

**ANALISIS ILUSTRASI PADA DESAIN *T-SHIRT*  
PRODUKSI INDUSTRI KREATIF DI YOGYAKARTA  
(PT. ASELI DAGADU DJOKDJA DAN DAGINGTUMBUH SHOP)**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Bahasa dan Seni  
Universitas Negeri Yogyakarta  
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Pendidikan



oleh  
Sumar Hadi Santoso  
NIM 12206244006

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN SENI RUPA  
FAKULTAS BAHASA DAN SENI  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
SEPTEMBER 2016**

## PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul *Analisis Ilustrasi pada Desain T-Shirt Produksi Industri Kreatif di Yogyakarta (PT. Aseli Dagadu Djokdja dan Dagingtumbuh Shop)* disetujui oleh pembimbing untuk diajukan.



Yogyakarta, 28 September 2016

Pembimbing

Eni Puji Astuti, M.Sn

NIP 19780102 200212 2 004

## PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul *Analisis Ilustrasi pada Desain T-Shirt Produksi Industri Kreatif di Yogyakarta (PT. Aseli Dagadu Djokdja dan Dagingtumbuh Shop)* ini telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada 5 Oktober 2016 dan dinyatakan lulus.

### DEWAN PENGUJI

Nama	Jabatan	Tandatangan	Tanggal
Eni Puji Astuti, M.Sn	Ketua Penguji		17 Oktober 2016
Aran Handoko, M.Sn	Sekretaris Penguji		18 Oktober 2016
R. Kuncoro W.D, M.Sn	Penguji Utama		17 Oktober 2016

Yogyakarta, 18 Oktober 2016

Fakultas Bahasa dan Seni

Universitas Negeri Yogyakarta

Dekan,



Dr. Widyastuti Purbani, M.A.

NIP 19610524 199001 2 001

## **PERNYATAAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya

Nama : Sumar Hadi Santoso

NIM : 12206244006

Program Studi : Pendidikan Seni Rupa

Fakultas : Bahasa dan Seni Universitas Negeri Yogyakarta

menyatakan bahwa karya ilmiah ini adalah pekerjaan saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya, karya ilmiah ini tidak berisi materi yang ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang saya ambil sebagai acuan dengan mengikuti tata cara dan etika penulisan karya ilmiah yang lazim.

Apabila ternyata terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya

Yogyakarta, 28 September 2016

Penulis,



Sumar Hadi Santoso

NIM 12206244006

**MOTTO**

*“Be a Man and never give up”*

## **PERSEMBAHAN**

*Bersama rasa syukur kepada Allah SWT, saya persembahkan karya ini untuk:*

*Ayah dan Ibu yang senantiasa memberikan dukungan, semangat dan doa.*

*Teman-teman di Jurusan Pendidikan Seni Rupa UNY*

*Semua orang yang telah saya kenal dan telah memberikan inspirasi di dalam  
kehidupan saya*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Analisis Ilustrasi pada Desain *T-Shirt* Produksi Industri Kreatif di Yogyakarta (PT. Aseli Dagadu Djokdja dan Dagingtumbuh *Shop*)” guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana pendidikan.

Banyak pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini baik secara moril maupun spiritual, oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Rochmat Wahab, M.Pd selaku Rektor Universitas Negeri Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Widyastuti Purbani, M.A selaku Dekan Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Yogyakarta.
3. Ibu Dwi Retno Sri Ambarwati, M.Sn selaku Ketua Jurusan Pendidikan Seni Rupa Universitas Negeri Yogyakarta.
4. Ibu Eni Puji Astuti, M.Sn selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dan atas perhatian serta kesabarannya dalam memberikan bimbingan maupun arahan selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Pendidikan Seni Rupa Universitas Negeri Yogyakarta yang telah mendidik dan membekali ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan.
6. Para Staff Jurusan Pendidikan Seni Rupa Universitas Negeri Yogyakarta yang telah membantu selama masa perkuliahan.
7. Bapak Marsudi selaku Creative Manager P.T Aseli Dagadu Djokdja yang telah berkenan memberikan izin dan meluangkan waktunya untuk wawancara serta segenap jajaran manajemen P.T Aseli Dagadu Djokdja yang telah membantu jalanya penelitian.
8. Mas Eko Nugroho selaku pemilik Dagingtumbuh (DGTMB) Shop yang telah berkenan memberikan izin penelitian dan segenap jajaran manajemen Dagingtumbuh (DGTMB) Shop yang telah membantu jalanya penelitian.

9. Teman-teman yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan, semangat, doa, dan memberikan saya banyak inspirasi.

Yogyakarta, 28 September 2016

Penulis,



Sumar Hadi Santoso

12206244006

## DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL .....	i
PERSETUJUAN .....	ii
PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
ABSTRAK .....	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	3
C. Batasan Masalah.....	3
D. Fokus Masalah .....	3
E. Tujuan Penelitian .....	4
F. Kegunaan Penelitian.....	4
BAB II KAJIAN TEORI.....	5
A. Industri Kreatif .....	5
B. <i>T-shirt</i> atau Kaos .....	7
C. Ilustrasi .....	11
1. Jenis-Jenis Ilustrasi .....	13
2. Teknik Ilustrasi .....	16
3. Gaya Ilustrasi .....	17
D. Elemen Ilustrasi.....	16
1. Warna .....	16
2. Titik.....	23

3. Garis .....	23
4. Bidang .....	24
5. Tipografi.....	25
E. Tata Ilustrasi.....	28
1. Kesatuan.....	28
2. Keseimbangan.....	29
3. Irama .....	31
4. Proporsi .....	31
5. Kontras .....	32
F. <i>Visual Perception</i> .....	32
1. <i>Closures</i> .....	33
2. <i>Proximity</i> .....	34
3. <i>Continuity</i> .....	34
4. <i>Similarity</i> .....	35
G. Pemasaran Produk.....	35
1. <i>Positioning</i> .....	35
2. Strategi Promosi.....	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
A. Bentuk Penelitian .....	37
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	37
1. Tempat Penelitian.....	37
2. Waktu Penelitian .....	38
C. Data Penelitian .....	38
D. Sumber Data Penelitian.....	38
E. Teknik Pengumpulan Data.....	39
1. Pengamatan .....	39
2. Wawancara.....	39
3. Studi Pustaka dan Dokumentasi.....	40
F. Instrumen Penelitian.....	41
G. Pemeriksaan Keabsahan Data .....	41
H. Teknik Analisis Data.....	42

1. Reduksi Data .....	42
2. Sajian Data .....	43
3. Penarikan Kesimpulan serta Verifikasi Data .....	43
<b>BAB IV ILLUSTRASI PADA DESAIN <i>T-SHIRT</i> PRODUKSI</b>	
<b>INDUSTRI KREATIF DI YOGYAKARTA .....</b>	<b>45</b>
A. Profil Perusahaan .....	45
1. PT. Aseli Dagadu Djokdja .....	45
a. Profil PT. Aseli Dagadu Djokdja .....	45
b. Awal Berdiri PT. Aseli Dagadu Djokdja .....	45
c. Produk <i>T-Shirt</i> PT. Aseli Dagadu Djokdja .....	46
d. Proses Produksi Desain Ilustrasi PT. Aseli Dagadu Djokdja.....	52
2. Dagingtumbuh (DGTMB) <i>Shop</i> .....	54
a. Profil Dagingtumbuh <i>Shop</i> .....	54
b. Awal Berdiri Dagingtumbuh <i>Shop</i> .....	55
c. Produk <i>T-Shirt</i> Dagingtumbuh <i>Shop</i> .....	56
d. Proses Produksi Desain Ilustrasi Dagingtumbuh <i>Shop</i> .....	63
B. Ilustrasi pada <i>T-shirt</i> .....	65
1. Analisis Ilustrasi pada Desain <i>T-shirt</i> PT. Aseli Dagadu Djokdja.....	65
a. Desain <i>T-shirt</i> Goedjeg Lesoeng.....	65
1) Deskripsi Ilustrasi .....	65
2) Elemen Ilustrasi.....	66
3) Tata Letak Ilustrasi.....	71
b. Desain <i>T-shirt</i> Kutut Manggung .....	73
1) Deskripsi Ilustrasi .....	73
2) Elemen Ilustrasi.....	75
3) Tata Letak Ilustrasi.....	78
c. Desain <i>T-shirt</i> Angkryngan.....	79
1) Deskripsi Ilustrasi .....	80
2) Elemen Ilustrasi .....	82

3) Tata Letak Ilustrasi .....	85
d. Desain <i>T-shirt</i> Tugu Keajaiban Jogja.....	86
1) Deskripsi Ilustrasi .....	86
2) Elemen Ilustrasi .....	88
3) Tata Letak Ilustrasi .....	91
e. Desain <i>T-shirt</i> Prajurit Keraton <i>Starwars</i> .....	93
1) Deskripsi Ilustrasi .....	93
2) Elemen Ilustrasi .....	94
3) Tata Letak Ilustrasi .....	98
2. Analisis Ilustrasi pada Desain <i>T-shirt</i> Dagingtumbuh Shop .....	100
a. Desain <i>T-shirt</i> Parisian Colour.....	100
1) Deskripsi Ilustrasi .....	100
2) Elemen Ilustrasi .....	101
3) Tata Letak Ilustrasi .....	104
b. Desain <i>T-shirt</i> <i>We Care As Much As You Pay</i> .....	105
1) Deskripsi Ilustrasi .....	105
2) Elemen Ilustrasi .....	106
3) Tata Letak Ilustrasi .....	108
c. Desain <i>T-Shirt</i> <i>Comic</i> Vol.2.....	109
1) Deskripsi Ilustrasi .....	109
2) Elemen Ilustrasi .....	110
3) Tata Letak Ilustrasi .....	113
d. Desain <i>T-Shirt</i> Kaleng Segar.....	114
1) Deskripsi Ilustrasi .....	114
2) Elemen Ilustrasi .....	116
3) Tata Letak Ilustrasi .....	119
e. Desain <i>T-Shirt</i> Di Miscall Leluhur.....	120
1) Deskripsi Ilustrasi .....	120
2) Elemen Ilustrasi .....	121
3) Tata Letak Ilustrasi .....	124
BAB V KESIMPULAN .....	125

A. Kesimpulan .....	125
B. Saran.....	126
DAFTAR PUSTAKA .....	127
LAMPIRAN.....	128

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Makna Budaya Warna.....	22
Tabel 2 : Klasifikasi Huruf.....	26
Tabel 3 : Produk <i>t-shirt</i> P.T Aseli Dagadu Djokdja.....	49
Tabel 4 : Produk <i>t-shirt</i> Dagingtumbuh <i>Shop</i> .....	58

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1:	Poster <i>film</i> yang mempopulerkan <i>t-shirt</i> .....	8
Gambar 2:	Sablon DTG dan sablon <i>screen</i> .....	9
Gambar 3:	Ilustrasi <i>drawing</i> .....	13
Gambar 4:	Ilustrasi Kartun .....	15
Gambar 5:	Ilustrasi Karikatur .....	16
Gambar 6:	Warna aditif/RGB dan warna subtraktif/CMY.....	17
Gambar 7:	Roda warna .....	18
Gambar 8:	Warna panas dan warna dingin.....	20
Gambar 9:	Garis .....	24
Gambar 10:	Anatomi Huruf.....	25
Gambar 11:	Keseimbangan Simetris .....	29
Gambar 12:	Keseimbangan Asimetris.....	30
Gambar 13:	<i>Figure And Ground</i> .....	33
Gambar 14:	Prinsip <i>clousures</i> .....	34
Gambar 15:	Prinsip <i>proximity</i> .....	34
Gambar 16:	Prinsip <i>continuity</i> .....	35
Gambar 17:	Prinsip <i>similarity</i> .....	35
Gambar 18:	Kata dagadu dalam aksara jawa .....	46
Gambar 19:	Desain tematik pemilu .....	47
Gambar 20:	Proses produksi desain ilustrasi PT. Aseli Dagadu Djokdja .....	54
Gambar 21:	Penggemar produk <i>t-shirt</i> Dgtmb <i>Shop</i> .....	57
Gambar 22:	Proses produksi ilustrasi Dagingtumbuh <i>Shop</i> .....	64
Gambar 23:	<i>T-shirt</i> Godjeg Lesoeng.....	65
Gambar 24:	Kesenian Gejog Lesung.....	66
Gambar 25:	Ilustrasi Godjeg Lesoeng.....	66
Gambar 26:	Salah satu bidang non geometris .....	67
Gambar 27:	Unsur garis pada ilustrasi .....	68
Gambar 28:	Unsur titik pada ilustrasi godjeg lesoeng.....	69

Gambar 29:	Tipografi pada ilustrasi Godjeg Lesoeng .....	70
Gambar 30:	Keseimbangan simetris.....	71
Gambar 31:	Irama pada ilustrasi Godjeg Lesoeng .....	72
Gambar 32:	Kontras pada tipografi .....	72
Gambar 33:	<i>T-shirt</i> Kutut Manggung.....	73
Gambar 34:	Burung Perkutut dan Salam metal .....	74
Gambar 35:	Ilustrasi Kutut Manggung.....	75
Gambar 36:	Unsur garis pada ilustrasi Kutut Manggung.....	75
Gambar 37:	Bidang geometris dan non geometris .....	76
Gambar 38:	Tipografi pada ilustrasi Kutut Mangung .....	77
Gambar 39:	Keseimbangan simetris.....	77
Gambar 40:	Desain <i>T-shirt</i> Angkryngan .....	78
Gambar 41:	Karakter dan tipografi Angry Birds.....	80
Gambar 42:	Angkryngan .....	80
Gambar 43:	Ilustrasi Angkryngan .....	80
Gambar 44:	Unsur garis pada motif sarung.....	81
Gambar 45:	Unsur titik pada tipografi.....	82
Gambar 46:	Unsur bidang geometris pada paruh burung.....	83
Gambar 47:	Tipografi pada ilustrasi angkryngan.....	83
Gambar 48:	Keseimbangan Asimetris.....	85
Gambar 49:	Desain <i>T-Shirt</i> Tugu Keajaiban Jogja.....	86
Gambar 50:	Tugu Yogyakarta .....	87
Gambar 51:	Ilustrasi Tugu Keajaiban Jogja .....	87
Gambar 52:	Unsur garis digunakan pada alis dan mata .....	88
Gambar 53:	Unsur titik pada ilustrasi.....	89
Gambar 54:	Tipografi Tugu Keajaiban Jogja.....	90
Gambar 55:	Keseimbangan dan nilai kontras pada ilustrasi .....	91
Gambar 56:	Desain <i>T-Shirt</i> Prajurit Keraton <i>Starwars</i> .....	92
Gambar 57:	Deformasi Prajurit Keraton Yogyakarta <i>Starwars</i> .....	93
Gambar 58:	Ilustrasi Prajurit Keraton <i>Starwars</i> .....	94
Gambar 59:	Unsur garis pada kostum Prajurit Keraton .....	95

Gambar 60:	Unsur titik pada ilustrasi.....	95
Gambar 61:	Tipografi pada ilustrasi.....	96
Gambar 62:	Keseimbangan pada ilustrasi .....	97
Gambar 63:	Kontras pada prajurit .....	99
Gambar 64:	Desain <i>T-shirt Parisian Colour</i> .....	99
Gambar 65:	Ilustrasi <i>Parisian Colour</i> .....	100
Gambar 66:	Warna komplementer .....	101
Gambar 67:	Warna monokromatik.....	101
Gambar 68:	Unsur garis pada ilustrasi <i>Parisian Colour</i> .....	102
Gambar 69:	Bidang non geometris.....	102
Gambar 70:	Beberapa bidang geometris pada bagian biru.....	102
Gambar 71:	Keseimbangan simetris.....	103
Gambar 72:	Desain <i>t-shirt We Care As Much As You Pay</i> .....	104
Gambar 73:	Mural Eko Nugroho pada pameran Project Room .....	105
Gambar 74:	Ilustrasi <i>We Care As Much As You Pay</i> .....	105
Gambar 75:	Garis pada ilustrasi .....	106
Gambar 76:	Tipografi .....	107
Gambar 77:	Keseimbangan asimetris.....	107
Gambar 78:	Desain <i>t-shirt Dagingtumbuh Comic Vol. 2</i> .....	108
Gambar 79:	Ilustrasi <i>Dagingtumbuh Comic Vol. 2</i> .....	109
Gambar 80:	Unsur garis pada <i>outline</i> tipografi .....	110
Gambar 81:	Unsur titik pada ilustrasi.....	111
Gambar 82:	Tipografi pada ilustrasi.....	112
Gambar 83:	Keseimbangan asimetris.....	112
Gambar 84:	Desain <i>t-shirt Kaleng Segar</i> .....	113
Gambar 85:	Bentuk tisu toilet.....	114
Gambar 86:	Kaleng Campbell's Soup Cans.....	114
Gambar 87:	Ilustrasi Kaleng Segar.....	115
Gambar 88:	Garis pada tutup kaleng.....	116
Gambar 89:	Tipografi pada ilustrasi Kaleng Segar .....	117
Gambar 90:	Keseimbangan simetris.....	117

Gambar 91:	Desain <i>t-shirt</i> Di Miscall Leluhur.....	118
Gambar 92:	Gambar Suharto beserta kalimatnya.....	119
Gambar 93:	Ilustrasi Di Miscall Leluhur.....	120
Gambar 94:	Garis pada ilustrasi .....	120
Gambar 95:	Bidang pada ilustrasi .....	121
Gambar 96:	Tipografi Di Miscall Leluhur .....	122
Gambar 97:	Keseimbangan asimetris .....	123

## DAFTAR LAMPIRAN

Glosarium.....	130
Kisi-Kisi Wawancara .....	129
Dokumentasi .....	133
Permohonan Izin Penelitian dan Bukti Telah Melakukan Wawancara.....	135

**ANALISIS ILUSTRASI PADA DESAIN *T-SHIRT*  
PRODUKSI INDUSTRI KREATIF DI YOGYAKARTA  
(PT. ASELI DAGADU DJOKDJA DAN DAGINGTUMBUH *SHOP*)**

**Oleh Sumar Hadi Santoso  
NIM 12206244006**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Mendeskripsikan jenis ilustrasi yang diterapkan pada ilustrasi desain *t-shirt* produk P.T Aseli Dagadu Djokdja dan Dagingtumbuh *Shop*. (2) Mendeskripsikan perbedaan karakteristik ilustrasi pada desain *t-shirt* produk P.T Aseli Dagadu Djokdja dan Dagingtumbuh *Shop*.

