

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI CAPTURE PHOTOGRAPHY YOGYAKARTA

PROMOTION MEDIA DESIGN OF CAPTURE PHOTOGRAPHY YOGYAKARTA

Oleh: Andika Widya Permana, Pendidikan Seni Rupa, NIM 09206241036, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Yogyakarta, Email: ndikapermana@outlook.com

Abstrak

Perancangan media promosi Capture Photography ini bertujuan untuk merancang desain yang efektif, efisien, kreatif, dan komunikatif sehingga keberadaan perusahaan ini dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas. Selain itu perancangan media promosi ini menyampaikan identitas baru perusahaan yang sebelumnya hanya bergerak di bidang jasa videografi menjadi perusahaan yang bergerak di bidang fotografi dan videografi.

Metode perancangan meliputi proses pengumpulan data verbal maupun data visual dengan teknik wawancara, dokumentasi dan observasi. Analisis data dengan menggunakan analisis SWOT dan dilanjutkan tahap visualisasi desain. Tahapan perancangan desain penciptaan media promosi dengan proses membuat *layout* kasar, *layout* komprehensif dan desain lengkap. Instrumen yang digunakan dalam pembuatan karya diantaranya berupa perangkat manual misalnya pensil, *sketch book*, *drawing pen*, dan perangkat komputer berupa perangkat keras (*hardware*) seperti komputer/laptop, mouse, scanner dan kamera digital. Sedangkan perangkat lunak (*software*) yang digunakan adalah Adobe Photoshop, CorelDraw, Pagebreeze dan Microsoft Word.

Hasil perancangan media promosi berupa konsep visual yang memadukan beberapa unsur yaitu elegan dan modern. Kesan elegan terdapat pada warna identitas yaitu warna kuning emas, dan abu-abu. Modern diperoleh dari gubahan simbol fokus *viewfinder/lifeview* kamera pada logo yang dibuat lebih sederhana. Jenis media yang dibuat berupa media utama (*prime media*) dan media pendukung (*supporting media*). Media utama yang dihasilkan yaitu logo Capture Photography yang diaplikasikan pada media utama dan media pendukung. Media utama antara lain *website* desain, brosur dan *billboard*, sedangkan media pendukung antara lain kop surat, amplop, kartu nama, nota pembayaran, seragam karyawan, poster, *x-banner*, stiker, *t-shirt* dan kalender.

Kata kunci: perancangan, media promosi, capture photography

Abstract

The design of Capture Photography promotion media aims to designed an effective, efficient, creative, and communicative design so that the existence of these companies can be better known by the publics. In addition, the design of this promotional media convey the new identity of the company that previously only engaged in the field of videography services become a company engaged in the field of photography and videography.

Design methods include the process of collecting verbal data and visual data with interview techniques, documentation and observation. Data analysis using SWOT analysis and continued design visualization stage. Design stages of creating media promotion are process of making a rough layout, comprehensive layout and complete design. Instruments used in the manufacture of such work in the form of manual tools such as pencils, sketch book, drawing pen, and a computer device in the form of hardware such as a computer / laptop, mouse, scanner and digital camera. While the software that being used are Adobe Photoshop, CorelDraw, Pagebreeze and Microsoft Word.

The results of a concept design of visual media campaign that combines several elements, those are elegant and modern. Elegant impression on the color of identity, namely golden yellow and gray. Modern is obtained from the composition of the focus symbol in the viewfinder / lifeview of camera and simplicity logo. The media type is made in the form of prime media and supporting media. The prime media produced is the Capture Photography logo that applied to the prime media and supporting media. The prime media including website design, brochures and billboards, while supporting media including letterheads, envelopes, business cards, notes of payments (invoice), employee uniforms, posters, x-banners, stickers, t-shirts and calendars.

Keywords: design, promotion media, capture photography

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan informasi yang semakin canggih menjadikan kehidupan masyarakat semakin dekat pada produk-produk visual. Salah satunya adalah dokumentasi visual yang berupa fotografi dan videografi, dimana kegiatan mengambil foto dan video menjadi hal yang sangat mudah. Keadaan tersebut menyebabkan kebutuhan dokumentasi juga terus meningkat seiring dengan perkembangan teknologi di bidang tersebut.

