

PERANCANGAN BUKU ESAI FOTOGRAFI “EXPLORE, TAHURA DJUANDA” DI TAMAN HUTAN RAYA Ir. H. DJUANDA, BANDUNG, JAWA BARAT

Yosa Fiandra¹, Windanengsih²
Program Studi Desain Komunikasi Visual^{1,2}
Telkom University¹, Sekolah Tinggi Teknologi Bandung²
pichaq@telkomuniversity.ac.id¹, windanengsih44@gmail.com²

Abstrak

Dewasa ini wisata alam Indonesia khususnya wisata alam di Provinsi Jawa Barat menjadi wisata yang amat digemari oleh para wisatawan. Dinas Kehutanan Provinsi Jawa Barat menyatakan bahwa, jasa lingkungan hutan sebagai objek wisata alam juga semakin meningkat. Hal itu disebabkan karena perubahan orientasi wisatawan. Minat wisatawan mengarah kepada konsep pariwisata lingkungan alam (*ecotourism*), keaslian potensi kekayaan alam dan nilai masyarakat budaya setempat menjadi daya tariknya. Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda salah satunya, kawasan ini merupakan hutan kota yang berada di Kab/Kota Bandung, diresmikan sejak tahun 1985. Kawasan ini, memiliki daya tarik wisata alam yang cukup beragam mulai dari pemandangan alam, *flora* dan *fauna* serta keadaan udaranya yang sejuk dan nyaman. Permasalahan yang diangkat dalam perancangan ini adalah dalam hal pengembangan Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda mengenai kurang optimalnya upaya promosi Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda dan perlunya pembaharuan mengenai media informasi dikawasan ini. Penciptaan buku esai foto tentang Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda ini dilakukan dengan pengumpulan data primer yang didapat dari observasi lapangan dan wawancara langsung kepada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat. Data sekunder didapat dari studi literatur, internet dan dokumentasi serta ditambahkan dengan analisis SWOT dan analisis STP. Hasil analisis didapatkan konsep desain berupa *keyvisual* yaitu “*explore*” dan dari *keyvisual* ditemukan *headline* yang cocok yaitu “*explore, Tahura Djuanda*”. Unsur yang ditonjolkan adalah visual foto *landscape* yang mengedepankan estetika keindahan suatu pemandangan.

Kata Kunci : Buku, Fotografi Esai, Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda

Abstract

Lately, Indonesian natural tourism, especially natural tourism in West Java Province, has become a very popular tourism by tourists. The West Java Provincial Forestry Service stated that forest environmental services as a natural tourist attraction are also increasing. It was caused due to a change in the orientation of tourists. Where tourist interest leads to the concept of natural environment tourism (ecotourism), the authenticity of the potential of natural wealth and the value of the local cultural community are the attractions. Ir. H. Djuanda Forest Park is one of them, this area is an urban forest located in the Bandung Regency / City, inaugurated since 1985. This area has a fairly diverse natural tourist attraction ranging from natural scenery, flora and fauna as well as the cool and comfortable air condition. The problem raised in this design is in terms of the development of the Ir. H. Djuanda Forest Park regarding the suboptimal efforts to promote the Ir. H. Djuanda Forest Park and the need for updates regarding information media in this area. The creation of a photo essay book about the Ir. H. Djuanda Forest Park was carried out by collecting primary data obtained from field observations and direct interviews with the Tourism and Culture Office of West Java Province. Secondary data were obtained from literature studies, the Internet and documentation and supplemented with SWOT analysis and STP analysis. The results of the analysis obtained a design concept in the form of a keyvisual, namely "explore" and from the keyvisual found a suitable headline, namely "explore, Tahura Djuanda". The element highlighted is the visual landscape photo that prioritizes the aesthetic beauty of a scene.

Keywords : Books, Essay Photography, Forest Park Ir. H. Djuanda

I. PENDAHULUAN

Dewasa ini wisata alam Indonesia khususnya wisata alam di Provinsi Jawa Barat menjadi wisata yang amat digemari oleh para wisatawan. Berdasarkan data dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, Jawa Barat sendiri memiliki daya tarik wisata lebih dari 60 objek wisata. Berdasarkan data dari badan pusat statistik Provinsi Jawa Barat khususnya Kab/Kota Bandung sekitar 10.357.011 wisatawan mengunjungi kota Bandung setiap tahunnya [1]. Berdasarkan data dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan tahun 2018 di Provinsi Jawa Barat khususnya Kab/Kota Bandung tercatat terdapat sebanyak 51 daya tarik wisata alam yang dapat dikunjungi oleh wisatawan dari jumlah seluruh yaitu sebanyak 1.112 daya tarik wisata alam yang ada di Jawa Barat. Grafik pertumbuhan kunjungan wisatawan di Provinsi Jawa Barat tahun 2014 – 2018 tercatat sebanyak 47.109.829 wisatawan mengunjungi Jawa Barat. Dinas kehutanan Provinsi Jawa Barat menyatakan bahwa, jasa lingkungan hutan sebagai objek wisata alam juga semakin meningkat. Hal itu disebabkan karena perubahan orientasi wisatawan. Minat wisatawan mengarah kepada konsep pariwisata lingkungan alam (*ecotourism*), dimana keaslian potensi kekayaan alam dan nilai masyarakat budaya setempat menjadi daya tariknya [2]. Kab/Kota Bandung sendiri memiliki Taman Hutan Raya (Tahura) yang akhir-akhir ini diminati oleh wisatawan sebagai objek wisata alam yaitu objek wisata Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda. Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda merupakan hutan kota yang ada di Kab/Kota Bandung, diresmikan sejak tahun 1985.

Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda, memiliki daya tarik wisata alam yang cukup beragam seperti pemandangan alam, *flora* dan *fauna* serta keadaan udaranya yang sejuk dan nyaman [3]. Merubah kawasan Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda menjadi alternatif wisata bagi para wisatawan yang ingin *refreshing* menghilangkan penat dari padat serta sibuknya aktivitas kerja di perkotaan. Permasalahan yang muncul dianggap menjadi kelemahan dalam pengembangan Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda. Data dari Dinas Kehutanan Provinsi Jawa Barat selain keterbatasan peran Dinas Kehutanan Provinsi ada juga faktor lain yang menjadi permasalahan, yaitu identifikasi permasalahan pengelolaan hutan yang dilakukan Dinas Kehutanan yang belum optimal dalam promosi dan belum terciptanya sistem informasi yang berkualitas menjadi beberapa kelemahan dalam mengembangkan hutan khususnya Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda. Berdasarkan hasil observasi dan kuesioner, para wisatawan sadar bahwa kawasan ini memiliki banyak potensi mulai dari wisata alam hingga wisata bersejarah namun kebanyakan dari wisatawan hanya fokus menikmati objek wisata yang disajikan tanpa mengetahui sejarah dan informasi mengenai Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda itu sendiri. Kurangnya pembaharuan mengenai media informasi berupa foto pengenalan sejarah dan informasi objek wisata Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda menjadi salah satu faktor mengapa para pengunjung tidak tertarik untuk melihat/membaca media informasi yang sudah disediakan.

Fotografi merupakan salah satu media yang menarik dan sesuai dengan perkembangan zaman yang dapat digunakan untuk menginformasikan berbagai hal untuk mendukung promosi Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda yang sesuai dengan kalangan generasi muda. Secara harfiah fotografi bisa diartikan sebagai teknik melukis dengan cahaya. Fotografi merupakan gabungan dari ilmu, teknologi, dan seni. Perpaduan yang harmonis antara ketiganya bisa menghasilkan sebuah karya yang mengagumkan. Fotografi yang dimaksud adalah esai fotografi dimana esai fotografi dapat membuat *audience* merasa tertarik dan merasa penasaran dengan cerita yang disajikan lewat foto tersebut [4]. Esai fotografi juga dapat memberikan informasi secara mendalam kepada *audience* tentang bagaimana potensi wisata alam Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda. Pengambilan foto yang menjadi fokus utama pada esai fotografi ini adalah *landscape*, dikarenakan buku esai fotografi Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda ini fokus utamanya tertuju pada alam. Buku mempunyai peran yang tidak kecil dalam mendorong perkembangan sosial, budaya, teknologi, politik dan ekonomi [4]. Penciptaan buku esai fotografi Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda menjadi relevan dan berperan untuk mengoptimalkan potensi wisata jika dibandingkan media lainnya seperti *website*. Buku tergolong lebih mudah dijangkau semua kalangan, tidak memerlukan perangkat canggih maupun koneksi internet. Buku juga dapat disimpan dan dibaca berkali-kali sekaligus dapat dijadikan cinderamata bagi para wisatawan [5]. Perancangan ini lebih difokuskan pada pembuatan buku esai fotografi karena dengan buku esai fotografi, informasi dapat disampaikan secara komunikatif melalui visual sekumpulan rangkaian foto yang memiliki alur saling menyatukan dengan disertai teks sebagai penjelas guna menceritakan sekaligus memberi gambaran bagaimana kondisi, suasana, dan pesona objek wisata alam Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda.

II. TINJAUAN PUSTAKA

1. Pariwisata

Secara etimologis kata pariwisata berasal dari bahasa sansakerta yang terdiri atas dua suku kata yaitu “pari yang berarti banyak, berkali-kali, berputar-putar, dan keliling sedangkan kata “wisata” yang berarti perjalanan atau bepergian. Pengertian dari kata pariwisata berarti suatu perjalanan yang dilakukan secara berkali-kali atau berputar-putar dari suatu tempat ketempat yang lain. Definisi yang luas, pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ketempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam, dan ilmu [6].

2. Media

Komunikasi dapat dilakukan menggunakan alat bantu yang bisa disebut dengan saluran komunikasi atau media. Media bisa berupa indera manusia yaitu media alami, buatan (alat sederhana), dan elektronik dengan memanfaatkan teknologi seperti telepon, surat, telegram, media massa (cetak dan elektronik), internet, rumah ibadah, pesta rakyat dan alat bantu lainnya dalam menyebarkan pesan komunikasi. Media adalah alat bantu untuk memindahkan pesan dari komunikator kepada penerima pesan. Dalam berkomunikasi seseorang bisa tanpa menggunakan media (*non-mediated communication*) yang biasanya dilakukan secara tatap mata dan komunikasi bermedia (*mediated communication*) [7].

