan kaya akan peninggalan sejarah, yang bernilai tinggi. Kawasan Kota Lama ini masih menyimpan bangunan-bangunan tua berarsitektur Eropa hingga kini. Fotografi merupakan salah satu elemen yang dapat digunakan sebagai materi pendukung. Rancangan grafis yang komunikatif dan efektif menjadi media penyampaian informasi kepada pengunjung kawasan Kota Lama Semarang. Promosi dilakukan sebagai usaha untuk memperbesar daya tarik obyek wisata serta menginformasikan atau memberitahukan bangunan-bangunan kuno yang masih ada dan berdiri kokoh. Salah satu media promosi tersebut berwujud media tercetak, yaitu buku katalog wisata. Karya inilah yang berfungsi sebagai media promosi agar obyek wisata di Kawasan Kota Lama Semarang diketahui dan lebih dikenal oleh masyarakat umum sehingga dapat meningkatkan kunjungan wisatawan ke Kawasan Kota Lama Semarang.

Media yang digunakan dalam proses penciptaan karya yaitu *Optical Mouse* Logitech, *printer* Canon C45, modem, *flashdisk*, kamera *digital single lens reflex* (DSLR) Canon EOS 5D Mark II dan Nikon D90, *Personal Computer* (PC) dan beberapa alat pendukung seperti *software* yang digunakan Adobe Photoshop CS6 dan Corel Draw X7. Proses berkarya adalah: (1) Penetapan Tujuan Pembuatan Karya, (2) Studi Kepustakaan, (3) Observasi dan Penentuan Objek, (4) Persiapan Memotret Obyek, (5) Seleksi Gambar, (6) Proses *Layout*, (7) Konsultasi Dosen Pembimbing, (8) Proses Pencetakan, (9) Penjilidan, (10) Penyajian Karya. Dalam pembuatan keseluruhan karya memperhatikan elemen-elemen dan prinsip-prinsip desain, antara lain elemen visual yang dominan berupa fotografi. Beberapa foto kemudian diolah menggunakan aplikasi Photoshop dan Corel Draw, diletakkan diatas *tekstur kertas* usang. Pemberian nama gedung dan peletakkan teks informasi kedalam rancangan tiap-tiap halaman, dipadukan dengan foto bangunan tua yang ditata secara *simple* supaya harmonis dengan tema *vintage*. Pemilihan warna kuning kecokelatan pada cover mewakili kesan *vintage* secara keseluruhan sehingga membentuk sebuah rancangan buku katalog wisata Kota Lama Semarang yang utuh berukuran 28 x 17 cm menggunakan kertas Fancy Millenium White Gold dan CTS 150 Gsm. Buku katalog ini berisi 31 foto bangunan, beserta keterangan sejarah dan informasi yang terkait dengan bangunan di Kawasan Kota Lama Semarang.

Karya proyek studi ini sudah menghasilkan sebuah rancangan buku katalog Jelajah Wisata Kota Lama Semarang dan menyampaikan pesan yang dapat menjadi media promosi serta memberikan informasi yang cukup lengkap mengenai wisata yang berada di Kawasan Kota Lama Semarang. Diharapkan nantinya penyebaran karya ini akan semakin meluas sehingga masyarakat dengan mudah memperoleh informasi tentang potensi-potensi wisata yang berada di Kawasan Kota Lama Semarang dan meningkatkan kunjungan wisatawan dalam maupun luar daerah.

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Alasan Pemilihan Tema

Semarang merupakan salah satu kota yang mempunyai warisan budaya masa lalu yang masih tetap terpelihara dan kaya akan peninggalan sejarah, yang bernilai tinggi. Salah satunya adalah kawasan Kota Lama. Kawasan Kota Lama Semarang merupakan kawasan yang menarik untuk dikaji, karena merupakan peninggalan jajahan Belanda dengan beberapa julukan seperti “*The Little Netherlands*”, yaitu sebagai tempat bermukim orang Belanda dan bangsa Eropa lainnya yang mempunyai kegiatan utama sebagai pedagang. Disebut juga “*Venetië van Java*” karena, Semarang dilalui banyak sungai di tengah kota seperti di Venesia (Italia). Kota Lama adalah potongan sejarah, karena dari sinilah ibu kota Jawa Tengah berasal. Semarang dan Kota Lama seperti dua sisi mata uang yang tak bisa dipisahkan begitu saja. Tentu saja ini menghadirkan keunikan tersendiri. Secara umum karakter bangunan di wilayah Kota Lama Semarang mengikuti bangunan-bangunan di benua Eropa sekitar tahun 1700-an. Hal ini bisa dilihat dari detail bangunan yang khas dan ornamen-ornamen yang identik dengan gaya Eropa.

Obyek wisata merupakan salah satu aset bagi pemasukan pendapatan suatu kota maupun kabupaten. Sebagian besar bangunan merupakan peninggalan sejarah masa lalu yang pantas dilestarikan. Bangunan-bangunan peninggalan sejarah masa lalu di antaranya Gereja Blenduk, Gedung Marba,

Gedung Marabunta, Susteran, Polder, Stasiun Tawang, Jembatan Berok dan masih banyak lagi. Dengan banyaknya bangunan yang memiliki ciri arsitektur Kolonial Belanda sebagai obyek wisata tentu akan menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke kawasan tersebut.

Otoritas pengelola kawasan ini adalah Badan Pengelola Kawasan Kota Lama (BPK2L) yang baru saja diresmikan pada tanggal 7 Januari 2014 lalu sebagai lembaga yang menangani dan berwenang dalam penindak lanjutan Kawasan Kota Lama Semarang sayangnya, dari pihak pemerintah maupun BPK2L belum memiliki media yang secara khusus untuk mempromosikan kawasan wisata yang memiliki nilai historis tinggi ini. Media yang telah tersedia baru sebatas brosur dengan desain yang kurang konvensional serta tidak memuat banyak informasi dan kurang inovasi, situs resmi pemerintah Kota Semarang juga sudah tersedia, namun jarang diperbaharui sehingga informasi yang seharusnya tersampaikan tidak maksimal. Berdasarkan wawancara dengan pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang data yang diperoleh yaitu pengunjung dari tahun ke tahun mengalami peningkatan yang signifikan dimulai dari tahun 2010 hingga tahun 2013. Wisatawan lokal maupun asing dengan beragam alasan mereka mengunjungi Kota Lama Semarang dari yang hanya ingin berekreasi hingga melakukan penelitian tertentu, akses mereka terbatas untuk mendapat informasi baik alamat bangunan, sejarah dan bentuk secara visual bangunan- bangunan yang bernilai historis tinggi di Kawasan Kota Lama ini.

Oleh sebab itu, pembangunan kepariwisataan perlu terus dilanjutkan dan ditingkatkan agar sumber daya dan potensi pariwisata yang terdapat di Kota Lama Semarang dapat menjadi kekuatan ekonomi dan non- ekonomi bagi masyarakat umum yang dapat diandalkan dalam menunjang pelaksanaan otonomi daerah. Faktor-faktor di ataslah yang membuat penulis berusaha turut serta mempromosikan potensi Kawasan Kota Lama melalui aplikasi fotografi dalam buku katalog. Selain itu penulis juga bisa mengembangkan kemampuan dan kreativitas dalam berkarya terutama dalam pembuatan rancangan katalog wisata.

1.2. Alasan Pemilihan Jenis Karya

Katalog adalah salah satu bentuk karya komunikasi visual yang berupa buku. Katalog dipilih karena produk ini dapat menarik perhatian orang untuk melihat, membuka dan membaca isinya. Media katalog ini tampil berupa bahan cetakan yang terdiri dari beberapa halaman yang dijilid menyerupai buku. Katalog merupakan media yang paling mudah diterima pembaca karena dapat mencakup semua hal yang akan disampaikan.

Perancangan buku katalog jelajah wisata Kota Lama Semarang adalah sebagai alternatif media promosi. Media tersebut tampil dengan teks dan gambar yang menarik serta dapat memberikan informasi kepada pembaca dan dinilai efektif untuk mempromosikan atau memperkenalkan potensi pariwisata kepada masyarakat umum. Melalui media tercetak yang dipilih, diharapkan para wisatawan tertarik untuk berkunjung ke Kawasan Kota Lama Semarang.

Katalog merupakan salah satu jenis dari sekian banyak media komunikasi visual yang memiliki beberapa keunggulan dari media komunikasi lainnya.

Beberapa keunggulan dari media komunikasi visual ini yakni, biaya yang relatif terjangkau, mudah penggunaannya, alat pemeliharaan yang sederhana, dan mudah dibawa. Keunggulan pertama dari media komunikasi visual yaitu biaya yang relatif terjangkau. Biaya produksi yang terjangkau dibanding dengan media komunikasi audio dan media komunikasi audio visual. Umumnya media komunikasi visual tidak mengeluarkan tarif siaran atau tayang seperti pada media komunikasi audio dan audio visual yang relatif menggunakan alat pendukung lain dengan harga yang cukup mahal, misalnya *disc* yang harganya murah tentu tidak akan bisa menyampaikan pesan apabila tidak diputar menggunakan VCD/DVD *player*. Keunggulan kedua yaitu mudah penggunaannya. Umumnya semua orang pasti sudah banyak mengetahui media jenis ini. Mereka tidak perlu memerlukan peralatan penunjang seperti yang dilakukan oleh media komunikasi audio visual. Keunggulan ketiga yakni alat pemeliharaan yang sederhana dan mudah untuk dibawa. Pemeliharaan ini cukup dengan disimpan dengan baik agar tidak terkena air.

Media komunikasi visual bukan berarti tidak memiliki kekurangan, kekurangan itu di antaranya, target *audience* yang terbatas, menimbulkan rasa bosan, tidak bergerak dan hanya untuk indera penglihatan. Tidak ada satupun media yang sangat tepat, masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan. Umumnya perusahaan menggunakan berbagai media untuk menyampaikan informasi. Penggunaan berbagai media yang beragam dilakukan agar informasi dapat sampai kepada target *audience* yang lebih luas, namun penggunaan beragam

media tersebut kadang kala terhambat dengan masalah biaya atau *budget* yang dimiliki.

1.3. Tujuan Pembuatan Proyek Studi

Tujuan pembuatan proyek studi ini bertujuan menghasilkan media tercetak untuk mengenalkan dan mempromosikan parwisata Kota Lama Semarang berupa aplikasi karya fotografi dalam buku katalog wisata. Buku katalog wisata yang dimaksud berisi foto-foto tentang suasana dan bangunan-bangunan lama (bersejarah) yang mengandung nilai estetis dan informatif disertai pesan (informasi) tertulis.

1.4 Manfaat Pembuatan Proyek Studi

Manfaat dari pembuatan proyek studi yang berjudul Aplikasi Fotografi dalam rancangan katalog wisata Kota Lama Semarang ini adalah:

1. Bagi masyarakat umum dan masyarakat Kota Semarang khususnya sebagai sarana mengenal, mengetahui keberadaan bangunan bersejarah sebagai salah satu bangunan kota lama yang patut dijaga dan dilestarikan.
2. Bagi mahasiswa desain komunikasi visual pada umumnya dan mahasiswa desain komunikasi visual Unnes pada khususnya, dapat memperoleh referensi dan literatur bagi perkembangan desain komunikasi visual khususnya mengenai penerapan fotografi pada katalog wisata.
3. Bagi klien dalam hal ini Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang, mendapatkan media katalog yang lebih menarik dalam salah satu upaya mengenalkan dan mempromosikan bangunan Kota Lama yang ada di Kota Semarang.

BAB 2

LANDASAN KONSEPTUAL

2.1 Fotografi dalam Desain Komunikasi Visual

2.1.1 Fotografi

Fotografi adalah aktivitas seni seorang fotografer untuk mendapatkan hasil foto yang diinginkannya, sehingga pesan yang terkandung di dalamnya dapat tersampaikan. Misalnya dalam fotografi dokumentasi, sang fotografer dengan kreativitasnya ingin menceritakan dari awal hingga akhir apa yang di dokumentasikannya dalam sebuah foto. Fotografi Iklan, sang fotografer harus secara kreatif menyampaikan iklan tersebut dengan baik ke dalam sebuah foto, apa yang akan ditonjolkan dalam foto tersebut harus tersampaikan. Dalam seni rupa, fotografi adalah proses pembuatan lukisan dengan menggunakan media cahaya (Sunaryo, 2008:2).

2.1.2 Pengertian Fotografi

Kata *photography* sendiri berasal dari kata *photo* yang berarti cahaya dan *graph* yang berarti gambar. Jadi *photography* bisa diartikan menggambar/ melukis dengan cahaya dan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, Fotografi adalah suatu teknik pencetakan dengan cahaya pada film atau media lain yang dipekokan. Berdasarkan data-data yang ada, penulis mendapat beberapa pengertian yang memberikan pandangan tentang fotografi dan membantu penulis untuk lebih memahami fotografi. Fotografi menurut Suleiman (1981:94) adalah menulis

dengan bantuan cahaya, atau lebih dikenal dengan menggambar dengan bantuan cahaya atau merekam gambar melalui media kamera dengan bantuan cahaya. Foto merupakan alat visual efektif yang dapat memvisualkan sesuatu lebih konkrit dan akurat, dapat mengatasi ruang dan waktu. Sesuatu yang terjadi di tempat lain dapat dilihat oleh orang jauh melalui foto setelah kejadian itu berlalu.