Peningkatan kebutuhan dokumentasi menjadikan suatu peluang dan tantangan bisnis yang menjanjikan. Tidak hanya terbatas pada dokumentasi di dunia industri dan bisnis, dalam perkembangannya justru permintaan dokumentasi pribadi, *wedding* dan *pre-wedding* meningkat paling pesat. Demi hasil dokumentasi yang berkualitas masyarakatpun memilih untuk mempercayakan tugas pendokumentasian pada tenaga yang profesional.

Capture Photography adalah Usaha Menengah Kecil Mikro (UMKM) yang bergerak di bidang jasa yang beralamatkan di jalan Delima, Gempol RT.01/RW11, Condongcatur, Depok, Sleman, Yogyakarta. Usaha ini fokus pada dokumentasi fotografi dan videografi untuk acara *wedding* dan *pre-wedding*. Selain itu, Capture Photography juga melayani dokumentasi acara-acara lain seperti *outbond*, *gathering*, ulang tahun dan lain-lain.

Capture Photography didirikan oleh Muhammad Taufiqurrohman, S.Pd. pada tahun 2010. Sebelumnya memiliki nama Capture Multimedia Production, perusahaan jasa dokumentasi yang hanya menyediakan jasa dokumentasi videografi. Dalam perjalanannya,

Capture Photography menyadari permintaan jasa dokumentasi fotografi melebihi permintaan jasa dokumentasi videografi. Capture Photography memiliki keunggulan pada bisnis fotografi dengan tetap mempertahankan produk videografi yang telah ada sebelumnya. Pada awalnya produk foto dan video hanya sebatas dokumentasi, namun permintaan pasar menginginkan produk yang mengedepankan kualitas.

Untuk meningkatkan perkembangan terutama untuk kesetabilan perusahaan, perlu adanya penerapan strategi produksi dan strategi pemasaran. Strategi produksi berkaitan dengan kualitas produksi yang tergantung pada peningkatan sumber daya manusia dan fasilitas perusahaan, sedangkan strategi pemasaran meliputi beberapa aspek salah satunya adalah memperkenalkan identitas visual baru yang mampu mempresentasikan Capture Photography saat ini, kemudian diikuti dengan media promosi yang sesuai dengan karakter target pasar dari produk yang ditawarkan.

METODE PERANCANGAN

Metode Pengumpulan Data

Bentuk data yang digunakan dalam perancangan ini meliputi:

a. Data verbal

Data verbal merupakan data yang berupa tulisan yang didapat dari buku untuk mendukung perancangan ini, selain itu data verbal diperoleh dari wawancara dengan Muhammad Taufiqurrohman S.Pd selaku pemilik Capture Photography.

b. Data visual

Data visual adalah data yang berupa gambar-gambar. Data visual yang menjadi acuan referensi perancangan media promosi berupa foto-foto dan gambar-gambar yang diperoleh dari dokumentasi dan internet.

Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Teknik ini merupakan teknik pengamatan yang digunakan untuk mendapatkan informasi dengan cara mengamati langsung di tempat penelitian untuk memperoleh data yang akan digunakan.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan secara terstruktur dan terfokus untuk mendapatkan data yang mendalam tentang informasi yang akan diperoleh. Data yang diperoleh berupa data verbal untuk kepentingan perancangan.

c. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan data dengan cara mencatat arsip-arsip yang berhubungan dengan perancangan media promosi. Dapat juga berupa foto atau gambar yang dibutuhkan sebagai acuan perancangan.

Alat dan Instrumen

Alat dan instrumen yang digunakan untuk mendapatkan data verbal berupa pena, *notebook* dan alat perekam suara atau *recorder*. Untuk mendapatkan data visual alat dan instrumen yang digunakan berupa kamera untuk mendapatkan beberapa dokumentasi dan computer untuk mendapatkan gambar dari sumber internet

Metode Analisis Data

Analisis SWOT terutama dipergunakan untuk menilai dan menilai ulang (revaluasi) suatu hal yang telah ada dan telah diputuskan sebelumnya dengan tujuan meminimumkan risiko yang mungkin timbul. Langkahnya adalah dengan mengoptimalkan segi positif yang mendukung serta meminimalkan segi negatif yang berpotensi menghambat pelaksanaan keputusan perancangan yang telah diambil. (Jonathan Sarwono & Hary Lubis, 2007: 18). Berikut ini penjabaran analisis SWOT berdasarkan media perancangannya :

a. *Strenght* (kekuatan)