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Subjek penelitian ini adalah 5 desain ilustrasi pada *t-shirt* produksi P.T Aseli Dagadu Djokdja dan 5 desain ilustrasi pada *t-shirt* produksi Dagingtumbuh *Shop*. Penelitian ini difokuskan pada permasalahan bentuk ilustrasi yang diterapkan pada *t-shirt* dan karakteristik ilustrasi yang dimiliki oleh tiap produsen dengan mendeskripsikan elemen ilustrasi dan tata letak ilustrasi yang diterapkan. Data diperoleh dengan wawancara, observasi, studi kepustakaan dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Ilustrasi yang diterapkan pada desain *t-shirt* produksi PT. Aseli Dagadu Djokdja adalah jenis ilustrasi berbentuk kartun dan karikatur bergaya non realistik dengan pemilihan objek berupa deformasi manusia, bangunan, benda, hewan serta alam. Ilustrasi yang diterapkan pada desain *t-shirt* produksi Dagingtumbuh *Shop* adalah jenis ilustrasi berbentuk *drawing* bergaya non realistik dengan pemilihan objek berupa deformasi hewan, manusia, tipografi dan benda-benda di sekitar kehidupan kita. (2) Karakteristik ilustrasi pada desain *t-shirt* produksi PT. Aseli Dagadu Djokdja berupa *parody-parody visual* tentang kota Yogyakarta, kehidupan masyarakat Yogyakarta, sejarah di Yogyakarta, wisata Yogyakarta, kuliner Yogyakarta dan segala aspek yang berkaitan dengan Yogyakarta. Karakteristik ilustrasi pada desain *t-shirt* Dagingtumbuh *Shop* bersifat imajinatif, unik, kritis dan merupakan respon terhadap benda-benda yang dianggap sepele di sekitar kehidupan kita serta respon terhadap fenomena-fenomena sosial yang sedang terjadi.

**Kata Kunci:** *ilustrasi, t-shirt, industri kreatif*

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pertumbuhan industri kreatif di Yogyakarta pada era ini terus mengalami perkembangan khususnya pada bidang desain grafis dan *fashion* dengan produk *t-shirt* atau kaos. Hal ini dibuktikan oleh banyaknya berbagai macam *brand* industri kreatif dengan beraneka ragam *segment*, desain dan tema pada produk yang dimiliki. Selain itu keberadaan distro/*distribution outlet*, gerai dan *merchandise shop* yang mulai marak semakin meramaikan laju perkembangan industri kreatif di Yogyakarta. Contoh *brand-brand* industri kreatif *t-shirt* di Yogyakarta antara lain Starcross, AKA Movement, PT. Aseli Dagadu Djokdja, Troy Company, Dagingtumbuh *Shop*, Ngartun, Fakelab, Nimco dan beberapa *brand* lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu ([kaosmurahku.com](http://kaosmurahku.com)).

Penulis akhirnya memilih 2 *brand* industri kreatif yang memiliki keunikan pada ilustrasinya. *Brand* tersebut adalah PT. Aseli Dagadu Djokdja dan Dagingtumbuh *Shop*. PT. Aseli Dagadu Djokdja dipilih karena penulis mengetahui/mengenal *brand* beserta produknya sejak masa anak-anak. PT. Aseli Dagadu Djokdja selama kurang lebih 20 tahun tetap menunjukkan eksistensinya dalam memproduksi *t-shirt*. P.T Aseli Dagadu Djokdja merupakan industri kreatif yang memosisikan produknya sebagai cinderamata alternatif dengan mengeksplorasi segala sesuatu tentang Yogyakarta sebagai tema produknya. P.T Aseli Dagadu Djokdja memiliki keunikan ilustrasi yang terletak pada kejenuhan gambar maupun kata-kata di dalamnya.

Dagingtumbuh *Shop* atau sering disebut dengan “DGTMB” merupakan *brand* industri kreatif asal Yogyakarta yang dimiliki oleh Eko Nugroho yaitu salah satu perupa kontemporer Indonesia. Dagingtumbuh *Shop* dipilih karena pada awalnya penulis belum mengetahui siapa itu Eko Nugroho dan DGTMB. Penulis merasa heran terhadap bandrol harga produk *t-shirt* yang mencapai Rp. 200.000,00 per 1 *t-shirt*. Setelah penulis mencari tahu siapa Eko Nugroho dan apa itu DGTMB/Dagingtumbuh *Shop*, akhirnya penulis mengetahui bahwa produk *t-shirt* DGTMB/Dagingtumbuh *Shop* merupakan salah satu karya seni dari Eko Nugroho. Wajar saja harga tiap satu *t-shirt* mencapai Rp. 200.000,00, karena produk tersebut memiliki nilai fungsional dan nilai estetika.

Dagingtumbuh *Shop* merupakan industri kreatif *t-shirt* yang memosisikan diri sebagai sebuah *brand* dengan tujuan untuk mengakomodasi kebutuhan dan permintaan publik atas karya-karya Eko Nugroho. Karya-karya tersebut dipindahkan ke dalam media *t-shirt* sebagai sebuah ilustrasi. Keunikan ilustrasi produk *t-shirt* Dagingtumbuh *Shop* terletak pada penggunaan karya-karya khas Eko Nugroho dan karya-karya yang pernah dimuat pada komik Dagingtumbuh.

Pangsa pasar yang dimiliki PT. Aseli Dagadu Djokdja terletak pada kelas menengah ke atas dengan rincian kalangan anak muda (pelajar/mahasiswa), wisatawan domestik/manca negara dan anak-anak. Dagingtumbuh *Shop* memiliki pangsa pasar pada golongan ekonomi A/kelas atas dengan rincian anak muda (pelajar/mahasiswa seni) usia 18-26 tahun, pekerja seni dan kolektor.

Melihat adanya perbedaan pangsa dan keunikan ilustrasi pada desain *t-shirt* yang dimiliki kedua *brand* tersebut, menimbulkan keinginan penulis untuk

melakukan penelitian dengan menganalisis jenis ilustrasi yang diterapkan dan karakteristik ilustrasi pada desain-*shirt* yang dimiliki oleh P.T Aseli Dagadu Djokdja dan Dagingtumbuh *Shop*.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka permasalahan yang muncul dalam penelitian ini adalah:

1. Terjadi pertumbuhan industri kreatif pada bidang *t-shirt* di Yogyakarta.
2. Terdapat banyak *brand-brand* industri kreatif yang memiliki beraneka ragam *segment*, tema dan desain.
3. Terdapat keunikan ilustrasi pada desain *t-shirt* produk P.T Aseli Dagadu Djokdja dan Dagingtumbuh *Shop*.

## **C. Batasan Masalah**

1. Penelitian hanya bersifat pada analisis ilustrasi produk *t-shirt* industri kreatif di Yogyakarta.
2. Penelitian dilakukan pada industri kreatif yang sudah memiliki *brand image*.
3. Analisis ilustrasi hanya pada produk desain *t-shirt* P.T Aseli Dagadu Djokdja dan Dagingtumbuh *Shop*.

## **D. Fokus Masalah**

Berdasarkan beberapa persoalan tersebut, maka didapatkan rumusan masalah, yaitu :

1. Apa jenis ilustrasi yang diterapkan pada desain *t-shirt* produksi P.T Aseli Dagadu Djokdja dan Dagingtumbuh *Shop* ?
2. Bagaimana karakteristik ilustrasi pada desain *t-shirt* produk P.T Aseli Dagadu Djokdja dan Dagingtumbuh *Shop* ?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang akan dicapai pada penelitian ini adalah :

1. Mendeskripsikan jenis ilustrasi yang diterapkan pada ilustrasi desain *t-shirt* produk P.T Aseli Dagadu Djokdja dan Dagingtumbuh *Shop*.
2. Mendeskripsikan perbedaan karakteristik ilustrasi pada desain *t-shirt* produk P.T Aseli Dagadu Djokdja dan Dagingtumbuh *Shop*.

#### **F. Kegunaan Penelitian**

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Secara Teoritis
  - a) Bagi peneliti, untuk menambah khasanah studi ilustrasi pada desain grafis khususnya desain ilustrasi pada *t-shirt*.
  - b) Bagi pembaca, penelitian ini dapat digunakan sebagai sumbangan ilmiah dalam menambah referensi pada bidang ilustrasi desain *t-shirt*.

## 2. Secara Praktis

- a) Bagi produsen, untuk menambah informasi mengenai ilustrasi pada desain *t-shirt* dan diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan selanjutnya dari ilustrasi pada desain *t-shirt*.
- b) Bagi desainer, diharapkan dapat memberikan manfaat dalam menciptakan ilustrasi pada desain *t-shirt*.

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **A. Industri Kreatif**

Definisi Industri Kreatif yang saat ini banyak digunakan oleh pihak yang berkecimpung dalam industri kreatif, adalah definisi berdasarkan UK *DCMS Task Force* 1998: “*Creativities Industries as those industries which have their origin in individual creativity, skill & talent, and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property and content*” (Departemen Perdagangan Republik Indonesia, 2008: 4).

Studi pemetaan industri kreatif telah dilakukan oleh Departemen Perdagangan Republik Indonesia tahun 2007-pun menggunakan acuan definisi industri kreatif yang sama, sehingga industri kreatif di Indonesia dapat didefinisikan sebagai berikut: “Industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, kemampuan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut” (Departemen Perdagangan Republik Indonesia, 2008: 4).

Sejalan dengan itu Mikke Susanto (2011: 193-194) berpendapat, industri kreatif merupakan

industri-industri yang mengandalkan kreativitas individu, keterampilan serta talenta yang memiliki kemampuan meningkatkan taraf hidup dan penciptaan tenaga kerja melalui penciptaan (gagasan) dan eksploitasi hak atas kekayaan intelektual atau HAKI. Khususnya kebijakan di Indonesia, industri kebudayaan secara umum meliputi cetakan (termasuk batik), percetakan dan multimedia, audio-visual dan produksi sinematografis, kerajinan tangan dan desain, kemudian arsitektur bangunan, seni visual dan pertunjukan, olah-raga, musik, pabrikan alat musik, periklanan dan pariwisata budaya (UNESCO, 2007).

Berdasarkan pemetaan yang dilakukan oleh Departemen Perdagangan Republik Indonesia tahun 2007 subsektor yang merupakan industri berbasis kreatif ialah periklanan, arsitektur, pasar barang seni, kerajinan, desain, *fashion*, video, *film* dan fotografi, permainan interaktif musik, seni pertunjukan, penerbitan dan percetakan, layanan komputer dan piranti lunak, riset dan pembangunan (Departemen Perdagangan Republik Indonesia: 2008).

Subsektor desain dan *fashion* merupakan salah satu industri berbasis kreativitas, dimana pada subsektor ini *clothing* industri/*t-shirt* industri bergerak. Menurut Departemen Perdagangan Republik Indonesia (2008) industri kreatif desain ialah

kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain grafis, desain interior, desain produk, desain industri, konsultasi identitas perusahaan dan jasa riset pemasaran serta produksi kemasan dan jasa perlengkapan. Sementara industri kreatif *fashion* ialah kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, dan desain aksesoris mode lainnya, produksi pakaian mode dan aksesorisnya, konsultan lproduk *fashion*, serta distribusi produk *fashion*.

## **B. *T-shirt* atau Kaos**

Dalam *fashion*, sejarah *t-shirt*/kaos belumlah terlalu panjang, *t-shirt* kemungkinan besar baru muncul antara akhir abad ke-19 hingga awal abad ke-20. Kaos berbahan katun biasanya dipakai oleh tentara Eropa sebagai pakaian dalam (di balik seragam). Istilah "*T-Shirt*" (metafor yang diambil berdasar bentuknya) baru muncul di *Merriam-Webster's Dictionary* pada tahun 1920, dan pada saat Perang Dunia II menjadi perlengkapan standar dalam pakaian militer di Eropa dan Amerika Serikat (*Cultural Studies Center*, melalui <http://kunci.or.id/>).

*T-shirt* menjadi populer sebagai salah satu *trend* berbusana pada era 1950-an. Film berjudul *Rebel Without A Cause* dengan pemeran utama James Dean merupakan salah satu film yang mempopulerkan pemakaian *t-shirt* (Arjuna Bangsawan, 2014). Pada film tersebut James Dean tampil dengan mengenakan *t-shirt*. Pada film berjudul *A Streetcar Named Desire*, Marlon Brando tampil sebagai pemeran utama dengan mengenakan *t-shirt* sebagai pakaian utamanya.

James Dean dan Marlon Brando sebagai seorang *public figure* dapat memberikan pengaruh yang besar terhadap *trend* berbusana pada saat itu. Akibatnya *t-shirt* mulai digemari oleh masyarakat sebagai pakaian utama, meskipun pada saat itu *t-shirt* diproduksi masih berbentuk polos (tanpa gambar/ilustrasi) hanya variasi warna saja yang membedakan *t-shirt* satu dengan lainnya (Arjuna Bangsawan, 2014). Pada akhirnya *t-shirt* semakin digemari oleh masyarakat dan menjadi salah satu pilihan pakaian luar karena lebih bebas, mudah dipakai dan bersifat santai.



Gambar 1: Poster film yang mempopulerkan *t-shirt*  
Sumber: Jurnal Fakultas Desain IKADO

Gambar 1 merupakan poster film yang mempopulerkan pemakaian *t-shirt* sebagai gaya berbusana. Menurut Arjuna Bangsawan (2014), dalam poster film

*Rebel Without A Cause*, James Dean tampak mengenakan *t-shirt* putih polos, jaket merah dan celana *blue jeans*. Marlon Brando dalam film *A Streetcar Named Desire* tampak mengenakan *t-shirt* putih polos sebagai pakaian utamanya. Dalam poster film tersebut hanya Marlon Brando yang memakai *t-shirt* secara utuh sebagai pakaian utama. James Dean tidak secara utuh memakai *t-shirt* sebagai pakaian utama, tetapi masih dibalut dengan jaket merah sehingga *t-shirt* yang dipakainya masih seperti pakaian dalam bukan sebagai pakaian utama.