2.1.3 Jenis Fotografi

Fotografi yang ada saat ini, kalau diamati lebih seksama sebenarnya memiliki perbedaan antara satu dengan yang lain. Fotografi dapat dibedakan berdasarkan objek, teknik dan tujuannya. Menurut Akhwan (dalam Yuwono, 2009:21), karya foto secara umum bisa dikategorikan menjadi enam golongan: deskriptif, eksplanatif, interpretatif, evaluatif etis, evaluatif estetik, dan teoritis.

2.1.3.1. Foto Deskriptif.

Adalah foto yang mencoba merekam atau mereproduksi *subject matter* secara apa adanya. Misalnya, foto-foto yang dibuat untuk keperluan dokumentasi, riset, mata-mata, atau yang paling umum paspor atau KTP. Foto-foto semacam ini biasanya tidak mengandung muatan interpretatif maupun evaluatif, alias *straight*, polos dan apa adanya. Pas foto untuk KTP misalnya, tidak akan dibuat sedemikian rupa untuk memunculkan kepribadian subjek yang penting, foto mirip dengan si empunya foto dan orang bisa mencocokkan subjek dengan fotonya jika diperlukan. Foto semacam ini biasanya dinilai dari aspek teknisnya saja: fokus tidak fokus, tajam tidak tajam, pas atau tidak exposure dan pencahayaannya, dan sebagainya.

2.1.3.2. Foto Eksplanatif.

Sebenarnya tidak banyak beda dengan foto deskriptif. Sesuai namanya, foto eksplanatif adalah foto yang dibuat dengan tujuan untuk menjelaskan atau memaparkan. Misalnya, foto kedokteran olahraga yang dibuat untuk menjelaskan kerja kinetik otot manusia atau foto-foto yang mengabadikan kegiatan manusia dalam konteks sosial dan budayanya untuk keperluan riset sosiologi (*visual sociology*) dan antropologi (*visual anthropology*), atau reportase jurnalistik. Foto-foto jenis ini biasanya dibuat untuk merepresentasikan *subject matter* dalam konteks ruang dan waktu tertentu. Foto-foto semacam ini biasanya bersifat objektif (melaporkan subjek sebagaimana adanya) dan kebenaran isinya dapat diverifikasi dengan prosedur ilmiah *investigatif*.

2.1.4.3. Foto Interpretatif.

Foto ini dibuat untuk menjelaskan *subject matter*. Namun demikian, foto jenis ini tidak mengutamakan kebenaran isi sebagaimana halnya dengan foto eksplanatif. Foto ini mengutamakan muatan yang bersifat fiktif, personal dan subjektif layaknya sebuah puisi atau karya fiksi lain. Meskipun mengandung muatan eksplanatif, foto-foto semacam ini tidak harus logis, bahkan kadang-kadang melawan logika, karena yang ditonjolkan adalah ekspresi fotografernya. Foto-foto seperti ini biasanya dramatis, stilistik, dan mengutamakan kesempurnaan bentuk dan wujud visual. Foto-foto semacam ini tidak bisa diuji kebenaran isinya sebagaimana foto-foto eksplanatif. Namun demikian tidak berarti bahwa foto-foto semacam ini tidak memiliki *truth value* (nilai kebenaran). Sebagaimana halnya pada cerpen atau novel, karya foto *interpretatif*

merepresentasikan dunia faktual dengan caranya sendiri. Melalui keindahan puitis komposisi visual foto jenis ini, diajarkan mengapresiasi nilai-nilai keindahan yang terkandung dalam benda dan peristiwa yang terjadi sehari-hari.

2.1.4.4 Foto Evaluatif Etis

Mengandung seluruh aspek yang ada dalam ketiga jenis foto di atas, yang membedakan jenis foto ini dari ketiga jenis foto sebelumnya adalah muatan moral atau politisnya. Foto evaluatif etis mengutamakan timbangan aspek-aspek sosial: apa yang seharusnya terjadi atau tidak terjadi. Foto anak-anak jalanan, misalnya, bisa jadi hanya sebuah foto *eksplanatif* yang mereportasekan adanya fenomena sosial ini. Namun foto dengan *subject matter* yang sama bisa berubah statusnya menjadi foto evaluatif etis manakala foto itu tidak hanya melaporkan keberadaan anak-anak jalanan tapi juga mampu menyentuh perasaan dan menggerakkan *audience* untuk berbuat sesuatu guna mengatasi masalah sosial ini. Foto-foto propaganda politik dan iklan yang mencoba merogoh emosi, sentimen dan perasaan kita bisa juga dimasukkan ke dalam kategori foto ini.

2.1.4.5. Foto Evaluatif Estetik.

Memiliki ciri yang sama dengan foto evaluatif etis. Hanya saja, alih-alih muatan moral dan politis, foto evaluatif estetik menonjolkan aspek estetika yang oleh sang fotografer dianggap pantas diamati dan direnungkan. *Subject matter*-nya hampir tak terbatas, seperti foto bugil (*nude*), pemandangan alam, *still life*, dsb. Inilah jenis foto yang umumnya dipahami sebagai *art photo* atau foto salon: foto-foto indah yang difoto dengan indah. Sama dengan foto interpretatif, foto jenis ini biasanya bersifat *poetik*, dan *truth value*-nya sering tidak kasat mata.

Artinya, kalau seorang fotografer menganggap bahwa pepohonan harus berwarna biru untuk membawa pesan emotif poetiknya, maka warna biru ini tidak bisa dikritik sebagai "tidak *natural*", karena yang ditonjolkan oleh foto jenis ini adalah aspek *poetik* nya.

2.1.4.6. Foto Teoritis.

Mungkin dalam istilah lainya bisa disebut sebagi *metaphotography*, yaitu foto yang mengomentari isu-isu seni dan penciptaan karya seni, politik seni, modalitas representasi dan isu- isu teoretis lain tentang fotografi dan pemotretan. Mungkin bisa dikatakan bahwa foto jenis ini adalah foto tentang foto atau kritik seni (termasuk di dalamnya seni foto) yang dinyatakan dalam bentuk visual dengan *medium* fotografi, misalnya foto tentang bagaimana perempuan, kegiatan fotografer, dunia perwayangan, komedi Srimulat, atau film-film India *Bollywood* direpresentasikan dalam foto.

2.1.4.7. Jenis Foto Berdasarkan Objek Foto.

Menurut Yuwono (2009:25) selain dari jenis fotografi di atas, fotografi juga dapat dikategorikan berdasarkan objek fotonya, seperti:

- 1) Abstrak, yaitu foto-foto obyek yang mengutamakan keindahan komposisi, permainan bentuk dan warna, elemen-elemen grafis dan tekstur.
- 2) Arsitektur, yaitu foto-foto yang menampilkan kecantikan bangunan buatan manusia, seperti gedung dan jembatan.
- 3) Budaya, yaitu obyek foto berupa tampilan budaya tradisional, kontemporer dan *modern*, seperti tari-tarian, festival budaya tradisional dan tradisi lokal.

- 4) Olah *digital*, yaitu karya-karya yang merupakan hasil olah *digital*, kolase foto, dan teknik-teknik *digital* lain.
- 5) *Fashion*, yaitu foto-foto busana yang dirancang khusus dan dikenakan oleh model foto, bisa berupa foto di *catwalk*, studio atau lokasi khusus, dan berbeda dengan kategori model yang tidak menonjolkan unsur-unsur detail busana.
- 6) Humor, yaitu foto-foto yang mengandung unsur humor.
- 7) *Interior*, yaitu obyek utama adalah *interior* ruangan, dan berbeda dengan kategori arsitektur yang lebih menonjolkan unsur eksterior.
- 8) Jurnalistik, yaitu foto-foto yang dihasilkan oleh jurnalis foto dalam melakukan tugasnya dan non-jurnalis foto yang merekam peristiwa-peristiwa.
- 9) Komersial, yaitu foto-foto yang dibuat untuk kepentingan komersial.
- 10) *Landscape*, yaitu foto-foto yang obyeknya adalah pemandangan alam yang unsur utamanya berupa unsur-unsur tak hidup seperti tanah, air, langit atau kombinasi ketiganya, dan berbeda dengan kategori *nature* yang menonjolkan obyek-obyek berupa makhluk hidup.
- 11) Lubang Jarum, yaitu foto-foto yang dibuat dengan kamera lubang jarum alias *pinhole camera*.
- 12) Makro, yaitu foto-foto benda kecil yang ditampilkan dengan perbesaran 1:2 atau lebih.
- 13) Manusia, yaitu foto yang bahasa bakunya adalah foto *human interest*. Obyek utamanya berupa manusia secara individual dan kelompok, yang utamanya ditujukan untuk menampilkan *mood* dari obyek foto.

- 14) Model, yaitu foto-foto yang menampilkan model foto, tanpa penekanan pada unsur *fashion*.
- 15) *Nature*, yaitu segala fenomena alam, satwa liar hidup di habitat aslinya serta tumbuh-tumbuhan liar yang hidup di habitat alamnya. Kehadiran manusia atau segala bentuk hasil karya budaya manusia tidak boleh tampak dalam foto. Demikian pula, satwa yang sudah ditangkap, dikurung, diawetkan dan tumbuh-tumbuhan yang berupa tumbuhan hibrida, ditanam manusia dan diawetkan tidak termasuk dalam fotografi *nature*. Fenomena geologi dan foto serangga termasuk dalam kategori ini. Nilai penuturan sebuah cerita lebih ditekankan daripada sekedar nilai piktorial. Manipulasi foto hanya diperkenankan sebatas mengusir kotoran dan tidak merubah foto aslinya.
- 16) Olahraga, foto- foto *event* olahraga.
- 17) Panggung, yaitu foto-foto pertunjukan di panggung, seperti konser musik, pentas *showbiz*, pertunjukan tari dan pentas teater.
- 18) Pedesaan, yaitu foto-foto yang menampilkan kehidupan pedesaan, seperti interaksi masyarakat, suasana dan dinamika kehidupan.
- 19) Perkotaan, yaitu foto-foto yang menampilkan kehidupan perkotaan, seperti interaksi masyarakat, suasana dan dinamika kehidupan.
- 20) *Pets* atau binatang peliharaan, yaitu foto- foto binatang peliharaan.
- 21) Potret, yaitu foto-foto dengan obyek manusia, baik secara individual maupun kelompok, dengan bergaya *portrait* yang menonjolkan unsur *personality* obyek foto.

- 22) Satwa, yaitu foto-foto hewan yang masih hidup di habitat alaminya, atau yang hidup di habitat buatan manusia yang mirip dengan aslinya, seperti taman nasional dan taman safari. Berbeda dengan kategori *pets* yang obyeknya berupa hewan peliharaan yang sudah jinak.
- 23) *Snapshot*, yaitu foto-fotoyang biasanya dihasilkan tanpa perencanaan, perlengkapan atau teknik khusus, bisa berupa foto *candid*.
- 24) *Still life*, yaitu foto-foto benda tidak bergerak yang diatur atau dibuat secara khusus untuk membentuk komposisi yang indah. Foto-foto karya seni, detail mesin, dan patung termasuk dalam kategori ini.
- 25) *Stock photo*, yaitu foto-foto yang dibuat secara khusus untuk kepentingan *Stock photography*, yang lazimnya dipakai sebagai foto ilustrasi.
- 26) Transportasi, yaitu foto-foto moda transportasi, baik darat, laut maupun udara, bisa berupa pesawat terbang, kereta api, perahu, kapal, bis dan truk.
- 27) Wisata, yaitu foto wisata (*photo travel*) harus menunjukkan perasaan terhadap waktu dan tempat, citra sebuah daerah, penduduknya atau suatu budaya dalam situasi aslinya, dan tidak ada batasan geografis. *Ultra close-up* yang kehilangan identitas yang kehilangan identitas asli, foto studio, atau manipulasi fotografi yang merubah penampakan situasi sebenarnya atau merubah isi foto tidak masuk dalam *photo travel*.

Selain itu, juga terdapat kategori foto yang tidak termasuk ke- 27 kategori di atas. Seperti halnya fotografi desain, kategori foto ini sangat berkaitan erat dengan bidang desain komunikasi visual, dimana fotografi desain digunakan untuk

membantu proses komunikasi, menggambarkan suatu keadaan atau produk. Foto dibuat berdasarkan suatu konsep desain untuk mencapai suatu tujuan sesuai dengan keinginan desainer atau pengguna. Fotografi desain adalah suatu perancangan karya dengan media fotografi dengan tujuan mengkomunikasikan suatu barang/ jasa baik komersial maupun non komersial yang diimplementasikan lewat media foto. Dengan aplikasi fotografi inilah diperkenalkan bangunan kuna di Kawasan Kota Lama Semarang agar lebih dikenal oleh masyarakat.

2.1.4 Fotografi sebagai Elemen Desain Komunikasi Visual

Foto sebagai bentuk komunikasi visual, dan merupakan elemen desain komunikasi visual merupakan media yang bertujuan untuk menimbulkan kesan tertentu pada pengamat atau komunikan, tanpa mempersoalkan nilai yang timbul dalam masyarakat. Foto atau gambar merupakan elemen yang sangat potensial dalam membangun imajinasi dan kesan. Foto iklan dimaksudkan dan diarahkan untuk membentuk kesan di benak konsumen. Komunikasi berlangsung taktis dan strategis karena diandaikan bahwa kesan yang terkemas akan sampai seutuhnya pada konsumen. Untuk membuat iklan agar lebih memiliki daya tarik, daya kejut, daya hentak serta daya henti bagi mata yang melihat, dibutuhkan adanya sentuhan rekayasa atau kolase, dramatisir dan hiperbola. (Roland Barthes *dalam Mukti*, <http://ramakertamukti.wordpress.com>, 23 Juni 2013).