3. Fotografi

Fotografi berasal dari bahasa Inggris: *photography*, yang berasal dari kata Yunani yaitu “*Fos*” : Cahaya dan “*Grafo*” : melukis/menulis. Fotografi adalah proses melukis/menulis dengan menggunakan media cahaya. Istilah umum, fotografi berarti proses atau metode untuk menghasilkan gambar atau foto dari suatu objek dengan merekam pantulan cahaya yang mengenai objek tersebut pada media yang peka cahaya. Alat paling populer untuk menangkap cahaya ini adalah kamera. Tanpa cahaya, tidak ada foto yang bisa dibuat. Prinsip fotografi adalah memfokuskan cahaya dengan bantuan pembiasan sehingga mampu membakar medium penangkap cahaya. Medium yang telah dibakar dengan ukuran luminitas cahaya yang tepat akan menghasilkan bayangan identik dengan cahaya yang memasuki medium pembiasan atau disebut dengan lensa [8].

4. *Landscape*

Tiga faktor yang membuat foto itu indah, yaitu subjek, teknik, dan situasi. Subjek alam sebagian besar mempunyai periode waktu yang lebih menarik untuk difoto daripada yang lainnya. Teknik merupakan prioritas utama dalam memulai mengambil gambar. Mulai dari ekspos yang sesuai, prinsip desain yang cocok, komposisi yang baik, mempunyai kedalaman, dan memberdayakan cahaya yang memadai sehingga dapat menghasilkan gambar yang tajam. Situasi merupakan hal yang juga penting. Kondisi cuaca dapat menciptakan sesuatu yang dahsyat untuk menghasilkan gambar yang indah. Waktu dalam hari maupun dalam musim juga dapat menghasilkan gambar yang menakjubkan. *Landscape* atau bentang darat adalah pemandangan yang terlihat dari area tanah, bentang alamnya, dan yang berintegrasi dengan pemandangan alam atau buatan manusia. *Landscape* meliputi elemen fisik dari bentang alam geofisika seperti pegunungan dan bukit; air seperti sungai, danau, kolam dan laut; elemen penutup tanah yang hidup termasuk vegetasi asli; elemen manusia termasuk berbagai bentuk penggunaan tanah, seperti bangunan dan struktur; dan elemen sementara seperti pencahayaan dan kondisi cuaca [9].

5. Buku

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia disebutkan bahwa buku adalah helai kertas berjilid yang berisikan tulisan untuk dibaca atau kosong untuk ditulis. Buku adalah sarana informasi yang efektif karena memuat informasi yang lebih lengkap atau menjadi sarana pembelajaran yang paling efektif, karena selain mudah untuk dipahami, juga berisikan lengkap segala informasi. Buku untuk anak-anak umumnya adalah buku bergambar, karena untuk seumurannya anak-anak yang paling mudah mereka tangkap dalam hal pembelajaran adalah masih sebatas gambar yang mereka anggap menarik dari pada hanya dalam bentuk tulisan. Buku untuk orang dewasa lebih fleksibel dan mudah dipahami dari berbagai penyampaian, lewat sebatas tulisan maupun gambar [4].

6. Tata Letak/*Layout*

Desain suatu media memerlukan tempat dan bahan atau unsur-unsur yang diperlukan untuk disusun. Menata tata letak atau *me- layout* merupakan salah satu kegiatan dalam desain, karena dalam desain ada beberapa faktor yang harus ditentukan. Secara visual barang cetakan terdiri atas unsur-unsur baik yang tercetak maupun yang tidak. Tercetak dapat berupa huruf, gambar, baik buatan tangan maupun bantuan komputer, hiasan, dan foto, sedangkan yang tak tercetak berupa ruang atau *spasi/space*. Sebuah huruf atau sekelompok huruf dapat dianggap sebagai titik yang besar, atau sebagai bidang yang berukuran kecil. Unsur-unsur itu merupakan sarana yang penting untuk membangun pengertian atau arti tertentu. Suatu pengertian dapat menjadi jelas atau sebaliknya, tergantung dari cara menyusun unsur-unsur yang ada di dalam suatu bidang yang dianggap sebagai ruang [10].

7. Tipografi dan *Sans Serif*

Komunikasi visual, bahasa perlu ditulis dan dicetak dengan menggunakan huruf, dan menggunakan huruf berarti memerlukan tipografi. Berkaitan dengan tata letak pada barang cetak, tipografi memegang peranan penting karena informasi dari sumber sebagian besar disampaikan melalui huruf baik dalam iklan, brosur, poster, koran, majalah, buku, dan lain sebagainya yang tersusun dalam bentuk kata, kalimat, paragraph, teks, maupun bentuk lainnya. *Sans serif* merupakan *font* yang tidak memiliki *serif* sama sekali. Jenis font ini tetap nyaman, menonjol dan mudah dibaca meski dari jauh. *Font* ini memiliki karakter yang bersih dan mudah dibaca walau berukuran kecil sekalipun. *Font Sans serif* bersifat kurang formal dan mengesankan karakter hangat dan bersahabat [10].