*T-shirt* sudah menjadi *trend* dalam berbusana sejak era 1950-an, akan tetapi *t-shirt* belum mendapat pengakuan dari konvensi mode dunia sebagai sebuah *fashion*. *T-shirt* masih dianggap tidak pantas dikenakan sebagai pakaian luar. Menurut McRobbie (1999), sejak musik *heavy metal* mulai digemari oleh anak muda, pemakaian *t-shirt* semakin mendapat tempat sebagai pakaian utama. *T-shirt* sengaja dipilih oleh penggemar musik *heavy metal* menjadi gaya busana karena dimaksudkan sebagai bentuk anti kemapanan dan penolakan terhadap *high fashion* pada waktu itu.

Dalam desain grafis, terdapat beberapa teknik pencetakan ilustrasi pada *t-shirt* yaitu sablon dan cetak digital (Supriyono, 2010 : 170). Sejalan dengan itu menurut Jacob Rapha (2014: 5) ditinjau dari aspek produksinya, cetak ilustrasi pada *t-shirt* dapat dibedakan menjadi dua, yang pertama adalah cetak ilustrasi dengan teknik produksi DTG (*Direct to Garment*) atau biasa disebut sablon *digital printing*. Sedangkan yang kedua cetak ilustrasi sablon manual atau *screen printing*, dimana *screen printing* termasuk dalam cetak saring seni grafis.



Gambar 2: Sablon DTG dan sablon screen

Sumber: guerrillagraphix.com, diunduh pada 13 April 2016

*T-shirt* yang pada awalnya dikenakan oleh para tentara sebagai pakaian dalam saat Perang Dunia II dan dianggap tidak pantas sebagai pakaian luar, kini telah berevolusi menjadi salah satu gaya berbusana. *T-shirt* menjadi sebuah media penyampai segala bentuk *statement* mulai dari musik, hobi bahkan sampai politik. Arjuna Bangsawan (2014: 31) berpendapat bahwa bermacam bentuk, gambar atau kata-kata dalam kaos merupakan pesan akan identitas, pengalaman, perilaku bahkan realitas sosial. Pemilihan teks ataupun gambar pada kaos merupakan sebuah bentuk dari ekspresi individualistik.

*T-shirt* dapat berfungsi sebagai media komunikasi, propaganda dan media promosi suatu *brand* yang sangat efektif. *Statement* apapun dapat masuk di dalamnya dan penyebarannya mampu melewati batas-batas yang tidak dapat dicapai media lain. *T-shirt* bukan sekedar pakain yang sederhana secara fungsional, namun *t-shirt* memiliki nilai yang lebih dari fungsi dasarnya. Desain *t-shirt* akan terus berkembang sejalan dengan perkembangan teknologi manusia dan perkembangan *trend life style*.

### C. Ilustrasi

Ilustrasi adalah seni gambar yang dimanfaatkan untuk memberi penjelasan suatu maksud atau tujuan secara visual. Ilustrasi dalam konteks ini dapat memberi arti dan simbol tertentu sampai hanya bertujuan artistik semata. Ilustrasi ini pada perkembangan lebih lanjut ternyata tidak hanya sebagai sarana pendukung cerita namun dapat pula mengisi ruang kosong. Misalnya dalam majalah, koran, tabloid dan lain-lain yang bentuknya bermacam-macam seperti karya seni sketsa, lukis, grafis, desain, kartun atau lainnya (Mikke Susanto, 2011: 190).

Ilustrasi dapat menjadi pilihan sebagai pengganti fotografi untuk beberapa alasan. Hal ini dikarenakan ilustrasi lebih efektif dan fleksibel sebagai media penyampai informasi. Ilustrasi dapat menampilkan/memberikan detail suatu obyek yang tidak bisa ditampilkan menggunakan fotografi. Ilustrasi menjadi sebuah alternatif jika ada suatu hal/tempat tertentu yang melarang penggunaan foto sebagai dokumentasi (Amy Arnston, 2007).

Ilustrasi memiliki berbagai macam jenis/bentuk tergantung pada media pembuatannya, gaya/ciri khas yang dimiliki oleh ilustrator dan maksud/tujuan dari ilustrasi itu sendiri. Ilustrasi dapat dihasilkan melalui gambar manual/*hand drawing*, lukisan, *mix media*, kolase dan melalui media komputer grafis (Amy Arnston, 2007). Sejalan dengan itu menurut Adi Kusrianto (2007: 157) menyatakan, salah satu teknik yang banyak digunakan oleh para desainer adalah membuat *sketch* secara manual di atas kertas menggunakan pensil, selanjutnya *sketch* pensil tersebut diberikan penekanan menggunakan tinta hitam, spidol,

maupun *drawing pen*. Pada tahap selanjutnya gambar tersebut di-*scan* sehingga menghasilkan *image bitmap* yang dapat diolah pada komputer grafis.

Desainer grafis jarang bekerja membuat ilustrasi sendiri, tetapi mereka menggunakan jasa *freelance* ilustrator sebagai partner. Beberapa studio desain grafis juga memiliki ilustrator sendiri yang bekerja dengan desainer yang memiliki peran sebagai instruktur terkait tipografi, fotografi, *layout* dan konsep perancangan desain. Namun dalam beberapa kasus, studio desain grafis juga membutuhkan seorang desainer yang berperan sekaligus menjadi seorang ilustrator atau sebaliknya untuk menciptakan sebuah desain ilustrasi (Amy Arnston, 2007).

Ilustrasi banyak diterapkan di berbagai media, misalnya ilustrasi yang diaplikasikan pada *cover album*, *cover* buku, media cetak seperti majalah dan koran, ilustrasi *fashion* (lebih bersifat *sketch*/rancangan busana), kartu ucapan/*greeting card*, bahkan sampai digunakan pada animasi (Amy Arnston, 2007). Pada perkembangan selanjutnya ilustrasi banyak diterapkan pada produk busana industri pakaian/*clothing industri*. Tujuan diterapkannya ilustrasi pada pakaian adalah sebagai penyampai suatu pesan, identitas (*brand image*) suatu produk industri pakaian, bahkan hanya bersifat artistik semata.

*T-shirt* merupakan salah satu produk *clothing industri* yang paling banyak menerapkan gambar ilustrasi pada sisi-sisinya baik itu sisi depan maupun sisi belakang. Penerapan ilustrasi pada desain *t-shirt* memiliki pengaruh tersendiri terhadap setiap individu. Dari segi fungsional, dengan adanya gambar ilustrasi pada *t-shirt*, seseorang akan merasa lebih tertarik untuk memakainya. Dari segi

pemasaran, ilustrasi pada *t-shirt* dapat memberikan pengaruh terhadap minat konsumen dalam membeli produk *t-shirt*. Pada akhirnya desain ilustrasi yang diterapkan pada *t-shirt* mengakibatkan semakin digemarinya *t-shirt* menjadi sebuah *trend* berbusana.

## 1. Jenis Ilustrasi

Bentuk ilustrasi dalam desain grafis tidak selalu berupa gambar, namun bisa berupa foto, goresan, garis, warna, tekstur, huruf, dan sembarang elemen visual yang dapat mendukung tujuan komunikasi dan estetika (Supriyono, 2010 : 170).

### a. *Drawing*

*Drawing* berasal dari kata *draw* yang berarti menggambar. *Drawing* hadir dan membuktikan dirinya sebagai karya seni yang utuh dan berdiri sendiri. Perlakuan *drawing* dalam fungsi ini kadang kerap pula dipadu dengan inovasi teknik lainnya, ketika *drawing* dipadu dengan cerita/sastra maka menjadi komik, *drawing* dengan sastra dan teknologi menjadi animasi, maupun menjadi ilustrasi baik sebagai gambaran cerita sampai “pengganjal” tulisan (Mikke Susanto, 2011: 110).



Gambar 3: Ilustrasi *drawing*

Sumber: Juxtapoz.com, diunduh pada 30 september 2016

Ilustrasi *drawing* seringkali diciptakan dari deformasi bentuk suatu objek,

Mikke Susanto (2011: 98) menyatakan bahwa deformasi merupakan

perubahan susunan bentuk yang dilakukan dengan sengaja untuk kepentingan seni, yang sering terkesan sangat kuat/besar sehingga kadang-kadang tidak lagi berwujud figur semula atau yang sebenarnya. Sehingga hal ini dapat memunculkan figur/karakter baru yang lain dari sebelumnya. Adapun cara mengubah bentuk anatara lain dengan cara simplifikasi/penyederhanaan bentuk, distorsi/pembiasan bentuk, distruksi/perusakan bentuk, stilisasi/penggunaan bentuk atau kombinasi antara semua susunan bentuk (*mix*).

Gambar 3 merupakan contoh deformasi bentuk yang digunakan pada ilustrasi jenis *drawing*. Gambar pada ilustrasi tersebut merupakan gabungan/kombinasi dari beberapa figur, sehingga gambar yang dihasilkan memunculkan figur baru, salah satu contohnya adalah pada gambar kepala manusia, gambar tersebut merupakan kombinasi deformasi kepala manusia dan kepala burung.

## **b. Kartun**

Kartun berasal dari kata *cartone* “kertas” yang pada awalnya kartun dibuat untuk merencanakan gambar *fresco*, *stained glass* atau *tapestry*. Kartun akhirnya diperluas maknanya sebagai gambar humor atau gambar satir. Namun dalam perkembangannya, kartun dapat dibuat pula untuk sebuah kesenangan, lelucon, dan bermain-main seperti banyak yang terdapat di majalah (Mikke Susanto, 2011: 216).



Gambar 4: **Ilustrasi Kartun**  
 Sumber: [www.6iee.com](http://www.6iee.com), diunduh pada 9 mei 2016

Kartun tidak hanya diciptakan di majalah sebagai sebuah lelucon ataupun bentuk dari suatu kesenangan, akan tetapi kartun pada saat ini diciptakan/diterapkan pada *t-shirt* sebagai sebuah ilustrasi dengan mendeformasi suatu objek seperti manusia, hewan, bangunan dan alam. Desain ilustrasi jenis kartun pada *t-shirt* pada umumnya cenderung mengarah pada *t-shirt* untuk anak-anak, namun banyak industri kreatif yang sengaja memilih tema kartun sebagai desain ilustrasi pada produk *t-shirt* mereka. Hal tersebut dikarenakan bentuk *visual* kartun yang formal, mudah dicerna, dan lebih bersifat ringan. Ilustrasi berjenis kartun pada *t-shirt* biasanya juga digunakan untuk menyampaikan suatu pesan, gagasan, kritikan maupun ajakan yang berupa *parody visual*.

### c. **Karikatur**

Karikatur adalah gambar atau sejenis kartun olok-olok yang mengandung pesan atau sindiran yang terbentuk dari proses deformasi atas figur aslinya (Mikke Susanto, 2011: 215). Sementara itu Sugihartono (2010: 3) menyatakan karikatur adalah deformasi berlebihan atas wajah seseorang yang biasanya terkenal dengan penggambaran lahiriyah untuk tujuan mengejek. Kata karikatur berasal dari kata

Italia *caricare* yang berarti memberi muatan atau melebih-lebihkan. Karikatur dibedakan dari kartun karena karikatur tidak membentuk cerita sebagaimana kartun, namun karikatur dapat menjadi unsur dalam kartun, misalnya dalam kartun editorial.



Gambar 5: **Karikatur**

Sumber: [www.6iee.com](http://www.6iee.com), diunduh pada 9 mei 2016

## 2. Teknik Ilustrasi

Ilustrasi dibuat dengan berbagai macam teknik. Menurut Amy Arnston (2007) beberapa teknik dalam membuat gambar ilustrasi yaitu dapat dicapai dengan cara: (1) gambar tangan (manual *hand drawing*), (2) dengan bantuan alat digital berupa foto dan komputer, serta (3) kombinasi dari manual dan digital. Menurut Suharyadi (2007), beberapa teknik gambar ilustrasi yang dibuat secara manual/*hand drawing* diantaranya:

- a. Teknik *Out Line* adalah cara menggambar secara global, atau tidak detail dan hanya menggambar garis luarnya saja, sehingga terkesan datar, karena tidak ada pengaturan gelap terang.
- b. Teknik Arsir adalah cara menggambar dengan menggunakan arsir atau unsur garis yang terputus-putus, yang digoreskan secara teratur dan berulang-ulang, garis-garis saling menumpuk, digunakan untuk mewujudkan efek gelap terang, *volume* dan plastisitas.
- c. Teknik Blok adalah cara menggambar dengan memanfaatkan warna secara blok, tanpa menerapkan gradasi dan transisi sehingga terasa datar, bagian yang satu dengan yang lain pada suatu objek ditunjukkan dengan perbedaan warna.

- d. Teknik *Scraper* adalah cara menggambar dengan menggoreskan bentuk-bentuk garis yang arahnya mengikuti *volume* objek, garis-garis tidak saling menumpuk, tetapi dibuat saling sejajar, dan pada bagian yang gelap dibuat lebih rapat, sedang pada bagian yang terang garis dibuat agak renggang, sehingga dicapai plastisitas yang dikehendaki.
- e. Teknik *Dot* yaitu cara mewujudkan gambar dengan menyusun titik-titik sehingga membentuk suatu objek tertentu, kesan gelap dan terang ditentukan oleh jumlah titik dalam satu area, semakin banyak semakin kuat kesan gelap terang.
- f. Teknik *Dry Brush* adalah cara menggambar dengan memanfaatkan tinta atau cat yang sengaja dibuat agak kering, sehingga warna-warna ketika digoreskan tidak merata, efek ini juga digunakan untuk membuat tekstur, pada bagian yang terang digoreskan warna-warna terang, sedang pada bagian yang gelap digoreskan warna-warna yang tua dan berulang-ulang, sehingga tercapai plastisitas yang diinginkan.
- g. Teknik *Halftone* adalah cara menggambar dengan memanfaatkan efek transisi warna dari terang ke gelap, dengan menggunakan tinta atau cat yang dibuat agak encer, efek transisi warna tersebut digunakan untuk mencapai plastisitas yang diinginkan.
- h. Teknik Siluet adalah cara menggambar dengan mewujudkan warna tunggal yang *solid* atau pekat, biasanya warna hitam tetapi tidak menutup kemungkinan menggunakan warna lain, gambar yang dihasilkan dengan teknik ini hanya berupa bentuk global dengan warna tunggal, objek seolah-olah diambil dari posisi yang berlawanan dengan arah datangnya sinar, sehingga terkesan seperti bayangan.

### 3. Gaya ilustrasi

Berdasarkan coraknya, ilustrasi menurut Amy Arnston (2007) dapat diklasifikasikan menjadi 2, yaitu :

#### a. Ilustrasi Realistik

Ilustrasi realistik adalah penggambaran bentuk yang anatomis dan mempunyai perspektif yang jelas sesuai dengan keadaan nyata (*real*). Secara visual, ilustrasi realistik cenderung lebih mudah dipahami karena visualisasinya seperti dengan bentuk aslinya. Contoh ilustrasi realistik diantaranya adalah fotografi, dan gambar atau lukisan realistik.

## **b. Ilustrasi Non Realistik**

Ilustrasi non realistik adalah penggambaran bentuk yang tidak anatomis dan tidak perspektif dengan keadaan nyata. Secara visual, ilustrasi non realistik merupakan gambar sederhana atau gambar yang dideformasi dari bentuk aslinya. Contoh ilustrasi non realistik diantaranya adalah gambar kartun, simbol, susunan huruf, dan bidang tertentu.

## **D. Elemen Ilustrasi**

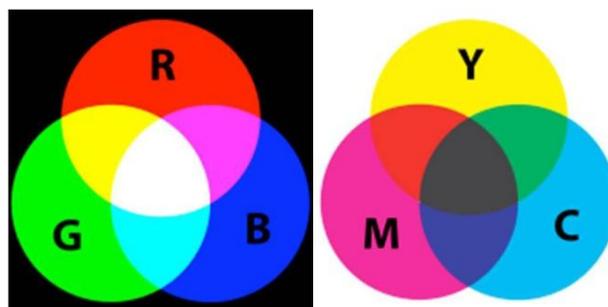
Sedapat mungkin ilustrasi pada *t-shirt* harus tampil menarik agar mampu menarik perhatian calon konsumen. Untuk itu dibutuhkan penerapan strategi kreatif yang mencakup unsur-unsur visual dan selanjutnya diterapkan ke dalam penciptaan suatu ilustrasi. Natadjaja (2009: 21) menyebutkan bahwa beberapa hal yang dapat dilakukan mengenai strategi kreatif adalah dengan memodifikasi sisi-sisi tertentu dari suatu produk, antara lain:

### **1. Warna**

Warna didefinisikan sebagai getaran atau gelombang yang diterima indra penglihatan manusia yang berasal dari pancaran cahaya melalui sebuah benda. Cahaya yang dihasilkan dari jarak antara yang bisa diakses indra manusia tersebut dapat diurai melalui prisma kaca menjadi warna, yang kemudian dinamakan warna cahaya. Sedangkan bagian dari penglihatan yang dihasilkan dari pancaran cahaya ke sebuah benda dan kemudian dipantulkan ke mata kita disebut warna pigmen (Mikke Susanto, 2011: 433).