Pengertian lebih lanjut (Roland Barthes *dalam Mukti*, <http://ramakertamukti.wordpress.com>, 23 Juni 2013) menjelaskan tiga tahap dalam membaca foto: *perspektif, kognitif dan etis ediologis*. Tahap *perspektif* terjadi jika seseorang melakukan transformasi gambar ke kategori lisan; jadi

semacam penjelasan gambar. Konotasi perspektif tidak lain adalah imajinasi segaris dengan unsur bahasa yang pada dasarnya satu titik. *Konotasi kognitif* dilakukan dengan cara mengumpulkan dan menghubungkan unsur-unsur historis dari *denotasi*. Ini *konotasi* yang dibangun atas satu dasar pedoman imajinasi. Pengetahuan kultural sangat menentukan. Tahap ketiga, yaitu etis ediologis, orang mengumpulkan berbagai *signifier* yang siap dikalimatkan. Barthes menunjukkan bahwa tiga cara rekayasa sebagaimana dijelaskan diatas membuka kemungkinan untuk menurunkan *signifier*. Barthes menyebut *signifier* pada tingkat konotatif ini dengan sebutan mitos dan *signified* sebagai idiologi. Ini dibangun dengan imajinasi simbolik. Ketiga tahap ini adalah tahap ide pokok atau penyimpangannya untuk menentukan wacana suatu foto dan moralitas atau ideologi yang berkaitan.

Sebelum melakukan pembedahan pada foto, ada dua hal yang menjadi teori Barthes, dua konsep yang perlu diketahui itu adalah *studium* dan *punctum*. *Studium* adalah saat seseorang meraba-raba, mengeksplorasi unsur-unsur yang ada dalam foto. *Studium* sejajar dengan saat mengamati, saat mencoba melakukan penyesuaian terhadap indera dengan objek yang ada dalam foto. *Punctum* adalah saat orang bergerak dan berhenti pada suatu titik karena titik itu membuatnya terkesan. Bisa juga dikatakan bahwa *studium* adalah saat seseorang menjajaki diri mereka melalui bahasa publik, dan *punctum* saat mereka hanya menggunakan bahasa mereka sendiri. Dengan kata lain teori Barthes ini berupa gambaran tentang halusinasi realitas yang digabungkan dengan imajinasi seseorang ketika dihadapkan pada sebuah foto.

Ada dua bidang utama di mana seorang desainer banyak menggunakan elemen fotografi, yaitu penerbitan (*publishing*) dan periklanan (*advertising*). Beberapa tugas dan kemampuan yang diperlukan dalam kedua bidang ini hampir sama. Dalam penerbitan majalah lebih diutamakan kemampuan untuk bercerita dengan baik dan kontak dengan pembaca. Sedangkan dalam periklanan (juga dalam majalah) lebih diutamakan kemampuan untuk menjual produk yang diiklankan tersebut.

4 Kriteria seorang fotografer yang dibutuhkan oleh sebuah penerbitan juga berbeda dengan periklanan. Dalam penerbitan, fotografer yang dibutuhkan adalah mereka yang benar-benar kreatif dalam “bercerita”, karena foto-foto yang mereka ambil haruslah dapat “bercerita” dan menunjang berita yang diterbitkan. Sedangkan dalam periklanan, fotografer yang dibutuhkan adalah mereka yang kreatif, jeli dan cekatan, serta mempunyai keahlian untuk bervisualisasi. Fotografi sering dipakai selain karena permintaan klien, juga karena lebih “representatif” dan sangat efektif untuk mengesankan keberadaan suatu tempat, orang atau produk. Sebuah foto mempunyai kekuasaan walaupun realita yang dilukiskan kadang kala jauh dari keadaan yang sesungguhnya. Selain itu sebuah foto juga harus dapat memberikan kejutan dan keinginan untuk bereksperimen, misalnya dalam hal mencoba resep masakan yang baru atau tren berpakaian terbaru. Selain elemen- elemen ini, seorang desainer perlu mengerti tentang konsep dasar pemasaran dan hubungannya dengan visualisasi. Ia juga perlu mempunyai kemampuan untuk bekerja dengan rapi, tepat dan kemampuan untuk bersosialisasi (*people skills*) untuk menghadapi klien, *supplier*, sub kontraktor, percetakan dan lain-lain.

2.1.5 Komposisi dalam Fotografi

Komposisi dalam fotografi adalah suatu susunan dari lambang-lambang fotografi yang dibentuk dari unsur-unsur gambar yang meliputi: cahaya, kontras, tekstur, ruang ketajaman, gerakan, dan garis yang diatur dalam suatu format. (Soelarko dalam Yuwono 2009:35). Komposisi yang akan disampaikan kepada *audience*, merupakan media yang sangat penting. Komposisi ini tak lepas dari teknik penyajian dan pengolahan gambar dan lebih dari itu komposisi memerlukan tinjauan kepekaan rasa (*artistic feeling*).

2.1.5.1 Cahaya

Cahaya merupakan faktor penting dalam fotografi dan perlu diperhatikan oleh fotografer dalam proses pengolahan gambar. Hal ini disebabkan karena cahaya memiliki beberapa ciri yang berbeda dalam menampilkan perbedaan bentuk sebagai alternatif dalam menciptakan pengaruh yang khas. Cahaya memiliki ciri dasar yang penting, yaitu :

1. Kecerahan cahaya, adalah ukuran kuatnya cahaya. Kekuatan inilah yang menentukan lamanya penyinaran dan mempengaruhi kesan pada gambar.
2. Warna cahaya ini sangat penting, karena pengaruhnya terhadap pengungkapan warna pada transparasi film berwarna.
3. Melambangkan isi dan kedalaman. Disini cahaya mampu menciptakan khayalan tiga dimensi.
4. Menentukan suasana gambar. Pada gambar yang mengandung perasaan, cahaya diperlukan sebagai saran untuk mengungkapkan perasaan.
5. Cahaya menciptakan pola pada warna hitam putih.

2.1.5.2. Warna

Warna adalah gejala psikofisik yang dipengaruhi oleh cahaya. Warna dari suatu benda tidak akan terlihat bila tidak ada cahaya yang meneranginya. Dalam fotografi campuran dalam warna cahaya merupakan penjelasa keadaan temperatur warna. Cara pengungkapan warna yang baik :

1. Diungkapkan sesuai dengan alam, seperti : cahaya putih pada siang hari.
2. Diungkapkan seperti warna obyeknya saat gambar dibuat.
3. Pengungkapan warna dapat baik walaupun warna obyeknya nyata dicemarkan.

2.1.5.3 Kontras

Kontras adalah perbedaan yang sangat besar dari satu nada dengan nada yang lain. Kontras ini dapat dikurangi dengan menempatkan nada-nada tengah (*half tone*). Pengaturan kontras dilakukan sesuai dengan kebutuhan. Adapun pengaturan kontras itu dapat dilakukan dengan cara:

1. Mempengaruhi kontras obyeknya (dengan teknik pencahayaan).
2. Memilih jenis film (film kontras atau lunak).
3. Mempengaruhi pada saat pengembangan proses pencetakan foto.
4. Memilih gradasi kertas cetak (gradasi lunak atau keras).

2.1.5.4. Ruang ketajaman (*Depth of Field*)

Adalah daerah diantara depan dan belakang obyek yang masih terekam tajam. Fungsi ruang ketajaman ini adalah mengaburkan hal yang tidak perlu dan menonjolkan hal yang dianggap perlu. Mengenai jarak ruang ketajaman ini bisa dicapai melalui:

1. Jarak pemotretan. Semakin jauh jarak obyek maka ruang ketajaman semakin luas, begitu sebaliknya jika obyek semakin dekat maka jarak ruang ketajaman semakin sempit.
2. Kecepatan sedang. Obyek bisa dikenali walau dalam keadaan diam.
3. Kecepatan tinggi. Obyek nampak buram, bahkan tidak terlihat.

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, Desain Komunikasi Visual terdiri dari beberapa cabang keilmuan. Adi Kusrianto (dalam Suryantoro, 2012: 28) mengungkapkan bahwa ilustrasi, fotografi, tipografi, 3 dimensi, multimedia, elektronik media, grafis komputer, animasi, periklanan, percetakan/penerbitan dan desain identitas merupakan cabang ilmu DKV. Fotografi merupakan salah satu cabang dari keilmuan DKV. Elemen yang terdapat dalam karya fotografi merupakan bagian dari media yang penghubung komunikasi, dimana visual menjadi unsur utamanya. Segala elemen yang dipadukan dalam karya tersebut menyampaikan pesan sesuai dengan fungsi, target *user* dan tujuan penciptaan karya.

2.2 Desain Komunikasi Visual

2.2.1 Pengertian Desain Komunikasi Visual

Desain komunikasi visual adalah suatu disiplin ilmu yang bertujuan mempelajari konsep- konsep komunikasi serta ungkapan kreatif melalui berbagai media untuk menyampaikan pesan dan gagasan secara visual dengan mengelola elemen-elemen grafis yang berupa bentuk dan gambar, tatanan huruf, komposisi warna serta tata letak dengan demikian, gagasan bisa diterima oleh orang atau kelompok yang menjadi sasaran penerima pesan (Kusrianto 2009:2).

Desain komunikasi visual terdiri dari tiga kata yang memiliki makna berbeda. Pada awal kemunculannya, desain disebut sebagai seni terapan (*applied art*), untuk membedakan dengan seni murni (*fine art atau pure art*). Desain diambil dari kata *designo* (Italia) yang artinya gambar. Sedangkan dalam bahasa Inggris desain diambil dari bahasa Latin *designare* yang artinya merencanakan atau merancang. Dalam seni rupa istilah desain dipadukan dengan kronologi bentuk, kronologi rupa, rancangan atau sketsa ide.

Kata kedua yaitu komunikasi. Komunikasi telah ada sejak jaman dahulu, bahkan sebelum orang mengenal adanya tulisan. Kata komunikasi yang berarti menyampaikan suatu pesan dari *komunikator* (penyampai pesan) kepada komunikan (penerima pesan) melalui suatu media dengan maksud tertentu. Komunikasi berasal dari bahasa Inggris, *communication* yang diambil dari bahasa Latin *communis* yang berarti sama (dalam bahasa Inggris *common*). Komunikasi dianggap sebagai proses menciptakan kesamaan atau suatu kesatuan pemikiran antara pengirim dan penerima.

Kata yang ketiga yaitu visual. Visual adalah segala sesuatu yang dapat dilihat dan direspon oleh indra manusia. Jadi pada dasarnya desain komunikasi visual yaitu segala macam bentuk penyampaian informasi menggunakan bahasa visual atau gambar yang berfungsi menginformasikan, mengajak, hingga mempengaruhi perilaku *target audience* sesuai tujuan dari penyampai pesan. Aspek visual yang tersusun terdiri dari ilustrasi, teks, tata letak, warna dan yang lainnya sesuai dengan kaidah ilmu tata rupa dan bentuk. Isi informasi atau pesan disampaikan secara lugas namun tetap menggunakan cara-cara yang estetis dan

menarik. Unsur-unsur visual yang kuat dapat menjadi pusat perhatian bagi *target audience* untuk mengetahui lebih jauh isi informasi yang disampaikan.

2.2.2 Fungsi Desain Komunikasi Visual

Dalam perkembangannya selama beberapa abad, desain komunikasi visual menurut Cenadi (1999:4) mempunyai tiga fungsi dasar, yaitu sebagai sarana identifikasi, sebagai sarana informasi dan instruksi, dan yang terakhir sebagai sarana presentasi dan promosi.

2.2.2.1 Desain Komunikasi Visual Sebagai Identifikasi

Fungsi dasar yang utama dari desain komunikasi visual adalah sebagai sarana identifikasi. Identitas seseorang dapat mengatakan tentang siapa orang itu, atau dari mana asalnya. Demikian juga dengan suatu benda, produk ataupun lembaga, jika mempunyai identitas akan dapat mencerminkan kualitas produk atau jasa itu dan mudah dikenali, baik oleh baik oleh produsennya maupun konsumennya. Kita akan lebih mudah membeli minyak goreng dengan menyebutkan merek X ukuran Y liter daripada hanya mengatakan membeli minyak goreng saja atau kita akan membeli minyak goreng merek X karena logonya berkesan bening, bersih, dan sehat.

2.2.2.2 Desain Komunikasi Visual Sebagai Sarana Informasi dan Instruksi

Sebagai sarana informasi dan instruksi, desain komunikasi visual bertujuan menunjukkan hubungan antara suatu hal dengan hal yang lain dalam petunjuk, arah, posisi dan skala, contohnya peta, diagram, simbol dan penunjuk arah. Informasi akan berguna apabila dikomunikasikan kepada orang yang tepat, pada waktu dan tempat yang tepat, dalam bentuk yang dapat dimengerti, dan

dipresentasikan secara logis dan konsisten. Simbol-simbol yang kita jumpai sehari-hari seperti tanda dan rambu lalu lintas, simbol-simbol di tempat-tempat umum seperti telepon umum, *toilet*, restoran dan lain-lain harus bersifat informatif dan komunikatif, dapat dibaca dan dimengerti oleh orang dari berbagai latar belakang dan kalangan. Inilah sekali lagi salah satu alasan mengapa desain komunikasi visual harus bersifat *universal*.

2.2.2.3 Sarana Presentasi dan Promosi

Tujuan dari desain komunikasi visual sebagai sarana presentasi dan promosi adalah untuk menyampaikan pesan, mendapatkan perhatian (atensi) dari mata (secara visual) dan membuat pesan tersebut dapat diingat; contohnya poster. Penggunaan gambar dan kata-kata yang diperlukan sangat sedikit, mempunyai satu makna dan mengesankan. Umumnya, untuk mencapai tujuan ini, maka gambar dan kata-kata yang digunakan bersifat persuasif dan menarik, karena tujuan akhirnya adalah menjual suatu produk atau jasa.