III. ANALISIS DAN PERANCANGAN

1. Konsep Umum

Pembuatan Perancangan media informasi objek wisata Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda ini dirancang dalam bentuk media buku esai fotografi. Mewujudkan perancangan buku esai fotografi sebagai media informasi, maka disusun konsep kreatif yang meliputi penentuan sasaran perancangan yang tepat, penetapan tujuan dan strategi kreatif yang tepat.

2. Segmentasi

Berikut adalah penjelasan target *audience* dari segi geografis, demografis, psikografis, dan *behavior*.

a. Geografis

Wilayah: Target dari perancangan ini adalah Kota Bandung khususnya sekitaran objek wisata Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda.

Kepadatan Populasi: Wilayah perkotaan besar.

b. Demografis

Secara demografis sasaran buku ini dijabarkan sebagai berikut:

Jenis kelamin: pria dan wanita

Usia: 21-40 Tahun (remaja dan dewasa) Pendidikan: SMA, D3, S1, S2, S3 Status Sosial: Menengah ke atas
Profesi: Tidak ada spesifikasi khusus.

Target utama sasaran pria dan wanita berusia 20-40 tahun, rentang usia ini dipilih karena hasil dari kuesioner menyatakan bahwa sekitar 83% pengunjung objek wisata Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda adalah usia 20-40 tahun. *Gender* tidak dibatasi karena yang berkunjung ke objek wisata Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda adalah pria dan wanita. Diluar batasan usia yang ditentukan, bukanlah suatu halangan untuk membaca buku ini. Informasi dan memberi gambaran mengenai kondisi serta situasi yang ada di objek wisata Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda, buku ini juga dapat di manfaatkan sebagai dasar penelitian bagi para peneliti berupa data.

c. Psikografis

Psikografis, sasaran buku ini adalah orang-orang yang gemar menghabiskan waktu luangnya untuk berwisata, menikmati kesejukan, keindahan dari suatu objek wisata alam dan juga mereka yang memiliki rasa ingin tahu tinggi terhadap objek wisata Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda selain itu berjiwa muda, memiliki rasa antusiasme yang tinggi, dan cenderung mencari kegembiraan serta hal-hal baru terhadap kegemarannya seperti wisata alam.

d. *Behavior*

Secara *behavior*, sasaran buku ini adalah orang yang suka membaca. Selain itu, orang-orang yang gemar menikmati objek wisata alam.

3. *Targeting*

Sasaran *audience* yang dituju dalam perancangan buku esai fotografi Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda merupakan kategori wisatawan remaja dengan usia 20-25 Tahun, selain itu kategori yang dipilih yakni keluarga yang tergolong warga lokal maupun wisatawan lokal yang memiliki rasa ingin tahu tinggi tentang objek wisata Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda. Diharapkan dengan adanya buku esai fotografi ini, dapat menembus sasaran yaitu orang-orang yang menyukai objek wisata alam, khususnya wisatawan yang berkunjung ke Kota Bandung. Buku ini juga diharapkan mampu memberikan informasi dan memberikan gambaran mengenai objek wisata Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda.

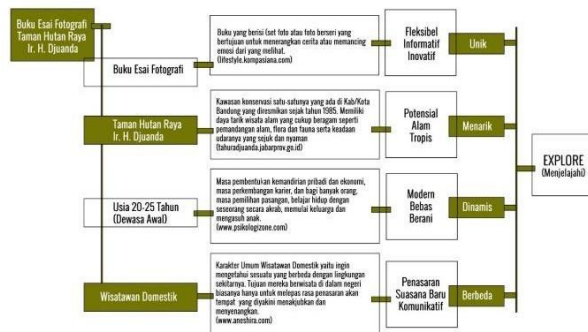
4. Strategi Kreatif

Mengoptimalkan potensi wisata maka buku esai fotografi ini memerlukan strategi kreatif visual dalam penerapan karyanya karena visual merupakan hal yang cukup penting dari sebuah buku esai fotografi agar mampu mencerminkan suatu karakter atau identitas dari Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda. Desain dari buku esai fotografi ini dikemas melalui sajian *layout* yang komunikatif yang menonjolkan visual foto *landscape*. Fotografi dipakai sebagai teknik untuk mengisi buku ini karena fotografi bersifat faktual. Foto juga dapat memberikan gambaran visual kepada pembacatentang situasi dan kondisi objek wisata Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda.

Tujuan kreatif dari perancangan ini sendiri adalah untuk menghasilkan buku esai foto yang menceritakan tentang bagaimana situasi dan kondisi objek wisata Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda secara tersusun dari awal hingga akhir. Informasi disajikan melalui sekumpulan rangkaian foto Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda beserta teks narasi sebagai penjelas yang mempunyai alur yang saling menyatukan, untuk memberikan kesan menarik dan berbeda yang dapat mewakili kesan dari *keyvisual* "Explore". Penjelasan rinci dari strategi kreatif sebagai berikut:

a. Analisis *Key Visual*/ Konsep

Pemilihan *key visual* dari penciptaan buku esai fotografi Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda, ini ditentukan dengan menggunakan dasar dan acuan terhadap analisis data yang sudah dilakukan. Penentuan *key visual* diambil berdasarkan analisis data yang sudah terkumpul dari hasil penjabaran konsep dan narasi sehingga menjadi *point of interest (keyvisual)*.



