

**PERANCANGAN BUKU ESAI FOTO
PASAR GATAK BANTUL
YOGYAKARTA**



PERANCANGAN

Oleh:

Margareta Gertrud

NIM 1912567024

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2024**

**PERANCANGAN BUKU ESAI FOTO
PASAR GATAK BANTUL
YOGYAKARTA**



PERANCANGAN

Oleh:

Margareta Gertrud

NIM 1912567024

Tugas Akhir ini Diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta Sebagai
Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana S-1 dalam Bidang
Desain Komunikasi Visual

2024

Tugas Akhir Penciptaan/Perancangan berjudul:

PERANCANGAN BUKU ESAI FOTO PASAR GATAK BANTUL YOGYAKARTA diajukan oleh Margareta Gertrud, NIM 1912567024, Program Studi S-1 Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta (Kode Prodi: 90241), telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada tanggal 10 Januari 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I/Penguji/Ketua Sidang


Daru Tunggul Aji, S.S., M.A.

NIP 19870103 201504 1 002 / NIDN 0003018706

Pembimbing II/Penguji


Fransisca Sherly Taju, S.Sn., M.Sn.

NIP 19900215 201903 2 018 / NIDN 0015029006

Cognate/Penguji Ahli


Drs. Hartono Karnadi, M.Sn.


NIP 19650209 199512 1 001 / NIDN 0009026502

Ketua Program Studi/Ketua Anggota


Daru Tunggul Aji, S.S., M.A.

NIP 19870103 201504 1 002 / NIDN 0003018706

Ketua Jurusan/Ketua


Martino Dwi Nugroho, S.Sn., M.A.

NIP 19770315 200212 1 005 / NIDN 0015037702

Mengetahui,

Dekan Fakultas Seni Rupa

Institut Seni Indonesia Yogyakarta


Muhanad Sholahuddin, S.Sn., M.T.

NIP. 19701019 199903 1 001 / NIDN 0019107005



PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Margareta Gertrud
NIM : 1912567024
Fakultas : Seni Rupa
Jurusan : Desain
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Dengan ini menyatakan bahwa seluruh materi dalam perancangan saya yang berjudul **PERANCANGAN BUKU ESAI FOTO PASAR GATAK BANTUL YOGYAKARTA**, yang dibuat untuk melengkapi persyaratan menjadi Sarjana Desain dalam Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Karya ini sepenuhnya hasil pemikiran saya dan belum pernah diajukan oleh pihak lain. Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan kesadaran tanpa paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 11 Januari 2024

Yang membuat pernyataan,



Margareta Gertrud

NIM 1912567024

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI


Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Margareta Gertrud
NIM : 1912567024
Fakultas : Seni Rupa
Jurusan : Desain
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Demi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang Desain Komunikasi Visual, dengan ini saya memberikan karya perancangan saya yang berjudul **PERANCANGAN BUKU ESAI FOTO PASAR GATAK BANTUL YOGYAKARTA** kepada ISI Yogyakarta untuk menyimpan, mengalihkan dalam bentuk lain, mengelolanya dalam pangkalan data, mendistribusikannya secara terbatas, dan mempublikasikannya di internet atau media lain untuk keperluan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya sebagai penulis. Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 11 Januari 2024

Yang membuat pernyataan,


Margareta Gertrud

NIM 1912567024

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkah dan rahmat-Nya sehingga laporan Tugas Akhir Perancangan Buku Esai Foto Pasar Gatak Bantul Yogyakarta dapat dikerjakan dengan baik dan lancar sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.

Perancangan ini tentunya membahas tentang cerita aktivitas dan kehidupan masyarakat di Pasar Gatak yang dikemas dalam bentuk buku esai foto. Topik ini dipilih agar pasar tradisional yang awalnya dihiraukan oleh sebagian masyarakat dan kalangan remaja akibat hadirnya pasar modern mulai kembali dikenal dan diakui kembali eksistensi, ciri khas, dan kebudayaannya.

Adapun ketidaksempurnaan dalam hasil laporan perancangan ini sehingga penulis memohon maaf sebesar-besarnya jika terdapat kesalahan dan kekurangan. Kritik, saran, dan masukan tentunya diterima oleh penulis dan diharapkan perancangan ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan ilmu pengetahuan bagi para pembaca.

Yogyakarta, 11 Januari 2024

Penulis,



Margareta Gertrud

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu, mendoakan, dan memberikan dukungan selama masa pengerjaan perancangan ini kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa serta kedua orang tua saya yang tidak berhenti memberikan doa maupun dorongan semangat dari awal hingga akhir.
2. Bapak Dr. Irwandi, S.Sn., M.Sn., selaku Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
3. Bapak Muhamad Sholahuddin, S.Sn., M.T., selaku Dekan Fakultas Seni Rupa ISI Yogyakarta.
4. Bapak Martino Dwi Nugroho, S.Sn., M.A., selaku Ketua Jurusan Desain Fakultas Seni Rupa ISI Yogyakarta.
5. Bapak Daru Tunggal Aji, S.S., M.A., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual ISI Yogyakarta dan selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia membimbing selama pengerjaan Tugas Akhir.
6. Bu Fransisca Sherly Taju, S.Sn., M.Sn., selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia membimbing selama pengerjaan Tugas Akhir.
7. Seluruh dosen Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, atas ilmu pengetahuan, pengalaman, dan arahan yang diberikan selama perkuliahan hingga selesainya Tugas Akhir ini.
8. Teman-teman saya, baik itu teman masa SMA dan teman seperjuangan Tugas Akhir yang selalu memberikan *support* selama proses pengerjaan tugas akhir.
9. Teman-teman Randatapak angkatan 2019 yang senantiasa saling mendukung dan membantu saya selama masa perkuliahan.
10. Narasumber, baik itu dari pengelola dan pedagang-pedagang di Pasar Gatak serta target audiens yang sudah meluangkan waktu untuk mengisi formulir maupun memberikan jawaban berupa informasi yang dibutuhkan dalam perancangan Tugas Akhir saya.
11. Dan seluruh pihak-pihak yang telah terlibat dalam perancangan tugas akhir saya yang belum bisa disebutkan satu persatu.