Kualitas produk yang bagus merupakan keunggulan dari produk Capture Photography dengan harga lebih murah dibanding *brand* fotografi lain di kelasnya.

b. *Weakness* (kelemahan)

Kurangnya tenaga profesional yang bekerja di Capture Photography sehingga proses produksi menjadi terhambat masalah waktu.

c. *Opportunities* (peluang)

Produk fotografi makin digemari oleh banyak kalangan. Tak terbatas pada masyarakat kelas atas, masyarakat kelas menengah juga menjadi target.

d. *Threats* (ancaman)

Banyaknya pesaing bisnis yang telah berdiri jauh sebelum Capture Photography lahir dengan *brand* terkemuka di wilayah Yogyakarta. Selain itu banyak juga pesaing muda yang memiliki rentang harga lebih murah.

Langkah Perancangan

Sebuah perancangan desain visual yang baik memerlukan proses dan tahapan yang

terstruktur agar menghasilkan media yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan. Perancangan media utama dan media pendukung. Perancangan tersebut melalui beberapa tahapan *layout* yang meliputi:

a. Layout Kasar(*Rough Layout*)

Kumpulan sketsa berupa ide gagasan yang dibuat untuk sebuah desain media,. Pada tahap *layout* kasar tersebut belum semuanya benar, revisi masih mungkin dilakukan dan terdapat beberapa alternatif desain di dalamnya.

b. Layout komprehensif (*Comprehensive Layout*)

Penyempurnaan dari proses sebelumnya yaitu *Layout* Kasar. *Layout* Lengkap mempunyai ketepatan ukuran, skema, warna dan rincian lainnya untuk memperlihatkan hasil dari perancangan.

c. Desain akhir (*Final design*)

Desain akhir merupakan desain terpilih yang telah ditetapkan. *Final design* adalah media yang siap dipublikasikan.

KONSEP PERANCANGAN

Perancangan media promosi ini bertujuan agar Capture Photography dapat meningkatkan penjualan produk-produknya mulai dari produk fotografi maupun produk videografi. Capture Photography membutuhkan identitas visual (*visual identity*) baru setelah memutuskan untuk merambah dunia fotografi. Dalam hal ini penulis dituntut untuk membuat media promosi yang menarik dan menonjolkan karakteristik Capture Photography. Maka diharapkan media promosi ini dapat mentransformasikan citra perusahaan tersebut.

Dalam proses pembuatan desain *branding* media promosi Capture Photography memadukan unsur elegan dan modern. Unsur tersebut merupakan representasi dari visi dan misi perusahaan yaitu menciptakan produk fotografi yang modern namun tetap berkesan elegan.

Pembuatan media promosi ini menggunakan gaya desain yang tidak rumit namun dibuat seelegan mungkin, ditunjukkan dengan perpaduan yang harmonis antara desain, ilustrasi dan teksnya. Teks menggunakan bahasa dan istilah yang mudah dipahami untuk menimbulkan sugesti pada *audience* agar tertarik menggunakan jasa perusahaan tersebut.

Pesan Verbal

a. Kepala Berita (*Headline*)

Kepala berita sering disebut juga dengan judul, merupakan pesan verbal yang paling diharapkan dibaca pertama kali oleh target audience. Kalimat yang digunakan untuk *headline* adalah “*We make you believe*”.

b. Penjelasan Kepala Berita (*Subheadline*)

Subheadline atau sub judul adalah penjabar dari *headline* itu sendiri. Letaknya bias diatas maupun dibawah *headline*. Teks yang digunakan berbeda-beda tergantung konsep desain media promosi yang akan digunakan.

c. Teks (*Body Copy*)

Merupakan uraian informasi suatu produk secara detail sehingga dapat membujuk pembaca untuk membeli atau menggunakan produk yang ditawarkan. Tiap desain perancangan akan menggunakan *body copy* yang berbeda,

tergantung konsep yang digunakan untuk tiap desain.

d. Penutup (*Closing Word*)

Merupakan kalimat penutup yang singkat dan jelas bertujuan untuk mengarahkan pembaca untuk membuat keputusan untuk membeli atau menggunakan suatu produk. Kalimat yang digunakan adalah “*Let’s make unforgotabe moments togeher*”.