Gambar 1. Analisis Key Visual dari Hasil Pengumpulan Data Penelitian (Sumber Dokumentasi Pribadi)

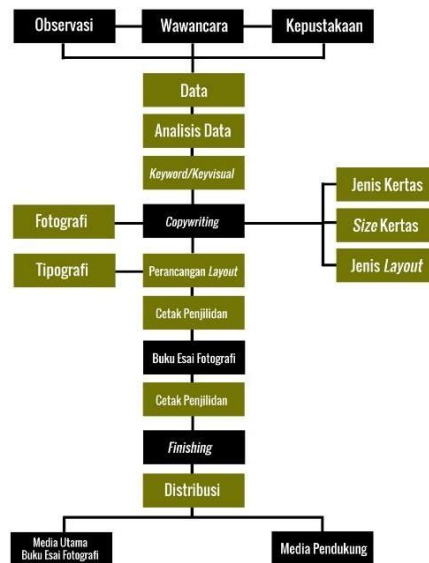
Hasil analisis ditemukan beberapa *key visual*, yaitu “unik” dari sisi buku esai fotografi. *Key visual* kedua “menarik” dari sisi tema yang diangkat buku esai foto ini yaitu Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda, ketiga adalah “dinamis” didapat dari karakter usia dewasa awal, dimana pada usia ini awal mulai kehidupan baru. *Key visual* keempat “berbeda” didapat dari karakter wisatawan domestik yang selalu penasaran dengan hal yang baru dan unik. Dari keempat *key visual* ditemukan satu *Key visual* yang akan dijadikan konsep desain pada buku esai fotografi Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda ini yaitu “*explore*”.

b. Deskripsi Konsep

Berdasarkan hasil analisis *key visual* maka dapat ditarik kesimpulan konsep yang akan menjadi acuan desain dalam penciptaan buku esai fotografi Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda ini yaitu “*explore*”. *Keyword* “*explore*” dalam penciptaan buku esai fotografi Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda ini untuk menonjolkan sisi yang dapat di *Explore* dari Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda guna menarik perhatian *audience*. *Key visual* “*explore*” sebagai konsep acuan desain ini, maka dalam penerapan desainnya akan selalu memiliki fokus atau titik pandang dengan menonjolkan salah satu unsur yang menarik, dalam hal ini unsur yang ditonjolkan adalah visual fotografi *landscape* yang mengedepankan estetika dan keindahan.

c. Perancangan Karya

Konsep perancangan merupakan kerangka perancangan yang didasari konsep yang telah ditemukan kemudian kerangka perancangan ini akan digunakan secara konsisten pada setiap hasil implementasi karya. Berikut adalah hasil dari konsep perancangan karya.



Gambar 2. Konsep Perancangan Karya (Sumber Dokumentasi Pribadi)

d. Konsep Kreatif

Pembuatan perancangan buku objek wisata Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda, dirancang dalam bentuk media buku esai fotografi dengan mewujudkan perancangan buku esai fotografi sebagai media informasi, maka disusun konsep kreatif yang meliputi penentuan sasaran perancangan yang tepat, penetapan tujuan dan strategi kreatif yang tepat. Tujuan kreatif dari buku esai fotografi Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda ini adalah untuk memberikan informasi dan gambaran mengenai kondisi dari objek wisata Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda selain itu tujuan lainnya adalah untuk mengoptimalkan potensi wisata Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda sesuai dengan hasil dari analisis data.

e. Format *Design* Buku

Buku esai fotografi ini menggunakan ukuran 25cm x 25cm dengan format *landscape*. Hal ini dilakukan dengan pertimbangan ukuran tersebut sesuai dengan strategi dalam buku ini dimana menonjolkan fotografi *landscape*. Ukuran tersebut juga sangat mendukung *keyvisual* “*explore*”. Buku ini menonjolkan ilustrasi fotografi dari keindahan pemandangan alam Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda dan juga berbagai aktifitas terkait sehingga membutuhkan tempat yang lebar untuk menguatkan daya tarik visual dari segi fotografi. Pertimbangan lainnya yaitu pada tingkat *legibility*/kejelasan buku ini sangat diutamakan untuk menghindari kejenuhan pembaca ketika membaca buku ini. Buku ini juga mengedepankan kualitas dengan memakai *hardcover* laminasi *doff* serta isi memakai kertas *art paper* 210 gsm.

f. Isi Buku

Perancangan buku ini berisikan *cover* dan foto-foto hasil karya yang disertai dengan penjelasan singkat tentang foto yang ada dan pada akhir halaman akan tersedia penjelasan tentang buku dan penulis. Isi dan tema buku ini, mengangkat konsep tentang suasana, kesejukan, pemandangan dan sedikit sejarah yang ada di Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda. Cerita dimulai dari awal pintu masuk pada pagi hari hingga Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda pada sore hari.

