



## **Perancangan Buku Elektronik Mengenai Informasi Produk Rental Alat Pendakian Nawa Outdoor dalam Fotografi**

Rohadi Adnan Rosyid

*e-mail : rohadiadnanrosyid44@gmail.com*

Arif Yulianto, S.Sn., M.Sn.

*e-mail : arifseni0@gmail.com*

Yudi Wibowo, S.Pd., M.Sn.

*e-mail: yudiwee.YW@gmail.com*

Progam Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Sahid Surakarta

### **RINGKASAN**

*Perancangan buku elektronik merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam mempromosikan sebuah perusahaan, dengan informasi buku elektronik fotografi produk yang menarik dapat meningkatkan nilai brand produk baik dalam citra di mata masyarakat maupun perkembangan suatu perusahaan. Melihat betapa pentingnya peranan perancangan buku elektronik, maka Nawa Outdoor yang sedang merintis usaha dalam bidang persewaan dan penjualan perlengkapan outdoor di wilayah soloraya tentu memerlukannya. Tujuan perancangan ini adalah untuk mengenalkan perusahaan melalui buku elektronik sebagai media promosi kepada masyarakat, sehingga mampu bersaing dengan kompetitor lainnya. Perancangan buku elektronik Nawa Outdoor dirancang sesuai dengan visi misi dan citra perusahaan yang ingin ditampilkan sehingga dihasilkan buku elektronik yang modern namun tetap tidak meninggalkan ciri khasnya. Metode perancangan yang digunakan dalam perancangan ini adalah kualitatif dengan melakukan pengumpulan data ke lokasi perusahaan dan mewawancarai pemilik perusahaan, hasil perancangan ini menyatakan bahwa Nawa Outdoor memerlukan buku elektronik sebagai media promosi dalam media visual seperti buku elektronik, x banner, poster dan merchandise.*

***Kata Kunci: Buku Elektronik, Media Promosi, Nawa Rental Outdoor, Solo***

### **ABSTRACT**

*Electronic book design is one of the most important factors in promoting a company, with attractive product photography electronic book information can increase the product brand value both in terms of image in the eyes of the public and the development of a company. Seeing how important the role of designing electronic books is, Nawa Outdoor, which is starting a business in the field of renting and selling outdoor equipment in the Soloraya area, certainly needs it. The aim of this design is to introduce the company through electronic books as a*

*promotional medium to the public, so that it can compete with other competitors. The design of the Nawa Outdoor electronic book is designed in accordance with the company's vision, mission and image that it wants to display so that an electronic book is produced that is modern but still does not leave behind its distinctive characteristics. The design method used in this design is qualitative by collecting data at company locations and interviewing company owners. The results of this design state that Nawa Outdoor requires electronic books as promotional media in visual media such as electronic book, banners, posters and merchandise.*

**Keywords: *Electronic Books, Promotional Media, Nawa Outdoor Rental, Solo.***

## A. PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Pada saat ini, mendaki gunung menjadi salah satu kegiatan di luar ruangan yang diminati dalam kalangan masyarakat terkhusus para kaum muda. Perkumpulan mahasiswa pecinta alam merupakan salah satu kelompok yang telah lama muncul di Indonesia. Sejarah pendaki gunung di Indonesia telah dikenal sejak tahun 1623, adalah Yan Carstenz menemukan pegunungan tinggi di Papua yaitu pegunungan Jaya Wijaya. Selain itu, pada tahun 1912 terbentuk sebuah perkumpulan dengan nama *De Netherlandsh Indische Vereniging Tot Natuur Rescherming*, perkumpulan menghimpun kelompok-kelompok yang bergerak di bidang lingkungan hidup dan konservasi alam dan lain-lain. Hal inilah menjadi prioritas utama sebelum berpetualang ke alam, untuk memenuhi kebutuhan dan perlengkapan pendakian seperti tenda, carrer, sepatu, jaket *sleeping bag* dan lain-lain. Tanpa hal itu, suatu kelompok atau individu tidak bisa melakukan petualangan.