Konsumen melihat warna jauh lebih cepat daripada melihat bentuk atau rupa. Dan warnalah yang pertama kali terlihat bila produk berada di tempat penjualan. Warna dengan daya pantul tinggi akan lebih terlihat dari jarak jauh dan memiliki daya tarik serta dampak yang lebih besar. Tapi selain unsur keterlihatan harus dipertimbangkan pula faktor kekontrasan terhadap warna-warna pendukung lainnya (Natadjaja, 2009: 22).

Warna menurut kejadiannya dibagi menjadi warna *subtraktif* dan *aditif*. Warna *aditif* adalah warna-warna yang berasal dari cahaya yang disebut *spectrum*, sedangkan warna *subtraktif* adalah warna yang berasal dari pigmen. Warna pokok aditif ialah merah, hijau dan biru, dalam komputer disebut RGB. Warna pokok subtraktif menurut teori ialah sian (*cyan*) atau biru, *magenta* atau merah dan kuning, dalam komputer disebut warna CMY (Mikke Susanto, 2011: 433).



Gambar 6: **Warna aditif/RGB dan warna subtraktif/CMY**  
Sumber: anazdesign.wordpress.com, diunduh pada 14 April 2016

#### a. **Klasifikasi Warna**

Menurut Mikke Susanto (2011: 433) secara khusus dalam pigmen, terdapat klasifikasi warna yaitu:

- 1) Warna Primer yaitu warna pokok, merupakan warna yang tidak dapat dibentuk oleh warna lain dan dapat digunakan sebagai bahan pokok pencampuran untuk memperoleh warna lain. Warna tersebut antara lain: merah, kuning dan biru.

- 2) Warna Sekunder adalah warna jadian dari percampuran dua warna primer. Warna sekunder adalah sebagai berikut: jingga/oranye, ungu/violet dan hijau. Tiga warna primer dan tiga warna sekunder tersebut sering disebut enam warna standar.
- 3) Warna Intermediet adalah warna perantara yaitu warna yang ada diantara warna primer dan warna sekunder pada lingkaran warna, diantaranya: kuning-hijau, kuning-jingga, merah-jingga, merah-ungu, biru-violet, biru-hijau.
- 4) Warna Tersier atau warna ketiga adalah warna hasil percampuran dari dua warna sekunder. Warna tersier adalah coklat kuning, coklat merah, coklat biru.
- 5) Warna Kuartier atau warna keempat yaitu hasil percampuran dari dua warna tersier atau warna ketiga, diantaranya coklat-jingga, coklat-hijau, dan coklat-ungu.



Gambar 7: **Roda warna**

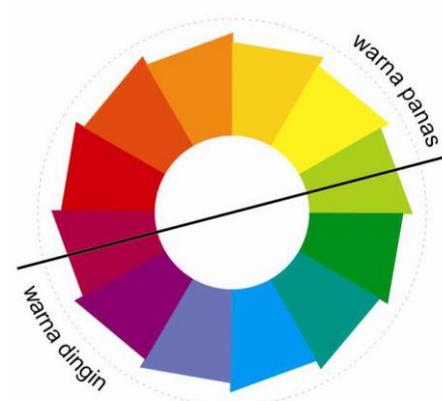
Sumber: senivisual1.blogspot.com, diunduh pada 17 April 2016

#### **b. Warna Menurut Sifatnya**

Berdasarkan sifatnya, warna menurut Darmaprawira (2002: 33) dapat diklasifikasikan menjadi :

- 1) Warna Netral adalah warna-warna yang tidak lagi memiliki kemurnian warna atau dengan kata lain bukan merupakan warna primer maupun sekunder. Warna ini merupakan campuran ketiga komponen warna sekaligus, tetapi tidak dalam komposisi tepat sama.
- 2) Warna Komplementer adalah warna yang berkesan berlawanan satu dengan lainnya. Warna kontras bisa didapatkan dari warna yang berseberangan (memotong titik tengah segitiga), terdiri atas warna primer dan sekunder. Tetapi tidak menutup kemungkinan pula membentuk kontras warna dengan mengolah nilai maupun kemurnian warna. Contoh warna kontras adalah merah dengan hijau, kuning dengan ungu dan biru dengan jingga.

- 3) Warna Monokromatik adalah warna yang berdekatan disebut juga disebut juga dengan warna monokromatik, yaitu tingkatan warna dari gelap ke terang dalam urutan satu warna atau kombinasi dengan satu corak warna, tetapi dengan *value* atau intensitas yang berbeda. Misalnya, warna hitam memiliki warna monokromatik dari hitam pekat, hitam pudar, abu-abu, hingga putih. Jika warna itu merah, maka warna monokromatiknya mulai dari merah pekat, merah terang, merah muda, hingga putih kemerahan.
- 4) Warna panas adalah kelompok warna dalam rentang setengah lingkaran di dalam lingkaran warna mulai dari merah hingga kuning. Warna ini menjadi simbol, riang, semangat, marah dsb. Warna panas mengesankan jarak yang dekat. Menurut hasil penelitian Maitland Graves dari bukunya yang berjudul *The Art of Color and Design*, yang termasuk kedalam warna panas adalah kuning, jingga, merah. Warna-warna tersebut mempunyai sifat positif, agresif, aktif, merangsang.
- 5) Warna dingin adalah kelompok warna dalam rentang setengah lingkaran di dalam lingkaran warna mulai dari hijau hingga ungu. Warna ini menjadi simbol kelembutan, sejuk, nyaman dsb. Warna dingin mengesankan jarak yang jauh. Menurut hasil penelitian Maitland Graves dari bukunya yang berjudul *The Art of Color and Design*, yang termasuk kedalam warna dingin adalah hijau, biru, ungu. Warna-warna tersebut mempunyai sifat negatif, mundur, tenang, tersisih, aman.



Gambar 8: **Warna panas dan warna dingin**

Sumber: rizkifb.wordpress.com, diunduh pada 15 April 2016

### c. Makna Budaya Warna

Eko Nugroho (2008: 36-37) menyebutkan bahwa warna mempunyai suatu makna. Makna ini bisa berbeda pun bisa sama dari suatu budaya dengan budaya

yang lain. Daftar di bawah adalah makna suatu warna yang umum terdapat pada budaya barat maupun timur.

Tabel 1: **Makna Budaya Warna**

<b>Warna</b>	<b>Makna Positif</b>	<b>Makna Negatif</b>
Merah	Kekuatan, kehangatan, cinta, persahabatan, api, kegagahan, kecepatan, kepemimpinan, kepriaan, darah, sosialisme, musim panas, musim gugur, berhenti, hormat, planet Mars.	Nafsu, agresi, kesombongan, ambisi, peperangan, kemarahan, revolusi, radikalisme, sosialisme, komunisme.
Merah Muda	Musim semi, hadiah, apresiasi, kekaguman, simpati, kesehatan, cinta, Juni, pernikahan, kewanitaan, keremajaan (masa muda).	Homoseksualitas, biseksualitas, kelemahan, kekurangan.
Jingga	Kehangatan, semangat, keseimbangan, ceria, Hinduisme, Budhisme, keseimbangan, antusiasme, kecerahan, keceriaan, antusiasme, musim gugur, keinginan.	Meminta, mencari perhatian agresi, kesombongan, berlebihan, terlalu emosi, peringatan, bahaya.
Kuning	Kekayaan, emas, sinar, kehidupan, matahari, keberuntungan, suka cita, kebahagiaan, bumi, kecerdasan, kemakmuran, musim panas, pengharapan, keceriaan, persahabatan, keberanian.	Cemburu, iri hati, tidak jujur, resiko, penipuan, sakit, penakut, bahaya, loba, kelemahan.
Hijau	Stabil, alam, lingkungan, santai, subur, alami, musim semi, muda, kemakmuran, keberuntungan, bersemangat, dermawan, pergi, rumput, hidup abadi, udara, bumi, ketulusan, pengharapan, pembaruan, kelimpahan, pertumbuhan, kesehatan, keseimbangan, harmoni, stabilitas, agama Islam.	Cemburu, nasib buruk, iri, dengki, agresi, tak berpengalaman, memalukan, sakit, tamak, korupsi.
Biru	Kepercayaan, awan, air, setia, damai, kesejukan, percaya diri, keamanan, laut, langit, damai, harmoni, kelembutan, kehebatan, kepercayaan diri, konservatisme, air, es, loyalitas, dapat diandalkan, kebersihan, teknologi, musim salju, kesentosaan, kepercayaan, udara, kebijaksanaan, kekuatan, ketahanan, cahaya, persahabatan, kebangsawanan, keluhuran, persahabatan,	Sedih, dingin, depresi.

	kebangsawanan, keluhuran, persahabatan, perdamaian, kebenaran, kasih.	
Ungu	Bangsawan, spiritual, kreativitas, kemakmuran, kebangsawanan, sensual, upacara, kebijaksanaan, pencerahan, berlebihan, kebanggaan, kekayaan, romantisme, kenikmatan.	Sombong, angkuh, kejam, kasar, duka cita, iri, sensual, misteri, berlebihan, perkabungan, kenajisan, kebingunan, membesar-besarkan, homoseksualitas.
Coklat	Tanah, bumi, netral, hangat, perlindungan, tenang, kedalaman, organisme, alamiah, kekayaan, kesederhanaan, stabilitas, tradisi, bumi, keutuhan, kemantapan, kesederhanaan, persahabatan, dapat diandalkan.	Tumpul, kotor, bosan, tak sesuai zaman, kekasaran, kebodohan, berat, kemiskinan.
Abu-abu	Modern, cerdas, bersih, kokoh, intelektual, keanggunan, kesederhanaan, respek, rasa hormat, kestabilan, ketajaman, kebijakan, emosi kuat, keseimbangan, kenetralan, formalitas.	Kesedihan, bosan, meluruh, debu, polusi, emosi kuat, ketuarentaan, kebodohan, perkabungan, keanggunan, kesederhanaan, respek, rasa hormat, kestabilan, ketajaman, kebijakan, kenetralan, formalitas.
Putih	Disiplin, suci, bersih, damai, kebaikan, pemujaan, kemurnian, salju, damai, kepolosan, kebersihan, kemudahan, kesederhanaan, kerendahan hati, sterilitas, kekuatan, udara, pengharapan.	Hampa, kematian, menyerah, penakut, tak berimajinasi.
Hitam	Kokoh, anggun, kuat, misteri, mewah, modern, formalitas, kemakmuran, <i>style</i> , seks, keseriusan.	Penyesalan, amarah, kematian, selatan, ketakutan, kesedihan, kuno, pemberontakan, kesedihan, penyesalan, berkabung.

Sumber: (Eko Nugroho, 2008: 36-37)

## 2. Titik

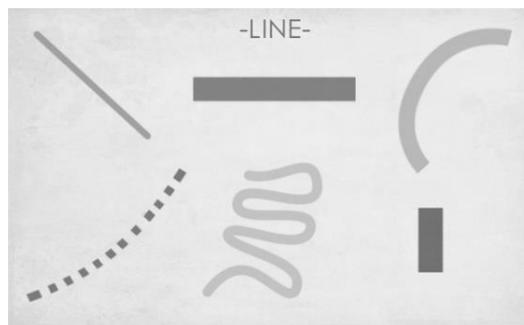
Titik adalah salah satu unsur visual yang wujudnya relatif kecil, dimana dimensi memanjang dan melebarnya dianggap tidak berarti. Titik cenderung di tampilkan dalam bentuk kelompok dengan variasi jumlah, susunan, dan kepadatan tertentu (Adi Kusrianto, 2007: 30). Sementara itu Mikke Susanto

(2011: 402) menyebutkan bahwa titik atau *point*, merupakan unsur rupa terkecil yang terlihat oleh mata. Titik diyakini pula sebagai unsur yang menggabungkan elemen-elemen rupa menjadi garis atau bentuk. Titik secara simbolis berarti awal dan juga akhir.

### **3. Garis**

Garis dianggap sebagai unsur visual yang banyak berpengaruh terhadap pembentukan suatu objek sehingga garis, selain dikenal sebagai goresan atau coretan, juga menjadi batas limit suatu bidang atau warna. Ciri khas garis adalah terdapatnya arah serta dimensi memanjang. Garis dapat tampil dalam bentuk lurus, lengkung, gelombang, zigzag, dan lainnya. Kualitas garis ditentukan oleh tiga hal, yaitu orang yang membuatnya, alat yang digunakan serta bidang dasar tempat garis digoreskan (Adi Kusrianto, 2007: 30).

Garis memiliki dimensi memanjang dan punya arah, bisa pendek, panjang, halus, tebal, berombak, melengkung, lurus dan lain-lain. Ia tidak ditandai dengan sentimeter, akan tetapi dengan ukuran yang bersifat nisbi, yakni ukuran yang berupa panjang-pendek, tinggi-rendah, besar-kecil dan tebal-tipis. Sedang arah garis hanya ada tiga: horizontal, vertikal dan diagonal, meskipun garis bisa melengkung, berberigi, acak. Garis sangat dominan sebagai unsur karya seni dan fungsinya dapat disejajarkan dengan peranan warna maupun tekstur (Mikke Susanto, 2011: 148).



Gambar 9: **Garis**

Sumber: bypeople.com, diunduh pada 15 april 2016

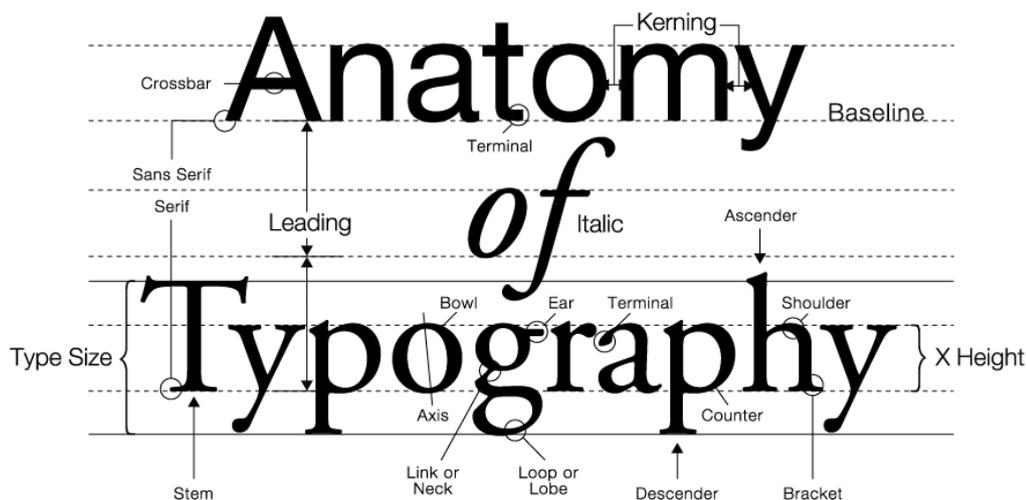
#### 4. Bidang

Bidang merupakan unsur visual yang berdimensi panjang dan lebar. Ditinjau dari bentuknya, bidang bisa dikelompokkan menjadi dua, yaitu bidang geometri/beraturan dan bidang non-geometri alias tidak beraturan. Bidang geometri adalah bidang yang relatif mudah diukur keluasannya, sedangkan bidang non-geometri merupakan bidang yang relative sukar diukur keluasannya (Adi Kusrianto, 2007: 30). Sementara Mikke Susanto (2011:55) menyebutkan bahwa bidang terbentuk karena ada 2 atau lebih garis yang bertemu (bukan berhimpit). Dengan kata lain, bidang adalah sebuah area yang dibatasi oleh garis, baik oleh formal maupun garis yang sifatnya ilusif, ekspresif atau sugestif.

