






MODUL PRATIKUM



MATA KULIAH
FOTOGRAFI LUAR RUANG



Topik
Perkenalan Fotografi Luar Ruang



Tim Penyusun:
Muhammad Fauzi, S.Des., M.Ds
Ahmad Fuad, S.Sn., M.Ds

KATA PENGANTAR

Puji syukur kita haturkan pada Tuhan Yang Maha Esa bahwa kini telah tersusun Buku Panduan dan Modul Praktikum Mata Kuliah DKV Fotografi Luar Ruang Universitas Esa Unggul.

Tujuan diterbitkannya modul praktikum ini adalah sebagai panduan dalam :

- 1) Pengelolaan kegiatan praktikum bagi mahasiswa
- 2) Melaksanakan proses praktik dari bidang keilmuan dalam ilmu desain komunikasi visual
- 3) Melaksanakan proses pembelajaran kasus, analisis praktis dan analisis profesional dalam praktek desain komunikasi visual
- 4) Bagian dari proses belajar mengajar dan praktikum pada program pendidikan S1 Desain Komunikasi Visual

Harapan kami semoga modul praktikum ini dapat bermanfaat sesuai tujuan dan sasaran pendidikan.

Jakarta, 20 Agustus 2017

Universitas Esa Unggul

Tim Penyusun

DAFTAR ISI



No Isi

Halaman

1 Kata Pengantar

2

2 Daftar Isi

3

3 Tujuan Instruksional

4

4 Sasaran Pembelajaran

4

5 Sumber Pembelajaran

4

6 Sumber Daya

4



7 Ruang Lingkup



4

8 Alat dan Kelengkapan

4

9 Pengendalian dan Pemantauan


4


10 Pelaksanaan

4



Tujuan Intruksional

 Fotografi Luar Ruang merupakan mata kuliah *basic*/ dasar keahlian bagi mahasiswa komunikasi dalam pengelolaan citra sebagai sebuah pesan. Fotografi dasar merupakan mata kuliah yang mempelajari dasar-dasar peralatan fotografi beserta basic penguasaannya dalam kegiatan fotografi. Isi materi di dalamnya meliputi kronologis sejarah fotografi, fungsi dan tujuan fotografi, pengetahuan kamera dan lensa serta peralatan pendukungnya, teknik memotret serta mengatur komposisi.

 Setelah menempuh mata kuliah ini diharapkan mahasiswa mampu memahami pengetahuan prinsip/dasar dan praktika fotografi baik secara teknis maupun estetis dan mahasiswa mampu mengaplikasikan pengetahuan dasar dan praktika tersebut dalam bentuk karya antologi/portfolio fotografi dan atau pameran karya fotografi.

Sasaran Pembelajaran

Sasaran pembelajaran praktikum manual mata kuliah Fotografi Luar Ruang ini adalah mahasiswa S1 Desain Komunikasi Visual semester 3 Fakultas Desain dan Industri Kreatif Universitas Esa Unggul.

Sumber Pembelajaran

Sumber pembelajaran yang digunakan sebagai rujukan adalah:

1. Buselle, Michael, *Digital Photography*, David & Charles, London, 2002
2. Chris Gatcum, *The Beginners Photography Guide. The Ultimate Step-by-Step Manual for Getting The Must From*
3. Child John, *Essential Skills, Photographic Lighting*, Focal Press Oxford Auckland Boston Johannesburg Melbourn, 1999
4. Andreas, *Principles of Composition in Photography*, London, 1973
5. Freeman, Michael, *Mastering Digital Photography*, 2013
6. Freeman, Michael, *Basic Photography (Guide Book)*, USA, 2004
7. Goodman, *Masters of Photography* River Golden, Hongkong. 2013
8. Hedgecoes, John, *Introductory Photography Course*, Reed International Book Ltd, London, 1994
9. *Still Life Photography (the light)* USA, 1999
10. *Studio Lighting*, Brook Intstitute. 1996
11. Lister, Martin, *The Photographic Image in Digital Culture*, 1995

12. Routledge, London and New York. National Geographic, *National Geographic Image Collection*. Washington D.C, 2013

13. ANJURAN :

14. Feininger, Andreas, *The Creative Photographer*, Prentice-Hall Inc Englewood Clifft, USA

15. Darwis Triadi, Andreas, *The Secret Lighting*, 1996

16. Ian Farrell, *Complete Guide to Digital Photography*, Quersus Rosenblum, Naomi (1984), *A World History of Photography*, Abbeville Press, New York.