2.2.3 Unsur-unsur Desain Komunikasi Visual

Seorang desainer harus lebih luas dalam memandang suatu permasalahan dan pandai mencari solusi untuk suatu permasalahan yang dihadapinya, serta harus pandai membaca situasi dan perkembangan yang sedang hangat dan mengangkat suatu permasalahan ke dalam bentuk visual. Karya visual merupakan pekerjaan pokok bagi seorang desainer dalam menunjukkan eksistensinya dalam dunia yang ditekuninya. Dalam berkarya, seorang desainer harus bisa menyesuaikan apa yang sedang berkembang dan apa yang diinginkan orang lain.

Perlu kita ketahui dalam suatu Desain Komunikasi Visual terdapat beberapa unsur, menurut Sunaryo (2001:5) menjelaskan unsur-unsur rupa meliputi: garis (*line*), raut, bangun (*shape*), ruang (*space*), warna (*color*), gelap terang (*light-dark, tone*), dan tekstur (*texture*).

2.2.3.1. Garis (*line*)

Garis dianggap sebagai unsur visual yang banyak berpengaruh terhadap pembentukan suatu objek sehingga garis, selain dikenal sebagai goresan atau coretan, juga menjadi batas limit suatu bidang atau warna. Ciri khas garis adalah terdapatnya arah serta dimensi yang memanjang. Garis dapat tampil dalam bentuk lurus, lengkung, gelombang, zigzag dan lainnya. Garis adalah unsur dasar untuk membangun bentuk atau konstruksi desain dan garis merupakan elemen terbanyak yang digunakan dalam menciptakan sebuah gambar.

2.2.3.2. Raut, Bangun (*shape*)

Kata raut atau bangun dapat menunjuk pada sesuatu yang menggumpal, padat dan sintal (Sunaryo, 2001: 9). Unsur rupa raut adalah pengenalan bentuk yang utama. Sebuah bentuk dapat dikenali dari rautnya, apakah sebagai suatu bangun yang pipih datar, yang menggumpal padat atau berongga, ber-*volume*, lonjong, bulat, persegi dan sebagainya. Raut dapat ditampilkan dengan kontur.

2.2.3.3 Warna (*color*)

Warna merupakan sensasi yang ditimbulkan oleh otak sebagai akibat adanya sentuhan gelombang-gelombang cahaya retina mata. Warna adalah

kualitas rupa yang dapat membedakan kedua obyek atau bentuk yang identik raut, ukuran dan nilai gelap terangnya (Sunaryo, 2001:12). Warna berkaitan langsung dengan perasaan dan emosi, karena itu warna menjadi unsur penting dalam ungkapan seni rupa dan desain. Melalui bentuk seseorang dapat mengenali warna, sebaliknya mengenali bentuk dengan warna.

2.2.3.4. Gelap-terang (*light-dark, tone*)

Unsur rupa gelap terang juga disebut nada, ada pula yang menyebut unsur rupa cahaya. Cahaya yang berasal dari matahari selalu berubah-ubah derajat intensitasnya, maupun sudut jatuhnya. Cahaya menghasilkan bayangan dengan keanekaragaman kepekatannya, serta menerpa pada bagian benda-benda sehingga tampak terang (Sunaryo, 2001:19).

2.2.3.5. Tekstur (*texture*)

Tekstur adalah tampilan atau sifat permukaan dari suatu benda yang dapat dinilai dengan indera peraba maupun penglihatan. Sifat permukaan dapat halus, polos, kasar, licin, lunak, keras dan sebagainya.

2.2.4 Prinsip Desain Komunikasi Visual

Untuk menciptakan desain yang baik perlu diperhatikan beberapa prinsip desain untuk mengorganisasikan unsur-unsur desain, prinsip-prinsip desain tersebut antara lain:

2.2.4.1 Keseimbangan/ *Balance*

Keseimbangan secara umum dapat didefinisikan sebagai nilai yang muncul dari susunan bagian-bagian dalam satu kesatuan yang memberikan

perasaan kesetimbangan atau kesebandingan (Wallschelaeger, 1992: 373). Keseimbangan atau *balance* merupakan prinsip dalam komposisi yang menghindari kesan berat sebelah atas suatu bidang atau ruang yang diisi dengan unsur-unsur rupa (Kusrianto, 2007: 38). Keseimbangan dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu keseimbangan simetri dan asimetri. Keseimbangan simetri tercapai jika adanya kesamaan ukuran unsur visual yang dimunculkan. Keseimbangan asimetri tercapai tidak berdasarkan keadaan yang serba sama, melainkan permainan untuk mengimbangi bentuk yang lebih besar misalnya dengan intensitas warna.

2.2.4.2 Kesatuan/ *Unity*

Kesatuan dapat diartikan sebagai kondisi keberadaan susunan elemen visual untuk mencapai keselarasan (Wallschelaeger, 1992: 373). Kesatuan terjadi jika semua komponen-komponen visual mempunyai sifat-sifat yang sama. Sebagai contoh, garis-garis yang terdapat pada suatu bidang mempunyai sifat lengkung maka bidang lain pun terdapat bidang mempunyai unsur garis lengkung. Lain halnya jika adanya penambahan perbedaan misalnya garis tegas akan menjadi sebuah komposisi komplementer. Pertimbangan tersebut menjadi strategi lain dalam menerapkan komposisi.

2.2.4.3 Keselarasan/ *Harmony*

Menurut Wallschelaeger (1992 : 373) keselarasan dapat didefinisikan sebagai ketetapan keberaturan visual atau hubungan kualitas visual antara

elemen-elemen visual dalam satu komposisi. Penilaian keselarasan atau *harmony* tergantung pada kepekaan dan indrawi.

2.2.4.4 Kesebandingan/ *Proportion*

Sistem proporsional merupakan hubungan visual dari ukuran, *shape*, dan kuantitas dari bagian-bagian terhadap keseluruhannya (Wallschelager, 1992: 220). Keseimbangan dan keselarasan dapat diperoleh dengan baik maka dapat memenuhi nilai komposisi dengan baik. Proporsi diperoleh melalui sistem perbandingan 1 : 2 atau a : b.

2.2.4.5 Irama/ *Rhytym*

Irama dibentuk melalui perulangan dan penyusunan elemen komposisi dalam pola tertentu. Irama dapat ditangkap dengan jelas apabila susunan dari perulangannya sudah memiliki arah yang jelas.

2.2.4.6 Dominasi

Dominasi merupakan penonjolan bagian dari keseluruhan agar tidak terkesan monoton. Dominasi biasanya ditampilkan secukupnya saja bila terlalu berlebihan nantinya akan muncul ketidakteraturan yang mengganggu unsur visual yang lainnya.

2.2.5 Ruang Lingkup Desain Komunikasi Visual

Desain komunikasi visual mengkaji hal-hal yang berkaitan dengan komunikasi dan pesan, teknologi percetakan, penggunaan teknologi multimedia dan teknik persuasi pada masyarakat. Ruang lingkup desain komunikasi visual meliputi: (1) *Advertising* (periklanan), (2) Animasi, (3) Desain identitas perusahaan (*corporate identity*), (4) Desain marka

lingkungan, (5) Multimedia, (6) Desain grafis industri (promosi), (7) Desain grafis media (buku, surat kabar, majalah, dan lain-lain), (8) Cergam (komik, karikatur, poster), (9) Fotografi, tipografi dan ilustrasi.

2.3 Buku Katalog

2.3.1 Pengertian Buku Katalog

Menurut Kartika (2011:23) katalog merupakan salah satu media yang sering digunakan oleh suatu perusahaan atau lembaga untuk mempresentasikan tentang suatu produk, profil, laporan, dan sebagainya. Katalog berasal dari bahasa Indonesia dari kata *Catalog* dalam bahasa Belanda, serta *Catalogue* dari bahasa Inggris. Istilah katalog itu sendiri berasal dari frase Yunani *Katalogos* kata bermakna sarana atau menurut, sedangkan *logos* memiliki berbagai arti seperti kata, susunan, alasan dan nalar. Jadi katalog dari segi kata bermakna sebuah karya yang isinya disusun menurut cara yang masuk akal, menurut sebuah simpanan rencana atau hanya berdasarkan kata demi kata.

Sekilas katalog hanya sebatas selembbar kertas atau buku namun dibalik itu katalog memiliki beberapa fungsi yang salah satunya yakni sebagai media promosi barang atau jasa. Umumnya perusahaan membuat katalog dengan menampilkan serangkaian produk atau jasa yang mereka tawarkan. Pemaksimalan fungsi katalog tersebut dapat dicapai dengan menampilkan produk dan jasa secara jelas termasuk dengan pencantuman harga. Selain menampilkan data-data tersebut kadang kala katalog dilengkapi dengan informasi perusahaan ataupun visi misinya.

Katalog juga tidak hanya mempromosikan mengenai barang-barang yang dijual, namun juga berisi informasi mengenai suatu obyek misalnya obyek pariwisata. Katalog tersebut berfungsi sebagai informasi yang persuasif. Setidaknya dengan informasi yang didapat, calon pengunjung atau wisatawan dapat mengetahui untuk selanjutnya mempersuasi agar datang ke tempat tersebut.

Katalog cenderung terdistribusi langsung kepada target pasar, biasanya penjual membagikan langsung kepada calon konsumen. Dengan demikian katalog menjadi salah satu media yang efektif dan efisien dalam menginformasikan produk atau jasa langsung tepat kepada sasaran yang dituju.

2.3.2 Unsur Katalog

Katalog terdiri dari enam unsur, yaitu cover, kolofon, daftar isi, kata pengantar, isi dan biografi penulis:

2.3.2.1. *Cover*

Cover adalah tempat dimana judul itu berada, *cover* buku atau sampul sebuah buku dapat dinilai dari berbagai sudut pandang yang beranekaragam seperti permainan warna-warna yang sesuai dengan konsep buku, pemilihan gambar yang serupa dengan konsep, sampai pemakaian huruf atau tipografi huruf yang harmonis akan membuat tampilan *cover* buku menjadi lebih menarik. *Cover* buku yang memiliki daya seni tinggi yaitu memiliki arti tersendiri dari sebuah desain *cover* buku itu sendiri (<http://artcolonydesaingrafis.blogspot.com>, 22 Januari 2014).

2.3.2.2. Kolofon

Menurut Glaiser (dalam Wibowo, 2014:16) kolofon adalah pemberian singkat mengenai catatan penerbitan atau produksi yang relevan. Dalam buku-buku modern kolofon biasanya ditempatkan pada bagian halaman judul, tapi kadang juga ditempatkan di akhir buku. Data yang dicantumkan yaitu nama penulis, nama pemeriksa, nama penerbit, tempat penerbit, tahun terbit, cetakan, dan detail yang relevan lainnya.

2.3.2.3. Daftar Isi

Daftar isi memuat nomor petunjuk halaman judul dalam buku dari awal halaman sampai halaman akhir. Fungsi daftar isi memudahkan pembaca mengetahui informasi isi buku secara garis besar tapi detail menurut Glaiser (dalam Wibowo, 2014:17).

2.3.2.4. Kata Pengantar

Kata pengantar adalah halaman yang berisi ucapan-ucapan atas selesainya penulisan karya, baik tentang ucapan rasa syukur, ucapan terima kasih, tujuan, manfaat, serta kritik dan saran yang membangun. Kata pengantar terbagi dalam tiga bagian yaitu pembukaan, isi dan penutup menurut Glaiser (dalam Wibowo, 2014:17).

2.3.2.5. Isi

Berisi bab, sub-bab yang merupakan inti dari buku. Unsur-unsur yang terkandung di dalam sebuah isi adalah tulisan, tulisan adalah suatu catatan atau informasi pada suatu media dengan menggunakan aksara/symbol. Tulisan bertujuan untuk menyampaikan informasi, walaupun pada saat ini kebanyakan dari kita tidak memahaminya, tapi pada zaman dulu mungkin

saja itu merupakan *trend* yang biasa mereka lihat dan dimengerti. Jadi sama saja, tulisan dari zaman dulu hingga sekarang ditujukan untuk menyampaikan informasi melalui simbol/ aksara tertentu. Kemudian gambar, gambar adalah suatu perpaduan titik, garis, bidang, dan warna yang dikomposisikan untuk mencitrakan sesuatu. Tujuan penggunaan gambar pada sebuah buku adalah untuk menerangkan informasi. Kekuatan gambar adalah segalanya. Selain dijadikan sebagai komunikasi dan pencitraan gambar juga bisa dijadikan sebagai logo atau simbol. (<http://writhink.wordpress.com/2010/03/16/kenali-bagian-bagian-utama-buku/>, 22 Januari 2013).

2.3.2.6. Biografi Penulis

Biografi penulis pada hakikatnya bersisi tentang riwayat penulis. Manfaat biografi dimana pembaca dapat mengetahui pencipta karya. (<http://blogspot.ca/2013/02/bopgrafi>, diakses tanggal 20 September 2013).

2.3.3. Keunggulan dan kelemahan Katalog

2.3.3.1 Keunggulan

Keunggulan penggunaan katalog diantaranya, biaya yang dikeluarkan relatif lebih murah dibanding dengan media audio dan visual ataupun audio visual karena hanya menggunakan media cetak itu sendiri, tanpa harus menggunakan alat pendukung lain dalam penyampaiannya. Proses penyampaian dapat disesuaikan dengan kondisi yang ada, lebih terperinci dan jelas, karena dapat lebih banyak mengulas tentang pesan yang disampaikan.