Pesan Visual

a. Logo

Perancangan media promosi diawali dengan pembuatan logo perusahaan yang baru saja memulai ataupun perusahaan yang ingin mengubah citra perusahaannya. Sederhana, unik dan fleksibel adalah kriteria pembuatan sebuah logo. Selain itu logo harus mampu mencerminkan tujuan perusahaan, menggambarkan karakter perusahaan yang bergerak di bidang fotografi dan juga relevan dengan visi misi perusahaan.

Untuk dapat menampilkan citra dan kualitas dari Capture Photography, maka didesain bentuk logo baru sesuai dengan karakteristik yang ada pada Capture Photography. Logo harus bersifat unik, mudah dibaca, mudah diingat, serta dapat diaplikasikan ke berbagai media. Logo ini berasal dari bentuk font yang sudah dimodifikasi dengan ditambahkan sedikit ornamen berupa symbol area fokus pada *viewfinder/liveview* sebuah kamera digital.

Huruf yang digunakan untuk logo ini adalah *Sweet Sensation* dan *Ostrich Sans* yang menampilkan kesan mewah, modern dan sederhana. *Sweet Sensation* digunakan pada tulisan “capture” dan *Ostrich Sans* digunakan pada Tulisan “photography”. Ornamen berupa simbol area fokus pada *viewfinder/liveview* kamera untuk mempresentasikan bahwa perusahaan ini bergerak di bidang fotografi. Symbol ini juga dapat menjelaskan bahwa Capture Photography dapat mengabadikan momen penting secara tepat, mengedepankan kualitas dan tanpa ada momen yang terlewatkan.

Warna yang digunakan adalah abu-abu, dimana warna ini akan memberikan kesan ketenangan, keteduhan dan elegan. Pemilihan warna ini diharapkan mampu mengkomunikasikan secara luas tentang produk, pelayanan, dan organisasi dengan cepat.

1) Studi Bentuk



Gambar 1
Proses Perancangan Logo
Sumber: Andika, 2017

2) Proses Perancangan

a) *Typeface*

capture

Gambar 2
Tipografi Logo Sweet Sensation
Sumber: Andika, 2017

PHOTOGRAPHY

Gambar 3
Tipografi Logo Ostrich Sans
 Sumber: Andika, 2017

b) *Thumbnail*



Gambar 4
Sketsa Logo
 Sumber: Andika, 2017

c) *Sketsa Terpilih*



Gambar 5
Sketsa Terpilih
 Sumber: Andika, 2017

d) *Penerapan Warna*



Gambar 6
Logo Capture Photography Fullcolor dan Kode Warna
 Sumber: Andika, 2017

e) *Mockup Logo*



Gambar 7
Mockup Logo Capture Photography
 Sumber: Andika, 2017

f) *Makna Filosofis Logo*

Penciptaan logo perusahaan Capture Photography ini memiliki tujuan dan maksud tertentu. Pada penyusunan elemen pada logo yang terbentuk dari nama perusahaan yaitu “Capture” menggunakan *font Sweet Sensation*. *Font* ini menggambarkan fleksibilitas dan memberi kesan modern. Selain itu font ini dapat mewakili unsur keindahan yang selalu diutamakan dalam tiap produknya karena font ini memberikan kesan elegan bagi pembacanya. Pada kata “Photography” menggunakan *font Ostrict Sans* yang menggambarkan perusahaan yang mengutamakan profesionalitas. Disertai dengan simbol area fokus pada *viewfinder* sebuah kamera menjelaskan bahwa perusahaan ini merupakan penyedia jasa fotografi dengan kamera yang menjadi alat utamanya. Selain itu simbol area fokus juga dapat menegaskan profesionalisme perusahaan ini dalam tiap tugasnya yaitu mengabadikan momen secara tepat.