g. *Layout*

Buku esai fotografi Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda ini menggunakan satu jenis *layout* yang digunakan secara konsisten pada seluruh implemestasi karya. Jenis *layout* yang dipilih adalah *picture window layout*. *Picture window layout* ini tampilan gambar yang besar menjadi ciri utama tata letak ini, *headline* atau keterangan gambar hanya memiliki porsi yang kecil. *Picture Window Layout* dipilih dikarenakan mampu memberikan kesan “*explore*”, dimana *layout* ini yang dominan adalah tampilan gambar, dengan menfokuskan pada gambar visual foto *landscape* Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda yang mengedepankan nilai estetika, diharapkan dapat menarik dan menggali emosi *audience*. Perancangan tata letak/*layout* pada buku ini, berisikan 70% visual dan 20% adalah tulisan mengenai keterangan foto.

h. Tipografi

Penggunaan tipografi dalam perancangan buku ini menggunakan jenis *font* yang dipilih adalah *sans serif*. *Font* jenis *sans serif* dipilih untuk mempertimbangkan *readability* dan *legibility*, karena buku ini memperhatikan tingkat keterbacaan dan kenyamanan pembaca. *Font* yang terpilih berdasarkan pada prinsip kriteria tipografi yang baik dan kesesuaiannya dengan *key visual* “*explore*”. Maka dipilih *font* untuk *headline* dan *sub bab* buku yaitu *font* yang terpilih adalah *font* “*Oswald*”.

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 0123456789 (!@#S%&.,?;:)

Gambar 3. Konsep Perancangan Karya

i. Warna

Warna yang diaplikasikan pada *tone visual* fotografi *cover* dan media promosi adalah warna hijau dan turunannya, dengan kalibrasi warna hitam (C:63 M:52 Y:51 K:75) (R:33 G:35 B:34) atau PANTONE 419 C, warna hijau (C:61 M:42 Y:67 K:64) (R:48 G:61 B:35) atau PANTONE 5743 C warna hijau ke coklat-an dengan kalibrasi (C:25 M:28 Y:91 K:13) (R:172 G:159 B:44) atau PANTONE 7767. Warna yang digunakan yaitu warna hijau yang nantinya dipadukan dengan warna hitam. Warna hijau adalah warna yang langsung mengasosiasikan pemandangan alam. Hijainya pepohonan yang teduh, segarnya rumput, sawah adalah sebagian besar imajinasi yang pada umumnya tercipta saat mengingat warna hijau. Asosiasi terhadap warna bukan hanya secara visual, tapi juga indra yang lain terutama penciuman dan rasa. Memvisualisasikan warna hijau, dapat

membayangkan segarnya udara pagi dan sejuknya hawa pegunungan, karena itu hijau sangat tepat untuk merefleksikan kesegaran dan relaksasi. Hijau muda yang cerah mengandung banyak kuning akan terkesan segar, ringan, dan menyenangkan sedangkan hijau tua yang mengandung banyak biru berkesan sejuk cenderung dingin.



Gambar 4. Warna Terpilih
(Sumber Dokumentasi Pribadi)

Bagian *background cover* serta *background* halaman isi buku dipilih warna hitam, warna hitam bersifat mudah diingat dan komunikatif. Warna ini dipilih untuk mempertimbangkan kenyamanan dan kemudahan pembaca serta agar tidak mengganggu foto/*foreground* yang ditampilkan. Warna hitam merupakan warna yang dapat menggambarkan keheningan, kematangan berfikir dan kedalaman akal dalam menghasilkan karya. Terutama karya - karya yang menghasilkan seni. Bagi para penggemar mode, warna hitam adalah warna yang abadi, selalu terlihat modern dan gaya. Hitam juga sangat digemari sekaligus menampilkan kesan elegan dan mewah. Hasil dari analisis warna ini cocok untuk dipadukan dengan warna hijau, selain itu pengaplikasian warna hitam pada perancangan ini dapat mendukung kesan dari *keyvisual* “*explore*” agar target *audience* penasaran.

IV. IMPLEMENTASI KARYA

1. Implementasi Desain Buku

a. Buku & Cover Depan

Buku dirancang sesuai dengan konsep perancangan, ukuran dari buku 25cm x 25cm dengan cetak *hardcover*. Ukuran tersebut dipilih karena buku ini membutuhkan ruang lebar untuk menampilkan visual fotografi, dimana foto yang dominan disini adalah *landscape*. Diharapkan dengan ukuran tersebut visual fotografi yang disajikan menjadi lebih kuat dan menonjol, juga informasi verbal dapat tersampaikan dengan baik.