17. *Your Digital Camera*, London, 2014

Sumber Daya

A. Sumber daya manusia:

1. Dosen pemberi kuliah pengantar : 1 orang
2. Asistensi dosen : 1 orang

B. Sarana dan Prasarana

1. Ruang Studio Fotografi Desain Komunikasi Visual

Ruang Lingkup

Ruang lingkup praktikum DKV Packaging meliputi penjelasan tentang:

1. Mendeskripsikan pengertian dan sejarah Fotografi Luar Ruang
2. Mendeskripsikan fungsi dan tujuan Fotografi Dalam Ruang
3. Mengidentifikasi elemen desain meliputi garis, bidang, warna, bidang, tekstur, dan aspek grafis (tipografi, ilustrasi, warna, bentuk, logo, tataletak) dalam packaging
4. Mendeskripsikan aspek dan daya tarik Packaging
5. Jenis dan karakter material packaging
6. Aturan atau etika dalam pembuatan kemasan produk
7. Prinsip penggunaan tipografi dalam desain packaging
8. Proses merancang packaging berdasarkan project produk yang diambil

Alat dan Kelengkapan

1. LCD, laptop, web, white board, formulis asistensi tugas

Pengendalian dan Pemantauan

1. Absensi mahasiswa dan dosen yang telah ditanda tangani
2. Format asistensi tugas yang telah ditandatangani setiap adanya asistensi, diberi nama jelas dosen yang menilai serta peserta didik yang bersangkutan
3. Pedoman penilaian pencapaian kompetensi

✚ Pelaksanaan

Pada mata kuliah DKV Packaging ini memiliki dua kali tugas proyek mendesain packaging yakni untuk barang dan jasa. Ada pun yang harus disiapkan, antara lain:

1. Menyiapkan meja, kursi, dan white board untuk praktikum.
2. Menyiapkan alat pendukung seperti buku sketsa, alat gambar, serta laptop bagi masing-masing mahasiswa selama masa perkuliahan
3. Menyiapkan formulir asistensi selama berlangsungnya perkuliahan sebagai bukti asistensi tugas yang dilakukan oleh peserta didik

FORMULIR ASISTENSI PRAKTEK KERJA LAPANGAN

Nama: Benny Agung A.S	Nama: Tia Winada
NIM: 101111019	NIM: 101111029
Kelas: 1 KGA	Kelas: 1 KGA

No	Tanggal Penilaian	Uraian Kegiatan	Penilaian

Disamping: _____ 2017
 Penanggung: _____
 NIP: _____

4. Menentukan Blueprint dan mind mapping yang dicetak dalam kertas A4 dan ditunjukkan saat presentasi.
 - a) Blueprint terdiri dari:
 - 1) **Deskripsi produk/jasa dari karya/projek “...”** (Desain, Video, Fotografi, Web, Packaging, Corporate Identity, Event, Kampanye, dan lain-lain)

2) **Positioning** (memposisikan)

Terdapat 4 jenis dasar positioning:

- “Best” atau leadership position. Menjadi pertama dalam pikiran prospek
- “Against” position
- “New category” memiliki peluang menjadi no.1 dan memperoleh leadership Position
- “Niche” position. Bila tidak mendapat keseluruhan, lebih baik mendapatkan sebagian (secercah harapan; celah posisi)

3) **SWOT** (Fakta Internal: *Strengths and Opportunities*, Fakta Eksternal: *Weakness and Threats*)

- **Strengths** (kekuatan)

Kekuatan yang dimiliki pada produk baik barang atau jasa yang menjadi proyek

- **Weakness** (kelemahan)

