

**PRODUK JUALBUKUSA STRA.COM DALAM
FOTOGRAFI KOMERSIAL**



**SKRIPSI
TUGAS AKHIR PENCIPTAAN SENI FOTOGRAFI**

Harry Arafat

1210621031

**JURUSAN FOTOGRAFI
FAKULTAS SENI MEDIA REKAM
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2019**

**PRODUK JUALBUKUSAISTRA.COM DALAM
FOTOGRAFI KOMERSIAL**



SKRIPSI
TUGAS AKHIR PENCIPTAAN SENI FOTOGRAFI
untuk memenuhi persyaratan derajat sarjana
Program Studi Fotografi

Harry Arafat

1210621031

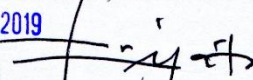
JURUSAN FOTOGRAFI
FAKULTAS SENI MEDIA REKAM
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2019


Produk Jualbukusastra.com dalam Fotografi Komersial

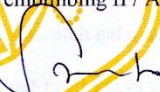
SKRIPSI

Diajukan oleh
HARRY ARAFAT
NIM 1210621031

Skripsi telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir
Jurusan Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia
Yogyakarta, pada tanggal **02 JUL 2019**


M. Fajar Apriyanto, M.Sn.
Pembimbing I / Anggota Penguji


Adva Arsita, S.S., M.A.
Pembimbing II / Anggota Penguji


Susanto Umboro, M.Sn.
Cognate / Anggota Penguji


Dr. Irwandi, M.Sn.
Ketua Jurusan / Ketua Penguji



Mengesahui
Dekan Fakultas Seni Media Rekam

Marsudi S. Kar., M.Hum.
NIP. 19610719198703 1 002

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Harry Arafat

No Mahasiswa : 1210621031

Program Studi : S-1 Fotografi

Judul Skripsi/Karya Seni : **Produk Jualbukusastra.com dalam Fotografi
Komersial**

Dengan ini menyatakan bahwa dalam Karya Seni Tugas Akhir saya tidak terdapat bagian yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi manapun dan juga tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh pihak lain sebelumnya, kecuali secara tertulis saya sebutkan dalam daftar pustaka.

Saya bertanggungjawab atas Skripsi/Karya Seni Tugas Akhir saya ini, dan saya bersedia menerima sanksi sesuai aturan yang berlaku, apabila dikemudian hari diketahui dan terbukti tidak sesuai dengan isi pernyataan ini.

Yogyakarta, ...15...juli...2019

Yang menyatakan,



Harry Arafat

PERSEMBAHAN

Teruntuk Ama tersayang...

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur senantiasa dipanjatkan atas kehadiran Allah SWT Tuhan semesta alam atas limpahan hidayahNya sehingga karya Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Karya Tugas Akhir dengan judul Produk Jualbukusastra.com dalam Fotografi Komersial merupakan salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Seni Fotografi pada Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Dengan selesainya Tugas Akhir ini menandakan bahwa penulis telah menyelesaikan studinya di kampus Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Penulis menyadari tugas akhir ini dapat terselesaikan berkat bantuan doa dan sumbangsih pemikiran dari banyak pihak, maka dari itu penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Nuryasma, S.Pd selaku orang tuaku tercinta atas do'a dan dukungan yang tiada henti.
2. Marsudi, S.Kar., M.Hum., selaku Dekan Fakultas Seni Media Rekam.
3. Dr.Irwandi, M.Sn., selaku Ketua Jurusan Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam.
4. Oscar Samaratunga, S.E., M.Sn., selaku Sekretaris Jurusan Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam.
5. M. Fajar Apriyanto, M.Sn., selaku Dosen Pembimbing I.
6. Adya Arsita, S.S., M.A., selaku Dosen Pembimbing II.