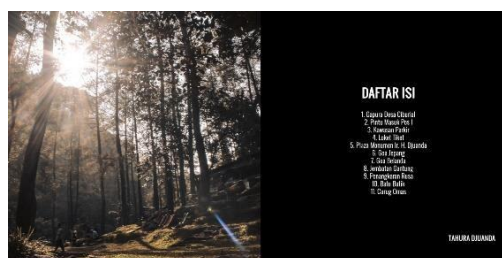


Gambar 5. Buku & Cover Depan
(Sumber Dokumentasi Pribadi)

Desain cover depan menampilkan *headline* buku “Tahura Djuanda” ditaruh ditengah agar menjadi *point of interest* bagi *audience*.

b. Halaman Pembuka

Halaman pembuka diawali dengan rangkaian pengambilan gambar dimulai dari *establishing shot*, dimana dalam bagian ini menggambarkan tempat atau *setting* tempat kejadian yaitu objek wisata Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda. *Shot* ini menggunakan lensa *wide angle*, pengambilan foto jenis ini dilakukan dengan jarak jauh, sehingga foto yang dihasilkan terlihat seluruhnya. Foto yang dipakai untuk membuka cerita adalah pintu masuk I dari objek wisata Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda. Membangun sebuah komposisi foto, sudut pengambilan gambar dalam rangkaian ini menggunakan jenis *wide shot* dengan *shot sangat luas*.



Gambar 6. Halaman I

(Sumber Dokumentasi Pribadi)



Gambar 7. Halaman II
(Sumber Dokumentasi Pribadi)



Gambar 8. Halaman III
(Sumber Dokumentasi Pribadi)

c. Halaman Isi

Rangkaian isi yaitu detail *shot*, padatahap ini digunakan lensa makro. Pengambilan foto ini dilakukan dengan jarak dekat bahkan sangat dekat. Bertujuan untuk mendapatkan gambar dari objek foto, agar terlihat dekat, jelas dan detail. Foto yang diangkat dalam bagian ini adalah hal-hal yang dianggap sebagai *symbol* penting yang ingin diceritakan dalam perancangan ini, yaitu seperti pengunjung ketika sedang membeli tiket, foto dari tugu Ir. H. Djuanda dan bagian-bagian lain seperti objek wisata yang memiliki detail yang baik untuk dipotret.

Membangun sebuah komposisi foto, sudut pengambilan gambar dalam rangkaian ini menggunakan beberapa jenis *shot* yaitu *Mid Shot* pada subjek manusia, tipe *shot* ini menampilkan sebatas pinggang sampai atas kepala dari objek foto, medium *close up* untuk menunjukkan wajah subjek agar lebih jelas dengan ukuran *shot* sebatas dada hinggakelapa, *close up* untuk menekankan keadaan emosional subjek, dan *over the shoulder shot* untuk pengambilan gambar yang dilakukan dari belakang bahu salah satu subjek.



Gambar 9. Halaman IV
(Sumber Dokumentasi Pribadi)



Gambar 10. Halaman V
(Sumber Dokumentasi Pribadi)



Gambar 11. Halaman VI
(Sumber Dokumentasi Pribadi)



Gambar 12. Halaman VII
(Sumber Dokumentasi Pribadi)



Gambar 13. Halaman VIII
(Sumber Dokumentasi Pribadi)



Gambar 14. Halaman IX
(Sumber Dokumentasi Pribadi)

Tahap setelah *detail shot* ada *Interaction Shot* dalam tahap ini hal yang ingin diperlihatkan adalah interaksi dari dua orang atau lebih berupa interaksi yang terjalin antara dua objek dalam satu bingkai. Perancangan ini hal yang ingin diperlihatkan adalah interaksi antara pengunjung Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda yang pertama dengan pengunjung lain, atau juga dapat dilihat dari hubungan antar pengunjung dengan keadaan sekitar objek wisata Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda misalnya dengan warga setempat. Membangun sebuah komposisi foto, sudut pengambilan gambar dalam rangkaian ini menggunakan beberapa jenis *shot* yaitu *two shot*, tipe *shot* ini menampilkan dua orang dalam satu *frame* kamera. Tipe *shot* dapat digunakan untuk membangun hubungan antara subjek satu dengan lainnya yang sedang berada di objek wisata Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda.

Tahap setelah bagian *detail shot* masuk ke tahap *climax* yaitu sebuah momen yang dirasakan atau dilihat. *Climax* dalam perancangan ini adalah memperlihatkan ekspresi dari subjek foto yaitu pengunjung Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda, dimana ekspresi yang diperlihatkan adalah sebuah kebahagiaan. Pesan yang ingin disampaikan dalam rangkaian ini adalah bahwa diharapkan setiap pengunjung yang datang ke kawasan ini merasa senang dan dapat *me-refresh* diri dari penat dan sibuknya keseharian. Membangun sebuah komposisi foto, sudut pengambilan gambar dalam rangkaian ini menggunakan jenis *shot* yaitu *close up* untuk menekankan keadaan emosional subjek.