ABSTRAK

PERANCANGAN BUKU ESAI FOTO PASAR GATAK BANTUL YOGYAKARTA

Oleh: Margareta Gertrud

NIM: 1912567024

Pasar tradisional sering kali mendapatkan stigma negatif bagi sebagian masyarakat di mana pasar tersebut sering diidentikkan sebagai tempat yang kumuh dan kurang terawat. Para generasi muda saat ini lebih memilih pasar modern dikarenakan penyediaan barang yang jauh lebih lengkap, lebih mudah, praktis, bersih, dan terjamin. Sayangnya, karakteristik pasar tradisional yang memiliki nilai-nilai aktivitas sosial untuk mempertahankan eksistensi sebagai pasar tradisional kurang mendapatkan perhatian bagi masyarakat sekitar. Pemilihan pasar yang diambil dalam objek penelitian ini adalah Pasar Gatak yang berlokasi di Bantul, Yogyakarta.

Metode yang dilakukan dalam perancangan ini bersifat kualitatif dengan melakukan observasi, wawancara, dan studi literatur, serta analisis data dengan pendekatan 5W1H. Perancangan buku esai foto dipilih karena media tersebut menampilkan visual secara nyata dengan pesan verbal di dalamnya. Selain itu, buku merupakan media yang tahan lama dan dapat dijadikan arsip dokumentasi dalam mengabadikan momen yang dapat menyampaikan sisi emosional kepada para pembaca. Tujuan dibuatnya Perancangan Buku Esai Foto Pasar Gatak Bantul Yogyakarta adalah mengenalkan Pasar Gatak yang merupakan keberadaan cagar budaya kepada masyarakat maupun kalangan generasi muda melalui dokumentasi foto yang bercerita. Adapun media pendukung dalam perancangan ini yang berupa kartu pos, pembatas buku, *tote bag*, dan *t-shirt*.

Kata Kunci: Esai foto, Pasar Gatak, pasar tradisional, Bantul, Yogyakarta

ABSTRACT
PHOTO ESSAY BOOK DESIGN
GATAK BANTUL MARKET YOGYAKARTA

By: Margareta Gertrud

Student ID: 1912567024

Traditional markets often receive negative stigma from some members of society, where they are often associated with being dirty and poorly maintained places. The younger generation nowadays prefers modern markets due to the availability of a broader range of goods, convenience, practicality, cleanliness, and reliability. Unfortunately, traditional markets' social activity values, contributing to their existence as conventional markets, often receive less attention from the surrounding community. The chosen market for this research is Pasar Gatak, located in Bantul, Yogyakarta.

The method used in this design is qualitative, using observations, interviews, literature studies, and data analysis using the 5W1H approach. The design of a photo essay book was chosen because the media displays real visuals with verbal messages in them. Besides, books are a long-lasting medium and can be used as documentation archives to capture moments that convey emotional aspects to readers. The aim of designing the Gatak Market Photo Essay Book, Bantul Yogyakarta, is to introduce Gatak Market, a cultural heritage site, to the public and the younger generation through photo documentation that tells a story. The supporting media in this design are postcards, bookmarks, tote bags, and t-shirts.

Keywords: Photo essay, Gatak Market, traditional market, Bantul, Yogyakarta

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
KATA PENGANTAR	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Perancangan	5
D. Batasan Lingkup Perancangan	5
E. Manfaat Perancangan	5
F. Definisi Operasional	5
G. Metode Perancangan	6
H. Metode Analisis Data	7
I. Skematika Perancangan	8
BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISIS	9
A. Identifikasi Data	9
1. Penelitian Terdahulu.....	9
2. Tinjauan Pasar Tradisional	10
3. Pasar Gatak Bantul Yogyakarta.....	14
4. Tinjauan Fotografi	15
5. Unsur-Unsur Komposisi.....	28
B. Tinjauan Pustaka.....	30
1. Buku <i>Photo Story Handbook</i> Panduan Membuat Foto Cerita	30
2. Tinjauan karya foto esai berjudul <i>Waton Urip</i>	32
C. Analisis Data.....	34

1. Analisis Data Lapangan.....	34
2. Analisis Permasalahan dan Target Audiens	35
3. Analisis Media.....	36
BAB III KONSEP DESAIN	38
A. Konsep Media.....	38
1. Tujuan Media	38
2. Strategi Media	39
3. Program Media	40
B. Konsep Kreatif.....	41
1. Tujuan Kreatif	41
2. Strategi Kreatif	41
C. Program Kreatif	42
1. Tema Pesan.....	42
2. Sinopsis Cerita.....	42
3. <i>Storyline</i>	43
4. Pengarahan Pesan Visual.....	61
5. Penulisan Naskah	71
6. Pengarahan Teknis	71
D. Biaya Kreatif	73
BAB IV VISUALISASI DESAIN	74
A. Data Visual	74
B. Penjaringan Ide Visual.....	86
C. Pengembangan bentuk visual	87
1. Layout Kasar	87
2. Eksekusi Final Desain	107
D. Poster Pameran Tugas Akhir.....	133
E. GSM Pameran Tugas Akhir	135
F. Katalog Pameran Tugas Akhir	136
BAB V PENUTUP	138
A. Kesimpulan.....	138
B. Saran	139
DAFTAR PUSTAKA	140
LAMPIRAN.....	143

