

**PERANCANGAN
BUKU FOTOGRAFI
SEBAGAI MEDIA INFORMASI
SUAKA TAMAN PURBAKALA ONRUST
DI TAMAN NASIONAL LAUT KEPULAUAN SERIBU**

Mochammad Rafy¹, Dimas Krisna Aditya,S.IP.,M.Sn²,

Prodi S1 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri

Kreatif, Universitas Telkom

mochammadrafy@student.telkomuniversity.ac.id¹

dee_2_aditya@yahoo.com²

Abstrak

Taman Nasional Laut Kepulauan Seribu merupakan sebuah kawasan pelestarian alam bahari di Indonesia yang terletak di Provinsi DKI Jakarta. Yang memiliki pemandangan yang indah beserta keanekaragaman flora dan fauna laut. Hanya saja di akhir tahun 2019 pengunjungnya masih belum memenuhi target yang seharusnya melonjak tinggi dikarenakan akhir tahun. Selain itu juga didalamnya terdapat suatu suaka taman purbakala yang memiliki jumlah pengunjung yang sangat sedikit dibandingkan dengan pulau-pulau lainnya ke kepulauan seribu, hal ini dikarenakan wisatawan lebih menyukai berlibur ke pulau lain daripada wisata sejarah di taman purbakala. Ketertarikan ini muncul karena mereka belum melihat dan belum mengetahui isi dari taman purbakala tersebut. Dari situ dibuatlah suatu penelitian yang membahas hal tersebut, dengan memanfaatkan metode kualitatif melalui proses observasi, studi pustaka, kuesioner, dan analisis data agar bisa mendapatkan sebuah konsep dalam proses perancangan. Penulis membuat buku fotografi dengan tujuan untuk memberikan informasi mengenai sejarah dan juga keindahan beserta suasana Taman Purbakala Onrust. Dengan harapan bahwa hasil akhir perancangan ini dapat menginformasikan hal tersebut dan membuat target audience tertarik untuk mengunjungi Taman Purbakala Onrust tersebut

Kata Kunci : Kepulauan Seribu, Taman Purbakala Onrust, Fotografi, Buku Fotografi

Abstract

The Kepulauan Seribu Marine National Park is a marine nature conservation area in Indonesia located in DKI Jakarta Province. Which has a beautiful view along with diversity of marine flora and fauna. It's just that at the end of 2019 visitors still have not met the target that should have skyrocketed due to the end of the year. In addition there is also an ancient park reserve which has a very small number of visitors compared to other islands to the Thousand Islands, this is because tourists prefer vacationing to other islands than historical tourism in the ancient park. This interest arises because they have not seen and do not know the contents of the ancient park. From there a research was made that discussed this, by utilizing qualitative methods through the process of observation, literature study, questionnaires, and data analysis in order to get a concept in the design process. The author makes a photography book with the aim to provide information about history and also the beauty and atmosphere of the Onrust Archaeological Park. With the hope that the final results of this design can inform this and make the target audience interested in visiting the Onrust Archaeological Park.

Keywords: Kepulauan Seribu, Onrust Archaeological Park, Photography, Photobook

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Taman Nasional Laut Kepulauan Seribu merupakan suatu kawasan pelestarian alam bahari di Indonesia. Dikenal juga sebagai Taman Nasional Laut Kepulauan Seribu yang kawasannya didominasi oleh perairan laut. Taman nasional ini merupakan destinasi wisata bagi masyarakat di ibu kota yang cukup dekat dan memiliki pesona alam Indonesia yang sangat eksotis. Terletak di bagian utara Jakarta yang merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Jakarta.⁷ Kawasan Taman Nasional Laut Kepulauan Seribu ini terletak di dalam kabupaten administrasi Kepulauan Seribu, terletak di kecamatan Kepulauan Seribu Utara, tepatnya di tiga kelurahan.

Selain itu, juga beberapa kawasan sudah dikelola dengan baik yang membuat kawasan tersebut semakin mudah untuk dikunjungi wisatawan. Selain sebagai tempat wisata, Taman Nasional Kepulauan Seribu juga berfungsi sebagai tempat pelestarian alam bakau, penyu, dan juga terumbu karang. Selain itu, sistem kecamatan atau zonasi tersebut digunakan untuk mempermudah dalam pengelolaan taman nasional tersebut.

Tentunya tempat wisata seperti ini mendapat pemasukan dari wisatawan yang datang berkunjung ke tempat wisata Taman Nasional Laut Kepulauan Seribu sehingga

banyaknya wisatawan sangat mempengaruhi dari tempat wisata tersebut. Menurut survey yang diadakan oleh dinas pariwisata bahwa setiap tahunnya pengunjung dari Taman Nasional Laut Kepulauan Seribu selalu bertambah, hanya saja pada akhir 2018 sampai dengan sekarang jumlah wisatawan menurun drastis, bahkan menurut survei republika kunjungan wisatawan ke Kepulauan Seribu Anjlok hingga lima puluh persen. Namun tak hanya itu saja, media promosi yang digunakan juga masih kurang meyakinkan target karena masih terlalu mementingkan nilai materil dan mengesampingkan visual yang ada.