Perlengkapan pendakian sudah banyak tersedia secara komersial baik dibeli maupun disewa. Cukup banyak toko-toko yang menjual maupun menyewakan beragam peralatan pendakian. Namun, sejauh ini belum ada yang menyediakan katalog dalam bentuk buku elektronik yang di kemas menarik. Yang bisa diakses melalui *android*. Padahal saat sekarang ini, perkembangan teknologi informasi terutama perkembangan internet telah menjadi kesaharian yang tidak bisa dilepaskan dari kehidupan manusia, keberadaan internet maupun *android* memberikan

manfaat kepada manusia, baik itu dari segi pendidikan, dunia hiburan, sosial budaya sampai ke dunia bisnis dan jasa.

Tetapi fakta yang ada masih banyak tempat usaha yang kurang memanfaatkan keberadaan teknologi yang semakin berkembang. Masih banyak tempat usaha yang mempromosikan produk atau usahanya lewat iklan dikoran, menyebarkan brosur dijalanan atau menyebarkan berita melalui mulut kemulut, tanpa memanfaatkan teknologi untuk mempermudah promosi, sedangkan masyarakat sekarang ini notabane ingin mudah mengakses melalui internet. Dengan melakukan promosi *online* dengan buku elektronik, kegiatan usaha dapat menjangkau di segala area tanpa harus memiliki toko dimanamana. Oleh karenanya, promosi *online* dengan buku elektronik memungkinkan untuk membangun hubungan dengan pelanggan dan meningkatkan usaha. Kebutuhan pada data atau informasi yang akurat semakin meningkat, namun ternyata sistem informasi yang ada saat ini masih belum dapat menghasilkan data yang akurat, lengkap dan tepat waktu.

Nawa Outdoor adalah sebuah tempat usaha yang bergerak di bidang jasa penyewaan dan jual beli alat *outdoor* yang terletak di Dusun Ngemplak RT1 RW29, Mojosoongo, Kec. Jebres, Kota Surakarta, Jawa Tengah, yang sudah memiliki banyak jenis alat yang disewakan dan dijual belikan. Meskipun usaha ini sudah berdiri cukup lama namun dalam proses bisnisnya pada semua bagian dilakukan manual atau belum

terkomputerisasi. Peralatan-peralatan *outdoor* juga memiliki perawatan khusus supaya tidak rusak dan tetap dapat berfungsi dengan baik dalam jangka waktu yang lama, dilihat dari sisi ekonomis, perlu memikirkan jumlah yang besar dari anggaran untuk pembelian dan pemeliharaan peralatan. Sehingga seseorang lebih memilih untuk menyewa.

Ketika banyak orang lebih memilih menyewa dibandingkan membeli peralatan maka menimbulkan dan meningkatkan kebutuhan akan penggunaan peralatan *outdoor*. Hal inilah yang membuka peluang usaha penyewaan peralatan *outdoor* dan semakin menjamur jumlahnya di berbagai kota terutama di Surakarta. Salah satu faktor yang menyebabkan kebutuhan akan peralatan *outdoor* semakin meningkat adalah karena banyak mahasiswa yang melakukan kegiatan *outdoor*.

Karena tingginya kebutuhan orang-orang (termasuk mahasiswa) akan penggunaan peralatan *outdoor*, maka kesempatan ini membuka peluang usaha dalam penyewaan peralatan *outdoor*.

Dengan menggunakan buku elektronik, pengguna tidak perlu lagi ke lokasi untuk mencari informasi yang dibutuhkan mengenai alat-alat *outdoor*. Adapun masalah lainnya yakni sulitnya mengetahui harga dari setiap item yang akan disewa menurut barangnya. Dengan adanya buku elektronik ini dapat membantu pemilik dalam mempromosikan peralatannya serta dapat dikirim atau di upload melalui jaringan internet sehingga mempermudah dalam pencarian informasi lokasi, dan biaya sewa yang cukup murah

dibandingkan jika harus membeli semua peralatan pendakian. Dengan demikian keberadaan buku elektronik penyewaan alat *outdoor* sangat dibutuhkan karena, hal ini sangat membatu, efisien dan tidak perlu mengeluarkan uang terlalu banyak untuk sebuah petulangan menjelajahi pegunungan.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas maka akan di buat sebuah “Perancangan Buku Elektronik Mengenai Informasi Produk Rental Alat Pendakian Di Nawa Outdoor Dalam Fotografi ”. Oleh karena itu penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam penyewaan alat *outdoor* pada Nawa Outdoor.