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Gambar denah bangunan Pasar Gatak.....	3
Gambar 1.2 Pasar Gatak Bantul Yogyakarta	4
Gambar 2.1 Contoh pengaplikasian <i>Rule of Third</i>	21
Gambar 2.2 Contoh pengaplikasian <i>Rule of Odds</i>	21
Gambar 2.3 Contoh pengaplikasian <i>Rule of Space</i>	22
Gambar 2.4 Contoh pengaplikasian <i>Point of View</i>	22
Gambar 2.5 Contoh pengaplikasian <i>Frames wihtin Frame</i>	23
Gambar 2.6 Contoh pengaplikasian <i>Leading Lines</i>	24
Gambar 2.7 Contoh pengaplikasian <i>Symmetry</i>	24
Gambar 2.8 Contoh pengaplikasian <i>Filling the Frame</i>	25
Gambar 2.9 Contoh pengaplikasian <i>Contrast</i>	26
Gambar 2.10 Contoh pengaplikasian <i>Pattern</i>	26
Gambar 2.11 Contoh pengaplikasian <i>Perspective and Depth</i>	27
Gambar 2.12 Photo Story Handbook Panduan Membuat Foto Cerita.....	30
Gambar 2.13 Sampul buku Waton Urip.....	33
Gambar 3.1 Palet warna utama	68
Gambar 3.2 Penerapan <i>grid</i> pada <i>layout</i> halaman	69
Gambar 3.3 <i>Font Disclaimer</i>	70
Gambar 3.4 <i>Font Poppins</i>	70
Gambar 3.5 <i>Font Senja</i>	71
Gambar 4.1 Visual pada bagian daftar isi buku esai foto hal 4-5	74
Gambar 4.2 Visual <i>chapter</i> 1 sejarah singkat Pasar Gatak hal 6-13.....	75
Gambar 4.3 Visual <i>chapter</i> 1 sejarah singkat Pasar Gatak hal 14-19.....	76
Gambar 4.4 Visual <i>chapter</i> 1 sejarah singkat Pasar Gatak hal 20-27	77
Gambar 4.5 Visual <i>chapter</i> 1 sejarah singkat Pasar Gatak hal 28-35.....	78
Gambar 4.6 Visual <i>chapter</i> 2 kisah para pedagang Pasar Gatak hal 36-39	79
Gambar 4.7 Visual <i>chapter</i> 2 kisah para pedagang Pasar Gatak hal 40-49	80
Gambar 4.8 Visual <i>chapter</i> 2 kisah para pedagang Pasar Gatak hal 50-59	81
Gambar 4.9 Visual <i>chapter</i> 2 kisah para pedagang Pasar Gatak hal 61-65	82
Gambar 4.10 Visual <i>chapter</i> 3 <i>legi</i> hari pasaran jawa hal 66-67.....	82

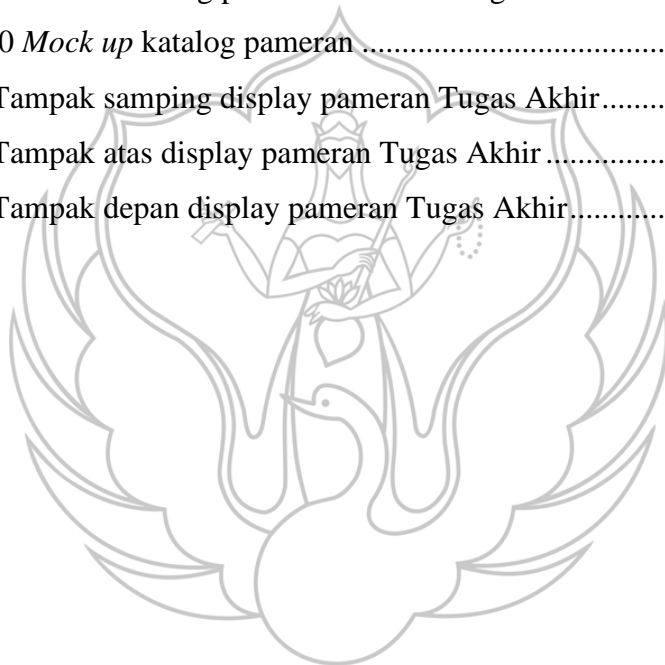
Gambar 4.11 Visual <i>chapter 3 legi</i> hari pasaran jawa hal 68-77	83
Gambar 4.12 Visual <i>chapter 3 legi</i> hari pasaran jawa hal 78-89	84
Gambar 4.13 Visual <i>chapter 3 legi</i> hari pasaran jawa hal 90-101	85
Gambar 4.14 <i>Moodboard</i> atau referensi foto pasar tradisional.....	86
Gambar 4.15 <i>Moodboard</i> atau referensi foto pedagang di pasar tradisional	86
Gambar 4.16 <i>Moodboard</i> atau referensi layout isi halaman buku	87
Gambar 4.17 <i>Layout</i> kasar <i>cover</i> belakang dan depan buku.....	87
Gambar 4.18 <i>Layout</i> kasar halaman isi buku (hal 1)	88
Gambar 4.19 <i>Layout</i> kasar halaman isi buku (hal 2-3)	88
Gambar 4.20 <i>Layout</i> kasar halaman isi buku (hal 4-5)	88
Gambar 4.21 <i>Layout</i> kasar halaman isi buku (hal 6-7)	89
Gambar 4.22 <i>Layout</i> kasar halaman isi buku (hal 8-9)	89
Gambar 4.23 <i>Layout</i> kasar halaman isi buku (hal 10-11)	89
Gambar 4.24 <i>Layout</i> kasar halaman isi buku (hal 12-13)	90
Gambar 4.25 <i>Layout</i> kasar halaman isi buku (hal 14-15)	90
Gambar 4.26 <i>Layout</i> kasar halaman isi buku (hal 16-17)	90
Gambar 4.27 <i>Layout</i> kasar halaman isi buku (hal 18-19)	91
Gambar 4.28 <i>Layout</i> kasar halaman isi buku (hal 20-21)	91
Gambar 4.29 <i>Layout</i> kasar halaman isi buku (hal 22-23)	91
Gambar 4.30 <i>Layout</i> kasar halaman isi buku (hal 24-25)	92
Gambar 4.31 <i>Layout</i> kasar halaman isi buku (hal 26-27)	92
Gambar 4.32 <i>Layout</i> kasar halaman isi buku (hal 28-29)	92
Gambar 4.33 <i>Layout</i> kasar halaman isi buku (hal 30-31)	93
Gambar 4.34 <i>Layout</i> kasar halaman isi buku (hal 32-33)	93
Gambar 4.35 <i>Layout</i> kasar halaman isi buku (hal 34-35)	93
Gambar 4.36 <i>Layout</i> kasar halaman isi buku (hal 36-37)	94
Gambar 4.37 <i>Layout</i> kasar halaman isi buku (hal 38-39)	94
Gambar 4.38 <i>Layout</i> kasar halaman isi buku (hal 40-41)	94
Gambar 4.39 <i>Layout</i> kasar halaman isi buku (hal 42-43)	95
Gambar 4.40 <i>Layout</i> kasar halaman isi buku (hal 44-45)	95
Gambar 4.41 <i>Layout</i> kasar halaman isi buku (hal 46-47)	95
Gambar 4.42 <i>Layout</i> kasar halaman isi buku (hal 48-49)	96