Didalamnya terdapat banyak pulau yang memiliki potensi salah satunya adalah Pulau Onrust. Pulau Onrust merupakan sebuah pulau yang memiliki banyak situs sejarah karena pernah digunakan sebagai tempat peristirahatan keluarga raja-raja Banten. Namun, setelah kedatangan Belanda di Indonesia pulau tersebut dijadikan sebuah pengalih perhatian oleh Belanda karena gagal dalam memonopoli perdagangan di Banten. Ketika masa kolonial berlangsung, beberapa kali Inggris menyerang pulau onrust yang telah digunakan sebagai pemukiman dan dibangun kembali oleh Belanda. Setelah dibangun kembali, Pulau Onrust dimanfaatkan sebagai tempat untuk mendirikan stasiun cuaca dan sanatorium TBC. Lalu enam tahun kemudian dibuatlah bangunan untuk karantina haji yang berfungsi hingga 1933. Pernah pula dijadikan tempat tawanan yang terlibat dalam “Peristiwa Kapal Tujuh”. Sekaligus dijadikan sebagai tempat tahanan perang dan kriminal kelas berat. Setelah peristiwa kemerdekaan, pulau ini menjadi terbengkalai hingga akhirnya dianggap tak bertuan dan terjadi pengambilan material bangunan secara besar-besaran. Hingga akhirnya pemerintah turun tangan untuk mengelola pulau tersebut beserta empat pulau di dekatnya untuk dijadikan daerah Suaka Taman Purbakal Kepulauan Seribu.

Selain itu, Pulau Onrust juga memiliki banyak potensi dalam hal pariwisata apalagi pulau tersebut sudah dikelola dengan baik. Tentunya dalam hal ini pengelola membutuhkan media informasi yang sangat baik dan dapat menjelaskan tak hanya dalam hal materi saja namun juga dalam hal visual. Karena pada dasarnya, target dari. Media informasi yang telah digunakan oleh pengelola adalah media online seperti internet, media sosial, dan artikel online, selain itu juga media cetak seperti banner, billboard, dan majalah. Namun, dalam rangka mempromosikan suatu tempat wisata membutuhkan media informasi lainnya yang lebih menarik agar target lebih tertarik

untuk mengunjungi Pulau Onrust.

Maka dari itu, akan dibuat sebuah media informasi visual yang dapat menginformasikan kepada wisatawan agar tertarik untuk datang mengunjungi Pulau Onrust. Dengan dibuatnya media informasi tersebut, diharapkan agar wisatawan menjadi tertarik untuk mengunjungi Pulau Onrust yang menjadi pilihan terakhir untuk dikunjungi oleh wisatawan. Tidak hanya itu, penulis juga berharap agar media informasi yang dibuat digunakan untuk kedepannya oleh Pengelola Taman Nasional Laut Kepulauan Seribu.

1.2 Rumusan Masalah

1. Jumlah pengunjung Taman Nasional Laut Kepulauan Seribu yang belum memenuhi target pada akhir 2018 akibat kurangnya upaya pengelola dalam mengembangkan media promosi dalam bentuk visual
2. Bagaimana cara memperkenalkan Pulau Onrust secara visual kepada target audience?
3. Bagaimana cara membuat media informasi yang tepat untuk memperkenalkan Pulau Onrust?

1.3 Tujuan

Membuat rancangan media informasi Pulau Onrust sehingga target audience menjadi tertarik untuk mengunjungi Pulau Onrust yang berada di Taman Nasional Laut Kepulauan Seribu.

1.4 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif yang bermaksud untuk meneliti secara mendalam tentang suatu permasalahan tanpa mengesampingkan narasumber dan juga objek-objek penelitian secara terperinci.

1.5 Metode Pengumpulan Data

Observasi, wawancara, studi pustaka.

1.6 Metode Analisis Data

Setelah melakukan metode pengumpulan data, penulis melakukan sebuah

analisis data. Yaitu sebuah cara yang digunakan untuk menghasilkan kesimpulan dari masalah yang sedang diteliti. Dalam hal ini, metode yang digunakan adalah analisis matriks yang memberikan informasi berdasarkan kategori, tema, dan pola yang terdiri dari kolom perbandingan (Soewardikoen, 2013: 51).