Rumusan Masalah dari perancangan atau penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana konsep perancangan buku elektronik mengenai informasi produk rental alat pendakian di Nawa Outdoor dalam fotografi?
2. Bagaimana merancang karya buku elektronik mengenai informasi produk rental alat pendakian di Nawa Outdoor dalam fotografi?

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka perancangan ini memiliki tujuan :

1. Menghasilkan konsep perancangan buku elektronik mengenai informasi produk rental alat pendakian di Nawa Outdoor dalam fotografi.
2. Merancang karya buku elektronik mengenai informasi produk rental alat pendakian di Nawa Outdoor dalam fotografi dan media pendukung untuk mempromosikan kepada masyarakat.

## B. PEMBAHASAN

### a. Tinjauan Pustaka

#### a. Buku Elektronik

Menurut Andikaningrum dkk dalam Mentari (2018: 131) Buku Elektronik atau e-book merupakan sebuah publikasi yang terdiri dari teks, gambar, maupun suara dan dipublikasikan dalam bentuk digital yang dapat dibaca di komputer maupun perangkat elektronik lainnya seperti android, atau tablet.

#### b. Fotografi

Menurut I Komang Sudarma, fotografi merupakan salah satu media komunikasi yang dapat digunakan untuk menyampaikan ide atau pesan kepada orang lain melalui media foto (I Komang Sudarma, 2014).

Secara umum, fotografi dikenal sebagai metode untuk menghasilkan gambar dari suatu objek dengan cara merekam pantulan cahaya dari objek tersebut menggunakan medium yang peka terhadap cahaya (Nardi, 1989: 8-11).

Fotografi lebih dari sekedar sebuah saran ide komunikasi faktual. Fotografi adalah sebuah seni kreatif. Fotografi sebagai media berekspresi dan komunikasi yang kuat, menawarkan berbagai persepsi, interpretasi dan

eksekusi yang takterbatas (Ansel Adams, 1902-1986).

Berdasarkan kutipan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa fotografi adalah proses atau metode yang digunakan untuk menghasilkan foto atau gambar dari suatu objek yang di inginkan dengan merekam pantulan cahaya yang mengenai objek tersebut pada media yang peka terhadap cahaya.

#### c. Produk

Produk adalah sesuatu yang dihasilkan dari proses produksi, baik itu barang maupun jasa yang dapat diperjualbelikan di suatu pasar atau segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk dikonsumsi atau dipakai sehingga memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan, dimiliki, dipergunakan atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen, termasuk di dalamnya fisik, jasa, orang, tempat organisasi dan gagasan (Philip Kotler, 1990: 195). Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan produsen untuk diperhatikan, ditanyakan, dicari, dibeli, digunakan/dikonsumsi oleh pasar sebagai

pemenuhan kebutuhan/ keinginan pasar yang relevan. (Fandy Tjiptono, 2008: 03). Berdasarkan kutipan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa produk adalah segala hal yang bisa ditawarkan, dipunyai, dimanfaatkan ataupun dikonsumsi agar mampu memuaskan kebutuhan konsumen.

d. Fotografi Produk

Fotografi Produk adalah bagian dari advertising, dalam sebuah frame bisa mencitrakan image sebuah produk. Fotografi Produk adalah suatu cara bagaimana kita mengambil gambar dari sebuah produk. ([coconutproductphotography.com/blog/what-is-product-photography/](http://coconutproductphotography.com/blog/what-is-product-photography/))

Menurut Kretova, fotografi produk merupakan salah satu jenis fotografi komersial yang bertujuan untuk mengenalkan produk kepada pelanggan dan bisa digunakan untuk toko online maupun portofolio, entah itu dalam bentuk cetak maupun digital.