Gambar 4.43 <i>Layout</i> kasar halaman isi buku (hal 50-51)	96
Gambar 4.44 <i>Layout</i> kasar halaman isi buku (hal 52-53)	96
Gambar 4.45 <i>Layout</i> kasar halaman isi buku (hal 54-55)	97
Gambar 4.46 <i>Layout</i> kasar halaman isi buku (hal 56-57)	97
Gambar 4.47 <i>Layout</i> kasar halaman isi buku (hal 58-59)	97
Gambar 4.48 <i>Layout</i> kasar halaman isi buku (hal 60-61)	98
Gambar 4.49 <i>Layout</i> kasar halaman isi buku (hal 62-63)	98
Gambar 4.50 <i>Layout</i> kasar halaman isi buku (hal 64-65)	98
Gambar 4.51 <i>Layout</i> kasar halaman isi buku (hal 66-67)	99
Gambar 4.52 <i>Layout</i> kasar halaman isi buku (hal 68-69)	99
Gambar 4.53 <i>Layout</i> kasar halaman isi buku (hal 70-71)	99
Gambar 4.54 <i>Layout</i> kasar halaman isi buku (hal 72-73)	100
Gambar 4.55 <i>Layout</i> kasar halaman isi buku (hal 74-75)	100
Gambar 4.56 <i>Layout</i> kasar halaman isi buku (hal 76-77)	100
Gambar 4.57 <i>Layout</i> kasar halaman isi buku (hal 78-79)	101
Gambar 4.58 <i>Layout</i> kasar halaman isi buku (hal 80-81)	101
Gambar 4.59 <i>Layout</i> kasar halaman isi buku (hal 82-83)	101
Gambar 4.60 <i>Layout</i> kasar halaman isi buku (hal 84-85)	102
Gambar 4.61 <i>Layout</i> kasar halaman isi buku (hal 86-87)	102
Gambar 4.62 <i>Layout</i> kasar halaman isi buku (hal 88-89)	102
Gambar 4.63 <i>Layout</i> kasar halaman isi buku (hal 90-91)	103
Gambar 4.64 <i>Layout</i> kasar halaman isi buku (hal 92-93)	103
Gambar 4.65 <i>Layout</i> kasar halaman isi buku (hal 94-95)	103
Gambar 4.66 <i>Layout</i> kasar halaman isi buku (hal 96-97)	104
Gambar 4.67 <i>Layout</i> kasar halaman isi buku (hal 98-99)	104
Gambar 4.68 <i>Layout</i> kasar halaman isi buku (hal 100-101)	104
Gambar 4.69 <i>Layout</i> kasar halaman isi buku (hal 102)	105
Gambar 4.70 Sketsa kasar media pendukung <i>post card</i> bagian depan	105
Gambar 4.71 Sketsa kasar media pendukung <i>post card</i> bagian belakang	105
Gambar 4.72 Sketsa kasar media pendukung pembatas buku	106
Gambar 4.73 Sketsa kasar media pendukung <i>tote bag</i>	106
Gambar 4.74 Sketsa kasar media pendukung <i>t-shirt</i>	107