Gambar 15. Halaman X
(Sumber Dokumentasi Pribadi)



Gambar 16. Halaman XI
(Sumber Dokumentasi Pribadi)



Gambar 17. Halaman XII
(Sumber Dokumentasi Pribadi)

d. Halaman Penutup

Rangkaian terakhir adalah *closer/clincher* Foto penutup dari buku ini adalah keadaan Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda pada sore hari, ditandai dengan pintu keluar dari objek wisata Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda dimana sebagai *symbol* dari sebuah akhir, akhir yang dimaksud adalah akhir dari berwisata di objek wisata Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda. Membangun sebuah komposisi foto, sudut pengambilan gambar dalam rangkaian ini menggunakan jenis *shot* yaitu *point of view shot*. *Tipe shot ini menunjukkan sesuatu dari sudut pandang subjek, dalam hal ini fungsi kamera sebagai mata subjek.*

V. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari penciptaan buku esai fotografi Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda ini adalah: penciptaan buku esai fotografi Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda, dilakukan pengumpulan data primer dan data sekunder. Data primer didapat dari observasi lapangan dan wawancara langsung kepada responden utama dan pihak-pihak terkait seperti Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat, data sekunder di dapat dari studi literatur, internet dan dokumentasi. Ditambahkan dengan melakukan analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Threat*) dan analisis STP (*Segmentasi, Targeting, Positioning*). Konsep yang diambil dalam perancangan ini adalah berupa *key visual* yaitu “*explore*” yang artinya menjelajah. *Key visual* yang didapat ditemukan *headline* yang cocok yaitu “*explore, Tahura Djuanda*”, dengan *key visual “explore”* sebagai konsep acuan desain, maka dalam penerapannya selalu menonjolkan sisi dari setiap objek wisata Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda yang dapat dijelajahi. Unsur yang ditonjolkan adalah visual foto *landscape* yang mengedepankan estetika keindahan suatu pemandangan.

Hasil penerapan dapat ditemukan bagaimana *layout, font* dan warna yang sesuai. Buku dengan dimensi 25 cm x 25 cm dan konsisten menggunakan satu jenis *layout picture window*, hal ini guna menguatkan visual fotografi *landscape* untuk menonjolkan sisi yang menarik untuk dijelajahi. Buku dicetak *hardcover* laminasi *doff* dengan isi kertas *art paper* 210gsm. Media yang digunakan untuk mempromosikan buku esai fotografi Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda ini ada 11 media pendukung yaitu terdiri dari flyer, poster, t-shirt, topi, gantungan kunci, *post card, sticker, tumbler, totebag*, dan sosial media yaitu instagram. Perancangan buku ini adalah sebuah esai fotografi yang

dapat memberikangambaran kepada pembaca mengenai kawasan Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda. Diharapkan perancangan ini dapat menjadi sumber pengetahuan dan informasi maupun referensi bagi para wisatawan, fotografer, pelajar, dan para pengamat objek wisata alam. Diharapkan juga karya esai fotografi ini dapat menjadi inspirasi bagi masyarakat yang ingin mencari tempat wisata untuk melepas penat dan dapat pula membantu mengoptimalkan potensi dari kawasan TamanHutan Raya Ir. H. Djuanda.

2. Saran

Saran dari perancangan ini, bagi masyarakat dan Dinas terkait yaitu terus kembangkan potensi wisata yang ada khususnya di kawasan Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda. Bagi para wisatawan yang datang untuk mengunjungi kawasan ini diharapkan tetap dapat menjaga kebersihan, kelestarian alam, dan tidak lupa untuk tetap menaati peraturan yang di buat seperti halnya menggunakan fasilitas dengan baik tidak merusaknya demi terciptanya kawasan Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda yang nyaman, dan untuk para peneliti selanjutnya diharapkan perancangan ini dapat dikembangkan menjadi lebih informatif dari segi data maupun konsep yang ditawarkan sehingga dapat menjadi solusi yang lebih efektif demi terciptanya Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda yang lebih baik.

REFERENSI

- [1] Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat, "Laporan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan 2013-2018," Jawa Barat, 2018.
- [2] Dinas Kehutanan Provinsi Jawa Barat, "Lapora Rencana Strategis, Dinas Kehutanan 2013-2018," Jawa Barat, 2016.
- [3] M.L. Kasenda, M.N. Damayanti, R.M.N. Basuki. "Perancangan Buku Pengenalan dan Informasi Tempat Bersejarah di Surabaya Utara", Jurnal Desain Komunikasi Visual Adiwarna, 2016.
- [4] A.A. Ahmady. "Perancangan Buku *Story Photography* Produktifitas Garam Sebagai Media Informasi Kepada Masyarakat," STIKOM, Surabaya, 2018.
- [5] M.N. Aminuddin. "Penciptaan Buku Esai Fotografi Pantai Jatimalang Untuk Mengoptimalkan Potensi Wisata Purworejo," Juno: Jurnal Art Nouveau, vol 4 No. 1, 2015.
- [6] Wardana. "Potensi dan Startegi Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Pesisir Barat," Universitas Lampung, Bandar Lampung, 2017.
- [7] Nurudin. "Ilmu Komunikasi; Ilmiah dan Populer," Jakarta: Rajawali Pers. 2016.
- [8] R. Syndicate. "Belajar Mudah Fotografi Digital Untuk Hoby dan Bisnis," Jakarta: JAL Publishing. 2011.
- [9] Suyanto, M. "Photoprenuership: Mendulang Dolar Melalui Foto," Yogyakarta: Andi Offset. 2017.
- [10] Purwanto. "Desain Grafis," Jakarta: LPMG-ATG TRISAKTI. 2006.