2 Dasar Teori

2.1 Perancangan

2.1.1 Pengertian Perancangan

Perancangan merupakan sebuah proses, cara, ataupun perbuatan merancang. Hal tersebut diartikan oleh Kamus besar Bahasa Indonesia (KBBI). Merancang yaitu sebuah proses mengatur segala sesuatu sebelum bertindak, mengerjakan, ataupun merencanakan sesuatu. Selain itu, menurut bahasa Inggris perancangan adalah salah satu arti dalam desain. Hal itu dapat dijabarkan dalam arti kata desain yang didefinisikan sebagai ilmu yang berhubungan dengan suatu perencanaan atau perancangan. Hal ini biasanya juga dapat berbentuk gambar yang nantinya akan diwujudkan dalam bentuk sebenarnya. Definisi dari desain sendiri merupakan sebuah pelajaran ataupun disiplin mengenai hal-hal yang tidak hanya mencakup eksplorasi visual, tetapi terkait dan mencakup pula dengan aspek-aspek kultur-sosial, filosofi, bisnis, dan teknis. Aktivitasnya tergolong dalam desain grafis, desain industri, arsitektur, desain interior, desain produk dan profesi-profesi lainnya.

2.1.2 Tujuan Perancangan

Dalam studi desain secara luas, dapat dilihat bahwa desain memiliki tujuan yang memfokuskan pada fungsi dasar pemikiran, kebutuhan, maksud dan tujuan kegunaan serta implikasinya dalam bentuk. Dalam artian lain yaitu dapat memahami bentuk-bentuk yang dapat menghubungkan ide-ide yang kita pikirkan dengan ide orang lain. Dalam hal fungsi, bentuk memiliki berbagai bentuk yang artinya berakar dari bahasa Latin yaitu, forma yang memiliki arti bentuk, struktur, dan ide. Dalam arti lain, bentuk merupakan sebuah gabungan elemen-elemen

visual dasar yang didalamnya terdapat ukuran, warna, dan tekstur yang lebih dari sekedar *shape*.

2.2 Teori Desain Komunikasi Visual

Desain Komunikasi Visual merupakan sebuah ilmu yang digunakan dalam penyampaian suatu pesan atau berkomunikasi dengan cara visual yang didalamnya terdapat hal-hal kreatif yang dapat diterima oleh kelompok target sasaran. Tentunya dalam penyampaiannya ilmu tersebut menggunakan unsur elemen-elemen grafis yang berbentuk huruf, gambar, dan juga tataan layout yang baik. Hal tersebut haruslah diperhatikan dengan baik karena pesan yang disampaikan secara visual haruslah menarik untuk membuat target tertarik untuk menerima pesan tersebut.

2.3 Teori Fotografi Landscape

Foto Landscape merupakan sebuah pecahan dari jenis-jenis fotografi. Jenis foto ini memiliki subjek utama berupa pemandangan alam. Dalam foto landscape biasanya tidak ditampilkan adanya orang maupun hewan. Walaupun ada biasanya keduanya bukanlah merupakan objek utama dan letaknya kecil untuk menggambarkan skala perbandingan antara orang dengan besarnya alam tersebut. Beberapa ahli berpendapat bahwa foto bangunan, danau, dan laut buatan manusia bukanlah termasuk ke dalam foto landscape. Selain itu juga foto landscape haruslah memiliki sebuah tujuan untuk menceritakan sebuah kisah. Dan tidak kalah pentingnya juga untuk berbagi perasaan takjub yang dirasakan oleh orang yang mengambil gambar tersebut kepada audience.

2.4 Teori Digital Imaging

Image merupakan sebuah visualisasi dari objek nyata yang dimasukkan ke sebuah media. Maka dari itu, Digital Imaging merupakan sebuah visualisasi objek nyata yang dimasukkan ke sebuah media elektronik dan tersusun atas pixelpixel yang membuat objek tersebut nampak dan disebut dengan image bitonial. Visualisasi tersebut terlihat

kaku karena tidak menggunakan gradasi warna namun dibentuk dari pixel yang tidak alami.

2.5 Teori Komunikasi

Komunikasi merupakan sebuah proses pengiriman pesan dari komunikator kepada komunikan yang memanfaatkan sebuah media dalam proses penyampaiannya demi menyampaikan sebuah pesan yang memiliki arti atau maksud. Komunikator merupakan seseorang ataupun kelompok yang mengirim pesan. Komunikan merupakan kebalikan dari komunikator, yaitu orang yang menerima pesan.

2.6 Teori Buku Fotografi

Buku merupakan sebuah kumpulan kertas-kertas yang dikumpulkan dalam satu wadah. Didalam buku tersebut dapat menggambarkan sebuah tulisan maupun gambar yang terdapat dalam suatu bagian yang disebut dengan halaman. Buku fotografi merupakan suatu kumpulan karya-karya fotografi yang dikumpulkan dalam sebuah buku. Selain berisikan foto-foto, di dalam buku fotografi juga terdapat penjelasan dari foto tersebut. Penjelasan tersebut dapat berbentuk penjelasan gambar yang hanya terlihat di frame tersebut maupun penjelasan tentang keseluruhan visual yang terlihat sampai bagaimana hal tersebut dapat terjadi atau yang biasanya disebut dengan foto esei.