Gambar 4.75 Final layout <i>cover</i> depan dan belakang buku	107
Gambar 4.76 Final <i>layout</i> halaman isi media utama (hal 1)	108
Gambar 4.77 Final <i>layout</i> halaman isi media utama (hal 2-3).....	108
Gambar 4.78 Final <i>layout</i> halaman isi media utama (hal 4-5).....	108
Gambar 4.79 Final <i>layout</i> halaman isi media utama (hal 6-7).....	109
Gambar 4.80 Final <i>layout</i> halaman isi media utama (hal 8-9).....	109
Gambar 4.81 Final <i>layout</i> halaman isi media utama (hal 10-11).....	109
Gambar 4.82 Final <i>layout</i> halaman isi media utama (hal 12-13).....	110
Gambar 4.83 Final <i>layout</i> halaman isi media utama (hal 14-15).....	110
Gambar 4.84 Final <i>layout</i> halaman isi media utama (hal 16-17).....	110
Gambar 4.85 Final <i>layout</i> halaman isi media utama (hal 18-19).....	111
Gambar 4.86 Final <i>layout</i> halaman isi media utama (hal 20-21).....	111
Gambar 4.87 Final <i>layout</i> halaman isi media utama (hal 22-23).....	111
Gambar 4.88 Final <i>layout</i> halaman isi media utama (hal 24-25).....	112
Gambar 4.89 Final <i>layout</i> halaman isi media utama (hal 26-27).....	112
Gambar 4.90 Final <i>layout</i> halaman isi media utama (hal 28-29).....	112
Gambar 4.91 Final <i>layout</i> halaman isi media utama (hal 30-31).....	113
Gambar 4.92 Final <i>layout</i> halaman isi media utama (hal 32-33).....	113
Gambar 4.93 Final <i>layout</i> halaman isi media utama (hal 34-35).....	113
Gambar 4.94 Final <i>layout</i> halaman isi media utama (hal 36-37).....	114
Gambar 4.95 Final <i>layout</i> halaman isi media utama (hal 38-39).....	114
Gambar 4.96 Final <i>layout</i> halaman isi media utama (hal 40-41).....	114
Gambar 4.97 Final <i>layout</i> halaman isi media utama (hal 42-43).....	115
Gambar 4.98 Final <i>layout</i> halaman isi media utama (hal 44-45).....	115
Gambar 4.99 Final <i>layout</i> halaman isi media utama (hal 46-47).....	115
Gambar 4.100 Final <i>layout</i> halaman isi media utama (hal 48-49).....	116
Gambar 4.101 Final <i>layout</i> halaman isi media utama (hal 50-51).....	116
Gambar 4.102 Final <i>layout</i> halaman isi media utama (hal 52-53).....	116
Gambar 4.103 Final <i>layout</i> halaman isi media utama (hal 54-55).....	117
Gambar 4.104 Final <i>layout</i> halaman isi media utama (hal 56-57).....	117
Gambar 4.105 Final <i>layout</i> halaman isi media utama (hal 58-59).....	117
Gambar 4.106 Final <i>layout</i> halaman isi media utama (hal 60-61).....	118

Gambar 4.107 Final <i>layout</i> halaman isi media utama (hal 62-63).....	118
Gambar 4.108 Final <i>layout</i> halaman isi media utama (hal 64-65).....	118
Gambar 4.109 Final <i>layout</i> halaman isi media utama (hal 66-67).....	119
Gambar 4.110 Final <i>layout</i> halaman isi media utama (hal 68-69).....	119
Gambar 4.111 Final <i>layout</i> halaman isi media utama (hal 70-71).....	119
Gambar 4.112 Final <i>layout</i> halaman isi media utama (hal 72-73).....	120
Gambar 4.113 Final <i>layout</i> halaman isi media utama (hal 74-75).....	120
Gambar 4.114 Final <i>layout</i> halaman isi media utama (hal 76-77).....	120
Gambar 4.115 Final <i>layout</i> halaman isi media utama (hal 78-79).....	121
Gambar 4.116 Final <i>layout</i> halaman isi media utama (hal 80-81).....	121
Gambar 4.117 Final <i>layout</i> halaman isi media utama (hal 82-83).....	121
Gambar 4.118 Final <i>layout</i> halaman isi media utama (hal 84-85).....	122
Gambar 4.119 Final <i>layout</i> halaman isi media utama (hal 86-87).....	122
Gambar 4.120 Final <i>layout</i> halaman isi media utama (hal 88-89).....	122
Gambar 4.121 Final <i>layout</i> halaman isi media utama (hal 90-91).....	123
Gambar 4.122 Final <i>layout</i> halaman isi media utama (hal 92-93).....	123
Gambar 4.123 Final <i>layout</i> halaman isi media utama (hal 94-95).....	123
Gambar 4.124 Final <i>layout</i> halaman isi media utama (hal 96-97).....	124
Gambar 4.125 Final <i>layout</i> halaman isi media utama (hal 98-99).....	124
Gambar 4.126 Final <i>layout</i> halaman isi media utama (hal 100-101).....	124
Gambar 4.127 Final <i>layout</i> halaman isi media utama (hal 102)	125
Gambar 4.128 Final desain <i>post card</i> tampak depan dan belakang versi 1	125
Gambar 4.129 Final desain <i>post card</i> tampak depan dan belakang versi 2	126
Gambar 4.130 Final desain <i>post card</i> tampak depan dan belakang versi 3	127
Gambar 4.131 Final desain pembatas buku	127
Gambar 4.132 Final desain <i>totebag</i>	128
Gambar 4.133 Final desain <i>t-shirt</i>	128
Gambar 4.134 <i>Mock up cover</i> buku media utama.....	129
Gambar 4.135 <i>Mock up</i> halaman isi buku media utama	129
Gambar 4.136 <i>Mock up post card</i> versi 1	130
Gambar 4.137 <i>Mock up post card</i> versi 2	130
Gambar 4.138 <i>Mock up post card</i> versi 3	131