#### 5. Tipografi

Tipografi atau tata huruf, merupakan unsur dalam karya desain yang mendukung terciptanya kesesuaian antara konsep dan komposisi karya (Mikke Susanto, 2011: 402). Selanjutnya menurut Adi Kusrianto (2007: 200) ada dua aspek dasar dalam anatomi huruf yang berkaitan dengan cara memanfaatkannya. Aspek pertama berkaitan dengan bentuk fisik huruf dan merupakan metode

mengenai bagaimana huruf itu dibentuk. Demikian juga cara mengukurnya, baik secara horisontal maupun vertikal.



Gambar 10: Anatomi Huruf

Sumber: Diskomvis.com, diunduh pada 15 April 2016

Tabel 2 : Klasifikasi Huruf

No	Jenis Huruf	Bentuk Huruf	Ciri-ciri
1	<i>Black Letter</i>	<b>Old English</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <i>Terminal</i> lancip, kadang dihias.</li> <li>✓ <i>Serif</i> kadang ada kadang tidak.</li> <li>✓ Saling berdekatan dan <i>counter</i>-nya kecil-kecil sehingga terlihat gelap.</li> <li>✓ Sifatnya sangat dekoratif dan berkesan vertikal.</li> </ul>
2	<i>Humanist</i>	<b>Centaur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <i>Terminal</i> membulat atau menyudut tidak lancip.</li> <li>✓ <i>Serif</i> biasanya ada <i>bracket</i>-nya, kadang tidak rata, kadang agak melengkung atau membulat.</li> <li>✓ Jarak antar karakter dan <i>counter</i> yang besar membuatnya terlihat lebih terang</li> </ul>

			<p>dan ringan.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Huruf e <i>crossbar</i>-nya miring</li> </ul>
3	<i>Old Style</i>	<b>Garamond</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <i>Terminal</i> ada yang lancip, membulat, menyudut, ada yang berbentuk <i>teardrop</i> atau bola.</li> <li>✓ <i>Ascender</i> melebihi <i>capline</i>, huruf e <i>crossbar</i>-nya horisontal, <i>serif</i> di <i>ascender</i>.</li> </ul>
4	<i>Transitional</i>	<b>Times New Roman</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <i>Terminal</i> lebih ringan, lancip dan lurus dibandingkan <i>Old Style</i>.</li> <li>✓ <i>Bracket</i>-nya lebih ringan, tajam dan lurus.</li> <li>✓ <i>Ascender</i> melebihi <i>capline</i></li> <li>✓ <i>Serif</i> di <i>ascender</i> pada <i>lowercase</i> lebih horisontal.</li> </ul>
5	<i>Modern</i>	<b>Bodoni</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <i>Terminal</i> lebih ringan, lancip dibandingkan <i>Transitional</i>.</li> <li>✓ <i>Serif</i> tipis, <i>bracket</i>-nya sedikit sedikit sekali atau tidak ada sama sekali.</li> <li>✓ Sangat presisi dan berkesan buatan mesin.</li> </ul>
6	<i>Slab Serif</i>	<b>Clarendon</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <i>Terminal</i> bisa membulat bisa juga persegi.</li> <li>✓ <i>Serif</i>-nya sama tebal dengan <i>stem</i>-nya.</li> <li>✓ <i>Bracket</i>-nya sedikit sekali atau tidak ada sama sekali.</li> <li>✓ Berkesan berat / gelap.</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Sangat presisi dan berkesan buatan mesin.</li> <li>✓ Lekat dengan kesan “huruf bergaya Amerika”.</li> </ul>
7	<i>Sans Serif</i>	<b>Futura Gill Sans</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Tidak ada <i>serif</i>.</li> <li>✓ <i>Terminal</i> ada yang lancip, membulat, menyudut.</li> </ul>
8	<i>Script dan Cursive</i>	<i>Brush Script Lucida Actionia Banana Yeti Calligraphy</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Pada <i>Script</i> huruf-huruf kecilnya saling menyambung, sedangkan <i>Cursive</i> tidak.</li> <li>✓ <i>Script</i> maupun <i>Cursive</i> didesain untuk digunakan dalam teks yang memadukan huruf besar-kecil, bukan huruf besar semua.</li> </ul>
9	<i>Display / Dekoratif</i>	<b>ROSEWOOD Jokerman BIKERBONES BLACK COFFEE REGULAR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Dibuat dalam ukuran besar</li> <li>✓ Diberi ornamen-ornamen yang indah.</li> <li>✓ Diprioritaskan keindahannya.</li> <li>✓ Cenderung terkesan bebas dan tidak kaku</li> </ul>

Sumber : (Rustan, 2010: 46)

### E. Tata Letak Ilustrasi

Natadjaja (2009: 22) menyebutkan, menata letak berarti meramu seluruh aspek grafis, meliputi warna, garis, titik, bidang, dan tipografi menjadi suatu.

Pertimbangan bagi pengembangan tata letak adalah:

## 1. Kesatuan

Kesatuan atau *unity* merupakan salah satu prinsip yang menekankan pada keselarasan dari unsur-unsur yang disusun, baik dalam wujudnya maupun kaitannya dengan ide yang melandasinya (Adi Kusrianto, 2007: 35). Sedangkan M. Suyanto (2004: 68) menyebutkan, beberapa prinsip membuat kesatuan yaitu :

- a) Hubungan yaitu mengulang suatu elemen, misalnya warna, arah, nilai, bentuk, tekstur, atau membangun suatu gaya, misalnya gaya linier atau membangun hubungan di antara elemen yang ada.
- b) *Grid* yaitu membagi sebagian format ke dalam bagian horizontal dan vertikal secara tetap, kolom, margin dan ruang yang membentuk kerangka untuk mengorganisasi ruang, huruf dan gambar.
- c) Kesejajaran yaitu hubungan visual yang dibuat antara elemen-elemen, bentuk dan obyek yang mempunyai garis poros yang sama.
- d) Aliran yaitu menggunakan prinsip ritme bergerak dari elemen satu ke elemen lain.

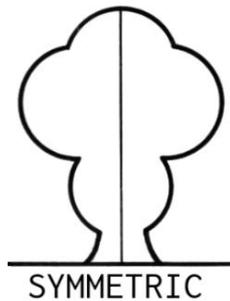
## 2. Keseimbangan

Keseimbangan atau *balance* merupakan prinsip dalam komposisi yang menghindari kesan berat sebelah atas suatu bidang atau ruang yang diisi dengan unsur-unsur rupa (Adi Kusrianto, 2007: 38). Menurut Amy Arnston (2007) prinsip kesemimbangan pada dasarnya dibagi menjadi dua, yaitu:

### a) Keseimbangan Simetris

Keseimbangan simetris yaitu keseimbangan yang sama dalam ukuran, bentuk, bangun dan letak dari bagian-bagian atau objek-objek yang akan disusun di sebelah kiri dan kanan garis sumbu khayal (Pujiriyanto, 2005: 93). Menurut Amy Arnston (2007) keseimbangan simetris identik dengan pengulangan bentuk dari kiri ke kanan atau sebaliknya dalam posisi *mirrored*/sama persis. Beberapa desain yang memiliki keseimbangan simetris juga menerapkan pengulangan dari

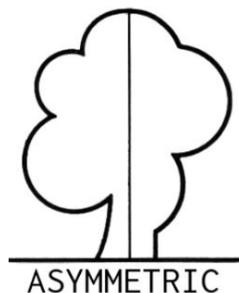
atas ke bawah/posisi horizontal, bahkan pengulangan bentuk dapat berpola melingkar dengan persebaran elemen dari tengah ke segala arah.



Gambar 11: **Keseimbangan Simetris**  
 Sumber: blog.sribu.com, diunduh pada 15 april 2016

b) Keseimbangan Asimetris

Keseimbangan Asimetris yaitu apabila garis, bentuk, bangun atau masa yang tidak sama dalam ukuran, isi atau volume, diletakan sedemikian rupa sehingga tidak mengikuti aturan keseimbangan simetris (Pujiriyanto, 2005: 93). Menurut Amy Arnston (2007) keseimbangan asimetris menimbulkan pengaruh yang besar terhadap irama dan perubahan rasa, hal ini dikarenakan ketidakstabilan/ketidakseimbangan dan kerelativan berat yang dimiliki. Dalam keseimbangan asimetris, bidang yang tampak tak seimbang dapat diseimbangkan dengan menggunakan perluasan bentuk, nilai, warna maupun tekstur. Efek visual yang ditimbulkan dapat terlihat menantang dan tampak mengagumkan.



Gambar 12: **Keseimbangan Asimetris**  
 Sumber: blog.sribu.com, diunduh pada 15 april 2016

### 3. Irama

Mikke Susanto menyatakan (2011: 334) irama atau ritme dalam seni rupa menyangkut persoalan warna, komposisi, garis, maupun lainnya. Menurut E.B Feldman *rhythm* atau ritme adalah urutan atau perulangan yang teratur dari sebuah elemen atau unsur-unsur dalam karya lainnya.

Penyusuna elemen-elemen visual dengan interval yang teratur dapat menciptakan kesan kalem dan statis. Sebaliknya, pergantian ukuran, jarak, dan posisi elemen dapat menciptakan suasana riang, dinamis dan tidak monoton. Repetisi dapat menciptakan kesatuan dan meningkatkan kenyamanan baca. Akan tetapi, perulangan yang terus-menerus tanpa ada variasi dapat menjadikan desain terasa monoton dan membosankan Supriyono (2010: 96).

### 4. Proporsi

Proporsi adalah perbandingan ukuran antara bagian dengan bagian dan antara bagian dengan keseluruhan. Prinsip komposisi tersebut menekankan pada ukuran dari suatu unsur yang akan disusun dan sejauh mana ukuran itu menunjang keharmonisan tampilan suatu desain (Adi Kusrianto, 2007: 43).

Mikke Susanto (2011: 320) menyebutkan, proporsi berhubungan erat dengan *balance* (keseimbangan) *rhythm* (irama, harmoni) dan *unity*. Proporsi dipakai pula sebagai salah satu pertimbangan untuk mengukur dan menilai keindahan artistik suatu karya seni.

## 5. Kontras

Kontras di dalam suatu komposisi diperlukan sebagai vitalitas agar tidak terkesan monoton. Tentu saja, kontras ditampilkan secukupnya saja karena bila terlalu berlebihan, akan muncul ketidakteraturan dan kontradiksi yang jauh dari kesan harmonis (Adi Kusrianto, 2007: 42).

Mikke Susanto (2011: 227-228) menyebutkan bahwa kontras dapat dimunculkan dengan menggunakan warna, bentuk, tekstur ukuran dan ketajaman. Kontras digunakan untuk memberi ketegasan dan mengandung oposisi-oposisi seperti gelap terang, cerah-buram, kasar-halus, besar-kecil dan lain-lain. Dalam hal ini kontras dapat pula memberi peluang munculnya tanda-tanda yang dipakai sebagai tampilan utama maupun pendukung dalam sebuah karya.

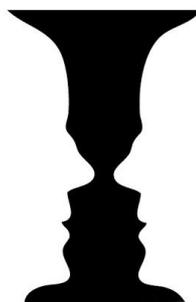
## F. *Visual Perception*

Desainer komunikasi *visual* dalam melakukan eksekusi desain memperhatikan setiap tendensi dari perilaku manusia dalam melihat sebuah tampilan *visual*. Fenomena-fenomena alam merupakan referensi dasar dari sebuah konsep desain. Hal ini sejalan dengan prinsip Gestalt yang merupakan bagian dari persepsi *visual*. Bahwa sebuah bentuk merupakan hasil kumulatif dari berbagai elemen dan efek serta merupakan proses yang terdiri dari seleksi, organisasi, dan interpretasi terhadap stimulus (Tanudjadja, 2005: 59).

Beberapa contoh prinsip-prinsip dalam integrasi persepsi seperti penutupan (*closure*), pengelompokan (*grouping*), sosok dan latar (*figure/ground*) sering dipakai dalam dunia desain komunikasi visual. Menurut Tanudjadja (2005)

Prinsip pengelompokan informasi (*information grouping*) memungkinkan penglihat untuk mengevaluasi karya berdasarkan atribut yang berbeda, sesuai dengan *psychological set* yang dimiliki. Tiga prinsip *grouping* untuk mengelompokkan stimulus atau objek adalah: kedekatan (*proximity*), kesamaan (*similarity*) dan kesinambungan (*continuity*).

Stimulus yang diterima oleh penglihat akan cenderung dihubungkan dengan konteks atau situasi yang melingkupi penglihat. Menurut Tanudjadja (2005), *setting* dari karya desain akan mempengaruhi persepsi penglihat. Prinsip paling penting dari konteks adalah sosok dan latar (*figure/ground*). Sebuah objek bisa dilihat sebagai dua objek dengan permainan *foreground* dan *background*. Masing-masing bisa diidentifikasi sebagai objek tanpa harus membentuknya menjadi *solid*.



Gambar 13: *Figure and Ground*

Sumber: [desainstudio.com](http://desainstudio.com), diunduh pada 10 Oktober 2016

### 1. *Closures*

Prinsip *Closures* (penutupan) cocok dipakai untuk merek produk yang cukup dikenal oleh masyarakat. Prinsip ini biasa digunakan untuk menguji apakah konsumen atau masyarakat masih mengingat merek sebuah produk. Prinsip *closure* juga bisa digunakan untuk iklan merek produk baru, karena

dengan menggunakan prinsip *closure*, merek yang diiklankan diharapkan lebih cepat diingat dan bertahan lama.



Gambar 14: Prinsip *closures*

Sumber: desainstudio.com, diunduh pada 10 Oktober 2016

## 2. *Proximity*

Prinsip kedekatan (*proximity*), yaitu sebuah kesatuan atau pengelompokan yang terbentuk karena adanya elemen-elemen yang saling berdekatan. Pandangan mata akan cenderung melihat sebagai gabungan gambar yang menyatu.



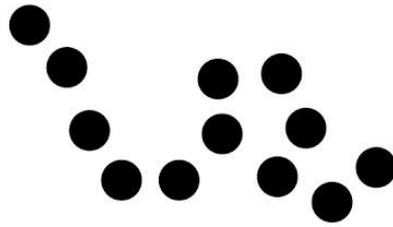
Unilever

Gambar 15: Prinsip *proximity*

Sumber: desainstudio.com, diunduh pada 10 Oktober 2016

## 3. *Continuity*

Prinsip *continuity*, menunjukkan bahwa penataan visual yang dapat menggiring gerak mata mengikuti ke sebuah arah tertentu. Aplikasi prinsip ini ditunjukkan pada gambar 16, dimana bidang lingkaran ditata sedemikian rupa sehingga mata akan mengikuti dari pangkal (bagian atas) sampai pada ujung bidang (bagian bawah).

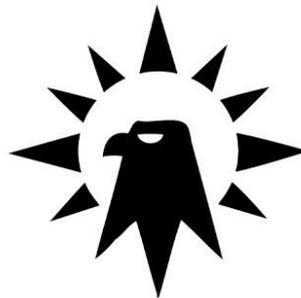


Gambar 16: **Prinsip *continuity***

Sumber: desainstudio.com, diunduh pada 10 Oktober 2016

#### 4. *Similarity*

Prinsip *similarity* menunjukkan bahwa obyek yang sama akan terlihat secara bersamaan sebagai kelompok, hal ini dapat ditentukan lewat bentuk, warna, arah maupun ukuran. Gambar 17 menunjukkan contoh bentuk yang menerapkan prinsip *similarity*, tampak pada gambar bahwa pandangan mata akan mengelompokkan bidang segitiga sebagai deretan sinar matahari dan leher burung.



Gambar 17: **Prinsip *similarity***

Sumber: desainstudio.com, diunduh pada 10 Oktober 2016

## G. Pemasaran Produk

### 1. *Positioning*

*Positioning* adalah sesuatu yang dilakukan terhadap pikiran, yakni menempatkan produk pada tangga-tangga atau kotak pikiran calon konsumen (Al Ries & Jack Trout, 2002). Konsep utama dalam strategi periklanan ini adalah

berorientasi pada kompetitor, khususnya yang merupakan *market leader*. Selain itu orientasi *positioning* juga berdasarkan pada keunggulan atribut, manfaat dan *product class* atau posisi relatif terhadap kompetitor (Kartajaya, 2004).