2.3.3.2. Kelemahan

Kelemahan penggunaan katalog diantaranya katalog tidak menyebar keseluruh masyarakat disebabkan keterbatasan penyebaran katalog (<http://diglib.petra.ac.id>, 20 September 2013). Kelemahan dari penyebaran katalog ini disikapi dengan sosialisasi secara langsung oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan tentang potensi pariwisata ke masyarakat.

2.3.4. Pengertian *Layout*

Layout didalam bahasa memiliki arti tata letak. Sedangkan menurut istilah, *layout* merupakan usaha untuk menyusun, menata, atau memadukan elemen-elemen atau unsur-unsur komunikasi grafis (teks, gambar, tabel dll) menjadikan komunikasi visual yang komunikatif, estetik dan menarik. Di sini diperlukan pertimbangan ketika sedang mendesain suatu informasi yang seefektif mungkin. Tujuan utama *layout* adalah menampilkan elemen gambar dan teks agar menjadi komunikatif dalam sebuah cara yang dapat memudahkan pembaca menerima informasi yang disajikan. (<https://loekmanulkim.wordpress.com/2012/03/19/tata-letak-layout/>).

Tata letak atau *layout* dalam penataan katalog berfungsi untuk mengatur keseimbangan dalam poster. Penataan elemen-elemen fotografi dengan pertimbangan keserasian dan keselarasan. Keseimbangan ini dipengaruhi oleh ukuran, bentuk, kecerahan atau kegelapan warna dan

sebagainya. Penempatan unsur-unsur pada suatu posisi untuk menentukan keseimbangan, yaitu :

- 1) Keseimbangan formal atau simetris, yaitu keseimbangan yang ditentukan oleh penggunaan unsur-unsur yang sama pada kedua belah pihak dari garis lurus melalui pusat ruang.
- 2) Keseimbangan informal atau asimetris, yaitu unsur-unsur pembentuk menjadi seimbang disekitar pusat optik.
- 3) Keseimbangan dengan fokus optik, yaitu unsur-unsur pembentuk disusun secara seimbang mengikuti titik fokus dan unsur yang akan diletakkan dititik poros harus ditempatkan kira-kira $1/20$ x tinggi, sehingga akan terlihat tidak rendah namun seimbang.

2.3.4.1 Prinsip *Layout*

Menurut Surianto Rustan (2009:73-86), prinsip dasar layout merupakan prinsip dasar desain grafis. Berikut merupakan prinsip-prinsip layout, antara lain:

1) *Sequence*

Sequence yang berarti urutan perhatian, atau banyak yang menyebut dengan istilah *hierarki/ flow/* aliran. Ini mempermudah seseorang dapat mengurutkan dari yang harus dibaca pertama hingga yang dibaca belakangan. Apabila semua informasi ditampilkan sama kuat, pembaca akan kesulitan untuk menangkap pesannya. Fungsi *sequence* disini membuat pembaca secara otomatis mengurutkan pandangan matanya sesuai keinginannya.

2) *Emphasis*

Emphasis memberikan penekanan tertentu. *Emphasis* dapat diciptakan dengan berbagai cara yaitu:

- a. Memberi ukuran yang lebih besar dibandingkan elemen *layout* lainnya pada halaman tersebut.
- b. Warna yang kontras sehingga terlihat berbeda dengan latar belakang dan elemen lainnya.
- c. Di letakkan pada posisi strategis yang menarik perhatian.
- d. Menggunakan bentuk atau *style* yang berbeda.

3) *Balance* atau keseimbangan

Digunakan sebagai pengatur keseimbangan sehingga tercipta pembagian berat yang merata pada suatu bidang *layout*. Bukan berarti seluruh bidang *layout* harus dipenuhi dengan elemen, tetapi lebih berkesan seimbang dengan menggunakan elemen dan peletakkan yang tepat. Ada dua macam keseimbangan suatu *layout*, pertama keseimbangan simetris yang memberi kesan formal cocok untuk desain yang membawa pesan konvensional, berpengalaman, terpercaya, kokoh. Kedua asimetris yang memberi kesan adanya gerakan sehingga terlihat lebih dinamis dan tidak statis atau kaku, cocok untuk desain *modern, hi-tech*, bersahabat dan muda. Jan Tschichold, seorang *typographer*, desainer, guru dan penulis, pernah mengatakan *layout* asimetris memiliki kelebihan, Secara optis keseluruhan penampilannya jauh lebih efektif daripada *layout* simetris.

4) *Unity*

Menciptakan kesatuan secara keseluruhan. Semua elemen harus saling berkaitan dan disusun secara tepat yang mencangkup selarasnya elemen-elemen yang terlihat secara fisik dan pesan yang ingin disampaikan dalam konsepnya.

2.4. Pengertian Pariwisata

Menurut Wahab dalam Yoeti (1994: 116) pariwisata adalah suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapat pelayanan secara bergantian di antara orang-orang dalam suatu negara itu sendiri/ di luar negeri, meliputi pendiaman orang-orang dari daerah lain untuk sementara waktu mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang dialaminya, sehingga memperoleh pekerjaan tetap. Istilah pariwisata terlahir dari bahasa Sansekerta yang komponen-komponennya terdiri dari *Pari*: penuh, lengkap, berkeliling; *wis* (man): rumah, *property*, kampung, komunitas; sedangkan *ata*: pergi, mengembara (*roaming about*) yang bila dirangkai menjadi satu kata melahirkan istilah pariwisata, berarti pergi secara lengkap meninggalkan rumah (kampung) berkeliling. Dalam operasionalnya istilah pariwisata sebagai pengganti istilah asing *tourism* atau *travel* diberi makna oleh Pemerintah Indonesia: “Mereka yang meninggalkan rumah untuk mengadakan perjalanan tanpa mencari nafkah di tempat-tempat yang dikunjungi sambil menikmati kunjungan mereka” (Pendit 2006: 3).

Dengan lahirnya istilah pariwisata, maka Dewan Tourisme Indonesia (DTI) resmi tampil dengan nama Dewan Pariwisata Indonesia (DEPARI) pada

tanggal 16 Agustus 1961 dirayakan di Jalan Diponegoro 25 Jakarta Pusat sebagai kantor pusat DEPARI. Pengetahuan Kepariwisata (Undang-Undang Nomor 90 Tahun 1990) menyebutkan beberapa pengertian antara lain, wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata. Wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata. Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan obyek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut. Kepariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata. Usaha pariwisata adalah kegiatan yang bertujuan menyelenggarakan jasa pariwisata atau menyediakan atau mengusahakan obyek dan daya tarik wisata, usaha sarana pariwisata dan usaha lain yang terkait di bidang tersebut. Obyek dan daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang menjadi sasaran wisata. Kawasan pariwisata adalah kawasan dengan luas tertentu yang dibangun atau disediakan untuk memenuhi kebutuhan pariwisata.

Menurut penulis dapat ditarik kesimpulan bahwa pariwisata merupakan perjalanan berupa kegiatan wisata yang didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan Pemerintah Daerah. Pariwisata merupakan kebutuhan akan kesehatan dan pergantian hawa, penilaian yang sadar dan menumbuhkan cinta terhadap keindahan alam dan sebagainya yang bertujuan untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata.

2.5. Wisata Kota Lama Semarang

2.5.1. Profil Singkat Kota Semarang

Menurut Kadarwati (2008:27) Kota Semarang terletak diantara $06^{\circ}50'20$, 69 LS dan garis $110^{\circ}18'56,1$ BT dengan meliputi $373,7 \text{ km}^2$ dan luas wilayah laut ± 18.000 ha yang dibatasi oleh :

1. Sebelah barat berbatasan dengan kab. Kendal
2. Sebelah timur berbatasan dengan kab. Demak
3. Sebelah selatan berbatasan dengan kab. Semarang
4. Sebelah utara berbatasan dengan laut Jawa dengan sepanjang garis pantai ± 13.6 km dan garis sempadan pantai 25 km (bappenda Kota Semarang).

Sedangkan dari hasil survei Dinas Kelautan dan Perikanan Kota Semarang tahun 2005 diperoleh data panjang garis pantai 21 km. Sedangkan hasil perhitungan pada tahun 2006 adalah 22,71 km (panjang standar) dan 27,28 km (panjang dengan lekuk). Secara administratif Kota Semarang dibagi menjadi 16 kecamatan dan 177 kelurahan. Sungai Garang dan sungai Kreo membagi Kota Semarang menjadi wilayah timur dan barat, sebagai faktor utama yang membentuk Kota Semarang sebagai kota perbukitan dan kota pantai. (Kadarwati, 2008:26)

2.5.2. Sejarah Kota Semarang

Sejarah Kota Semarang dimulai dari seorang putra mahkota kesultanan Demak bernama Pangeran Made Pandan. Pangeran ini diharapkan untuk menjadi penerus dari ayahandanya, yaitu Pangeran Adipati Sepuh atau Sultan Demak II. Sayangnya, beliau tidak ingin menggantikan kedudukan ayahnya. Beliau

bermaksud menjadi seorang ulama besar. Pada saat ayahandanya wafat, kekuasaan diserahkan kepada Sultan Trenggana. Bersama putranya yang bernama Raden Pandan Arang, Pangeran Made Pandan kemudian meninggalkan kesultanan Demak menuju ke arah barat daya. Selama di perjalanan, beliau selalu memperdalam agama Islam dan mengajarkannya kepada orang lain. Akhirnya, sampailah beliau ke suatu tempat yang terpencil dan sunyi. Beliau memutuskan untuk menetap di sana. Di situlah Made Pandan mendirikan pondok pesantren untuk mengajarkan agama Islam. Makin lama muridnya makin banyak yang datang dan menetap di sana. Dengan seizin sultan Demak, Made Pandan membuka hutan baru dan mendirikan pemukiman serta membuat perkampungan. Karena di hutan tersebut banyak ditumbuhi pohon asam yang jaraknya berjauhan, maka disebutnya Semarang. Berasal dari kata *asem* dan *arang*. Sebagai pendiri desa, beliau menjadi kepala daerah setempat dan diberi gelar Ki Ageng Pandan Arang I. Sepeninggal beliau, pemerintahan dipegang oleh putra beliau yaitu Ki Ageng Pandan Arang II. Di bawah pemerintahan Pandan Arang II, daerah Semarang semakin menunjukkan pertumbuhan yang meningkat. Semarang kemudian dijadikan kabupaten, dan Pandan Arang II diangkat menjadi bupati Semarang yang pertama. Peristiwa ini terjadi pada tanggal 12 rabiul awal 954 H, bertepatan dengan maulud nabi Muhammad SAW atau tanggal 2 Mei 1547 M. Masa kemakmuran yang dialami rakyat bersama bupati Pandan Arang II ternyata tidak berlangsung lama. Sebab Pandan Arang II melakukan banyak kekhilafan yang akhirnya membuat Sunan Kalijaga datang untuk memperingatkannya.

Sesuai dengan nasihat Sunan Kalijaga, Bupati Pandan Arang II mengundurkan diri dari jabatannya dan kemudian meninggalkan Semarang menuju arah selatan. Beliau menetap di Bukit Jabalkat sampai akhir hayat. Bupati pengganti Pandan Arang II adalah Raden Ketib, Pangeran Kanoman atau Pandan Arang II yang merupakan adik dari Pandan Arang III. Beliau memerintah selama 33 tahun. Adanya pusat penyiaran agama Islam menarik orang untuk datang dan bermukim di Semarang sehingga daerah ini semakin ramai. Semarang juga dikenal sebagai pelabuhan yang penting, sehingga pedagang-pedagang yang datang pun tidak hanya berasal dari sekitar Semarang namun juga dari Arab, Persia, Cina, Melayu dan juga Belanda. Bangsa asing tersebut juga membuat pemukiman mereka di Semarang. Wilayah permukiman di Semarang terkotak-kotak menurut etnis. Dataran Muara Kali Semarang merupakan pemukiman orang-orang Belanda dan Melayu, di sekitar jalan Raden Patah bermukim orang-orang Cina, sedangkan orang Jawa menempati sepanjang kali Semarang dan cabang-cabangnya. Pada tahun 1678, karena terbelit hutang pada Belanda akhirnya Amangkurat II menggadaikan Semarang untuk Belanda. Sejak saat itulah, Semarang berada di bawah kekuasaan Belanda dan berubah fungsi dominannya menjadi daerah pertahanan militer dan perniagaan Belanda karena letak yang strategis. Belanda mengangkat Kyai Adipati Surohadimenggolo IV menjadi bupati Semarang. Belanda juga memindahkan kegiatan pertahanan militer Belanda dari Jepara ke Semarang, atas dasar perjanjian dengan Paku Buwono I. Sejak itu terjadi perubahan status, fungsi, fisik serta kehidupan sosial Semarang. Semarang menjadi pusat kegiatan politik VOC. Di bawah kolonialisme

Belanda, perkembangan Semarang cukup pesat. Belanda banyak sekali membangun fasilitas-fasilitas publik, membangun vila-vila, penduduk pribumi pun juga mengembangkan perkampungannya. Semarang telah menjadi pusat pemerintahan Belanda di Jawa Tengah. Pada tahun 1864 dibangun rel kereta api pertama di Indonesia mulai dari Semarang menuju Solo, Kedungjati sampai Surabaya, serta Semarang menuju Magelang dan Yogyakarta.