2.7 Teori Layout

Layout merupakan sebuah penataan dari halaman cetak yang merupakan suatu kegiatan dari desain grafis yang memanfaatkan prinsip-prinsip dari layout tersebut. Dalam suatu halaman terdapat elemen-elemen yang membentuk halaman dari layout tersebut. Terdiri atas empat elemen, yaitu headline, teks, gambar, dan bidang kosong. Tentunya elemen-elemen tersebut haruslah disusun dengan prinsip-prinsip desain sehingga tumbuh kesan harmonis.

2.8 Teori Grid System

Grid merupakan sebuah alat yang digunakan sebagai panduan dalam desain untuk mengatur elemen-elemen yang ada dalam desain tersebut. Gavin Ambrose (2015: 84) Sebuah grid diciptakan untuk menyelesaikan permasalahan seputar pengaturan elemen-elemen visual dalam sebuah karya visual. Selain itu juga dibuat untuk mempermudah mengatur komposisi pula. Dengan adanya grid, maka selain mempermudah juga dapat membuat sebuah konsistensi maupun pengulangan yang sama yang membentuk sebuah komposisi yang baik. Tujuan utama dari penggunaan grid dalam desain grafis adalah untuk menciptakan suatu rancangan yang memiliki komposisi yang baik dan juga teratur.

3. Analisa Data Khalayak Sasaran

3.1 Data Khalayak Sasaran

Dalam perancangannya, Buku Fotografi Pulau Onrust di Kepulauan Seribu yang akan dibuat ini tentunya harus memiliki segmented targeting agar target yang dituju akan tepat sasaran. Dalam hal ini, maka ditentukan bahwa target dari perancangan buku fotografi ini adalah orang-orang yang tinggal di kota-kota besar di dalam Pulau Jawa. Dengan jangka umur 18-30 tahun dan suka travelling. Tentunya dalam melihat output yang akan dibuat dan juga perkiraan harga penjualan dari buku fotografi tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa target berada di kalangan menengah atas.

4. Konsep Dan Hasil Perancangan

4.1 Konsep

Dalam pembuatan buku fotografi ini, akan dibuat sebuah konsep yang dapat memenuhi kebutuhan dan juga fungsi dari buku tersebut. Fungsinya adalah untuk memberikan informasi dan membuat orang tertarik untuk datang ke Pulau Onrust. Maka dari itu pembuatan buku ini terfokus pada sudut pandang dari halhal

dan juga situs-situs bersejarah yang ada di pulau tersebut dan sekitarnya. Selain itu juga pastinya memberikan sudut pandang yang indah dari situs tersebut. Selain itu juga orang-orang tak hanya untuk belajar sejarah saja, namun juga untuk liburan, maka dari itu sangat dibutuhkan konsep-konsep yang dapat menggambarkan keindahan dari Pulau Onrust dan sekitarnya.

4.1.1 Konsep Pesan

Dalam membangun karya buku fotografi yang akan dibuat. Akan dibuat suatu pesan yang akan disampaikan kepada target audience. Maka dari itu konsep pesan dalam karya tersebut adalah yang pertama mengajak target audience untuk melihat isi dari tempat wisata tersebut. Isi yang dimaksud adalah sejarah, keindahan, dan juga suasana di Taman Arkeologi Onrust. Lalu setelah target audience melihatnya, target akan mengenali informasi yang ada di tempat wisata tersebut, dan akhirnya mereka tertarik untuk mengunjunginya. Maka dari itu kata kunci pesan yang dapat diambil adalah lihat, kenali, dan kunjungi

Dari buku fotografi yang akan dibuat yang berjudul “Ancient Garden” yang diambil langsung dari nama kepulauan tersebut yang biasa dipanggil dengan taman purbakala, digunakan tagline yang berbunyi “sorrowful secrets behind paradise”. Tagline tersebut muncul dari dua buah mindmap yang mengangkat kondisi dan sejarah dari objek dan yang kedua adalah konten dari isi buku. Objek tersebut memiliki banyak sekali sejarah panjang yang tiada henti sampai akhirnya berakhir sampai sekarang telah menjadi taman nasional. Selain itu juga sejarah tersebut mengandung cerita-cerita yang indah, gelap, hingga kelam yang dari situ muncul kata “sorrow” atau duka dan kesedihan. Sampai akhirnya saat ini yang tempat tersebut menjadi tempat wisata dengan pemandangan indah yang menjadi penarik utama yang diibaratkan sebagai tempat yang sangat indah atau dengan metafora surga “heaven”. Kedua kata tersebut memiliki arti maupun sifat yang sangat bertolak belakang sehingga ketika digabungkan menjadi sebuah tagline yang membuat sebuah interest. Kedua kata tersebut akhirnya digabungkan dalam sebuah kalimat menjadi “sorrowful secrets behind paradise”.