7. Susanto Umboro, M.Sn., selaku Penguji Ahli.
8. Dr.Samuel Gandang Gunanto, M.T., selaku Dosen Wali yang telah membimbing selama menjalani masa perkuliahan di Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
9. Seluruh dosen Jurusan Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta yang telah membimbing dan memberi banyak ilmu selama masa perkuliahan.
10. Seluruh staff jurusan fotografi Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta yang telah membantu selama masa perkuliahan.
11. Indrian Koto selaku pemilik Jualbukusastra.com
12. Zelfeni Wimra, kakak yang telah memberi saran dan ide dalam penciptaan karya ini.
13. Teman-teman fotografi angkatan 2012 yang telah memberi semangat dan dukungan, juga banyak membantu selama masa perkuliahan.
14. Seluruh kerabat suku Koto yang telah memberikan do'a dan dukungan.
15. Semua pihak terkait yang tidak bisa dituliskan satu per satu.

Akhir kata, semoga karya ini dapat bermanfaat dan menginspirasi bagi penikmat fotografi untuk semakin kreatif berekspresi.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 12 Juni 2019

Harry Arafat

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR KARYA	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Penegasan Judul	4
C. Rumusan Ide Penciptaan	6
D. Tujuan dan Manfaat	6
E. Metode Pengumpulan Data	7
BAB II. IDE DAN KONSEP PERWUJUDAN	9
A. Latar Belakang Munculnya Ide	9
B. Landasan Penciptaan	9
C. Tinjauan Karya.....	13
D. Ide dan Konsep Perwujudan	18
BAB III. PROSES PENCIPTAAN	19
A. Objek Penciptaan	19
B. Metodologi Penciptaan	19
C. Proses Penciptaan.....	21
BAB IV. ULASAN KARYA	30
BAB V. PENUTUP	91
A. Kesimpulan	91
B. Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Foto Majalah Kinfolk oleh Christian M.Andersen.....	14
Gambar 2. Foto Majalah Kinfolk oleh Christian M.Andersen.....	14
Gambar 3. Foto Majalah Kinfolk oleh <i>Team Kinfolk</i>	16
Gambar 4. Foto <i>Still life</i> oleh Klas Sjoberg	17
Gambar 5. Foto kamera Sony A6000	22
Gambar 6. Foto Lensa Sony.....	22
Gambar 7. Foto <i>Memory Card</i>	23
Gambar 8. Foto <i>Flash external</i>	23
Gambar 9. Foto <i>Wireless Trigger & Receiver</i>	24
Gambar 10. Foto Laptop Acer, <i>intel inside, Core i3</i>	25
Gambar 11. Foto <i>Adobe Photoshop Cs 5 2015</i>	25
Gambar 12. Diagram <i>Lighting</i> karya 1	32
Gambar 13. Diagram <i>Lighting</i> karya 2	35
Gambar 14. Diagram <i>Lighting</i> karya 3	38
Gambar 15. Diagram <i>Lighting</i> karya 4	41
Gambar 16. Diagram <i>Lighting</i> karya 5	44
Gambar 17. Diagram <i>Lighting</i> karya 6	47
Gambar 18. Diagram <i>Lighting</i> karya 7	50
Gambar 19. Diagram <i>Lighting</i> karya 8	53
Gambar 20. Diagram <i>Lighting</i> karya 9	56
Gambar 21. Diagram <i>Lighting</i> karya 10	59
Gambar 22. Diagram <i>Lighting</i> karya 11	62
Gambar 23. Diagram <i>Lighting</i> karya 12	65
Gambar 24. Diagram <i>Lighting</i> karya 13	68
Gambar 25. Diagram <i>Lighting</i> karya 14	71
Gambar 26. Diagram <i>Lighting</i> karya 15	74
Gambar 27. Diagram <i>Lighting</i> karya 16	77

Gambar 28. Diagram <i>Lighting</i> karya 17	80
Gambar 29. Diagram <i>Lighting</i> karya 18	83
Gambar 30. Diagram <i>Lighting</i> karya 19	86
Gambar 31. Diagram <i>Lighting</i> karya 20	89