Gambar 4.139 <i>Mock up</i> pembatas buku	131
Gambar 4.140 <i>Mock up</i> tote bag	132
Gambar 4.141 <i>Mock up</i> t-shirt	132
Gambar 4.142 Desain poster pameran A3	133
Gambar 4.143 Desain poster <i>Instagram</i>	133
Gambar 4.144 <i>Mock up</i> poster A3	134
Gambar 4.145 <i>Mock up</i> poster Instagram	134
Gambar 4.146 Desain GSM	135
Gambar 4.147 <i>Mock up</i> GSM	135
Gambar 4.148 Desain katalog pameran sisi depan	136
Gambar 4.149 Desain katalog pameran sisi belakang	136
Gambar 4.150 <i>Mock up</i> katalog pameran	137
Gambar 5.1 Tampak samping display pameran Tugas Akhir.....	156
Gambar 5.2 Tampak atas display pameran Tugas Akhir	157
Gambar 5.3 Tampak depan display pameran Tugas Akhir.....	157



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel studi eksisting.....	33
Tabel 3.1 <i>Storyline</i> konten buku esai foto.....	61
Tabel 3.2 Konsep visual buku esai foto	68
Tabel 3.3 Biaya kreatif.....	73



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Keberadaan pasar tradisional diiringi dengan maraknya pembangunan pasar modern yang mulai hadir dan muncul di berbagai tempat. Badan Pusat Statistik tahun 2019 menunjukkan data bahwa pasar tradisional Indonesia telah mendominasi perdagangan publik dengan total sebanyak 14.182 unit (88,52%) sedangkan pasar modern berjumlah 1.131 unit atau sekitar 7.06% namun kehadiran pasar modern justru menarik perhatian dan minat lebih bagi sebagian masyarakat dalam melakukan aktivitas jual beli. Sebagaimana diungkapkan oleh Brata (dalam Malano, 2011: 81) bahwa beberapa alasan masyarakat terutama para generasi muda memilih pasar modern, yaitu 1) adanya perasaan bangga atau gengsi; 2) dapat memilih barang yang variatif dalam satu lokasi; 3) keinginan rasa nyaman dan aman; 4) keinginan harga yang sudah pasti (*fixed price*); dan 5) harga barang yang dijual dapat diterima oleh masyarakat.

Keberadaan pasar tradisional kurang mendapatkan perhatian khusus dari masyarakat sekitar dikarenakan masih adanya stigma negatif yang beredar hingga saat ini. Menurut Brata (2016) tempat yang kurang bersih, tidak terawat, bau, panas, dan becek seringkali diidentikkan sebagai pasar tradisional sehingga sebagian masyarakat dan para generasi muda merasa enggan untuk mengunjungi tempat tersebut. Kehadiran pasar modern lambat laun menjadi salah satu ancaman bagi pasar tradisional di mana pasar modern memiliki karakteristik dan pandangan yang jauh lebih baik dalam sistem pengelolaannya. Menurut Sarwoko (2008) ancaman tersebut dipengaruhi oleh keberadaan lokasi pasar modern yang berdekatan dengan pasar tradisional dan permasalahan perekonomian lokal akibat tidak mampu bersaing dengan pasar modern.

Seiring waktu, pasar tradisional perlahan mulai ditinggalkan oleh sebagian masyarakat yang cenderung memilih pasar modern sebagai opsi pertama dalam melakukan aktivitas berbelanja untuk memenuhi kebutuhannya. Hal tersebut dibuktikan melalui hasil kuesioner terhadap minat generasi muda pada pasar tradisional hanya mencapai 34.8 % sedangkan 65,2% responden

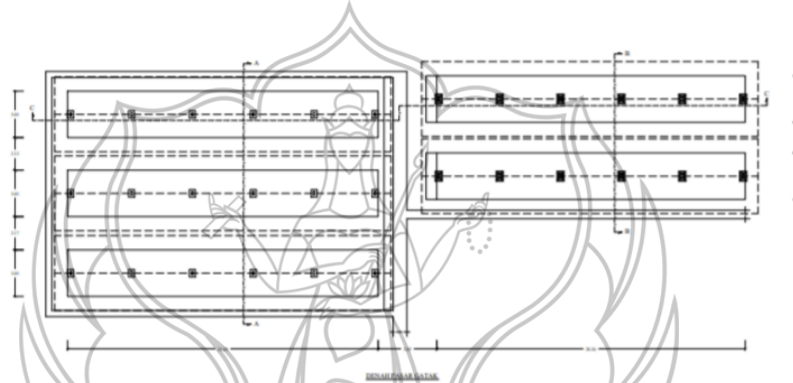
lainnya memilih pasar modern sebagai tempat belanja yang lebih disenangi dikarenakan jauh lebih praktis, lebih bersih, dan persediaan barang lebih bervariasi. Sarwoko (dalam A.C. Nielsen, 2005) menambahkan bahwa kontribusi pasar tradisional dari tahun ke tahun mengalami penurunan dan berkurang sebesar 8% tiap tahunnya sedangkan pasar modern mengalami kenaikan dan perkembangan sebesar 31,4% per tahun.