Kata kunci: Lihat, kenali, kunjungi

4.1.2 Konsep Kreatif

Konsep kreatif merupakan suatu hal yang harus dimiliki oleh suatu hal yang berada di ranah komunikasi, terutama komunikasi secara visual. Karena hal-hal yang memiliki pesan visual haruslah memiliki nilai tambah yaitu harus dapat menarik minat target *audience* untuk melihat pesan tersebut. Dalam hal meningkatkan minat pembacanya, maka digunakan beberapa elemen-elemen dalam buku tersebut. Yang pertama dan yang paling utama adalah foto. Selain itu juga terdapat pula ilustrasi rekonstruksi beberapa situs bersejarah yang hancur. Terdapat pula penjelasan sejarah dari tiap situsnya dan juga alurnya hingga saat ini.

Dalam membuat sebuah ketertarikan dalam hal ini akan digunakan sebuah metode yang dapat membantu menganalisa ketertarikan dari target. Maka dari itu akan digunakan metode AISAS. AISAS merupakan sebuah metode yang disebut dengan IMC (*integrated Marketing Communication*). AISAS ini tentunya merupakan singkatan dari lima tahapan yang digunakan dalam metode ini, yaitu *attention* (perhatian), *interest* (ketertarikan), *search* (pencarian), *action* (aksi), dan *share* (berbagi).

Attention merupakan sebuah tahap dimana kita menggunakan sebuah cara untuk menarik perhatian konsumen. Lalu konsumen akan mengetahui hal tersebut dan juga tertarik akan produk tersebut, tahapan ini dinamakan *interest*. Maka dari itu berikutnya adalah tahapan *search* yaitu dimana konsumen mencari produk yang membuat ia tertarik itu. Setelah mencari dan telah menemukannya, maka konsumen tersebut akan melakukan sebuah aksi dengan membeli produk tersebut, yang dinamakan dengan tahapan *action*. Lalu yang terakhir, setelah membeli produk tersebut dan memakainya, konsumen akan membagikan *review* dari produk tersebut ke teman-temannya maupun orang disekitarnya yang disebut dengan tahapan *share*.

Metode	Pendekatan
<i>Attention</i>	Dalam mencari perhatian target audience, yang pertama dilakukan adalah dengan membuat suatu poster tentang buku tersebut beserta x banner launching buku tersebut, yang didukung dengan iklan di media sosial.

Interest	Setelah target audience melihat konten dari media pendukung utama tersebut, maka mereka akan tertarik dengan produk yang ditawarkan.
Search	Lalu mulailah mereka mencari informasi tentang produk tersebut beserta cara mendapatkannya, maka dari itu dibuatlah suatu akun media sosial Instagram dan juga website yang didalamnya terdapat informasi lebih lanjut dan <i>juga contact person</i> .
Action	Lalu setelah mengontaknya, target audience akan berusaha sampai mendapatkan produk tersebut sampai akhirnya membelinya, yang dipermudah dengan adanya booth dalam launching buku tersebut..
Share	Setelah membeli dan membacanya, maka mereka akan membagikan review mereka di media sosial dan juga orang-orang tedekatnya yang dari situ dibuatlah media pendukung berupa kolom komentar ataupun forum didalam website ataupun media sosial tersebut.

Tabel 4.1 Metode AISAS dalam Pembuatan Buku Fotografi
 Sumber: Data Pribadi

Tahap	Media	Juli				Agustus				September			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
A	Media Sosial	■	■	■									
	Poster		■	■									
	Banner			■									
I	Photo Book				■								
	Packaging Eksklusif				■	■							
S	Media Sosial					■	■	■	■	■	■		
	Website							■	■	■	■		
A	Booth											■	
	Xbanner											■	
S	Merchandise											■	■
	Website											■	■

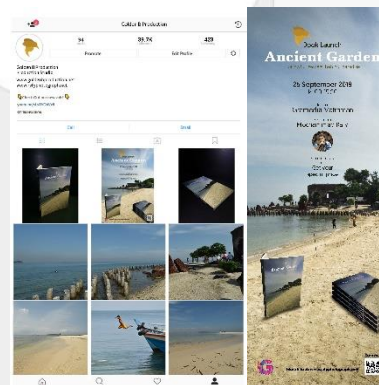
Tabel 4.2 Timeline Metode AISAS
 Sumber: Data Pribadi

A. Media Pendukung

Media merupakan sebuah alat ataupun sarana yang digunakan untuk berkomunikasi ataupun menyampaikan sebuah pesan. Fungsi media dalam perancangan ini adalah karena media merupakan hal yang digunakan untuk meletakkan isi foto-foto dan juga bacaan mengenai deskripsi foto dan juga sejarah-sejarah. Tanpa adanya media maka pesan tersebut tak akan bisa disampaikan kepada target *audience*.