DAFTAR KARYA

Karya 1. <i>Adityawarman</i>	31
Karya 2. <i>Pleidoi Malin Kundang</i>	34
Karya 3. <i>Kota-kota Kecil yang Diangan dan Kujumpai</i>	37
Karya 4. <i>Kabar Buruk dari Langit</i>	40
Karya 5. <i>Kronik Gladwaller</i>	43
Karya 6. <i>Dongeng Binatang</i>	46
Karya 7. <i>Samaran</i>	49
Karya 8. <i>Darah Muda</i>	52
Karya 9. <i>Politik Sastra</i>	55
Karya 10. <i>Adam Hawa</i>	58
Karya 11. <i>Rohmantik</i>	61
Karya 12. <i>Air Tulang Ibu</i>	64
Karya 13. <i>Kenduri Waktu</i>	67
Karya 14. <i>Kamu Sedang Membaca Tulisan Ini</i>	70
Karya 15. <i>Mawar Gandrung</i>	73
Karya 16. <i>Telegram</i>	76
Karya 17. <i>Botol Kosong</i>	79
Karya 18. <i>Bunga-bunga Kesunyian</i>	82
Karya 19. <i>Vegetarian</i>	85
Karya 20. <i>Titik Temu</i>	88

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Foto balik layar pemotretan	95
Lampiran 2. Foto suasana ujian	95
Lampiran 3. Foto suasana ujian (peninjauan karya)	96
Lampiran 4. Foto display pameran.....	98
Lampiran 5. Foto suasana pameran.....	99
Lampiran 6. Desain poster	100
Lampiran 7. Desain katalog	101
Lampiran 8. Hasil wawancara.....	102

Produk Jualbukusastra.com dalam Fotografi Komersial

Oleh

Harry Arafat

1210621031

ABSTRAK

Penciptaan karya seni fotografi ini menampilkan foto produk Jualbukusastra.com dalam fotografi komersial yang menghadirkan interpretasi visual dari produk buku, khususnya karya sastra lokal yang dijual di Jualbukusastra.com. Karena pembeli tidak bisa menyentuh produk secara langsung, maka foto merupakan satu-satunya acuan pembeli sebelum membeli produk tersebut. Foto produk yang menarik tentunya akan meningkatkan daya tarik pembeli dan pada akhirnya tertarik untuk membeli produk tersebut. Penciptaan karya fotografi komersial ini menginterpretasikan buku sastra sesuai dengan sinopsis buku, sehingga membutuhkan perhitungan yang matang dalam penciptaannya. Untuk menarik calon pembeli, tentunya foto produk yang ditampilkan harus memperlihatkan estetika fotografi sekaligus dapat menyampaikan pesan dari penyedia barang dan harus dapat mencitrakan *image* sebuah produk. Adapun kreativitas fotografer bisa dilakukan dengan membangun *mood* sebuah foto dan keseimbangan keseluruhan objek foto, menyusun perwujudan sebuah ide menjadi sebuah penyusunan gambar yang baik sehingga tercipta suatu kesatuan karya. Hasil dari penciptaan ini menunjukkan bahwa dalam menciptakan kreativitas Fotografi komersial harus sesuai dengan elemen produk melalui tahap perwujudan yang terkonsep. Kreativitas dalam penciptaan ini diwujudkan melalui tahapan-tahapan, yaitu pemilihan produk, pemahaman terhadap objek, pemilihan *background*, pemilihan properti, persiapan alat kamera, persiapan *lighting*, penataan komposisi dan lainnya. Sehingga hasil akhir dari penciptaan ini dapat menyampaikan pesan dengan mudah kepada konsumen. Selain sebagai media promosi, ilustrasi visual yang diciptakan juga dapat dinikmati oleh calon pembeli.