Pasar tradisional sendiri memiliki beberapa kelemahan yang masih menjadi permasalahan hingga saat ini. Pertama, barang-barang pokok seperti sayur-sayuran, daging ayam, ikan, beras, bumbu dapur, dan barang lainnya yang dijual tidak memiliki jangka waktu yang bersifat lama sehingga hal tersebut dapat mempengaruhi kualitas sebuah produk. Kedua, bangunan pasar memiliki ruangan yang bersifat terbuka dengan fasilitas yang terbatas di mana hal ini sangat berbanding terbalik dengan pasar modern yang menyediakan fasilitas lengkap berupa AC dan CCTV dalam tujuan meningkatkan kenyamanan dan keamanan bagi konsumen. Ketiga, letak lokasi pedagang cenderung terlihat acak sehingga beberapa pembeli perlu berkeliling untuk mencari kebutuhan barang yang ingin dibeli. Sedangkan di pasar modern, konsumen dengan mudah mendapatkan pelayanan yang baik melalui susunan barang produk yang telah tertata rapi dan terorganisir.

Adanya pasar modern tidak serta merta menjadi permasalahan utama bagi pasar tradisional. Menurut Kurniasih., et al (2015) permasalahan yang muncul di pasar tradisional juga dapat disebabkan oleh beberapa faktor internal lainnya seperti kondisi fisik pasar dan sumber daya manusia. Di kota Yogyakarta, pemerintah Kabupaten Bantul tentunya mengatasi masalah tersebut dengan melakukan revitalisasi atau perbaikan terhadap pasar-pasar tradisional dan membatasi izin dalam mendirikan pasar modern di wilayah sekitar Bantul (Pramudyo, 2014: 90). Di samping itu, pasar tradisional memiliki beberapa keunggulan yang tidak dimiliki oleh pasar modern, di antaranya adalah terdapat sistem transaksi dengan cara tawar-menawar yang melibatkan interaksi antara pedagang dengan pembeli, hadirnya kebudayaan melalui penggunaan gaya bahasa daerah masing-masing, dan munculnya rasa solidaritas yang telah dibangun lama melalui kedekatan pembeli dengan

penjual. Pramudyo (2014) menjelaskan bahwa selain tawar menawar, pasar tradisional juga memiliki keunggulan terkait kualitas barang dengan sajian produk yang masih segar dan harga yang lebih murah dibandingkan dengan pasar modern.

Saat ini, sekitar 30 pasar tradisional telah tersebar di daerah Bantul, Yogyakarta. Pasar tradisional yang dipilih dalam objek penelitian ini adalah Pasar Gatak yang merupakan salah satu pasar umum dengan hari pasaran *legi* dan sudah diresmikan oleh salah seorang Menteri Perdagangan Indonesia bernama Mari Elka Pangestu pada tanggal 15 Desember 2006. Pasar Gatak tidak memiliki area yang luas seperti pasar pada umumnya namun ketersediaan kebutuhan dapur yang dijual terbilang cukup lengkap dan murah.



Gambar 1.1 Gambar denah bangunan Pasar Gatak
(Sumber: BPCB DIY, 2019)

Bangunan Pasar Gatak merupakan peninggalan jaman Belanda yang diperkirakan berdiri sejak tahun 1926-1930 oleh N.V Braat. Secara fisik, kondisi Pasar Gatak telah mencapai usia 50 tahun lebih dengan struktur pondasi yang masih berdiri utuh dan terawat. Berdasarkan Tim Ahli Cagar Budaya, Pasar Gatak memiliki ciri khas yang tidak dimiliki oleh pasar tradisional lainnya di mana struktur dan kerangka bangunan Pasar Gatak merupakan campuran gaya arsitektur Jawa dan Kolonial.

Pada hari biasa, Kusnanto (2014) mengatakan bahwa hanya sedikit aktivitas jual beli yang terjadi di Pasar Gatak dikarenakan jumlah pengunjung yang semakin lama semakin sepi, bahkan Pasar Gatak tidak memiliki gapura yang menunjukkan identitas pasar tersebut. Beberapa pedagang lama di Pasar Gatak berpendapat dan menyampaikan keluh kesah serta kesulitannya bahwa

pendapatan yang diperoleh tidak selalu tetap dan semakin menurun. Hal tersebut disebabkan karena sedikitnya pembeli dan munculnya banyak pesaing yang menjual barang dagangan sejenis (Semiarti, wawancara pribadi, 23 Maret 2023).



Gambar 1.2 Pasar Gatak Bantul Yogyakarta
(Sumber: Margareta Gertrud, 2023)

Kehadiran pasar tradisional seolah-olah hanya menjadi keberadaan dan aktivitas yang terlewat begitu saja. Saat ini, informasi seputar Pasar Gatak belum dapat tersampaikan dengan baik dikarenakan penyampaian media dan dokumentasi yang masih terbatas. Norhandayani (2018) mengatakan bahwa salah satu kelemahan pasar tradisional juga disebabkan karena kurangnya media promosi. Dalam menghadapi permasalahan tersebut, buku esai foto dinilai sebagai media yang dapat menyampaikan pesan visual secara nyata melalui fotografi dan pesan verbal sebagai keterangan gambar yang menjadi satu kesatuan cerita dalam isi buku. Selain itu, perancangan buku esai foto tentunya dapat memunculkan sisi emosional yang dapat dirasakan oleh pembaca melalui pengabdian sebuah momen. Maka dengan itu, penulis bertujuan merancang buku esai foto untuk mengenalkan Pasar Gatak Bantul Yogyakarta sebagai bentuk arsip dokumentasi keberadaan cagar budaya kepada kalangan generasi muda.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perumusan masalah ini adalah Bagaimana merancang buku esai foto Pasar Gatak Bantul Yogyakarta sebagai arsip dokumentasi keberadaan cagar budaya kepada generasi muda.