Gambar 4.1 Poster Launching Buku
Sumber: Data Pribadi



Gambar 4.2 Media Sosial & Xbanner
Sumber: Data Pribadi

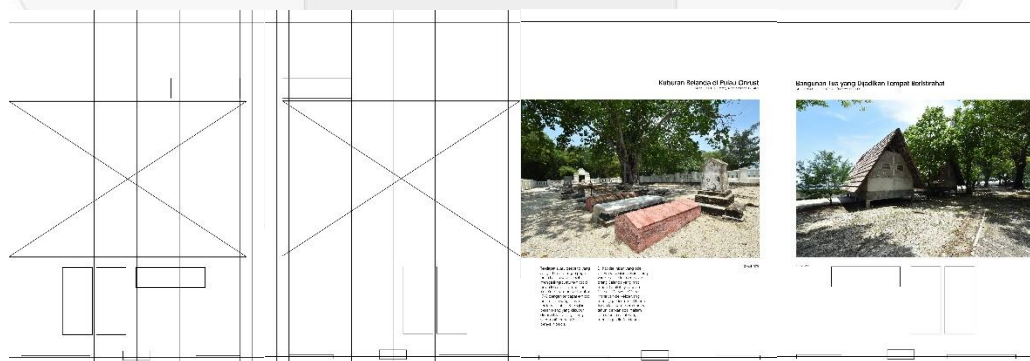


Gambar 4.3 Stationery & Merchandise
Sumber: Data Pribadi

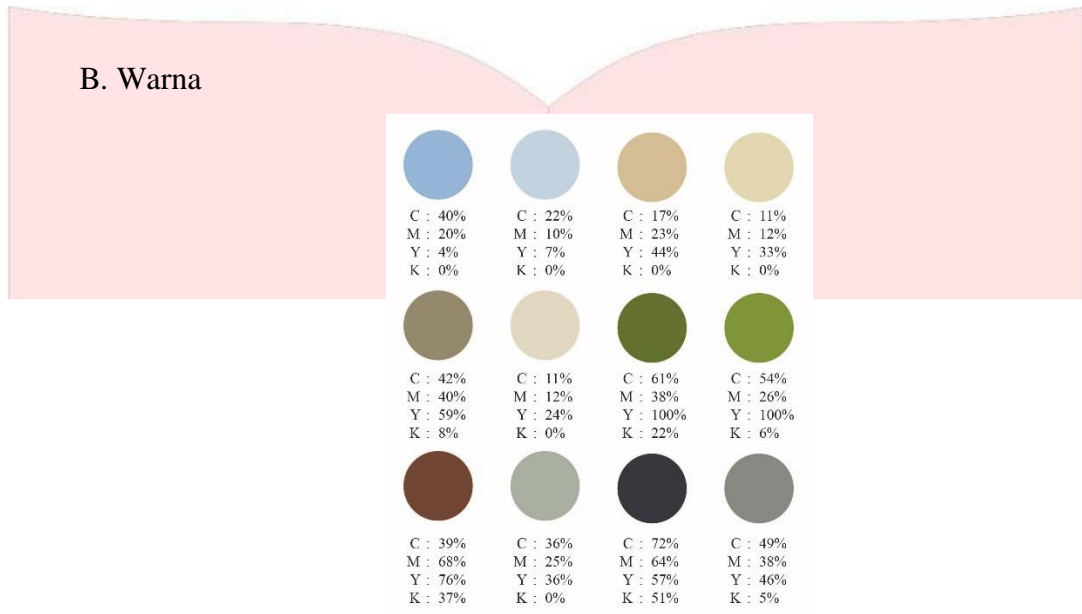
4.2 Konsep Visual

A. Sketsa Karya

Berikut adalah sketsa layout dari buku fotografi Pulau *Onrust*:



Gambar 4.4 Contoh Penerapan Sketsa Layout
Sumber: Data Pribadi



Gambar 4.5 Warna Dominan pada Foto yang Digunakan
Sumber: Data Pribadi

C. Tipografi

1. Judul dan Sub judul

Geomanist

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ

Abcdefghijklmnopqrstuvwxy z

1234567890

Extralight Light Regular **Book Bold Black**

2. Isi

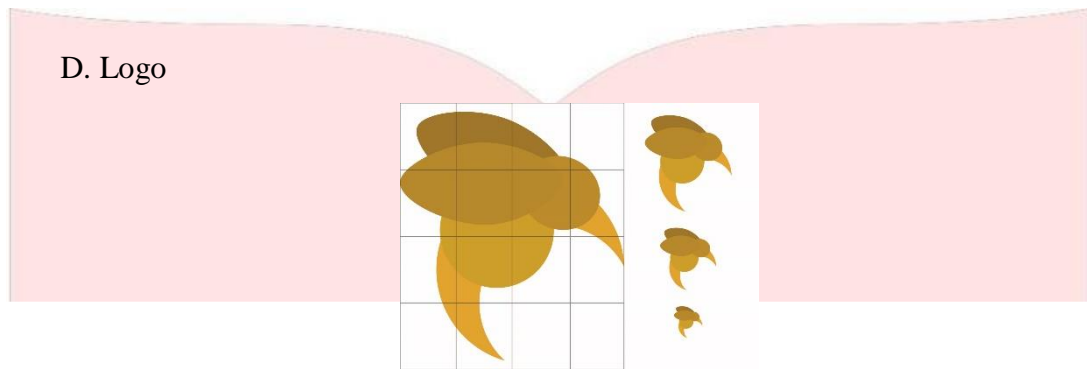
Microsoft Yi Baiti

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ

Abcdefghijklmnopqrstuvwxy z

1234567890

Regular



Gambar 4.6 Logo *Photobook*
Sumber: Data Pribadi

Dalam pembuatan logo tersebut didapatkan dua kata kunci dari sebuah mindmap yang dibuat. Kata kunci pertama ialah “indah” yang diambil dari sudut pandang latar waktu saat ini direalisasikan dalam bentuk taman. Dan yang kedua adalah “sibuk” yang diambil dari latar waktu sejarah yang direalisasikan dengan bentuk seekor lebah.

Logo yang dibuat terinspirasi dari judul buku yang berbunyi “Ancient garden” yang berarti taman purbakala. Dimana taman merupakan sebuah area yang berisikan komponen material organik maupun non organik yang alami maupun dibuat oleh manusia, yang biasanya makin indah sebuah taman atau dari kata lain makin banyak bunga disebuah taman, maka disana akan muncul dan hidup lebah yang akan menebarkan serbuk sari sehingga akan tumbuh banyak bunga yang dapat memperindah taman tersebut.

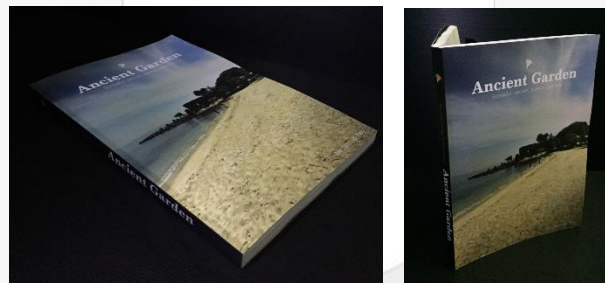
Dari bunga-bunga tersebut mengandung metafora berupa keindahan suasana dan juga landscape yang terdapat pada objek penelitian. Selain itu juga serangga yang pantang menyerah dan selalu bekerja setiap waktu dan setia kepada ratunya yang diibaratkan sebagai Pulau Onrust yang tak pernah beristirahat dan selalu direbutkan dan dipertahankan tanpa kenal lelah.



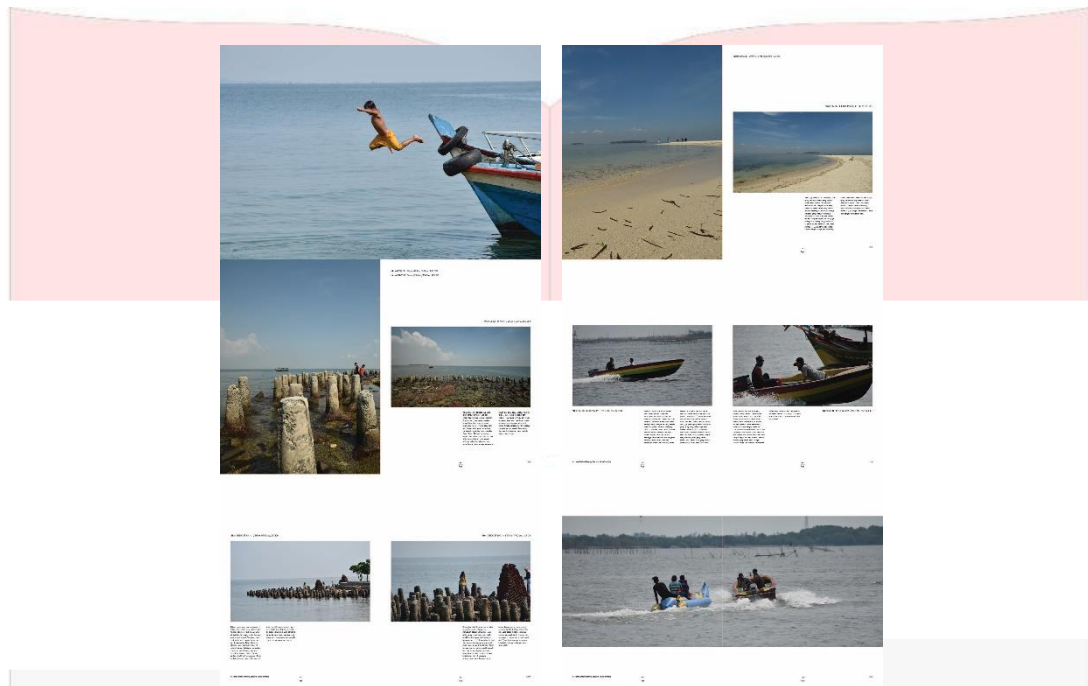
Gambar 4.7 Penerapan Warna Logo *Photobook*
Sumber: Data Pribadi