g) *Teori Gestalt*

Studi bentuk berdasarkan teori *Gestalt* pada logo Capture Photography termasuk pada prinsip *closure* (Penutupan Bentuk) yaitu tulisan Capture Photography seolah-olah berada di

dalam kotak yang sebenarnya kotak semu tercipta karena simbol area fokus yang digunakan. Hal ini memunculkan persepsi bahwa antara tulisan “capture” dan “photography” menjadi satu kesatuan.

b. Tipografi

Jenis tipografi yang digunakan pada perancangan media promosi Capture Photography adalah jenis *font Script* untuk mengutamakan kesan fleksibel, *font Sherif* untuk mengutamakan tingkat keterbacaan, kemudian *font Sans Sherif* yang mengutamakan efektifitas karena bentuknya yang sederhana.

Huruf *Sweet Sensation* dan *Ostrich Sans* dipilih untuk penyusunan logo, sementara huruf *Tw Cent*, *Myriad Pro*, *Quattrocento Sans*, *Default Sans* dan *Droid Serif* digunakan pada aplikasi media promosi karena sifatnya yang sederhana dan mudah dibaca. Jenis huruf-huruf ini memiliki kesesuaian dengan tujuan perancangan media promosi ini.

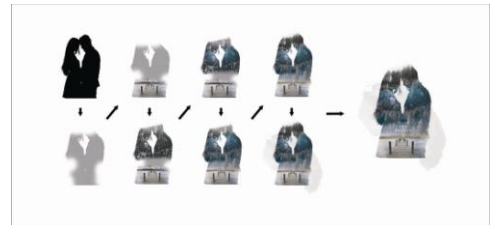
c. Warna

Dalam perancangan *branding* media promosi ini akan menggunakan beberapa warna pokok dan warna pendukung lain pada setiap media. Warna pokok yang digunakan akan menjadi warna identitas yaitu warna *gold*, kuning dan abu-abu. Warna *gold* diartikan sebagai kemewahan, elegan, dan bernilai tinggi, warna kuning diartikan sebagai sifat optimis, semangat dan ceria, warna abu-abu menunjukkan kedewasaan, keseimbangan dan ketenangan. Beberapa warna pendukung seperti Putih berarti kedamaian, dan Hitam memiliki arti perlindungan dan memberi kesan elegan.

d. Ilustrasi

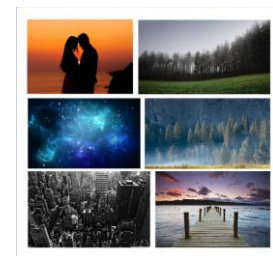
Ilustrasi yang digunakan dalam perancangan media promosi Capture Photography berupa olahan foto produk fotografi Capture Photography. Ilustrasi berupa foto antara foto *pre-wedding*, *wedding*, foto studio dan foto-foto lain seperti foto *landscape* atau *still life*. Sedangkan ilustrasi berupa elemen yang menunjukkan identitas perusahaan akan menggunakan ilustrasi berupa logo Capture Photography. Berikut ini adalah salah satu ilustrasi menggunakan teknik *double exposure* yang akan diterapkan pada beberapa media.

1) Proses Perancangan Ilustrasi



Gambar 8
Proses Perancangan Ilustrasi
Sumber: Andika, 2017

a) Bahan



Gambar 9
Bahan Ilustrasi
Sumber: Andika, 2017

b) Typeface

WE
MAKE
YOU
BELIEVE

Gambar 10
Typeface Ilustrasi
Sumber: Andika, 2017

c) *Final Design*



Gambar 11
Desain Ilustrasi
Sumber: Andika, 2017

e. *Layout*

Layout yang digunakan dalam perancangan desain media promosi ini menggunakan *layout diagonal composition* dan *dynamic design*.



Gambar 12
Bahan Ilustrasi
Sumber: Andika, 2017

VISUALISASI KARYA

1. Media Utama

a. Website Design



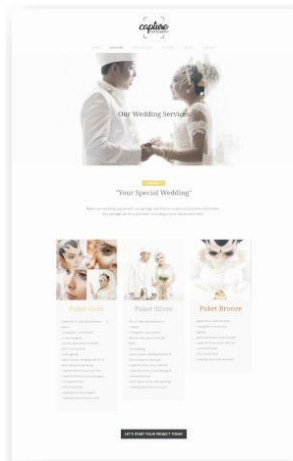
Gambar 13
Homepage Website Design
Sumber : Andika, 2017

Nama : *Homepage Website* Desain

Bahan : File Digital

Visualisasi atau Ilustrasi :

Pada perancangan halaman *website* ini ilustrasi yang digunakan adalah Logo dan Foto Produk dari Capture Photography. Pada penampakan tiap halaman website digunakan foto produk di beberapa *spot* dan Logo Capture Photography di sisi tengah atas.