*Positioning* merupakan pernyataan yang bisa menghasilkan keunggulan di benak orang yang ingin dituju. Maka dalam menciptakan *positioning* ada empat acuan yang harus diperhatikan (Kartajaya, 2004 : 14) yaitu :

- a. *Positioning* harus dipersepsi secara positif oleh konsumen dan menjadi *reason to buy*.
- b. *Positioning* mencerminkan kekuatan dan keunggulan kompetitif produk atau perusahaan.
- c. *Positioning* harus bersifat unik sehingga dapat dengan mudah mendiferensiasikan diri dengan pesaing.
- d. Berkelanjutan dan selalu relevan dengan berbagai perubahan.

## 2. Strategi Promosi

Ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam membuat perumusan promosi produk (Duriyanto, dkk, 2003) :

- a. *Directed Creativity* adalah kreatifitas yang dibuat harus sesuai dengan *what to say* yang telah ditentukan. *What to say* ini adalah inti pesan yang ingin disampaikan kepada sasaran, tertuang dalam strategi kreatif dalam bentuk *Creative Brief* yang dibuat oleh tim kreatif.
- b. *Brand Name Exposure* terdiri dari individual *brand name* dan *company brand name*. *Brand Name Exposure* dianggap penting karena bertujuan untuk mendapatkan *brand awareness*.
- c. *Positive Uniqueness* adalah promosi efektif yang harus mampu menciptakan asosiasi positif. Pertama-tama promosi harus efektif, kemudian kreatif. Promosi akan menjadi sia-sia jika hanya sekedar kreatif tapi tidak efektif dan menimbulkan asosiasi yang salah di benak sasaran. Pesan yang mudah diingat dengan baik adalah yang berkaitan dengan asosiasi indra (*Visual*), konteks emosional (Cinta, kebahagiaan dan keadilan), kualitas yang menonjol atau berbeda, asosiasi yang intens, dan hal-hal yang memiliki keutamaan pribadi (Suyanto, 2004).
- d. *Selectivity* berkaitan dengan pesan yang disampaikan kepada sasaran dan endoser sebagai pembawa pesan dari iklan tersebut.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **A. Bentuk Penelitian**

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll., secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2012: 6)

Pada penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kualitatif deskriptif. Dimana data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Dengan demikian laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut mungkin berasal dari nasakah wawancara, catatan lapangan, foto, *videotape*, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya (Moleong, 2012: 11).

### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

#### **1. Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan kantor produksi P.T Aseli Dagadu Djokdja dan Dagingtumbuh *Shop* yang lokasinya menjadi satu dengan studio Eko Nugroho, lokasi tersebut merupakan tempat dimana kegiatan produksi industri kreatif berlangsung.

## **2. Waktu Penelitian**

Penelitian ini berlangsung selama 6 bulan, mulai April sampai September 2016. Dihitung dari perencanaan laporan sampai penulisan hasil laporan. Jadwal penelitian dimulai dari persiapan penelitian, penyusunan instrumen penelitian, pengambilan data, pengolahan dan analisis data penelitian, serta laporan penelitian.

### **C. Data Penelitian**

Data penelitian ini berupa informasi mengenai profil, alur produksi dan ilustrasi yang diterapkan pada produk desain *t-shirt* P.T Aseli Dagadu Djokdja dan Dagingtumbuh *Shop*. Subjek yang diteliti berupa ilustrasi pada desain *t-shirt* produk dari P.T Aseli Dagadu Djokdja dan Dagingtumbuh *Shop*. Objek yang diteliti ialah jenis ilustrasi yang diterapkan pada desain *t-shirt* dan karakteristik ilustrasi yang terdapat pada desain P.T Aseli Dagadu Djokdja dan Dagingtumbuh *Shop*.

### **D. Sumber Data Penelitian**

Sumber data utama pada penelitian kualitatif ialah kata-kata dan tindakan, selebihnya merupakan data tambahan seperti dokumen yang dikumpulkan dari kegiatan wawancara, catatan lapangan, foto dokumentasi, sumber buku, majalah ilmiah, dokumen pribadi dan dokumen lainnya. Subjek dalam penelitian ini ialah para pelaku yang terlibat aktif di dalam industri kreatif *clothing/t-shirt* P.T Aseli Dagadu Djokdja dan Dagingtumbuh *Shop*. Sedangkan obyek penelitian ini adalah

ilustrasi desain *t-shirt* pada produk P.T Aseli Dagadu Djokdja dan Dagingtumbuh *Shop*.

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini menggunakan tiga teknik pengumpulan data yaitu :

### **1. Pengamatan**

Pengamatan mengoptimalkan kemampuan peneliti dari segi motif, kepercayaan, perhatian, perilaku tak sadar, kebiasaan, dan sebagainya. Pengamatan memungkinkan pengamat untuk melihat dunia sebagaimana dilihat oleh subjek penelitian (Moleong, 2012: 175).

Pengamatan dilakukan peneliti untuk mendapatkan informasi dengan cara mengamati langsung hal-hal yang berkaitan dengan ilustrasi, desain dan *t-shirt* produksi P.T Aseli Dagadu Djokdja dan Dagingtumbuh *Shop*. Guna memperoleh data awal supaya pada saat penelitian dilakukan, peneliti dapat memperoleh data yang valid dan relevan.

### **2. Wawancara**

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu (Moleong, 2012: 186).

Wawancara dilakukan peneliti guna memperoleh data penelitian. Dalam melakukan wawancara peneliti telah menyiapkan instrumen penelitian berupa

pertanyaan-pertanyaan tertulis yang disiapkan untuk mengajukan pertanyaan kepada terwawancara.

Pihak terwawancara yang akan diwawancarai peneliti ialah pihak-pihak yang terlibat dalam industri kreatif *t-shirt* yaitu pemilik usaha, manajer atau narasumber lainnya yang dapat melengkapi informasi dari P.T Aseli Dagadu Djokdja dan Dagingtumbuh *Shop*.

### **3. Studi Pustaka dan Dokumentasi**

Studi pustaka disini diartikan sebagai suatu langkah untuk memperoleh informasi mengenai ilustrasi, industri kreatif, *t-shirt* dan konsep-konsep visual serta literatur yang mendukung penelitian ini.

Sugiyono (2008: 329) menyatakan bahwa dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Sementara Moleong (2012: 216) menyebutkan bahwa dokumen sudah lama digunakan dalam penelitian sebagai sumber data karena dalam banyak hal dokumen dimanfaatkan untuk menguji dan menafsirkan.

Peneliti menggunakan dokumen foto yang diambil saat melakukan pengamatan dan penelitian langsung di outlet P.T Aseli Dagadu Djokdja dan Dagingtumbuh *Shop*. Hal-hal yang perlu untuk dilakukan dokumentasi ialah produk *t-shirt* beserta ilustrasinya.

## **F. Instrumen Penelitian**

Instrumen yang dimaksud merupakan alat yang digunakan dalam mencari data yang relevan dengan ciri-ciri dan unsur-unsur dalam situasi yang relevan dengan permasalahan yang sedang dikaji.

Instrumen utama yang digunakan saat penelitian berlangsung adalah peneliti sendiri sebagai instrumen utama, yakni peneliti terlibat langsung ke lapangan dalam proses penelitian, mengumpulkan data, dan wawancara terhadap narasumber.

## **G. Pemeriksaan Keabsahan Data**

Pemeriksaan keabsahan data adalah pengecekan secara cermat terhadap data-data yang diperoleh dengan menggunakan teknik tertentu untuk memperoleh data secara ilmiah dan data-data tersebut dapat dipertanggungjawabkan, sehingga data-data yang diperoleh dapat dinyatakan sah. Dalam penelitian ini teknik yang digunakan untuk memperoleh keabsahan data adalah Triangulasi (Moleong, 2000: 171).

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu (Moleong, 2012: 330). Untuk pengecekan data penelitian, peneliti menggunakan teknik triangulasi yang memanfaatkan sumber lainnya.

Triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang

berbeda dalam metode kualitatif (Potton dalam Moleong, 2012: 330). Menurut Potton (dalam Moleong, 2012: 330) Teknik triangulasi dengan memanfaatkan sumber dalam penelitian dapat dicapai dengan cara :

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
2. Membandingkan apa yang dikatakan informan di depan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi.
3. Membandingkan apa yang dikatakan informan pada situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sehari-hari.
4. Membandingkan hasil wawancara dengan isi dokumen yang berkaitan.

Penelitian ini menggunakan triangulasi yang dicapai dengan cara membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara dan membandingkan hasil wawancara dengan isi dokumen yang berkaitan.

#### **H. Teknik Analisis Data**

Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain (Bogdan & Biklen dalam Moleong, 2012: 248).

Menurut Sutopo (2002: 95-96) terdapat tiga komponen yang utama dalam melakukan proses analisis data, yaitu:

### **1. Reduksi Data**

Reduksi data adalah bagian dari proses analisis yang mempertegas, memperpendek, membuat fokus, membuang hal-hal yang tidak penting dan mengatur data sedemikian rupa sehingga simpulan penelitian dapat dilakukan. Proses reduksi data ini berlangsung terus menerus sepanjang pelaksanaan penelitian. Pada waktu pengumpulan data berlangsung, reduksi data dilakukan dengan membuat ringkasan dari catatan data yang diperoleh di lapangan.

### **2. Sajian Data**

Sajian data merupakan suatu rakitan organisasi informasi, deskripsi, dalam bentuk narasi yang memungkinkan simpulan penelitian dilakukan. Sajian ini merupakan rangkaian kalimat yang disusun secara logis dan sistematis, sehingga bila dibaca akan mudah dipahami berbagai hal yang terjadi dan memungkinkan peneliti untuk berbuat sesuatu pada analisis ataupun tindakan lain berdasarkan pemahamannya tersebut. Sajian data ini harus mengacu pada rumusan masalah yang telah dirumuskan sebagai pertanyaan penelitian, sehingga narasi yang terjadi merupakan deskripsi mengenai kondisi yang rinci untuk menceritakan dan menjawab setiap permasalahan yang ada.

### **3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi Data**

Simpulan perlu diverifikasi agar cukup dan benar-benar bisa dipertanggungjawabkan. Oleh karena itu dilakukan aktivitas pengulangan untuk tujuan pemantapan, penelusuran data kembali dengan cepat. Verifikasi juga dapat

berupa kegiatan yang dilakukan dengan lebih mengembangkan ketelitian. Bila simpulan dirasa kurang mantap karena kurangnya rumusan dalam reduksi maupun sajian datanya, maka peneliti wajib kembali melakukan kegiatan pengumpulan data yang sudah terfokus untuk mencari pendukung simpulan yang ada dan juga bagi pendalaman data.

**BAB IV**  
**ILUSTRASI PADA DESAIN *T-SHIRT***  
**PRODUKSI INDUSTRI KREATIF DI YOGYAKARTA**

**A. Profil Perusahaan**

**1. PT. Aseli Dagadu Djokdja**

**a. Profil PT. Aseli Dagadu Djokdja**

- 1) Nama Usaha : PT. Aseli Dagadu Djokdja.
- 2) Alamat Usaha : Jalan IKIP PGRI No. 50 Sonopakis Yogyakarta.
- 3) Alamat Gerai : - Posyandu di Lower Ground Malioboro Mall.  
- Posyandu 2 di Jalan Pekapalan No. 7 Alun-Alun.  
- Yogyatourium di Jalan Gedongkuning Selatan.
- 4) Tahun Berdiri : 1994
- 5) Website : [www.dagadu.co.id](http://www.dagadu.co.id)

**b. Awal Berdiri PT. Aseli Dagadu Djokdja**

PT. Aseli Dagadu Djokdja berawal dari ide 25 mahasiswa UGM yang sebagian besar merupakan mahasiswa Teknik Arsitektur Universitas Gadjah Mada. Mereka mempunyai minat yang sama di bidang kepariwisataan, perkotaan, dan desain grafis. Kesamaan minat itulah yang membuat mereka memantapkan niat untuk membuka kios kaki lima di Malioboro Mall Yogyakarta yang dibuka tahun 1994 tepatnya tanggal 9 Januari 1994. Nama Dagadu Djokdja berasal dari bahasa Slang Yogyakarta yaitu “dagadu!” yang artinya “matamu!”, sementara ejaan lama pada “Djokdja” dimaksudkan untuk memberi muatan historis kota Yogyakarta.

Kata Dagadu sudah ada sejak beberapa dasawarsa lalu yang dikenal sebagai umpatan: *matamu!*. Kata tersebut merupakan bahasa walikan/bahasa slang orang Yogyakarta yang disusun dengan cara membalik empat baris huruf Jawa. Bahasa walikan ini dilakukan dengan cara menukar baris pertama dengan baris ketiga, baris kedua dengan baris keempat dan sebaliknya. Kata berbahasa Indonesia dipenggal berdasarkan suku katanya misalnya MA-TA-MU, kemudian dipasangkan berdasarkan urutan baris huruf Jawa tersebut, tanpa perlu mengubah huruf vokalnya. Misalnya DA pada baris kedua dibaca MA yang ada pada baris keempat. GA pada garis keempat dibaca TA di baris kedua, dan DU (DA) berpasangan dengan MA (MU). Jadi DA-GA-DU berarti MA-TA-MU.

ꦲ	ꦤ	ꦕ	ꦫ	ꦏ
ha	na	ca	ra	ka
ꦢ	ꦠ	ꦱ	ꦮ	ꦭ
da	ta	sa	wa	la
ꦥ	ꦢ	ꦗ	ꦪ	ꦚ
pa	dha	ja	ya	nya
ꦩ	ꦒ	ꦧ	ꦠ	ꦚ
ma	ga	ba	tha	nga

Gambar 18: **Kata dagadu dalam aksara jawa**  
Sumber: duduth.blogspot.com

### c. Produk *T-shirt* PT. Aseli Dagadu Djokdja

P.T Aseli Dagadu Djokdja sampai sekarang tetap konsisten memposisikan diri sebagai produk cinderamata alternatif dari Yogyakarta, dimana tema-tema yang digunakan pada produknya konsisten dengan mengeksplorasi kebudayaan, pariwisata, kuliner, kehidupan masyarakat dan sejarah di Yogyakarta. Objek-objek yang sering dijadikan ilustrasi pada *t-shirt* misalnya Wayang, Kraton, Malioboro, Pasar Beringharjo, Angkringan, Tugu, Becak, Bis Kota, dan Andhong.

Ilustrasi desain *t-shirt* PT. Aseli Dagdu Djokdja bercirikan pada penggunaan ilustrasi berbentuk kartun yang dikombinasikan dengan kata-kata/kalimat jenaka untuk mempertegas maksud/pesan dari ilustrasi tersebut.

PT. Aseli Dagadu Djokdja menerapkan strategi promosi *Positive Uniqueness*, yaitu strategi yang mampu menciptakan asosiasi positif bagi konsumen. Hal tersebut ditunjukkan dengan citra yang dimiliki PT. Aseli Dagadu Djokdja yang berbunyi “Smart, Smile, Djokdja”. Citra tersebut diterapkan pada setiap penciptaan produk yang bersifat kritis, unik dan berlandaskan keadaan Yogyakarta. *Positioning* produk PT. Aseli Dagadu Djokdja dilakukan dengan penonjolan karakteristik produk yang memiliki ilustrasi unik, kritis dan memiliki tema tentang segala aspek di dalam Yogyakarta.



Gambar 19: **Desain tematik pemilu**

Sumber: Instagram dagadu, diunduh pada 25 Mei 2016

PT. Aseli Dagadu Djokdja juga memiliki konsep desain tematik, yaitu konsep yang berdasarkan pada fenomena-fenomena yang sedang heboh/*booming* di Yogyakarta. Pada gambar 19 merupakan contoh desain *t-shirt* produksi PT. Aseli Dagadu Djokdja dengan ilustrasi bertemakan Pemilu, karena pada tahun 2014 di Yogyakarta bahkan di seluruh Indonesia secara serentak diadakan pemilu presiden, dari tema pemilu ini PT. Aseli Dagadu Djokdja menciptakan ilustrasi

bersifat jenaka namun tetap kritis sesuai dengan *tagline Smart, Smile, Djokdja* yang menjadi citra produk PT. Aseli Dagadu Djokdja.