Berdasarkan kutipan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa fotografi produk adalah visualisasi yang menggambarkan suatu barang untuk ditampilkan kepada konsumen. Selain itu, definisinya juga mengarah pada setiap proses dan teknik

pengambilan gambar produk yang menarik.

e. Media

Peran media dalam proses komunikasi adalah sebagai alat pengirim (transfer) yang mentransmisikan pesan dari pengirim (sander) kepada penerima pesan atau informasi (receiver) (Kemp & Dayton, 1985: 3).

Berdasarkan kutipan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa media merupakan sarana untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada konsumen dengan menggunakan berbagai unsur komunikasi grafis seperti teks, gambar atau foto.

f. Promosi

Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran, dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan (Tjiptono, 2000: 219).

Promosi sebagai serangkaian teknik yang digunakan untuk mencapai sasaran penjualan atau

pemasaran dengan menggunakan biaya yang efektif, dengan memberikan nilai tambah pada produk atau jasa baik kepada perantara atau pemakailangsung (Julian Cummins, 1991: 11).

Berdasarkan kutipan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa promosi merupakan rangkaian kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk memperkenalkan produk yang dihasilkan oleh produsen melalui jalinan komunikasi dengan maksud mempengaruhi dan mendorong konsumen untuk memberi produk yang ditawarkan.

Kegiatan promosi dapat dilakukan langsung bertatap muka dengan calon konsumen (personal selling) atau dengan menggunakan media yang ada seperti media massa maupun elektronik.

g. Media Promosi

Media promosi adalah ketika sebuah perusahaan memutuskan bentuk komunikasi mana yang ingin digunakan dalam rencana pemasaran mereka. Riset yang dilakukan meliputi riset pasar, segmentasi, dan anggaran (universalclass.com/articles/business/marketing-strategis-promotion-advertising-and-public-relations).

Banyak usaha yang dilakukan para ahli untuk mengidentifikasi jenis-jenis media dalam promosi, ada yang melihat dari sisi aspek bentuk fisik dan ada juga yang melihat dari sisi aspek panca indera (Sanaky, 2009: 42).

h. Media Promosi Elektronik

Media promosi ini merupakan media yang dapat dilihat dan didengar, serta penyampaian melalui alat bantu elektronika. Kelebihan dari penggunaan media promosi elektronik antara lain lebih mudah dipahami, tampilannya lebih menarik, penyajiannya dapat dikendalikan dan diulang-ulang serta dapat membantu dalam proses publikasi agar tersebar lebih luas sehingga dapat menjangkau semua target market dalam waktu yang tidak terbatas.

i. Media Promosi Cetak

Media promosi cetak merupakan media promosi yang proses bekerjanya berbasis cetak. Secara umum jenis media ini merupakan media yang statis dan terdiri dari lembaran dengan sejumlah kata, gambar atau foto, dalam tata warna dan halaman. Media promosi cetak sebagai sarana komunikasi pemasaran

yang paling umum dan sering dijumpai di banyak tempat, terutama di tempat-tempat strategis.

Media promosi cetak mempunyai kelebihan antara lain tahan lama, biaya yang cukup terjangkau, mudah diaplikasikan, dan dapat dijangkau oleh semua kalangan masyarakat.

## b. Metode

### a. Ide / Gagasan

diperlukan adanya suatu konsep yang menjadi dasar suatu landasan untuk mendesain buku elektronik sebagai media promosi visual Nawa Outdoor.

### b. Pengumpulan Data

#### 1) Data Primer

Adalah data yang dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian.

- Lokasi

Pada metode ini dilakukan pengamatan dan pencatatan secara langsung mengenai Nawa Outdoor

- Wawancara

Pada metode ini tanya jawab dilakukan secara langsung dengan

orang pemilik Nawa Outdoor untuk menghimpun data – data yang diperlukan.