Kata kunci: Jualbukusastra.com, fotografi komersial, produk

Jualbukusastra.com products in Commercial Photography

By

Harry Arafat

1210621031

ABSTRACT

The creation of Photography Artwork displays product photos of Jualbukusastra.com in commercial photography which presents a visual interpretation of book products, especially local literary works sold at Jualbukusastra.com. Because the buyer cannot touch the product directly, the photo is the buyer's only reference before buying the product. Attractive product photos will certainly increase the attractiveness of buyers and ultimately interested in buying these products. The creation of this commercial photographic work interprets literary books in accordance with the synopsis of the book, thus requiring good calculations in its creation. To attract prospective buyers, of course the product photos displayed must show the aesthetics of photography as well as being able to convey messages from suppliers and must be able to image the image of a product. The photographer's creativity can be done by building the mood of a photo and the overall balance of the object, arranging the embodiment of an idea into a compilation of good images so as to create a unified work. The results of this creation show that in creating creative commercial photography must be in accordance with the elements of the product through a conceptualized stage of realization. Creativity in this creation is manifested through stages, namely product selection, object understanding, background selection, property selection, camera equipment preparation, lighting preparation, composition and other arrangements. So that the final result of this creation can easily convey messages to consumers. Aside from being a media campaign, visual illustrations that are created can also be enjoyed by prospective buyers.

Keywords: *Jualbukusastra.com, commercial photography, products*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penciptaan

Seiring berkembangnya zaman, kemajuan era digital juga berkembang lebih cepat demi memenuhi kebutuhan sehari-hari. Salah satu bentuk dari kemajuan era digital yaitu munculnya *online shop*, kemudahan berbelanja kebutuhan sehari-hari hanya dengan melihat foto atau video dari penjual jasa maupun produk melalui internet. Begitupun dengan dunia fotografi juga ikut berkembang seiring dengan perkembangan zaman. Sejak ditemukannya fotografi, manusia semakin mudah menghasilkan imaji. Kemudahan yang didapat dari fotografi selanjutnya dimanfaatkan untuk berbagai kebutuhan visual, seperti untuk keperluan pembuatan potret diri, pemotretan arsitektur, dan pemotretan benda mati. Ilmu fotografi tersebut juga diperlukan dalam pemasaran produk atau jasa sebuah toko *online*. Penelitian membuktikan, sebuah gambar menstimulus otak lebih cepat dibanding tulisan. Kondisi ini yang mendasari dunia periklanan dan bisnis *online* untuk lebih banyak melibatkan gambar di media sosial atau internet dalam berpromosi (Reza, 2017: 3).

Online shop merupakan toko yang tempat berjualan dan aktivitas dalam berjualan dilakukan secara *online*. Menurut Loekamto (Sari, 2015: 206) *online shop* merupakan sarana atau toko untuk menawarkan barang dan jasa lewat internet sehingga pengunjung *online shop* dapat melihat barang-barang di toko *online*,

konsumen bisa melihat barang-barang berupa gambar atau foto-foto atau bahkan juga video.

Kelebihan dari *online shop* menurut Juju & Maya (Andira, 2015: 206) *online shop* memberikan beragam kemudahan bagi konsumennya diantaranya adalah adanya penghematan biaya, barang bisa langsung diantar ke rumah, pembayaran dilakukan secara *transfer*, dan harga lebih bersaing.

Kebutuhan pokok, sekunder, dan tersier dapat dipesan melalui aplikasi belanja *online* atau dengan mengakses *website* penyedia barang. Sehingga setiap perusahaan *online* dapat dipastikan menggunakan seni fotografi untuk mempromosikan produk mereka. Begitu juga yang dilakukan oleh toko Jualbukusastra.com dan selanjutnya akan disebut dengan JBS, yang berdiri sejak tahun 2010. Toko tersebut menjual berbagai macam buku sastra maupun nonsastra yang sebagian besar melakukan penjualan secara *online* melalui *website*, Instagram dan Facebook. Karena tidak dapat menyentuh produk secara langsung, maka foto merupakan satu-satunya acuan pembeli sebelum membeli barang atau jasa secara *online*. Foto tersebut berfungsi untuk menarik calon pembeli agar mau membeli produk dari penyedia barang. Untuk menarik calon pembeli, tentunya foto produk yang ditampilkan harus memperlihatkan estetika fotografi sekaligus dapat menyampaikan pesan dari penyedia barang dan harus dapat mencitrakan *image* sebuah produk. Karya fotografi memiliki makna ekonomis apabila karya tersebut menjadi produk yang diperjualbelikan karena diarahkan untuk tujuan komersial Soedjono (2007: 30).