PT. Aseli Dagadu Djokdja memproduksi beberapa produk selain *t-shirt* antara lain *sweater dan raincoat*. Kategori Pernak-pernik antara lain pin, gantungan kunci, dan stiker. Kategori Aksesoris antara lain topi, tas, bandana, dan dompet. Kategori *Household* antara lain, payung, dan gelas. Kategori *Stationery* antara lain *blocknote*, memo, pembatas buku, kertas surat, kartu pos, dan kartu ucapan.

P.T Aseli Dagadu Djokdja dalam kurun waktu satu bulan selalu melakukan pembaruan desain ilustrasi pada *t-shirt* dengan menghasilkan lima desain. Proses reproduksi biasanya ditujukan untuk memproduksi ulang suatu produk yang paling digemari/paling laris, proses reproduksi ini dilakukan untuk menjawab kebutuhan konsumen yang tidak berkesempatan membeli suatu produk dikarenakan *stock* yang dimiliki sudah *sold*/habis terjual.

PT. Aseli Dagadu Djokdja memiliki produk yang berbeda *segment* yaitu:

(a) Dagadu Reguler, yaitu *t-shirt* yang tersedia dalam berbagai macam pilihan warna, desain dan ukuran. Tersedia juga dalam bentuk polo regular, oblong kemeja, *Sweater, cardigan*, dan Oblong Tematis. (b) Dagadis (Dagadu *Ladies*), yaitu oblong khusus bagi remaja putri yang berjiwa aktif dan dinamis. (c) Dagadu Bocah, merupakan oblong yang didesain khusus untuk anak-anak. Mulai dari usia di bawah 1 tahun hingga di atas 9 tahun. (d) Oblong Pedia, yaitu oblong tersedia dalam 2 warna hitam dan putih. Oblong ini bertemakan desain sejarah yang ada di dalam kota Yogyakarta.

**Tabel 3: Produk *t-shirt* P.T Aseli Dagadu Djokdja**

No	Produk <i>T-shirt</i>	No	Produk <i>T-shirt</i>
1	 <p>Nama : Jogwheels Warna <i>t-shirt</i> : Putih Produk : Dagadu Reguler Harga : Rp. 80.000,00</p>	2	 <p>Nama : Angon T-rex Warna <i>t-shirt</i> : Merah Produk : Dagadu Reguler Harga : Rp. 80.000,00</p>
3	 <p>Nama : Bakmie Jawa Warna <i>t-shirt</i> : Hitam Produk : Dagadu Reguler Harga : Rp. 80.000,00</p>	4	 <p>Nama : Godjeg Lesoeng Warna <i>t-shirt</i> : Coklat Produk : Dagadu Reguler Harga : Rp. 80.000,00</p>
5	 <p>Nama : Gembira Loka Warna <i>t-shirt</i> : Merah Produk : Dagadu Reguler Harga : Rp. 80.000,00</p>	6	 <p>Nama : K'liling Djokdja Warna <i>t-shirt</i> : Biru Produk : Dagadu Reguler Harga : Rp. 80.000,00</p>

7	 <p>Nama : Kutut Manggung Warna <i>t-shirt</i> : Hitam Produk : Dagadu Reguler Harga : Rp. 80.000,00</p>	8	 <p>Nama : Onthel Ontime Warna <i>t-shirt</i> : Ungu Produk : Dagadu Reguler Harga : Rp. 80.000,00</p>
9	 <p>Nama : Angkryngan Warna <i>t-shirt</i> : Hijau Muda &amp; Kuning Produk : Dagadu Bocah Harga : Rp. 70.000,00</p>	10	 <p>Nama : Bangjo Warna <i>t-shirt</i> : Kuning pucat &amp; Coklat Produk : Dagadu Bocah Harga : Rp. 70.000,00</p>
11	 <p>Nama : Benthik Warna <i>t-shirt</i> : Biru Muda &amp; Abu - Abu Produk : Dagadu Bocah Harga : Rp. 70.000,00</p>	12	 <p>Nama : Tugu Keajaiban Warna <i>t-shirt</i> : Hijau Muda &amp; Hijau Lumut Produk : Dagadu Bocah Harga : Rp. 70.000,00</p>

13	 <p>Nama : Sindhen Warna <i>t-shirt</i> : Kuning Pucat &amp; Coklat Produk : Dagadu Bocah Harga : Rp. 70.000,00</p>	14	 <p>Nama : Malaman Vespa Warna <i>t-shirt</i> : Kuning Pucat &amp; Coklat muda Produk : Dagadu Bocah Harga : Rp. 70.000,00</p>
15	 <p>Nama : Malman Warna <i>t-shirt</i> : Merah &amp; Hitam Produk : Dagadu Bocah Harga : Rp. 70.000,00</p>	16	 <p>Nama : Benthik Warna <i>t-shirt</i> : Putih &amp; Biru Produk : Dagadu Bocah Harga : Rp. 70.000,00</p>
17	 <p>Nama : Gamel Warna <i>t-shirt</i> : Hijau &amp; Kuning Produk : Dagadu Bocah Harga : Rp. 70.000,00</p>	18	 <p>Nama : Canda Seru Warna <i>t-shirt</i> : Merah &amp; Abu-Abu Produk : Dagadu Bocah Harga : Rp. 70.000,00</p>

19	 <p>Nama : Bintang Kecil Warna <i>t-shirt</i> : Ungu &amp; Ungu Muda Produk : Dagadu Bocah Harga : Rp. 70.000,00</p>	20	 <p>Nama : Biar Lambat Warna <i>t-shirt</i> : Merah Muda &amp; Abu-abu Produk : Dagadu Bocah Harga : Rp. 70.000,00</p>
21	 <p>Nama : Prajurit Keraton Warna <i>t-shirt</i> : Putih Produk : Oblong Pedia Harga : Rp. 80.000,00</p>	22	 <p>Nama : Sri Rama Warna <i>t-shirt</i> : Hitam Produk : Oblong Pedia Harga : Rp. 80.000,00</p>
23	 <p>Nama : Gayam Warna <i>t-shirt</i> : Putih Produk : Oblong Pedia Harga : Rp. 80.000,00</p>	24	 <p>Nama : Punokawan Warna <i>t-shirt</i> : Putih Produk : Oblong Pedia Harga : Rp. 80.000,00</p>

25	 <p data-bbox="391 645 790 786">           Nama : Jogja Panel            Warna <i>t-shirt</i> : Coklat            Produk : Hiruk Pikuk            Harga : Rp. 80.000,00         </p>	26	 <p data-bbox="922 645 1321 786">           Nama : Jogja Gestalt            Warna <i>t-shirt</i> : Kuning            Produk : Hiruk Pikuk            Harga : Rp. 80.000,00         </p>
----	---	----	---

Sumber : Dagadu.co.id, diunduh pada 25 Mei 2016

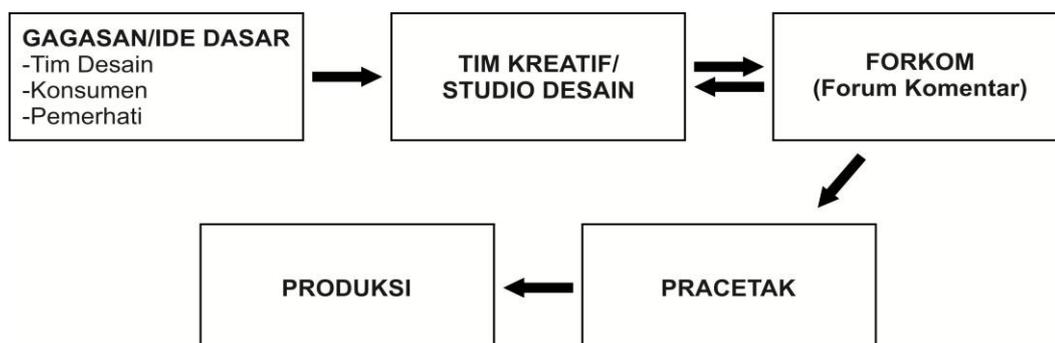
#### d. Proses Produksi Desain Ilustrasi PT. Aseli Dagadu Djokdja

PT. Aseli Dagadu Djokdja secara konsisten sangat memperhatikan dua hal penting untuk tetap menjadi cinderamata alternatif. Pertama, penciptaan desain ilustrasi pada *t-shirt* produk PT. Aseli Dagadu Djokdja tidak pernah dipandang sebagai ekspresi individual melainkan muncul dan berkembang sebagai hasil karya kolektif berdasarkan kerja kolektif. Kedua, kualitas desain ilustrasi sangat ditentukan oleh kualitas kritik. Gagasan awal/ide-ide dasar dalam menciptakan desain PT. Aseli Dagadu Djokdja dapat berasal dari manapun, termasuk dari konsumen atau para pemerhati. Usulan tersebut kemudian dikembangkan menjadi berbagai alternatif rancangan oleh tim kreatif dalam studio desain.

Tahap selanjutnya, setelah masuk ke dalam proses perancangan desain ilustrasi oleh desainer atau *illustrator*, rancangan tersebut masuk ke “Forkom” (forum komentar). Forum komentar merupakan forum diskusi karya/kritik terhadap rancangan awal desain ilustrasi. Forum ini dapat bersifat terbatas pada lingkup desainer, tetapi dapat pula lebih terbuka bahkan pada kesempatan tertentu

bisa menghadirkan komentator atau kritikus tamu. Proses akhir selanjutnya karya desain menuju meja tim eksekusi untuk legitasi terakhir sebelum tahapan pracetak yang berlanjut pada proses produksi.

Proses cetak ilustrasi pada *t-shirt* produk PT. Aseli Dagadu Djokdja dapat dibedakan menjadi cetak saring (sablon) dan cetak tinggi (*offset*). Pada dasarnya proses cetak adalah memindahkan gambar ke media yang dikehendaki. Keuntungan proses ini adalah kemampuannya untuk memindah gambar berulang kali dengan tetap presisi, dalam waktu relatif cepat dan tenaga relatif ringan. Namun proses cetak saring merupakan teknik produksi yang sering digunakan P.T Aseli Dagadu Djokdja untuk mencetak ilustrasi pada *t-shirt*.



Gambar 20: Proses produksi desain ilustrasi PT. Aseli Dagadu Djokdja  
Sumber: Dokumen Penulis

## 2. Dagingtumbuh (DGTMB) Shop

### a. Profil Dagingtumbuh (DGTMB) Shop

- 1) Nama Usaha : Dagingtumbuh Shop
- 2) Alamat Usaha : Plurugan 11/10, Tirtonirmolo, Kasihan, Bantul 55181,  
Yogyakarta, Indonesia.
- 3) Alamat Gerai : Plurugan 11/10, Tirtonirmolo, Kasihan, Bantul 55181,

Yogyakarta, Indonesia.

- 4) Tahun Berdiri : 2008
- 5) Website : [www.dgtmbproject.com](http://www.dgtmbproject.com)

#### **b. Awal Dagingtumbuh *Shop* Berdiri**

Dagingtumbuh (DGTMB) *Shop* adalah sebuah brand industri kreatif asal Yogyakarta yang dimiliki oleh salah satu seniman (perupa) kontemporer Indonesia dan telah dikenal secara internasional yaitu Eko Nugroho. Eko Nugroho lahir di Yogyakarta pada 4 Juli 1977. Eko Nugroho menempuh pendidikan sekolah menengah atas di SMSR Yogyakarta tahun 1993-1997, kemudian melanjutkan studi di perguruan tinggi ISI Yogyakarta pada tahun 1997-2006. Saat ini Eko Nugroho menetap di Plurugan RT 11/ RW 10, Tirtonirmolo, Kasihan, Bantul.

Nama Dagingtumbuh menggambarkan Eko Nugroho sebagai seorang seniman kontemporer yang suka menggabungkan kata-kata lintas bahasa. Dagingtumbuh bila diartikan dalam bahasa Jawa memiliki arti *kutil*, yaitu pertumbuhan kulit yang muncul ketika lapisan paling atas kulit terinfeksi oleh bakteri. Pertumbuhan kulit ini sering dianggap mengganggu dan membuat risih biarpun kecil bentuknya. Hal tersebut menginspirasi Dagingtumbuh sebagai sebuah nama komik *underground* yang di dalamnya terdapat banyak sentilan-sentilan/kritikan terhadap fenomena-fenomena di sekitar kehidupan kita.

Dagingtumbuh pertama kali diperkenalkan kepada publik pada tahun 2000. Dagingtumbuh merupakan nama sebuah komik *underground* yang digagas dan dikembangkan sendiri oleh Eko Nugroho. Pada tahun 2004 memproduksi

kaos/*t-shirt* yang disablon sendiri dan diedarkan terbatas dengan sasaran para penggemar komik Dagingtumbuh. Terdapat respon positif dari publik terhadap *t-shirt* yang diproduksi oleh Eko Nugroho tersebut, sehingga memicu tekad untuk membuat *merchandise* Dagingtumbuh. Tahun 2008 Eko Nugroho akhirnya membuka “*The DGTMB Shop*” untuk menjual produk-produknya. Ilustrasi yang terdapat pada produk *t-shirt* Dagingtumbuh *Shop* merupakan karya-karya Eko Nugroho dan karya-karya di komik Dagingtumbuh.

### c. Produk *T-shirt* Dagingtumbuh Shop

Produk *t-shirt* Dagingtumbuh *Shop* identik dengan penggunaan karya-karya dari Eko Nugroho yang diterapkan menjadi sebuah ilustrasi pada *t-shirt*. Ilustrasi pada *t-shirt* Dagingtumbuh *Shop* selain memakai karya-karya Eko Nugroho juga menggunakan karya-karya yang pernah dimuat di komik Dagingtumbuh atas seijin pemilik karya.

*Positioning* produk Dagingtumbuh *Shop* dengan menonjolkan karakteristik produk yang bernilai fungsional dan produk bernilai estetik serta penonjolan harga produk yang tergolong tinggi berkisar Rp. 200.000,00. Hal ini dikarenakan produk tersebut membawa nama dari Eko Nugroho beserta karya-karyanya. Penonjolan karakteristik produk ditunjukkan dengan bentuk/gambar ilustrasi yang identik dengan ciri khas karya/gambar-gambar dari Eko Nugroho.

Ilustrasi yang terdapat pada produk DGTMB merupakan gambar yang dibuat langsung oleh Eko Nugroho. Dagingtumbuh *Shop* merupakan alternatif bagi masyarakat yang menginginkan karya Eko Nugroho dimana semua orang

tidak mampu untuk membelinya, sehingga karya tersebut diterapkan dalam bentuk yang berbeda dan lebih praktis, salah satunya ialah *t-shirt*.



Gambar 21: **Penggemaar produk *t-shirt* Dgtmb Shop**  
Sumber: Instagram Dgtmb, diunduh pada 20 Juni 2016

Pada gambar 21 adalah contoh produk *t-shirt* dari DGTMB *Shop* yang sedang dikenakan oleh Dian Sastrowardoyo dan Riri Riza. Dian Sastrowardoyo merupakan pemeran karakter Cinta dalam sekuel film “Ada Apa Dengan Cinta”, sedangkan Riri Riza merupakan salah satu produser dalam film tersebut. Eko Nugroho memiliki keterkaitan terhadap film “Ada Apa Dengan Cinta 2” yang dirilis tahun 2016. Keterkaitan tersebut ditunjukkan pada suatu adegan yang menampilkan Dian Sastrowardoyo sedang mengagumi karya-karya Eko Nugroho dalam suatu pameran, kemudian Dian Sastro meminta tanda tangan Eko Nugroho.

Dagingtumbuh *Shop* memiliki segmentasi pasar pada kalangan anak muda, pecinta komik, pekerja seni, kolektor, dan kalangan ekonomi menengah ke atas. Produk *t-shirt* Dagingtumbuh *Shop* dibuat secara *limited edition*/terbatas. Dagingtumbuh *Shop* juga menjual berbagai macam produk berupa komik, *polo shirt*, *hoodie*, topi, *toys*, dompet, tas, *emblem* dan pin.

Dagingtumbuh *Shop* dalam melakukan *update* ilustrasi pada *t-shirt* dilakukan ketika suatu produk hampir habis. Hal ini dimaksudkan untuk

mempercepat proses pembaruan/*update* produk yang sudah habis terjual/*sold out*. Dagingtumbuh *Shop* juga melakukan produksi ulang/reproduksi suatu produk yang paling digemari, hal demikian dilakukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang tidak memiliki kesempatan untuk membeli dikarenakan *stock* produk habis/*sold out*.