#### 2) Data Sekunder

Merupakan data yang diperoleh dari sumber kedua, data sekunder ini dapat berupa kepustakaan dan dokumen–dokumen penting yang memperjelas buku elektronik untuk media promosi.

### c. *Brief*

*Brief* adalah kumpulan laporan yang telah didapat,. Hasil brief didapat melalui melihat informasi mengenai Nawa Outdoor.

### d. *Creative Brief*

*Creative brief* atau konsep kreatif adalah sebuah dokumen yang berfungsi sebagai inspirasi dan panduan untuk mengerjakan proyek yang biasanya melibatkan kolaborasi tim antara desainer, penulis wara, pemasaran konten, dan departemen lain. Konsep kreatif dibuat dengan menentukan USP, ESP, segmentasi, positioning, dan strategi kreatif.

### e. Desain

*Desain* yaitu usaha yang berkaitan dengan



perancangan estetika, citra rasa, dan kreativitas. Desain tidak hanya mencakup eksplorasi visual semata namun mencakup pula dengan aspek-aspek seperti kultural-sosial, filosofis, teknis dan bisnis. Dalam tugas akhir ini, nantinya desain berisi eksekusi perancangan karya berdasarkan struktur rancangan konsep yang disusun ditahap sebelumnya.

f. Evaluasi

*Menyimpulkan* hasil karya yang telah dirancang pada tugas akhir, apakah sudah sesuai dengan harapan dan memberi solusi untuk permasalahan yang dibahas.

c. Hasil Perancangan

1) Analisa Data

- Segmentasi

- Demografi

Orang dari semua agama dengan jenis kelamin laki-laki dan perempuan berumur 15 tahun –45 tahun, dengan status sosial menengah ke atas.

- Geografi

Solo dan sekitarnya.

- Psikografi

Psikografi atau ketertarikan yang dimiliki konsumen Nawa Outdoor yaitu orang yang menyukai sesuatu yang praktis tanpa harus melakukan sesuatu yang menyusahakan.

Tanpa harus membeli, hanya dengan cara menyewa konsumen bisa menggunakan peralatan dengan praktis dan tidak perlu untuk pembersihan ataupun pemeliharaan.

- *Behavior*

. Nawa Outdoor membuat konsep persaudaraan dengan cara memperlakukan konsumen seperti saudara, mulai dari membuatkan minum sampai memperbolehkan untuk bersantai di toko. Sehingga konsumen merasa nyaman dan menjadi daya tarik bagi konsumen.

- USP (*Unique Selling Propotion*)

Keunikan atau diferensiasi produk Nawa Outdoor yaitu peralatan

yang selalu dalam keadaan bersih dan baru. Peralatan yang sekiranya sudah tidak bagus akan dijual. Nawa Outdoor juga menjual peralatan *classic camp* yang sangat jarang dijual di toko lainnya.

- ESP (*Emotion Selling Propotion*)

Ketika menyewa peralatan di Nawa Outdoor mendapatkan beberapa bonus mulai dari sticker sampai kaos bertemakan *adventure* tergantung berapa sering pelanggan menyewa dan berapa banyak barang yang disewa.

- *Positioning*

Nawa Outdoor memiliki keunggulan dalam pelayanan dan produk yang selalu bersih dan baru. Serta lokasi yang strategis yaitu diantara 3 gunung dan lingkungan mahasiswa.

## 2) Strategi Kreatif

Agar perancangan buku elektronik mengenai informasi produk rental alat

pendakian di Nawa Outdoor sebagai media promosi di Nawa Outdoor benar-benar berfungsi dan dirasakan manfaatnya bagi audience, maka diperlukan sebuah strategi kreatif. Beberapa strategi kreatif yang digunakan sebagai berikut:

### a) Konsep Estetis

- Strategi Visual

Berikut beberapa penjabaran dari beberapa unsur visual yang ada pada perancangan ini:

#### - Layout

Picture Window layout yaitu tampilan ilustrasi atau gambar yang besar mendominasi bidang layout menjadi ciri utama dalam layout. Ciri layout ini terletak pada ilustrasi atau gambar.