Dibangun pula dua stasiun kereta api di Semarang, yaitu stasiun Tawang dan stasiun Poncol yang hingga kini masih ada dan beroperasi dengan baik. Tidak hanya itu, pelabuhan Semarang juga berkembang pesat dengan berlabuhnya pedagang dari berbagai negara. Pelabuhan ini kemudian dibangun dalam bentuk dan kapasitas yang lebih memadai dan mampu didarati oleh kapal-kapal besar. Di samping itu kaum pribumi pun ikut memajukan perekonomiannya dengan berdagang berbagai keperluan yang sangat dibutuhkan para pedagang tersebut. Selanjutnya secara berturut-turut muncul perkembangan lainnya seperti pada tahun 1857 layanan telegram antara Batavia-Semarang-Ambarawa-Soerabaja mulai dibuka, tahun 1884 Semarang mulai melakukan hubungan telepon jarak jauh (Semarang-Jakarta dan Semarang-Surabaya), dibukanya kantor pos pertama di Semarang pada tahun 1862. Di tengah perkembangan yang amat pesat tersebut, agama Islam tetap berkembang. Kebudayaan Islam pun turut berkembang, antara lain dengan munculnya tradisi dugderan, yaitu tradisi untuk mengumumkan kepada rakyat bahwa bulan ramadhan telah dimulai. Tradisi itu dimulai pada tahun 1891. Istilah dugderan diperoleh dari tata cara tradisi tersebut yaitu membunyikan suara beduk kemudian disertai dengan suara meriam, kemudian

jadilah istilah dugderan. Tidak hanya kebudayaan Islam, agama lain juga mengalami perkembangan. Hal ini terlihat dengan munculnya berbagai tempat ibadah selain masjid seperti gereja dan kelenteng. Ini terjadi karena banyak sekali pendatang yang masuk Semarang dengan membawa agama serta budaya mereka masing-masing. Mulai tahun 1906 Semarang terlepas dari kabupaten dan memiliki batas kekuasaan pemerintahan kota praja. Pada tahun 1916, Ir.D.de Longh diangkat menjadi walikota pertama Semarang. Pembangunan terus ditingkatkan. Kota Semarang mulai dibenahi dengan sistem administrasi pembangunan. Dengan semakin berkembangnya kota Semarang, mulai tumbuh rasa tidak suka dari kaum pribumi terhadap kolonial Belanda. Mulailah muncul kesadaran untuk melawan penjajah. Akibatnya, politik Belanda berubah dengan menekan pertumbuhan kota Semarang. Kedatangan Jepang pada tahun 1942 membuat kota Semarang tersentak. Mereka datang serentak di berbagai kota Indonesia. Semarang pun diambil alih oleh Jepang. Pemerintahan Kota Semarang dipegang oleh seorang militer Jepang (*Shico*), dengan dibantu oleh dua wakil (*Fucu Shico*) dari Jepang dan Semarang. Pendudukan Jepang ternyata lebih menyengsarakan rakyat. Semua yang dimiliki rakyat diarahkan untuk keperluan peperangan Jepang. Akhirnya dengan semangat tinggi pada tahun 1945 rakyat dan para pemuda bangkit untuk melawan penjajah. Tanggal 14-19 Oktober 1945 pecahlah pertempuran lima hari di Semarang. Pusat pertempuran terjadi di sekitar Tugu Muda. Pertempuran ini turut menewaskan Dr.Karyadi, yang kemudian namanya diabadikan sebagai nama rumah sakit umum terbesar di Jawa Tengah. Akhirnya Jepang pun menyerah dan pergi dari Indonesia. Pasca kemerdekaan, pada tahun 1950 kota Semarang

menjadi kota praja di provinsi Jawa Tengah. Walaupun masih harus menghadapi berbagai keprihatinan, Semarang terus mencoba untuk berbenah diri. Tahun 1976 wilayah Semarang mengalami pemekaran sampai ke Mijen, Gunungpati, Tembalang, Genuk, dan Tugu. Dengan adanya perkembangan dan perluasan wilayah ini maka pemerintah mulai menata pusat-pusat industri, pendidikan, pemukiman dan pertahanan di tempat strategis. (www.kotasemarang.com, diakses tanggal 23 Desember 2013)

2.5.3. Sejarah Singkat Kota Lama

Kota Lama adalah potongan sejarah, karena dari sinilah ibukota Jawa Tengah berasal. Kota Semarang dan Kota Lama seperti dua sisi mata uang yang tidak bisa dipisahkan begitu saja dan tentu menghadirkan keunikan tersendiri. Sebuah gradasi yang bisa dibilang jarang ada ketika dua generasi disatukan hingga menciptakan gradasi yang menarik. Kota Lama Semarang atau yang sering disebut *Outstadt* atau *Little Netherland* adalah sebuah kota yang terdiri dari gedung-gedung tua yang digunakan sejak zaman Belanda. Dahulu, yang disebut Kota Lama hampir seluruh daerah di Semarang. Seiring berjalannya waktu, istilah Kota Lama terpusat pada daerah Sungai Berok hingga menuju daerah Terboyo.

Secara umum karakter bangunan di wilayah Kota Lama mengikuti bangunan-bangunan di benua Eropa sekitar tahun 1700-an. Hal ini bisa dilihat dari bangunan khas dan ornamen-ornamen yang identik dengan gaya Eropa. Seperti ukuran pintu dan jendela yang luar biasa besar, penggunaan kaca-kaca berwarna, bentuk atap yang unik, sampai adanya ruang bawah tanah. Hal ini tentunya bisa dibilang wajar karena faktanya wilayah ini dibangun saat Belanda datang. Tentunya mereka

membawa sebuah konsep dari negara asal mereka untuk dibangun di Semarang tempat baru mereka dan berusaha untuk membuat kawasan ini bagi komunitas mereka. Dari segi tata kota, wilayah ini dibuat memusat Gereja Blenduk dan kantor-kantor pemerintahan sebagai pusatnya, karena Gereja pada saat itu sebagai pusat pemerintahan di Eropa adalah Gereja dan Gubernur. Gereja terlibat dalam pemerintahan dan demikian pula sebaliknya. Bagaimanapun bentuknya dan apapun fungsinya saat ini, Kota Lama merupakan aset yang berharga bila dikemas dengan baik. Kota Lama Semarang bagian dari Semarang yang merupakan ibukota Jawa Tengah yang kerap sekali dilupakan, padahal dari segi sejarah, dari tempat inilah bermula daerah yang dibangun pemerintahan kolonial Hindia Belanda memang memusatkan pembangunan kota di pinggiran daripada pelabuhan. Berdasarkan sejarahnya, Kota Semarang memiliki suatu kawasan yang ada pada sekitar abad ke-18 menjadi pusat perdagangan. Sekarang, dikenal dengan Kawasan Kota Lama (<http://id.wikipedia.org/wiki/kotalamasemarang>, 20 Oktober 2013).

Pada masa itu, untuk mengamankan warga dan wilayahnya, maka kawasan itu dibangun benteng, yang dinamai benteng *Vijhoek*. Untuk mempercepat jalur perhubungan antara ketiga pintu gerbang dibenteng itu maka dibuatlah jalan perhubungan, dengan jalan utamanya dinamai : *de Heeren Straat*. Saat ini bernama Jl. Let. Jend. Suprpto. Salah satu lokasi pintu benteng yang ada sampai saat ini adalah Jembatan Berok, yang disebut *de Zuider Port*. Jalur pengangkutan lewat air sangat penting hal tersebut dibuktikan dengan adanya sungai yang mengelilingi kawasan ini yang dapat dilayari dari laut sampai dengan daerah

Sebandaran, kawasan Pecinan. Masa itu Hindia Belanda pernah menduduki peringkat kedua sebagai penghasil gula seluruh dunia. Pada waktu itu sedang terjadi tanam paksa (*cultur stelsel*) diseluruh kawasan Hindia Belanda. Kawasan Kota Lama Semarang disebut juga *Outstadt*. Luas kawasan ini sekitar 31 hektar. Dilihat dari kondisi geografi, nampak bahwa kawasan ini terpisah dengan daerah sekitarnya, sehingga nampak seperti kota sendiri oleh karena itu mendapat julukan "*Little Netherland*". Kawasan Kota Lama Semarang ini merupakan saksi bisu sejarah Indonesia masa kolonial Belanda lebih dari 2 abad dan lokasinya berdampingan dengan kawasan ekonomi. Ditempat ini ada sekitar 100 bangunan kuno yang masih berdiri dengan kokoh dan mempunyai sejarah Kolonialisme di Semarang. Kota Lama Semarang ini adalah daerah yang bersejarah dengan banyaknya bangunan kuno yang dinilai sangat berpotensi untuk dikembangkan dibidang kebudayaan, pariwisata dan ekonomi.

2.6. Objek Wisata Kota Lama Semarang

Obyek wisata di Kota Lama Semarang merupakan gedung-gedung tinggi yang berarsitektur Eropa. Menurut Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 8 Tahun 2003 tentang Rencana Tata Bangunan dan Lingkungan (RTBL) Kawasan Kota Lama Semarang adalah; sebelah Utara adalah Jl. Merak, sebelah Selatan adalah Jl. Sendowo, sebelah Barat adalah Kali Semarang dan Kawasan Sleko, sebelah Timur adalah Jl. Cendrawasih.

Bangunan tua yang masih terawat dan terjaga disekitar Kawasan Kota Lama Semarang digunakan sebagai kantor-kantor dan sebagian bangunan

ditinggalkan penghuninya berikut obyek wisata yang terdapat di Kota Lama Semarang:

2.6.1. Jl. Let. Jend. Suprpto.

Pada masa pemerintahan Belanda, jalur ini merupakan struktur utama kawasan dan salah satu jalan utama, yang dikenal dengan nama *de Heeren straat*. Sebagai jalan utama, dikawasan ini banyak berkumpul bangunan kuno bernilai historis dan arsitektural yang tinggi. Kondisi bangunan pada umumnya cukup terawat dan kesatuan masing-masing bangunan membentuk *serial vision* yang menarik. *Urban heritage* yang terdapat di jalan ini antara lain :

2.6.1.1 Gereja Blenduk.

Berlokasi di Jl. Let. Jend. Suprpto 32. Gereja beratap kubah ini dibangun pada tahun 1753, dan pada jaman Belanda dikenal sebagai '*de nederlandsche Indische Kerk*'. Perencanaanya adalah arsitek Belanda bernama H. P. A. de Wilde dan W. Wertmaas. Hal ini tertulis pada kolom yang terletak di belakang mimbar. Saat ini kondisi bangunan cukup terawat walaupun ada beberapa bagian yang perlu diperbaiki karena usia yang terlalu tua. Keberadaan gereja Blenduk sendiri menjadi *landmark* kota Semarang pada umumnya dan Kota Lama pada khususnya. Bangunan masih berfungsi dengan baik sebagai tempat peribadatan. Pada rencana mendatang, bangunan gereja ini tetap dipertahankan fungsi dan aktifitasnya. (www.semarang.go.id, diakses tanggal 23 Desember 2013).

2.6.1.2 Eks Gedung Pengadilan Negeri.

Berlokasi di Jl. Let. Jend. Suprpto No. 19, bangunan ini pada masa penjajahan Belanda merupakan gedung pengadilan negeri yang khusus mengadili rakyat non Eropa.

2.6.1.3 Gedung Marba.

Berlokasi di Jl. Let. Jend. Suprpto No. 33. Dibangun pada pertengahan abad XIX, dulu dikenal sebagai toko serba ada 'Ziekel', yang merupakan toko *modern* satu-satunya di Kota Lama pada masa itu. Pembangunannya diprakarsai oleh Marta Bajunet, seorang konglomerat dari Yaman. Melihat bentuk dan kondisi denahnya, gedung Marba ini cocok jika digunakan sebagai gedung pertunjukkan atau ekshebisi kecil. Karena letaknya yang strategis, tepat berada ditengah-tengah kawasan, gedung ini juga dapat digunakan sebagai pusat kegiatan penerimaan wisatawan, *Tourism Center* dan kantor pengelolaan kawasan.

2.6.1.4 Gedung PT. Asuransi Jiwasraya.

Berlokasi di Jl. Let. Jend. Suprpto 23-25. Gedung ini merupakan salah satu bangunan berarsitektur *modern* pertama di Kota Lama dan merupakan hasil karya arsitek *Thomas Karsten*. Gedung megah yang terletak di ujung koridor Jl. Suari ini merupakan masa pembentukan aksis visual ke arah Gereja Blenduk yang kondisinya terawat.

2.6.1.5 *Paradeplein* / Lapangan Parade

Berlokasi di Jl. Taman Srigunting. Dulu merupakan lapangan tempat tentara Belanda berparade dan berlatih. Lapangan parade yang dulu

merupakan rumput, saat ini sudah menjadi taman yang kondisinya cukup terawat.

2.6.1.6 Kantor Telekomunikasi

Bangunan ini terletak di Jl. Let. Jend. Suprpto No. 7. Bangunan ini didirikan sekitar tahun 1907 bersamaan dengan Kantor Pos Semarang. Bangunan ini dirancang sesuai untuk daerah tropis, berada tepat di mulut Jl. Branjangan yang pada waktu itu bernama *Stadthuis Straat*. Kantor ini sekarang masih dimanfaatkan sebagai kantor Telkom dan dulu merupakan Kantor Telegraf.

2.6.1.7 Kantor Advokat

Berlokasi di Jl. Let. Jend. Suprpto. Semula dikenal sebagai kantor advokat *Oei Tiong Ham Concern*. Gedung besar yang ada di sudut jalan ini sekarang masih berfungsi sebagai kantor advokat dan dalam kondisi kurang terawat. Letaknya bersebelahan dengan gedung PT. Rajawali Nusindo dan PT. Perkebunan XV membentuk suatu komposisi bangunan yang menarik.