Kelemahan yang dimiliki pada produk baik barang atau jasa yang menjadi proyek

- **Opportunities** (kesempatan)

Kesempatan yang dimiliki terhadap konsumen untuk menunggang pada produk baik barang atau jasa yang menjadi proyek

- **Threats** (ancaman)

Ancaman terhadap pesaing pada produk baik barang atau jasa yang menjadi proyek

4) **Tagline** (klimaks)

5) **Targetaudiences** (sasaran)

Target audiences (sasaran) menggunakan beberapa variabel sasaran, diantaranya

- **Geografis**

- **Domisili** (kota, kota besar, desa, negara)

- **Demografis**

- **Usia** (balita 0-5 tahun, anak-anak 5-10 tahun, remaja 10-17 tahun, dewasa 17-35 tahun, tua 35-55 tahun, lansia 55 tahun keatas)

- **Sex** (jenis kelamin): laki-laki atau perempuan
- **Familysize** (1-2, 3-4, 5+)
- **Familycircle** (muda – single, muda – sudah menikah tanpa anak, dan lain-lain)
- **Income** (pendapatan)
- **Pekerjaan** (petani, buruh, pegawai, pengusaha, dan lain-lain)
- **Pendidikan** (Playgroup, TK, SD, SMA, S1, S2, S3)
- **Religion** (Islam, Kristen, Budha, Hindu, Katolik, Konghuchu)
- **Nasionaly**

- **Psikografis**

- **KelasSosial** (bawah, diatas bawah, menengah, menengah atas, atas)
- **Lifestyle** (pemilik, pemimpin, integritas, dan lain-lain)
- **Personality** (ambisius, otoriter, kompulsif (pendorong), implusive, bijaksana, tradisional, confident (yakin/percaya diri), pesimistik)
- **Habit** (tidak berani ambil resiko, cenderung dengan “kemudahan”, petualang)
- **Sikap** (positif, negatif, suka, tidak suka, fanatik)
- **Motivasi dan need (kebutuhan)** (keselamatan dan keamanan, kebutuhan fisik dan biologis, prestasi dan estemasi, cinta dan afiliasi)

- **Perilaku karya/projek “...”** (Desain, Video, Fotografi, Web, Packaging, Corporate Identity, Event, Kampanye, dan lain-lain)

- **Kesempatan membeli/menggunakan** (special, biasa)
- **Manfaat yang dicari** (kualitas, pelayanan, ekonomis)
- **Status pengguna** (peduli, tidak peduli, *interest*, keinginan besar. Bermaksud untuk membeli/menggunakan)
- **Sikap terhadap produk/jasa** (positif, antusias, biasa saja, acuh tak acuh)

6) Yang mempengaruhi konsumen: budaya dan pengaruh sosial

(1) **Culture (budaya) karya/projek** (Desain, Video, Fotografi, Web, Packaging, Corporate Identity, Event, Kampanye, dan lain-lain)

- o **Tangible** (nyata/berwujud)

Seni literature, bangunan, furniture, pakaian, musik = material culture

- o **Intangible** (tak nyata/tidak berwujud)

Pengetahuan, hukum, moral, customs = adat istiadat

(2) **Norma karya/projek** (Desain, Video, Fotografi, Web, Packaging, Corporate Identity, Event, Kampanye, dan lain-lain)

(3) **Lifestyle karya/projek** (Desain, Video, Fotografi, Web, Packaging, Corporate Identity, Event, Kampanye, dan lain-lain)

- o **Pola hidup yang merefleksikan bagaimana orang menyedakan** waktu, uang, dan energi

- o **Menyatukan bagaimana orang menghabiskan** waktu, uang, aktivitas, yang bernilai (*values*) sesuai keinginan (*wants*) dan kebutuhan (*need*)

7) Kompetitor (pesaing)

8) **Problem** (kadang-kadang sebagai maksud)

9) **Objective** (tujuan/sasaran)