#### - Warna

Jenis warna yang digunakan pada rancangan ini menggunakan warna yang

memiliki karakteristik cerah.

- Tipografi

Tipografi yang digunakan pada perancangan ini yaitu font river adventure merupakan jenis san-serif.

- Ilustrasi

Ilustrasi dalam perancangan buku elektronik sebagai media promosi Nawa Outdoor solo yaitu menggunakan ilustrasi fotografi. Jenis fotografi produk berfokus pada Teknik hard selling dan soft selling yang mendukung dalam rancangan ini.

- Angle

Adapun angle yang akan dipakai dalam mengambil gambar, yaitu Normal *angle*, *Low angle*, *High angle*, serta menggunakan shot yang beragam, yakni *Medium shot* (objek menjadi lebih besar dan

dominan), *Medium close up* (shot dekat), dan *Close up* (shot sangat dekat, digunakan untuk menekankan emosi dan objek menjadi titik perhatian).

Menggunakan beberapa jenis dan berbagai teknik, angle, shot diharapkan dapat membuat tampilan katalog produk menjadi menarik.

• Strategi Verbal

- Headline

Headline yang digunakan dalam perancangan buku elektronik sebagai media promosi yaitu “THE PRODUCT CATALOG UE”, dalam isi buku menggunakan headline produk Nawa Outdoor

- Sub Headline

Subheadline

yang digunakan dalam perancangan yaitu “Nawa Outdoor”

- Body copy  
Bodycopy pada perancangan ini menjelaskan tentang detail produk yang disewakan dan dijual Nawa Outdoor di Solo.
- Baseline  
Baseline merupakan aspek yang berada paling akhir sebagai informasi tambahan, seperti penerapan di perancangan ini yang berisi tentang alamat website, sosial media, nomor kontak atau informasi tambahan

b) Konsep Teknis

perancangan ini memerlukan beberapa alat yang digunakan untuk pembuatan karya dari awal hingga akhir menggunakan alat dan software sebagai berikut:

- HP Laptop 14- cm0xxx
- Mouse NYK Blackshark S80
- Adobe Photoshop cc 2019
- Adobe lightroom classic cc 2019
- Camera mirroless Sony A-5000

3) Media Utama

Buku Elektronik



4) Media Pendukung

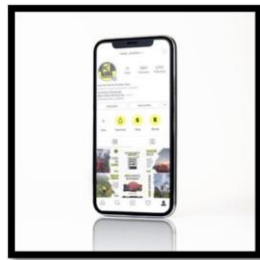
a) X Banner



b) Poster



c) Feed Instagram



d) Sticker



e) Gantungan Kunci



f) Foto Produk



## PENUTUP

### A. Simpulan

Perkembangan Rental Outdoor telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Permintaan akan aktivitas outdoor dan kebutuhan yang berkaitan aktivitas outdoor tersebut semakin meningkat, seiring dengan kesadaran akan pentingnya gaya hidup yang aktif dan eksplorasi alam.

Oleh karena itu bagi toko memerlukan adanya strategi dalam berpromosi. Usaha promosi itu memerlukan adanya suatu media, dalam hal ini media yang paling efektif adalah melalui media elektronik. Buku elektronik informasi produk yang baik dapat membuat para konsumen mudah untuk mengidentifikasi produk tanpa harus datang langsung ke toko.

Media promosi buku elektronik informasi produk diharapkan dapat meningkatkan penjualan dan memperkenalkan ciri khas Nawa Outdoor. Dengan adanya desain buku elektronik dan media promosi yang telah dikerjakan, upaya mempromosikan produk-produk menjadi semakin maju. Hal ini memperluas peluang terhadap semakin meningkatnya persewaan dan penjualan.