4.3 Hasil Perancangan

Setelah menyelesaikan tahap konsep, maka dibuatlah perancangan dengan menggunakan media berupa buku fotografi yang berisikan foto-foto yang berkaitan dengan sejarah, pemandangan, dan juga suasana dari Taman Purbakala Onrust yang bertujuan agar target audience mengetahui dan tertarik untuk mendatangi tempat tersebut. Berikut adalah hasil perancangan dengan tampak depan dari buku tersebut



Gambar 4.18 *Mockup Photobook*
Sumber: Data Pribadi



Gambar 4.10 *Preview Layout 3*
Sumber: Data Pribadi

5. Kesimpulan

Dapat disimpulkan bahwa Suaka Taman Purbakala Onrust merupakan salah satu cagar budaya yang dilindungi oleh pemerintah dan juga dapat menambah pengetahuan serta informasi lainnya mengenai hal itu. Maka dari itu penelitian ini dapat menyelesaikan masalah yang berupa kurangnya informasi tentang Suaka Taman Purbakala Onrust dengan merancang sebuah buku fotografi. Dan juga tentunya dengan masalah yang terselesaikan, maka tujuan utama dari perancangan ini pun telah terpenuhi. Maka dari itu hal ini telah menjawab pertanyaan bahwa sebuah komunikasi visual telah berhasil menyampaikan pesan tanpa adanya kesalahpahaman.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Pustaka

- Adi, Kusrianto. 2007. Pengantar Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: Andi Offset.
- Crisp, Denise Gonzales, dan William F. Temple. 2012. London: Thames & Hudson Ltd.
- Lonely Planet. 2015. Lonely Planet's Beautiful World. Australia: Lonely Planet Publications Pty. Ltd.
- McNally, Joe. 2010. The Life Guide to Digital Photography. New York: Time Home Entertainment.
- Mulyanta, Edi S. 2007. Teknik Modern Fotografi Digital. Yogyakarta: Andi Offset.
- Safanayong, Yongky. 2006. Desain Komunikasi Visual Terpadu. Jakarta: Arte Intermedia.
- Sukarya, Deniek G. 2009. Kiat Sukses Deniek G. Sukarya. Jakarta: Kompas Gramedia.
- Watkins Steve. 2011. Landscape Photography. East Sussex: AE Publications Ltd.
- Watson Peter. 2013. Views Across the Landscape. East Sussex: AE Publications Ltd.
- Widiatmoko, Didit Soewardikoen. 2013. Metodologi Penelitian Visual. Bandung: CV Dinamika Komunika.
- Wolfie Art, dan Rob Sheppard. 2016. Photograph from the Edge. United States: Crown Publishing Group.

Publikasi Pemerintah

- Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik Pemprov DKI Jakarta. (1995) Portal Resmi Provinsi DKI Jakarta. Jakarta: Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik.

Referensi Internet

- Adorama Learning Center. 2017. Sub-Framing: How to Incorporate it in Your Compositions. Diakses pada: <https://www.adorama.com/alc/sub-framing-how-to-incorporate-it-in-your-compositions> (20 Februari 2019 15.23).
- Ambar. 18 Macam-macam Komposisi Fotografi. Diakses pada: <https://pakarkomunikasi.com/macam-macam-komposisi-fotografi> (15 Maret 2019 09.32).
- Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik Pemprov DKI Jakarta. Dinas Perhubungan. Diakses pada: <http://data.jakarta.go.id/organization/about/dinas->

perhubungan (11 Februari 2019 14.50).

Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik Pemprov DKI Jakarta. Suku Dinas Kominfotik Kabupaten Administrasi Kepulauan Seribu. Diakses pada:

<http://pulauseribu.jakarta.go.id/?p=pulau.sejarah&id=4> (11 Februari 2019 15.02).

Foto.co.id. Pengertian & Jenis Fotografi Landscape. Diakses pada:

<https://foto.co.id/pengertian-fotografi-landscape/> (20 Februari 2019 15.15).

Hoiberg, Christian. The Rule of Thirds Explained. Diakses pada:

<https://www.capturelandscapes.com/the-rule-of-thirds-explained/> (20 Februari 2019 15.30).

Management of Consumer Behavior. Acharya Nagarjuna University. Diakses pada:

<https://www.docsity.com/en/communication-process-consumer-behaviour-lecture-slides/248514/> (11 Februari 2019 15.30).

Percy, Marvin. Percy Principles of Art dan Composition. Diakses pada:

<http://www.goshen.edu/art/ed/percy1.html> (15 Maret 2019 09.23).

Zavos, Alison. 2012. Abstract Landscapes inspired by Mark Rothko Paintings. Diakses

pada: <https://www.featureshoot.com/2012/09/abstract-landscapes-inspired-by-mark-rothko-paintings/> (20 Februari 2019).