2.6.1.8 Galeri Semarang

Ruang pameran ini menempati bangunan berusia hampir satu abad. Bangunan aslinya merupakan kantor perusahaan asuransi *Indische Llyod*. *Semarang Contemporary Art Gallery* ini perlu dikunjungi. Di Galeri seni ini terdapat banyak koleksi lukisan, patung dan benda-benda seni yang selalu berganti sesuai dengan tema yang dipamerkan.

2.6.1.9 Jembatan Berok

Berlokasi di ujung Jl. Let. Jend. Suprpto. Jembatan ini merupakan penghubung antara Jl. Let. Jend. Suprpto dengan Jl. Pemuda. Mengingat usia jembatan sudah cukup tua, sementara intensitas lalu lintasnya semakin bertambah, maka di samping jembatan lama didirikan jembatan baru. Di zaman Belanda, jembatan ini disebut '*Gouvernements Brug*' karena letaknya dekat dengan '*de Groote Huis*'. Nama resmi ini kemudian berubah menjadi '*Societeits Brug*' karena di depannya terdapat '*Societeit de Harmonie*'. Kata 'Berok' berasal dari bahasa Belanda '*Brug*' yang berarti jembatan. Jembatan ini sangat potensial untuk dikembangkan sebagai pintu gerbang utama masuk ke dalam kawasan. Untuk lebih memanfaatkan keindahan jembatan ini, Sungai Semarang yang melintas di bawahnya juga harus dikembangkan dan dikembalikan kepada kapasitas aslinya yang dapat dilayari oleh kapal-kapal kecil.

2.6.1.10 Gedung H. Spiegel

Berlokasi di ujung Jl. Srigunting dan Jl. Kedasih. Dahulu digunakan oleh Perusahaan Winkel Maatschappij '*H. Spiegel*', yang didirikan tahun 1895. Perusahaan ini antara lain mengelola toko yang menyediakan barang keperluan sehari-hari dengan model baru.

2.6.1.11. Roode Driehoek

Sebuah bangunan terselip di antara bangunan lawas lain di belakang Gereja Blenduk. Di atas pintu utamanya tertulis R-ode Driehoek. Samarasamar terlihat huruf O, jadi seharusnya Roode Driehoek yang dalam bahasa Inggris artinya *Red Triangle*. Pintu dan jendelanya yang besar dan

berteralis serta bentuk bangunannya yang sederhana menandakan bangunan ini lebih menekankan fungsi bukan keindahan. Dulunya adalah benteng dan bagian dari bangunan di sebelah kanannya pada jaman kolonial berfungsi sebagai gudang.

2.6.1.12. Gedung Borsumji

Terletak di sisi kanan Gereja Blenduk. *Borsumij* atau *Borneo Sumatra Maatschappij* adalah karya arsitek J.F.L. Blankenberg. Bangunan ini dibangun pada tahun 1938 dan dirancang untuk mendapatkan penerangan serta sirkulasi udara secara alami.

2.6.1.13. Gedung Borsumy

Gudang dinas pendidikan provinsi Jawa Tengah. Menurut informasi yang saya peroleh, gedung yang dulunya bernama Dorsumy ini, pada zaman kolonial Belanda gedung ini dijadikan sebagai gudang roti. Baru pada tahun 1967, gedung ini dialih fungsikan sebagai gudang Dinas Pendidikan.

2.6.1.14 Taman Garuda *Art Space*

Terletak di Jl. Garuda Kota Lama Semarang dan telah direnovasi sehingga menjadi salah satu sarana umum bagi pengunjung kawasan Kota Lama Semarang. Fungsi lain taman ini sebagai salah satu ruang seni terbuka (*Outdoor art space*). Selain bangunan-bangunan tua yang sudah ada tentunya taman ini menjadi salah satu daya tarik wisata dikawasan Kota Lama Semarang.

2.6.2 Jl. Kepodang

Pada masa pemerintahan kolonial, Jl. Kepodang yang semula bernama *Hoogendorp straat* ini merupakan jalan utama dalam kawasan Kota Lama,

sehingga tidak mengherankan apabila pada kawasan ini berkumpul banyak bangunan kuno dengan historis tinggi, di samping *style* arsitektur yang *spesifik*. Saat ini sebagian besar bangunan kuno di kawasan ini masih dapat dipertahankan keberadaannya sehingga kawasan ini menjadi tempat berkumpulnya *urban heritage*, seperti halnya Jl. Mpu Tantular, Jl. Let. Jend. Suprpto, Jl. Ronggowarsito. *Urban heritage* pembentukan *serial vision* kawasan adalah :

2.6.2.1 PT. Perkebunan XV

Berlokasi di Jl. Mpu Tantular 5. Dahulu digunakan untuk kantor '*NV Cultuur Maatschappijder Vorstenlandeen*' Gedung dengan komposisi dan bangunan menarik ini merupakan bagian dari *edges* kawasan Kota Lama, dan saat ini masih dalam kondisi terawat.

2.6.2.2 PT. Pelni

Berlokasi di Jl. Mpu Tantular 27. Dulu merupakan kantor *NV. Bouw Maatschappy* (Badan Perencanaan Bangunan Daerah. Pemerintah Kotamadya Daerah Dati II Semarang). Konservasi Bangunan dan Lingkungan Kotamadya Dati II Semarang kondisi bangunan ini kurang terawat.

2.6.2.3 PT. Rajawali Nusindo

Berlokasi di Jl. Kepodang 25-27. Bangunan yang didirikan pada tahun 1930 ini semula digunakan untuk kantor dagang *Oei Tiong Ham Concern* milik Oei Tiong Ham, yang pada masanya terkenal sebagai orang kaya di Semarang. Perencananya adalah seorang ahli bangunan atau dapat pula disebut sebagai arsitek, berkebangsaan Cina, bernama Liem Bwan

Tjie. Setelah masa kolonialisme berakhir, bangunan ini diambil alih oleh Pemerintah RI. Sekarang gedung ini tetap berfungsi sebagai perkantoran dan dalam kondisi terawat.

2.6.2.4 Bank Exim

Berlokasi di Jl. Mpu Tantular 19. Dulu merupakan rumah tonil dengan nama '*Societeit de Harmonie*'. Gedung megah yang pelaksanaan pembangunannya dimulai pada tahun 1908 ini pernah menjadi kantor '*Nederlands Handel Maatschappij*' yang dikuasai oleh Pemerintah Hindia Belanda. Bekas gedung tonil yang memiliki komposisi arsitektur yang menarik ini sekarang digunakan sebagai kantor Bank Exim dan dalam kondisi terawat.

2.6.2.5 Gedung Koperasi Batik

Terletak di Jalan Mpu Tantular 29. Berdiri pada tahun 1930-an. Gedung ini didirikan untuk Koperasi Pengusaha Batik pada waktu itu mengingat pada jaman dahulu batik juga telah diekspor ke luar negeri. Tanggal 4 Mei 1897 diresmikan sejak awal Gabungan Pengusaha Batik berdiri di Indonesia. Bangunan ini mengadaptasi untuk kondisi udara tropis

2.6.2.6 Djakarta Lyold

Bangunan PT. Djakarta Lloyd ini terletak di Jl. Mpu Tantular 23. Pemilik saat ini adalah PT. Djakarta Lloyd (Persero). Arsitek bangunan ini adalah Herman Thomas Karsten setelah mendapat tugas dari *Stoomvaart Maatschappij Nederland* (SMN) suatu usaha di bidang pengangkutan kapal laut. Dilihat dari bangunan ini nampak sudah beradaptasi dengan

kondisi daerah tropis, yaitu mengutamakan pencahayaan dan ventilasi. Kantor PT. Djakarta Lloyd ini, meskipun tampak tua (dibangun tahun 1930) namun lubang angin yang dibuat terangkai mengelilingi jendela tetap unik. Lubang angin juga bisa berbentuk bintang dan terletak pada bagian daun pintu. Bangunan ini berlantai dua tapi ada bagian yang berlantai tiga. Atap bangunan berbentuk limasan, dan bahan penutup atapnya adalah genteng yang didatangkan khusus dari negeri Belanda. Terlihat pada jendela setiap balkon dan jendela yang berbentuk bulat atau melengkung.

2.6.3 Jl. Cendrawasih

Semula Jl. Cendrawasih yang merupakan batas dari ritus kota benteng lama dikenal dengan nama *Oosterwal straat*, namun di kemudian hari, sering dengan bertambahnya fungsi kawasan sebagai distrik budaya, jalan ini juga memiliki nama lain, yaitu *Komodie Straat. Urban Heritage* yang terdapat pada jalan ini antara lain :

2.6.3.1 Stasiun Kereta Api Tawang

Berlokasi di Jl. Tawang. Stasiun Tawang ini mulai dibangun pada tanggal 17 juni 1864, bersamaan dengan pembangunan jalur kereta api dari Semarang ke Jogja melalui Solo. Pekerjaan pembangunan dipimpin langsung oleh insinyur kepala J. P. de Bordes. Pada waktu itu, pemilik dan pengelolanya adalah *NV. NIS (Nederlandch Indische Spoorweg Maatschappij)*. Setelah kemerdekaan Indonesia, kepemilikan dan pengelolaan bangunan diambil alih oleh Pemerintahan RI dan namanya

diganti menjadi PJKA (Perusahaan Jawatan Kereta Api). Gedung ini masih berfungsi sebagai stasiun kereta api dan kondisi bangunannya pun terawat.

2.6.3.2 Gedung Suara Merdeka

Berlokasi di Jl. Merak No. 11-11a Semarang. Pada zaman Belanda pernah digunakan sebagai kantor *Het Noorden* (salah satu harian Belanda yang terkemuka di Semarang) juga pernah digunakan sebagai kantor harian suara merdeka selama 30 tahun kondisi bangunan terawat.

2.6.3.3 EMKL Marabunta

Berlokasi di Jl. Cendrawasih 23. Bangunan *Societeits Schouwberg* ini berada di tembok perbatasan benteng Kota Lama, yaitu di dinding sebelah timur. Oleh karena itu, jalan di depannya disebut sebagai *Oosterwal straat*. Ketika kemudian gedung tonil ini berdiri, nama jalan di depannya berubah menjadi *Komedie Straat*. Tanggal dan tahun pasti berdirinya bangunan tidak diketahui, namun gedung ini sudah ada saat tahun 1854 berdiri suatu perkumpulan sandiwara atau tonil di kalangan masyarakat Eropa. Perkumpulan itu mengadakan pementasan tiap bulan. Pada waktu itu, gedung ini dimanfaatkan untuk dua fungsi sekaligus, yaitu gedung tonil disebelah selatan dan gedung *cafeteria* sebagai fasilitas penunjang sebelah utara. Pada awal kemerdekaan, gedung ini digunakan oleh Yayasan Empat Lima dan berganti nama menjadi Yayasan Kodam. Anggota Yayasan Empat Lima ini antara lain almarhum mantan Presiden Suharto dan almarhum Soepardjo Roestam.

2.6.3.4 Pabrik Praoe Lajar

Pabrik Rokok Praoe Lajar telah berdiri sejak jaman kolonial Belanda. Tepatnya di Kawasan Kota Lama di Jl. Merak No. 15. Pabrik rokok Praoe Lajar (Prau Lajar) adalah pabrik rokok kretek yang sudah lama beroperasi sejak jaman Kolonial, sampai sekarang. Sebelumnya gedung ini adalah gedung milik *Maintz & Co*, perusahaan distributor listrik swasta pada masa colonial, yang diberikan kewenangan untuk membangun dan mengelola jaringan listrik di Hindia Belanda pada masa awal pengembangan jaringan listrik di Hindia Belanda. Jaringan listrik di Hindia Belanda memang awalnya dikelola oleh swasta hingga saat masa berakhirnya kontrak, pengelolaan lalu diambil alih oleh perusahaan Negara yakni *Algemeene Nederlandsch Indische Electriciteit Maatschappij* (ANIEM). Hingga kini gedung ini digunakan sebagai pabrik rokok Praoe Lajar yang masih beroperasi. Ditengah gempuran korporasi industri rokok di Indonesia, Praoe Lajar masih bertahan sebagai salah satu pabrik rokok indie. Hal ini patut diacungi jempol karna sangat jarang sekali dijumpai di Indonesia. Kita mungkin tak pernah melihat iklan rokok ini di media-media seperti halnya beberapa merek rokok nasional. Sebagai merk rokok indie, segmen Praoe Lajar memang cukup terbatas yakni kalangan menengah kebawah. Mereka menyebut diri mereka sebagai Rokoknya Para Nelayan. Pemasaran produk ini adalah beberapa kota di Jawa Tengah seperti Pemalang, Tegal hingga Pekalongan. Gedung pabrik yang *vintage*

merupakan daya tarik tersendiri di kawasan Kota Lama dan telah ditetapkan sebagai Bangunan Cagar Budaya (BCB) Kota Semarang.

2.6.4 Jl. Ronggowarsito

Selain sebagai suatu distrik religius yang berciri arsitektur *specifik Gothic*, Jl. Ronggowarsito juga dikenal sebagai kawasan gedangan. Kawasan ini merupakan suatu kawasan di luar kota benteng yang kaya akan *urban heritage* dan bernilai historis. *Urban heritage* yang ada, di antaranya adalah :

2.6.4.1 Gereja dan Gedangan

Berlokasi di Jl. Ronggowarsito 9-19. Gereja Santo Yusuf yang biasa disebut sebagai gereja Gedangan ini adalah gereja Katolik pertama di Semarang, merupakan satu-satunya gereja bergaya *Gothic* di Semarang dan simbol kebebasan memeluk agama di masa lalu. Perletakan pertamanya dilakukan pada tanggal 1 oktober 1870, sedangkan pembangunannya sendiri berlangsung selama lima tahun (1870-1875). Perencanaanya adalah seorang arsitek bernama Van Bakel. Gereja ini sudah pernah mengalami pemugaran pada sekitar tahun 1976.