### B. Saran

Perancangan buku elektronik mengenai informasi produk rental alat pendakian di Nawa Outdoor diharapkan dapat meningkatkan penjualan dan memperkenalkan ciri khas toko ini. Selain itu buku elektronik ini dikemas dengan jelas sehingga memungkinkan khalayak untuk lebih bisa memahami dari gambar tersebut

tanpa harus ke toko.

Perancangan buku elektronik mengenai informasi produk rental alat pendakian di Nawa Outdoor kedepannya dapat dikembangkan menyesuaikan perkembangan pasar dan kehadiran produk- produk baru.

Selain itu perancangan tugas akhir ini dapat digunakan sebagai referensi oleh para desainer komunikasi visual yang mengerjakan project perancangan berikutnya yang berkaitan dengan buku elektronik sebagai media promosi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andikaningrum, L., Damayanti, W., & Dewi, C. 2018. Efektivitas E-Book Berbasis Multimedia Menggunakan Flip Book Maker sebagai Media Pembelajaran dalam Meningkatkan Keaktifan Belajar Siswa (Studi Kasus pada Mata Pelajaran TIK Kelas XI SMA Kristen Satya Wacana Salatiga) (Doctoral dissertation, Program Studi Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi FTI-UKSW).
- Arif S. Sadiman, dkk. 2014. *Media pendidikan: pengertian, pengembangan dan pemanfaatannya*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Hati, Litazara Permata. 2015. *Media Promosi Distro Shinehell Clothing Berbasis Web*. Karya Tugas Akhir. Universitas Widya Dharma Klaten. (<http://repository.unwidha.ac.id/207/1/Litazara%20Permata%20Hati%20fi%20x.pdf>, diakses pada 05 Agustus 2022).
- Hendradiningrum, R. & Susilo, M. 2008. *Fashion Dan Gaya Hidup: Identitas Dan Komunikasi*, 26. (<http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/38/42>, diakses pada 01 Agustus 2022).
- Kotler, Philip & Keller, K. *Marketing Management. (edisi ke 13)*. Jakarta: Erlangga, 04-07.
- Leo, Nardi. 1989. *Penunjang Pengetahuan Fotografi*. Bandung: Fotina Fotografika. Tersedia dalam [http://perpustakaankoleseloyola.web.id/perpustakaan/index.php?p=show\\_detail&id=2101](http://perpustakaankoleseloyola.web.id/perpustakaan/index.php?p=show_detail&id=2101).
- Mair Carolyn. 2018. *The Psychological of Fashion*. London: Roudledge. Tersedia dalam <https://blogs.lse.ac.uk/lsereviewofbooks/2019/08/29/book-review-the-psychology-of-fashion-by-carolyn-mair>.

- Pranoto, Dodi Wahyu. 2020. *Produk Kulit Decraftsman Dalam Fotografi Komersial*. Karya Tugas Akhir. Institut Seni Indonesia Yogyakarta. (<http://digilib.isi.ac.id/8743/4/BAB%201%20Dodi.pdf>, diakses pada 02 Agustus 2022).
- Pratamanote. 2016. *Pengertian Distro Dan Sejarah Distro*. (<https://pratamatamastore.wordpress.com/2016/12/21/pengertian-distro-dan-sejarah-kaos-distro>, diakses pada 05 Agustus 2022).
- Sanaky, A.H Hujair. 2009. *Media Pembelajaran Interaktif*, Yogyakarta: Safiria Insania Press.
- Simatupang, Januarda Saira. 2019. *Produk Kacamata Kallestory Dalam Fotografi Produk*. Karya Tugas Akhir. Institut Seni Indonesia Yogyakarta. (<http://digilib.isi.ac.id/6219/1/BAB%20I.pdf>, diakses pada 09 Agustus 2022).
- Sudarma, I Komang. 2014, *Fotografi*. Graha Ilmu Yogyakarta.
- Thomas. J. 2013. *The Art and Style of Product Photography*. John Wiley & Sons.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran, (edisi ke 3)*. Yogyakarta: CV. Andi