10) **Kelebihan dan manfaat**

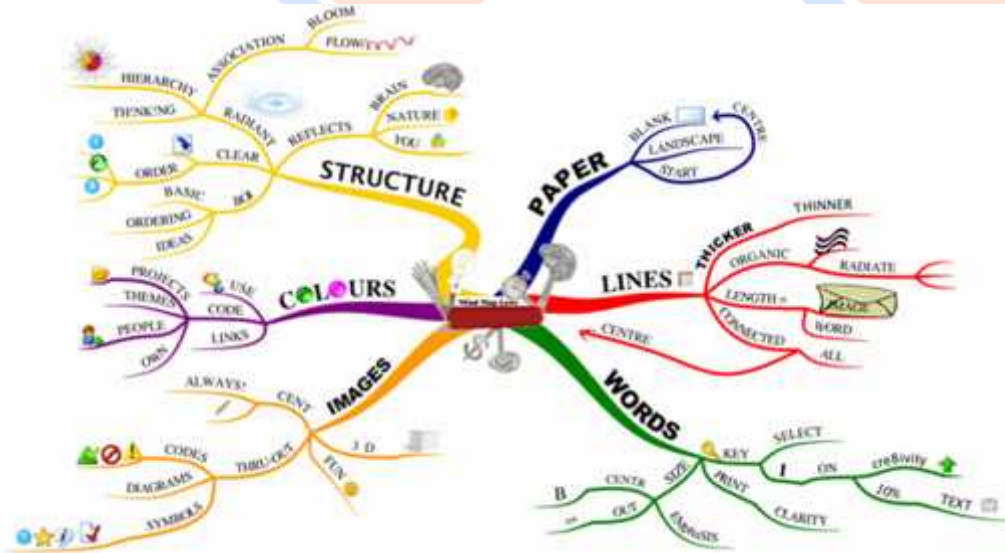
11) **Tone and manner**

- **Tone** : Gaya desain, warna

- **Manner**: perilaku yang dihasilkan dan diinginkan

12) **Proposition** (proposisi)

b) Sementara mind mapping bisa menggunakan kata atau gambar



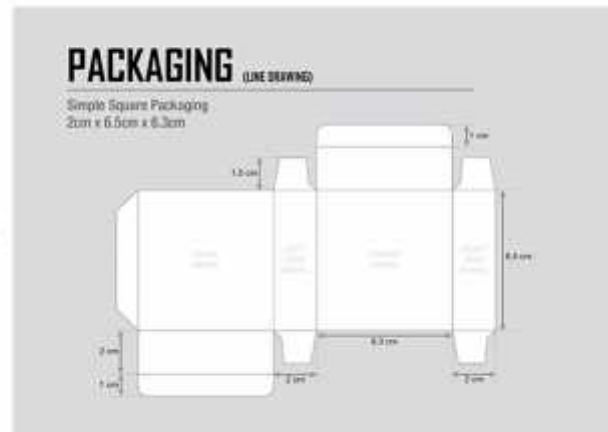
5. Membuat beberapa sketsa logo secara manual yang mengacu pada blueprint dan mindmapping sebagai landasan perancangan kemasan produk barang atau jasa.



6. Sketsa yang dibuat secara manual ini kemudian diasistensi dan dipilih beberapa pilihan hingga akhirnya mencapai satu logo yang benar-benar dapat diaplikasikan pada media kemasan nantinya



7. Logo yang terpilih ini kemudian diaplikasikan pada proses perancangan media kemasan sesuai dengan blueprint dan mind mapping. Pada proses ini juga dibuat gambar teknik kemasan, sehingga nantinya kemasan yang dirancang memiliki nilai ergonomi



8. Kemudian dilakukan asistensi printout kemasan dalam skala 1:1 hingga pada akhirnya dipilih satu desain kemasan yang dapat dipamerkan nantinya pada pameran di kampus dan juga dapat dipresentasikan



9. Akhirnya nantinya tidak hanya sekedar dipamerkan, mahasiswa diwajibkan membuat buku laporan pengantar mata kuliah DKV Packaging