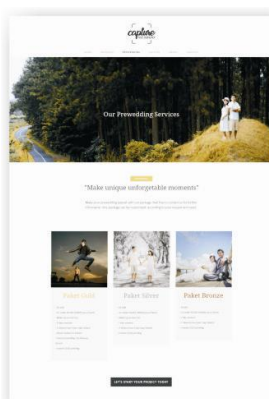
Gambar 14
Wedding Page Website Design
Sumber : Andika, 2017

Nama : *Wedding Page Website* Desain

Bahan : File Digital

Visualisasi atau Ilustrasi :

Pada perancangan halaman *website* ini ilustrasi yang digunakan adalah Logo dan Foto Produk dari Capture Photography. Pada penampakan tiap halaman website digunakan foto produk di beberapa *spot* dan Logo Capture Photography di sisi tengah atas.



Gambar 15
Prewedding Page Website Design
Sumber : Andika, 2017

Nama : *Prewedding Page Website* Desain

Bahan : File Digital

Visualisasi atau Ilustrasi :

Pada perancangan halaman *website* ini ilustrasi yang digunakan adalah Logo dan Foto Produk dari Capture Photography. Pada penampakan tiap halaman website digunakan foto produk di beberapa *spot* dan Logo Capture Photography di sisi tengah atas.



Gambar 16
Gallery Page Website Design
Sumber : Andika, 2017

Nama : *Gallery Page Website* Desain

Bahan : File Digital

Visualisasi atau Ilustrasi :

Pada perancangan halaman *website* ini ilustrasi yang digunakan adalah Logo dan Foto Produk dari Capture Photography. Pada penampakan tiap halaman website digunakan foto produk di beberapa *spot* dan Logo Capture Photography di sisi tengah atas.



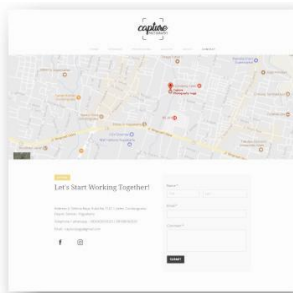
Gambar 17
About Page Website Design
Sumber : Andika, 2017

Nama : *About Page Website* Desain

Bahan : File Digital

1) Visualisasi atau Ilustrasi

Pada perancangan halaman *website* ini ilustrasi yang digunakan adalah Logo dan Foto Produk dari Capture Photography. Pada penampakan tiap halaman website digunakan foto produk di beberapa *spot* dan Logo Capture Photography di sisi tengah atas.



Gambar 18
Contact Page Website Design
Sumber : Andika, 2017

Nama : *Contact Page Website* Desain

Bahan : File Digital

Visualisasi atau Ilustrasi :

Pada perancangan halaman *website* ini ilustrasi yang digunakan adalah Logo dan Foto Produk dari Capture Photography. Pada penampakan tiap halaman website digunakan foto produk di beberapa *spot* dan Logo Capture Photography di sisi tengah atas.

b. Brosur



Gambar 19
Brosur Depan
Sumber : Andika, 2017



Gambar 20
Brosur Belakang
Sumber : Andika, 2017

Nama : Brosur

Ukuran : A4

Format : *Potrait*

Bahan : *Art Paper*

Visualisasi atau Ilustrasi :

Ilustrasi yang digunakan adalah Logo dan Foto Produk dari Capture Photography. Pada penampakan brosur bagian depan akan digunakan foto produk di beberapa spot dan Logo Capture Photography di sisi kanan bawah (jika brosur dilipat), sedangkan bagian belakang terdapat olahan foto produk.

c. *Billboard*



Gambar 21
Billboard
Sumber : Andika, 2017

Nama : *Billboard*

Ukuran : 250 x 175 cm

Format : *Potrait*

Bahan : *vynil*, Besi, Plat Aluminium

1) Visualisasi atau Ilustrasi

Pada perancangan *billboard* ini ilustrasi yang digunakan adalah Logo dan Foto Produk dari Capture Photography. Sekitar 70% area di isi oleh ilustrasi foto yang telah dikombinasi.