C. Tujuan Perancangan

Dari rumusan masalah yang ada, maka tujuan yang dibuat oleh penulis adalah Merancang buku esai foto Pasar Gatak Bantul Yogyakarta sebagai arsip dokumentasi keberadaan cagar budaya kepada generasi muda.

D. Batasan Lingkup Perancangan

Batasan lingkup perancangan yang terdapat dalam buku esai foto pasar tradisional ini yaitu:

1. Perancangan ini akan dibatasi pada pasar tradisional yang terletak di wilayah kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. Objek penelitian yang dipilih dalam perancangan ini adalah Pasar Gatak di Bantul, Yogyakarta.
3. Perancangan dalam penelitian ini akan berupa buku esai foto seputar Pasar Gatak dan media pendukung lainnya sebagai hasil akhir dari perancangan.

E. Manfaat Perancangan

1. Bagi Mahasiswa
Sebagai bentuk bacaan untuk menambah wawasan dan pengetahuan dalam merancang buku esai foto mengenai pasar tradisional.
2. Bagi Institusi
Sebagai bentuk alternatif tambahan untuk referensi rujukan dan penelitian yang yang menyangkut buku esai foto dengan topik seputar pasar tradisional.
3. Bagi Masyarakat
Sebagai warisan budaya Indonesia dan arsip dokumentasi tentang pasar tradisional khususnya Pasar Gatak Bantul Yogyakarta.

F. Definisi Operasional

1. Pengertian Fotografi

Fotografi diambil dari bahasa Yunani, yaitu *phos* yang berarti cahaya dan *graphe* yang berarti menggambar sehingga dapat disimpulkan bahwa fotografi adalah menggambar dengan menggunakan bantuan cahaya.

Dalam hal tersebut, kamera menjadi salah satu alat bantu yang berfungsi untuk merekam dan mengambil sebuah foto.

2. Pengertian Buku Esai Foto

Buku esai foto merupakan series foto yang dapat menyajikan dan menceritakan sebuah topik khusus melalui kumpulan beberapa foto momen menarik dengan pesan berupa teks sebagai keterangan gambar yang kemudian ditata dan disusun melalui sebuah buku. Menurut Taufan (2016: 37) dalam bukunya yang berjudul *Photo Story* menjelaskan bahwa esai foto adalah salah satu foto cerita yang memuat opini dari sang fotografer di mana dalam foto esai terdapat rangkaian pendapat dan teks yang berisi informasi, analisis, maupun data dari topik cerita yang akan diangkat.

3. Pengertian Pasar Tradisional

Menurut Pramudyo (2014: 84) pasar tradisional merupakan pusat kebudayaan yang menjadi ruang ekspresi kesenian dan kebudayaan di mana intensitas interaksi seperti nilai-nilai dan segala macam ekspresi perilaku masyarakat telah melekat didalamnya.

G. Metode Perancangan

1. Data yang dibutuhkan

Dalam melakukan perancangan, pencarian sumber data diperlukan untuk memenuhi data primer dan data sekunder. Data Primer merupakan data yang bersifat secara faktual dan asli. Sedangkan data sekunder dapat diperoleh dari para peneliti sebelumnya melalui internet, website, jurnal, artikel, dan sebagainya.

2. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan untuk mendapatkan informasi atau data secara lebih dalam mengenai permasalahan yang akan dibahas. Metode ini dilakukan dengan tiga cara, yaitu dengan melalui observasi, wawancara, serta studi literatur.

a. Observasi

Observasi merupakan salah satu metode untuk mencari data atau informasi secara langsung dan mendalam pada sebuah objek yang akan

diamati. Observasi dilakukan dengan mengamati aktivitas sosial antar pedagang dan pembeli yang berada di Pasar Gatak Bantul, Yogyakarta.

b. Wawancara

Metode ini dilakukan untuk mendapatkan data yang valid. Wawancara akan dilakukan dengan cara tertulis untuk mendapatkan informasi mengenai Pasar Gatak dari pihak yang bersangkutan seperti para pedagang.

c. Studi Literatur

Studi literatur merupakan data yang dapat diambil melalui sumber internet seperti artikel, buku, penelitian terdahulu, jurnal dan sumber lainnya yang berkaitan dengan topik perancangan.

3. Instrumen Pengumpulan Data

Alat pengumpulan data yang digunakan berupa kamera untuk melakukan observasi dalam merekam dan mengabadikan momen pada lokasi objek yang dituju. Sedangkan untuk wawancara akan berupa rekaman dan catatan pertanyaan yang bersifat tertulis. Selain itu, kuesioner ditujukan kepada para remaja terkait pasar tradisional untuk mendapatkan pendapat dan data yang lebih valid melalui *google form*.

H. Metode Analisis Data

Perancangan ini menggunakan metode analisis kualitatif untuk dapat mengetahui maupun memecahkan suatu permasalahan yang akan dibahas dalam objek perancangan. Analisis data ini dilakukan dengan pendekatan 5W+1H sebagai berikut:

What : Apa yang akan dirancang?

Who : Siapa target audiens dari perancangan ini?

Where : Di mana batasan lokasi dari target audiens pada perancangan ini?

When : Kapan perancangan ini perlu dikerjakan?

Why : Kenapa perancangan ini perlu dikerjakan?

How : Bagaimana merancang buku esai foto Pasar Gatak Bantul Yogyakarta sebagai arsip dokumentasi keberadaan cagar budaya kepada generasi muda.

I. Skematika Perancangan