2.6.5 Cafe, Resto dan Bar di Kawasan Kota Lama

Seiring perkembangan jaman di sekitar Kawasan Kota Lama tumbuh berbagai macam jenis usaha mulai dari penjual pernak pernik, pasar jago yang ada sejak dahulu dan beberapa cafe, restaurant, gallery yang mulai berkembang pesat dan kini selain bangunannya di Kawasan Kota Lama Semarang terdapat beberapa tempat yang siap memanjakan para pengunjung yang berkunjung di kawasan ini seperti:

2.6.5.1 Retro Cafe

Terletak di Jl. Garuda, tepatnya belakang Gereja Blenduk Kota Lama Semarang. Awalnya berupa gudang penyimpanan barang yang kurang terawat, lalu pengelola cafe ini melihat peluang yang cukup bagus apabila gudang ini dialih fungsikan sebagai *cafe* dan juga untuk menyimpan barang-barang antik koleksinya. Sehingga, selain menjadi cafe tempat ini juga berfungsi sebagai sarana penyaluran hobi dari pemilik, yang memiliki cukup banyak barang-barang kuno sehingga menciptakan suasana *retro* di cafe ini. Suasana klasik menjadi unggulan tempat ini sehingga sering digunakan sebagai tempat berkumpul komunitas-komunitas yang ada di Semarang, menjadi sarana promosi barang antik, untuk mengadakan acara seminar/*meeting* dan untuk berfoto *prewedding*.

2.6.5.2 Spiegel Bar and Bistro

Terletak di Jl. Let. Jend. Suprpto No. 34 Kota Lama Semarang. Bangunan ini berdiri sejak tahun 1895 dan merupakan salah satu cagar budaya yang dijaga hingga sekarang. Untuk ikut memeriahkan pariwisata di Kota Semarang tempat ini mengalami renovasi dan baru diresmikan menjadi *cafe* pada bulan juni 2015. Awalnya bangunan ini adalah *department store* yang menjual berbagai macam peralatan rumah tangga. Bangunan berlantai dua ini kini difungsikan sebagai *cafe* bergaya eropa yang sangat kental, dapat dilihat dari penataan ruangnya yang terinspirasi suasana pada tahun 1895 dengan bar minuman di tengah-tengah *cafe*.

Pengunjung dapat menikmati berbagai minuman mulai dari minuman beralkohol sampai minuman non- alkohol.

2.6.5.3 Teko Deko Koffiehuis

Terletak di Jl. Let. Jend. Suprpto 44 Kota lama, Semarang. Bangunan awalnya adalah rumah bangsawan, pada tahun 1930 an menjadi pabrik kusen, lalu beralih fungsi sebagai rumah pribadi. Pada 6 Juni 2015 *cafe* ini dibuka dan ikut meramaikan suasana kota lama Semarang. Sesuai namanya Tekodeko Koffiehuis (Rumah kopi) menyediakan berbagai macam sajian kopi dan menu makanan *western food*. Masih mempertahankan bentuk awal bangunan *cafe*, bangunan berlantai 2 ini ditata sedemikian rupa untuk mengembalikan suasana pada jamannya.

2.6.5.4 MGM Cafe Gallery

Pada Tahun 1857 terkenal sebagai gedung komedi di Kota Semarang. Dahulunya milik perseorangan PT. Marabunta yang digunakan sebagai tempat menyimpan gula salah satu komoditi andalan masyarakat Kota Semarang, perusahaan ini adalah perusahaan pengekspor gula terbesar di Indonesia pada jamannya. merupakan replika gedung kesenian yang sering digunakan untuk *perform* berbagai macam kesenian salah satunya yang terkenal adalah *spionase* matahari bernama Margaretha G.M. Di resmikan pada tanggal 25 Juli 2015. Keunggulan *cafe* ini selain tempat yang cukup luas sekitar 25 x 30 m yang dapat menampung sekitar 500 orang untuk acara *wedding*, menyediakan galeri sebagai tempat pameran, tempat *gathering* acara-acara komunitas dan acara rapat dan *live music* pada hari-hari tertentu.

2.6.5.5 Noeri's Cafe

Terletak di Jl. Nuri no.6 Kota lama semarang. Tempat ini adalah cafe yang berdiri pertama kali di kawasan kota lama tepatnya pada bulan Juni 2012. Awalnya bangunan ini berupa gudang ban mobil, lalu oleh pemiliknya (Pak Acong) direnovasi lantai dan cat- nya lalu dijadikan galeri barang antik dan juga *cafe* hingga sekarang ini. Pertama kali melihat cafe ini anda tidak akan mengira ini adalah sebuah cafe karena pada bagian depan cafe ini konsepnya *cafe hindi* yang memilih perpaduan warna merah dan coklat yang terkesan hangat.

2.6.5.6 Pasar Klitikan dan Pasar Jago

Datang ke pasar klitikan dan pasar jago di kawasan Kota Lama Semarang, seolah membawa kita ke masa lalu. Beragam barang yang sehari-hari yang kita gunakan dulu dapat kita jumpai dan bahkan dapat kita miliki lagi ketika mengunjungi pasar ini. Klitikan adalah istilah orang jawa (semarangan) yang berarti barang bekas. Pasar Klitikan ini berada di samping kiri Gereja Blenduk terpisahkan Taman Srigunting, atau berada di ujung JL. Let. Jend. Suprpto. Puluhan Pedagang yang terkumpul pada PADANG RANI (Paguyuban Pedagang Barang Seni) menggelar dagangan di lapak mereka yang tertata rapi. Terdapat sekitar 15 lapak sepanjang jalan. Di pasar ini anda akan menemukan segala macam barang antik, mulai dari gilingan kopi antik, rantang makanan, botol minuman unik, perkakas rumah tangga lainnya seperti telepon koin jadul, gelas- gelas cantik, piring, hiasan rumah, poster, aksesoris wanita dan pria, mata uang koin yang digunakan

sebagai mahar pernikahan, hingga berbagai macam mainan anak tempo dulu yang seakan memutar balik angan kita ke masa kanank-kanak dulu. Awalnya pasar ini hanya buka pada minggu ke- 2 setiap bulannya namun kini dibuka setiap hari, sedangkan pasar jago terdapat di JL. Kepodang, pasar yang beroperasi mulai pukul 06.00 ini sangat ramai setiap harinya, bahkan pengunjungnya tidak hanya berasal dari sekitar Kota Semarang tapi luar kota juga.



BAB 5

PENUTUP

5.1 Simpulan

Proyek Studi ini menghasilkan sebuah rancangan buku katalog wisata dengan mengaplikasikan karya fotografi pada rancangan buku katalog “Jelajah Wisata Kota Lama Semarang”. Untuk menghasilkan karya tercetak yang artistik dan informatif sebagai media promosi pariwisata Kawasan Kota Lama Semarang, dalam pembuatan keseluruhan karya ini harus memperhatikan elemen-elemen dan prinsip-prinsip desain, antara lain elemen visual yang dominan berupa fotografi yang merupakan salah satu elemen yang penting. Sebagai elemen visual, foto menjadi fokus utama dalam pembuatan desain. Selain foto juga didampingi unsur teks guna memberikan informasi. Beberapa foto kemudian diaplikasikan ke dalam layout buku katalog ini berdasarkan prinsip-prinsip desain. Dalam pembuatan karya ini menggunakan bantuan *software* Adobe Phothosop CS6 dan Corel Draw X7. Diharapkan nantinya penyebaran karya ini akan semakin luas sehingga masyarakat dapat dengan mudah memperoleh informasi tentang potensi-potensi wisata yang berada di Kota Semarang.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan di atas, terdapat beberapa saran terkait perancangan karya komunikasi visual sebagai berikut:

1. Bagi desainer harus memperhatikan alokasi waktu penciptaan karya sehingga karya dapat selesai tepat waktu dengan hasil yang maksimal.

Selain itu, melalui karya ini diharapkan dapat memberikan inspirasi dan motivasi kepada desainer lain untuk menciptakan karya dalam bentuk media tercetak dengan pemilihan objek yang berbeda dan lebih kreatif serta bervariasi lagi.

2. Bagi Pemerintah

Diharapkan bagi pemerintah dan lembaga lain yang berkompeten di bidang pariwisata untuk dapat mengembangkan media promosi serta memberikan informasi yang cukup lengkap mengenai wisata yang berada di Kawasan Kota Lama Semarang.

3. Bagi Masyarakat

Dengan adanya proyek studi ini, diharapkan bagi masyarakat agar ikut menjaga serta melestarikan obyek wisata bangunan yang ada di Kawasan Kota Lama Semarang. Melalui media ini pula diharapkan masyarakat dapat dengan mudah memperoleh informasi tentang potensi-potensi wisata yang terus berkembang di sekitar Kawasan Kota Lama Semarang sehingga dapat meningkatkan kunjungan wisatawan dalam maupun wisatawan luar daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Cenadi, Christine Suharto. 1999. *Elemen-elemen dalam Desain Komunikasi Visual*. Nirmana Vol. 1, No. 1, Januari 1999: 1-11.
- Dadan Effendi. 1996. *Buku Pegangan Praktis Fotografi*. Surabaya : Usaha Nasional.
- Davenport, Alma. 1991. *The History of Photography*. University of New Mexico Press.
- Departemen Pendidikan Nasional. 2001. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta : Balai Pustaka.
- Ensiklopedia Bebas Wikipedia. *Katalog*. <http://id.wikipedia.org/wiki/katalog>. (di akses tanggal 23 September 2013).
- Ensiklopedia Bebas Wikipedia. *Kota Lama Semarang*. <http://id.wikipedia.org/wiki/kotalamasemarang>. (diakses tanggal 20 Oktober 2013).
- Kadarwati, Atik. 2008. *Potensi dan Pengemangan Objek Wisata Kota Lama Semarang sebagai Daya Tarik Wisata di Semarang*. Jurusan Perjalanan Wisata Fakultas Sastra dan Seni Rupa. Universitas Sebelas Maret.
- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: ANDI
- Mukti, 2009. *Foto sebagai bentuk komunikasi visual*. <http://ramakertamukti.wordpress.com/2009/01/16/foto-sebagai-bentuk-komunikasi-visual/>. (diakses tanggal 23 Juni 2013).
- Nyoman S, Pendit. 2002. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta. PT. Pradnya Paramita.
- Oka A, Yoeti. 2003. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung. Angkasa.
- Rosalia, Maria Amalia. 1986. *Teknik Belajar Fotografi*. Solo: Tiga Serangkai.
- Rustan, Suriyanto. 2009. *Lay Out Dasar dan Penerapannya*. Jakarta: PT Gramedia.

- Sudadi, Edi. 2000. *Fotografi Dasar*. Surakarta : UNS Press.
- Sulaiman, Amir Hamzah. 1981. *Teknik Kamar Gelap untuk Fotografi*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Sunaryo, Aryo. 2008. "Pembelajaran Mata Kuliah Fotografi 1". *Handout*. Jurusan Seni Rupa, Fakultas FBS Unnes. Tidak dipublikasikan.
- Sunaryo, Aryo. 2008. "Nirmana 1". *Handout*. Jurusan Seni Rupa, Fakultas FBS, Unnes. Tidak dipublikasikan.
- Suryantoro, Vega Bayu. 2012. Perancangann Media Pembelajaran Bahasa Inggris Berbasis Multimedia untuk Anak Kelas 4 Sekolah Dasar. *Skripsi* Jurusan Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni. Universitas Negeri Semarang.
- Wallschelaeger, Charles. 1992. *Basic Visual Concepts and Principle*. ---: Wm. C. Brown Publisher.
- Wibowo, Deni. 2014. Perancangan Katalog Kota Kendal sebagai Media Promosi Pariwisata. *Proyek Studi* Jurusan Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni. Universitas Negeri Semarang.
- Yuwono, Indro. 2009. Fotografi Desain Guna Mengangkat Citra Kota Solo (Arsitektur Bangunan Bersejarah) *Tugas Akhir* Fakultas Sastra dan Seni Rupa. Universitas Negeri Sebelas Maret Surakarta.
- www.diglib.petra.ac.id. (diakses tanggal 20 September 2013)
- <http://blogspot.ca/2013/02/bopgrafi>. (diakses tanggal 20 September 2013)
- www.kotalamasemarang.co.id. (diakses tanggal 23 Desember 2013)
- (<https://kelasfotografi.wordpress.Com/2013/08/25/pengertian-dan-sejarah-singkat-fotografi/>). (diakses tanggal 4 Februari 2014)
- (<https://loekmanulkim.wordpress.com/2012/03/19/tata-letak-layout/>). (diakses tanggal 6 Maret 2014)

www.semarangkota.go.id. (diakses tanggal 23 Desember 2013)

_____. 1995. *Laporan Akhir RTBL Semarang Kawasan Gedongan*. Semarang : PT. Wisma Karman.

_____. 1995. *Komposisi Fotografi*. Jakarta : Balai Pustaka.

_____.2007. *Kenali Bagian Utama Buku*. <http://writhink.wordpress.com/2010/03/16/kenali-bagian-bagian-utama-buku/>. (diakses tanggal 22 Januari 2014)

_____.2007.*Desain Grafis*. <http://artcolonydesaingrafis.blogspot.com>,(diakses tanggal 22 Januari 2014).