Kombinasi ini sering disebut dengan teknik *double exposure*.

2. Media Pendukung

a. Kop Surat



Gambar 22
Kop Surat

Sumber : Andika, 2017

Nama : Kop Surat

Ukuran : A4

Format : Potrait

Bahan : hvs 80gr

Visualisasi atau Ilustrasi :

Ilustrasi yang digunakan adalah logo perusahaan dengan latar belakang pola bidang lurus di sisi kiri dan bawah untuk memberi kesan formal. Bidang lengkung pada sisi kanan atas menjadikan komposisi yang fleksibel. Bagian tengah adalah lembaran putih untuk tempat menulis surat.

e. Envelope / Amplop



Gambar 23
Amplop Tampak Depan

Sumber : Andika, 2017



Gambar 24
Amplop Tampak Belakang

Sumber : Andika, 2017

Nama : Amplop

Ukuran : A4

Format : *Landscape*

Bahan : hvs 80gr

Visualisasi atau Ilustrasi :

Ilustrasi bagian depan yang digunakan adalah logo perusahaan beserta kontak yang bisa dihubungi. Selain itu terdapat beberapa icon yang menggambarkan perusahaan. Bagian belakang terdapat ilustrasi berupa tulisan *tagline* perusahaan.

f. T-Shirt



Gambar 25
T-Shirt

Sumber : Andika, 2017

Nama : *T-shirt*

Ukuran : *All size*

Bahan : *Cotton Combed*

Visualisasi dan Ilustrasi :

Ilustrasi kombinasi beberapa foto menggunakan teknik *double exposure* menjadi bagian utama *T-shirt* ini. Beberapa aksesoris bentuk dimasukkan untuk memberi penekanan pada tulisan yang ada didalamnya.

g. Seragam



Gambar 26
Seragam

Sumber : Andika, 2017

Nama : Seragam

Ukuran : *All Size*

Bahan : *Cotton Cambed*

Visualisasi atau Ilustrasi :

Ilustrasi pada Seragam Karyawan bagian depan dan belakang berupa logo dan tulisan Capture Photography.

KESIMPULAN

Konsep perancangan Media Promosi Capture Photography menggunakan perpaduan dua unsur yaitu elegan dan modern. Kedua unsur tersebut merupakan representasi dari visi dan misi perusahaan yaitu menciptakan produk fotografi yang modern namun tetap berkesan elegan. Media promosi yang dilakukan dengan perpaduan Dua unsur yaitu elegan dan modern dapat mempresentasikan citra atau identitas dari Capture Photography secara luas.

Bentuk visualisasi dari logo Capture Photography merupakan perpaduan antara *logogram* dan *logotype* dimana *logogram* mengadopsi dari bentuk area fokus *viewfinder/liveview* kamera dan *logotype* berupa tulisan “Capture Photography. Pada penulisan ini menghasilkan tiga belas media promosi dengan mengaplikasikan logo Capture Photography pada setiap media. Media tersebut dibagi menjadi dua yaitu, media utama dan media pendukung.

DAFTAR PUSTAKA

- Arsyad, Azhar. 2010. *Media Pembelajaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Rustan, Suriyanto. 2009. *Layout, Dasar dan Penerapannya*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sarwono, Jonathan & Hary Lubis. *Metode Riset Untuk Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Supriyono, Rakhmat. 2010. *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Susanto, Mikke. 2011. *Diksi Rupa: Kumpulan Istilah dan Gerakan Seni Rupa*. Yogyakarta: DictiArt Lab & Djagad Art House.
- Suyanto, Muhammad. 2005. *Pengantar Teknologi Informasi untuk Bisnis*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.

Mengetahui,

Yogyakarta, 10 Agustus 2017

Reviewer



Aran Handoko, M.Sn

NIP 19780202 200604 1 002

Pembimbing



Drs. R. Kuncoro W. D, M.Sn

NIP 19660320 199412 1 001