Pentingnya fotografi komersial dalam dunia perbisnisan masa kini sangat berpotensi besar terutama pada grafik penjualan, khususnya aplikasi jual beli *online* yang hanya mengedepankan aspek visual foto sebagai media promosi. Berbagai macam bentuk visual fotografi dibuat untuk menarik konsumen sehingga mempunyai nilai jual, mulai dari foto-foto yang memperlihatkan setiap detail bagian dari produk, maupun menggunakan objek pendukung seperti properti atau model namun tetap memperlihatkan ide dan gagasan yang tersirat dari buku.

Dengan kemudahan yang ditawarkan *online shop* dan besarnya peluang untuk berjualan secara *online* maka semakin berat pula persaingan yang dialami oleh penjual untuk memasarkan produk mereka. Buku merupakan media promosi yang sangat baik karena memberi dampak jangka panjang, memuat banyak riset dan informasi yang bermanfaat dan tentunya memperkuat *brand image* dari perusahaan, selain itu buku dapat dijadikan *collectable items* (Owen dan Susanto, 2013: 44). Sesuai dengan penjelasan di atas, fotografi komersial pada produk buku merupakan media promosi yang strategis bagi penyedia jasa fotografi untuk menampilkan kualitas hasil dan eksekusi karya fotografi khususnya di ranah komersial.

Ketertarikan pada dunia fotografi *product* mendasari penciptaan karya ini. Ide penciptaan diperoleh dari pengamatan dari beberapa *online shop* populer secara *global* dan mengamati tentang pemasaran produk secara *online*. Berdasarkan penelitian Reza (2017) dalam skripsinya berjudul Estetika Fotografi *Still Life* pada Produk *Online Shop Folk Store*, menjelaskan tingkat kepopuleran barang dalam *online shop* pada peringkat pertama adalah pakaian yaitu 67,1%, dan yang paling

sedikit diminati adalah buku sebanyak 1.8%. Penelitian tersebut melatar belakangi timbulnya ide penciptaan untuk mengangkat produk JBS sebagai objek penciptaan fotografi komersial berdasarkan interpretasi dari isi buku yang akan dipromosikan. Selain itu, JBS juga berpotensi dalam memperluas jangkauan pembeli dan meningkatkan pemasaran karya sastra lokal. Peningkatan promosi produk buku tersebut berharap meningkatkan produksi karya sastra tanah air. Maka dari itu, peranan dan ide sang fotografer sangat diperlukan untuk mengeksekusi suatu gambar. Produk buku dari JBS yang diinterpretasikan adalah sastra lokal seperti novel, puisi, cerpen. Berdasarkan latar belakang inilah dilakukan penciptaan fotografi yang berjudul : Produk Jualbukusastra.com dalam Fotografi Komersial.

B. Penegasan Judul

Penegasan judul akan menjelaskan istilah-istilah pokok untuk menghindari terjadinya salah penafsiran judul, maka perlu ditegaskan adanya batasan-batasan penggunaan istilah yang dipakai dalam judul. Dalam hal ini judul dipisahkan menjadi beberapa bagian, yaitu sebagai berikut:

1. Produk

Kata produk berasal dari bahasa Inggris, yaitu *product* berarti sesuatu yang diproduksi oleh tenaga kerja atau sejenisnya. Dalam bisnis, produk adalah apapun barang atau jasa yang dapat diperjual belikan. Dalam *marketing*, produk adalah apapun yang bisa ditawarkan ke sebuah pasar dan bisa memuaskan sebuah keinginan atau kebutuhan (Kotler dan Armstrong, 2001). Sedangkan definisi

produk menurut KBBI adalah barang atau jasa yang dibuat dan ditambah gunanya atau nilainya dalam proses produksi dan menjadi hasil akhir dari proses produksi itu. (<https://kbbi.web.id/produk>, diakses 22 Mei 2019).

2. Fotografi Komersial

Menurut Enche Tjin dan Erwin Mulyadi (2014: 76), fotografi komersial adalah jenis fotografi yang bertujuan untuk komersial seperti mempromosikan sesuatu produk atau jasa. Sebagaimana yang dikatakan Soedjono (2007: 30), yakni karya fotografi memiliki makna ekonomis bila karya tersebut menjadi produk komoditas yang bernilai karena diorientasikan bagi pencapaian tujuan komersial/finansial. Fotografi komersial ini pun menjadi lebih luas lagi karena bisa dieksplorasi menjadi beberapa jenis lagi seperti: fotografi fashion, fotografi produk, fotografi *advertising*, dan media elektronik.

3. Jualbukusastra.com

Jual Buku Sastra adalah sebuah toko buku yang menjual produk berupa buku sastra dan nonsastra secara *online* dan *offline*. Jualbukusastra.com (JBS) ini didirikan oleh Indrian Koto pada tahun 2010 saat ini bertempat di jalan Wijilan gang Semangat No 150, Alun-alun utara Yogyakarta.

Tugas Akhir Penciptaan Seni Fotografi ini secara keseluruhan bermaksud untuk mengkonsepkan foto pada produk buku sastra dari Jualbukusastra.com dalam fotografi komersial untuk mempromosikan sesuatu produk atau jasa bagi pencapaian tujuan komersial/finansial.

C. Rumusan Ide Penciptaan

Produk buku belum pernah dijadikan objek penciptaan fotografi komersial di Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Dengan demikian rumusan ide dalam penciptaan karya seni fotografi komersial ini yaitu bagaimana menampilkan produk buku dari Jualbukusastra.com secara simbolis dengan estetis dan sesuai dengan interpretasi terhadap isi buku dalam fotografi komersial?

D. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan

Tujuan dari penciptaan ini adalah menciptakan fotografi komersial dari produk JBS sebagai media promosi khususnya *online* seperti Instagram, *website* dan Facebook serta menciptakan visualisasi fotografi komersial berdasarkan interpretasi dari buku sastra pada toko JBS.

2. Manfaat

Berikut manfaat dari penciptaan ini adalah :

- a. Menambah pengetahuan di bidang fotografi komersial terutama dalam bidang periklanan
- b. Bertambahnya referensi penciptaan karya fotografi komersial terutama pada bidang periklanan dalam lingkup akademik Fakultas Media Rekam, Institut Seni Yogyakarta

E. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan untuk menunjang penciptaan karya ini agar mendapatkan hasil sempurna adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi ini langkah-langkah yang dilakukan adalah:

- a. Mengamati fotografi produk yang ada di majalah dan situs jual beli *online* secara *global* dan memadukan teknik fotografi sebagai acuan yang diciptakan.
- b. Melakukan pengamatan pada *website* Jualbukusastra.com serta aplikasi lainnya seperti Instagram yang memuat data tentang aktivitas Jualbukusastra.com lalu mencari keragaman foto yang digunakan sebagai media promosi, sehingga dapat digunakan sebagai data tambahan atau referensi dalam perancangan karya ini.

2. Metode Wawancara

Wawancara adalah bentuk komunikasi *verbal*, yang dilakukan untuk mengumpulkan sebuah informasi. Proses ini terdiri dari pewawancara dan narasumber. Wawancara merupakan sebuah alat bantu mencari informasi secara langsung. Dalam hal ini pengumpulan data dilakukan dengan pembicaraan langsung dengan bapak Indrian Koto sebagai pendiri toko Jualbukusastra.com.

3. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan langkah awal dalam metode pengumpulan data. Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data yang diarahkan kepada pencarian data dan informasi melalui dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis,

foto-foto, gambar, maupun dokumen elektronik yang dapat mendukung dalam proses penulisan.