Dagingtumbuh *Shop* dalam menghadapi perkembangan *trend* memiliki strategi untuk tidak terlalu mengikuti gaya desain/ilustrasi yang sedang digemari oleh pasar. Dagingtumbuh *Shop* hanya memodifikasi secara kreatif desain ilustrasi yang sedang digemari. Hasil modifikasi tersebut tetap membawa ciri khas DGTMB, sehingga Dagingtumbuh *Shop* menghasilkan produk *t-shirt* anti *mainstream*.

**Tabel 4: Produk *T-shirt* Dagingtumbuh (Dgtmb) *Shop***

No	Produk <i>T-shirt</i>	No	Produk <i>T-shirt</i>
1	 <p>Nama : Parisian Mono Warna <i>t-shirt</i> : Biru Muda Produk : Dgtmb <i>T-shirt</i> Harga : Rp. 250.000,00</p>	2	 <p>Nama : Parisian Colour Warna <i>t-shirt</i> : Putih Produk : Dgtmb <i>T-shirt</i> Harga : Rp. 250.000,00</p>

3	 <p>Nama : We Care As Much As You Pay Warna <i>t-shirt</i> : Putih Produk : Dgtmb <i>T-shirt</i> Harga : Rp. 225.000,00</p>	4	 <p>Nama : Dgtmb Heh Warna <i>t-shirt</i> : Putih &amp; Hitam Produk : Dgtmb <i>T-shirt</i></p>
5	 <p>Nama : Aduh Warna <i>t-shirt</i> : Putih Produk : Dgtmb <i>T-shirt</i> Harga : Rp. 250.000,00</p>	6	 <p>Nama : Global Paranoia Warna <i>t-shirt</i> : Hitam Produk : Dgtmb <i>T-shirt</i> Harga : Rp. 250.000,00</p>
7	 <p>Nama : Warna <i>t-shirt</i> : Coklat Produk : Dgtmb <i>T-shirt</i> Harga : Rp. 250.000,00</p>	8	 <p>Nama : Kaleng Segar Warna <i>t-shirt</i> : Putih Produk : Dgtmb <i>T-shirt</i> Harga : Rp. 250.000,00</p>

9	 <p>Nama : Hate This Shit And This Shit Hate Me Warna <i>t-shirt</i> : Putih Produk : Dgtmb <i>T-shirt</i> Harga : Rp. 250.000,00</p>	10	 <p>Nama : Just Because I Love You Warna <i>t-shirt</i> : Hitam Produk : Dgtmb <i>T-shirt</i> Harga : Rp. 250.000,00</p>
11	 <p>Nama : Sudahlah Warna <i>t-shirt</i> : Abu-abu &amp; Coklat Produk : Dgtmb <i>T-shirt</i> Harga : Rp. 250.000,00</p>	12	 <p>Nama : Tuhan Hantu Warna <i>t-shirt</i> : Abu-abu &amp; Hitam Produk : Dgtmb <i>T-shirt</i> Harga : Rp. 250.000,00</p>
13	 <p>Nama : Kepala Batu Warna <i>t-shirt</i> : Putih Produk : Dgtmb <i>T-shirt</i> Harga : Rp. 225.000,00</p>	14	 <p>Nama : We Are Concern About Nothing 1 Warna <i>t-shirt</i> : Abu-Abu Produk : Dgtmb <i>T-shirt</i> Harga : Rp. 250.000,00</p>

15	 <p>Nama : We Are Concern About Nothing 2 Warna <i>t-shirt</i> : Hitam Produk : Dgtmb <i>T-shirt</i> Harga : Rp. 225.000,00</p>	16	 <p>Nama : Comic Vol. 2 Warna <i>t-shirt</i> : Hitam Produk : Dgtmb <i>T-shirt</i> Harga : Rp. 250.000,00</p>
17	 <p>Nama : Dgtmb Male White Warna <i>t-shirt</i> : Putih Produk : Dgtmb <i>T-shirt</i> Harga : Rp. 225.000,00</p>	18	 <p>Nama : Dimarahi Rejeki Warna <i>t-shirt</i> : Hijau Muda Produk : Dgtmb <i>T-shirt</i> Harga : Rp. 225.000,00</p>
19	 <p>Nama : Dgtmb Female White Warna <i>t-shirt</i> : Putih Produk : Dgtmb <i>T-shirt</i> Harga : Rp. 225.000,00</p>	20	 <p>Nama : Di Miscall Leluhur Warna <i>t-shirt</i> : Biru Muda Produk : Dgtmb <i>T-shirt</i> Harga : Rp. 200.000,00</p>

21	 <p>Nama : We Are Happy To Fat The Rest Warna <i>t-shirt</i> : Hitam Produk : Dgtmb <i>T-shirt</i> Harga : Rp. 225.000,00</p>	22	 <p>Nama : Creamy Crisis Warna <i>t-shirt</i> : Hitam Produk : Dgtmb <i>T-shirt</i> Harga : Rp. 225.000,00</p>
23	 <p>Nama : Salty Tolerance Warna <i>t-shirt</i> : Hitam Produk : Dgtmb <i>T-shirt</i> Harga : Rp. 225.000,00</p>	24	 <p>Nama : Symetric Society Warna <i>t-shirt</i> : Hitam Produk : Dgtmb <i>T-shirt</i> Harga : Rp. 225.000,00</p>
25	 <p>Nama : Symetric Society Warna <i>t-shirt</i> : Hitam Produk : Dgtmb <i>T-shirt</i> Harga : Rp. 200.000,00</p>	26	 <p>Nama : Kalung Kepala Warna <i>t-shirt</i> : Hitam Produk : Dgtmb <i>T-shirt</i> Harga : Rp. 200.000,00</p>

Sumber: Dokumen Dgtmb, diperoleh pada 28 Juni 2016

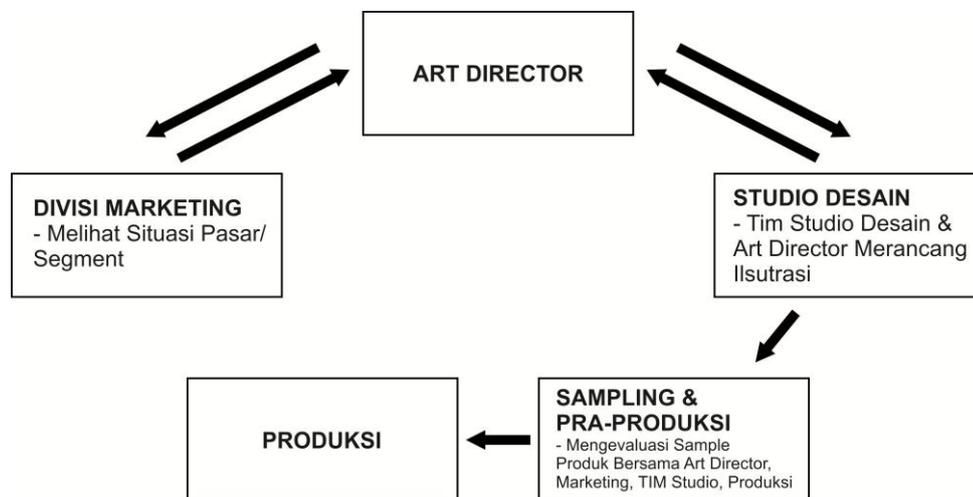
#### **d. Proses Produksi Desain Ilustrasi Dagingtumbuh Shop**

Dagingtumbuh *Shop* pada awalnya belum memiliki manajemen produksi yang baik, sehingga produk yang dijual tidak tepat sasaran. Pada tahun 2014 Dagingtumbuh *Shop* mulai menerapkan sistem manajemen yang baik dalam produksi *t-shirt*. Dagingtumbuh *Shop* memiliki beberapa rangkaian proses yang harus dilalui dengan melibatkan beberapa divisi dalam susunan manajemen tersebut. Dagingtumbuh *Shop* selaku *official art merchandise* Eko Nugroho memiliki divisi *marketing*, divisi studio/desainer dan divisi produksi, sementara itu Eko Nugroho selaku pemilik sebagai *art director*.

Tahap pertama dimulai pada divisi *marketing*, sebagai sebuah divisi yang mengerti dengan situasi pasar mereka melakukan diskusi terhadap *art director*, diskusi dilakukan terkait ilustrasi/produk seperti apa yang akan diproduksi oleh DGTMB. Tahap pertama juga bisa berawal dari *art director*, kemudian mengajak divisi *marketing*, divisi studio/desainer dan divisi produksi untuk melakukan diskusi mengenai produk baru terkait kesesuaian desain/ilustrasi dengan pangsa pasar dan material yang akan digunakan.

Tahap selanjutnya adalah memproses gagasan/ide yang telah disepakati oleh semua divisi menjadi sebuah ilustrasi oleh *art director* bersama divisi studio/desain. Divisi studio/desain memiliki peran sebagai pengolah grafis ilustrasi yang akan diterapkan pada *t-shirt* seperti pengolahan *sketch*/gambar manual ilustrasi menjadi gambar *vector*, pengolahan warna ilustrasi, pengolahan posisi ilustrasi pada *t-shirt* beserta warna *t-shirt*.

Desain ilustrasi yang sudah disetujui memasuki masa *sampling* dan pra-cetak yaitu membuat satu contoh produk untuk dievaluasi oleh *art director*, divisi studio/desain, divisi *marketing* dan divisi produksi. Evaluasi dilakukan pada kualitas desain ilustrasi dan material, jika masih ditemukan beberapa kekurangan maka dilakukan perbaikan/revisi supaya sesuai standar produk. Setelah produk *t-shirt* dievaluasi dan disetujui maka pada tahap akhir adalah memasuki proses produksi, pada proses ini dilakukan oleh divisi produksi.



Gambar 22: **Proses produksi ilustrasi Dagingtumbuh Shop**  
Sumber: Dukumen Penulis

## B. Ilustrasi Pada *T-shirt*

### 1. Analisis Ilustrasi Pada Desain *T-shirt* PT. Aseli Dagadu Djokdja

#### a. Desain *T-Shirt* Godjeg Lesoeng



Gambar 23: *T-shirt* Godjeg Lesoeng

#### 1) Deskripsi Ilustrasi

Ilustrasi pada desain *t-shirt* “Godjeg Lesoeng” menampilkan gambar empat figur petani wanita memainkan *Gejog Lesung* saat purnama. Ilustrasi ini berbentuk sebuah persegi panjang dengan posisi ilustrasi terletak pada bagian tengah atas mendekati kerah *t-shirt*. Ilustrasi ini berjenis kartun dengan gaya ilustrasi non realistik dan diciptakan menggunakan teknik blok dimana pada ilustrasi ini tidak terdapat gradasi warna dan terlihat datar.

*Gejog Lesung* merupakan salah satu kesenian tradisonal di Yogyakarta yang memiliki makna sebagai bentuk ucapan rasa syukur terhadap Dewi Sri atas melimpahnya hasil panen padi. *Gejog Lesung* biasanya dimainkan pada malam hari saat bulan purnama tiba. Nama “Godjeg Lesoeng” merupakan *parody* dari

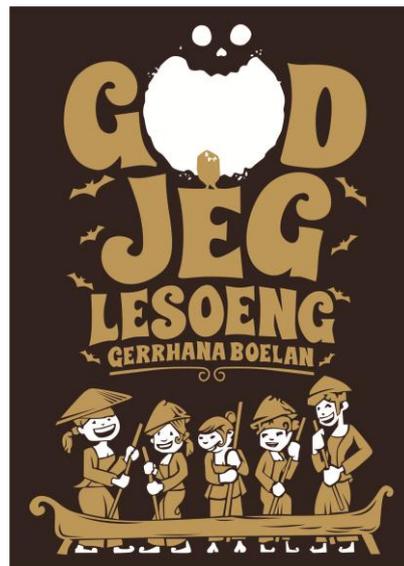
*Gejog Lesung* dimana *godjeg* dalam bahasa Jawa memiliki arti bercanda, aktivitas *gojeg* yang penuh canda dan tawa ini tampak pada ekspresi wajah para penabuh *Gejog Lesung*.



Gambar 24: Kesenian Gejog Lesung

Sumber: kidnesia.com, diunduh pada 13 Agustus 2016

## 2) Elemen Ilustrasi



Gambar 25: Ilustrasi Godjeg Lesoeng

### a) Warna

Unsur warna yang digunakan pada ilustrasi “Godjeg Lesoeng” ialah warna coklat muda, putih dan coklat tua. Warna coklat muda dominan digunakan pada tipografi, pakaian figur wanita dan alat *Gejog Lesung*. Warna coklat memiliki makna hangat, persahabatan dan tradisi. Hal ini sesuai dengan makna dari *Gejog*

*Lesung* yang merupakan sebuah tradisi bentuk rasa syukur atas melimpahnya hasil panen padi dan melalui kesenian *Gejog Lesung* juga terbangun rasa persahabatan.

Warna putih menjadi warna minoritas pada ilustrasi tersebut, dimana warna ini hanya digunakan pada bulan purnama dan warna kulit keempat figur wanita. Warna putih memiliki makna pengharapan, bersih, damai dan kebaikan. Warna ini mewakili warna bulan purnama yang terang, bersih, damai dan penuh pengharapan disaat malam datang, serta mewakili wajah keempat figur wanita yang bersih dan penuh keceriaan saat bermain *Gejog Lesung* sebagai wujud ekspresi rasa syukur atas melimpahnya hasil panen.

b) Bidang



Gambar 26: **Salah satu bidang non geometris**

Unsur bidang yang digunakan pada ilustrasi “Godjeg Lesoeng” di dominasi oleh bidang non geometris, hal ini ditunjukkan dengan banyaknya objek-objek pada ilustrasi yang terbentuk dari bidang bebas dan tidak beraturan. Bidang-bidang non geometris tersebut terdapat pada pakaian para petani, caping, alat *gejog lesung*, wajah para petani, tangan dan kaki para petani, kelelawar, bulan

purnama, burung hantu, serta tipografi “GODJEG LESOENG GERRHANA BOELAN”.

c) Garis



Gambar 27: Unsur garis pada ilustrasi

Unsur garis dominan digunakan sebagai kontur pada gambar empat figur wanita dan gambar alat *Gejog Lesung*. Pada gambar keempat figur wanita, unsur garis terdapat pada caping dan rambut masing-masing figur. Unsur garis pada caping digunakan untuk menciptakan kesan material anyaman bambu, sedangkan pada rambut dimaksudkan untuk menimbulkan kesan helaian panjang rambut wanita. Selanjutnya unsur garis juga diterapkan pada gambar alat *Gejog Lesung* yang berupa *Alu* dan *Lesung* yang dimaksudkan untuk membentuk kesan material kayu.

Unsur garis juga digunakan sebagai kontur, yakni garis yang berfungsi sebagai pembatas antara gambar satu dengan lainnya, sehingga aktivitas gambar para petani terlihat jelas dalam memainkan *Gejog Lesung*. Selain itu terdapat dua garis yang berada di bawah tipografi “GODJEG LESOENG GERRHANA BOELAN”, yakni berupa dua buah garis lengkung yang menyerupai ukel pada

pangkal-pangkalnya, kedua garis tersebut memiliki fungsi sebagai ornamen penghias tipografi.

d) Titik

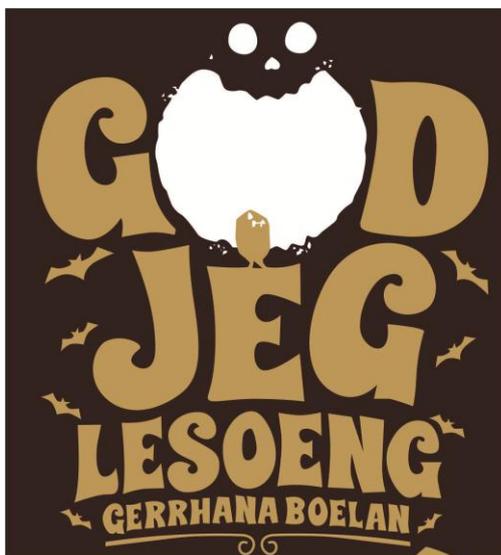


Gambar 28: Unsur titik pada ilustrasi godjeg lesong

Unsur titik yang diterapkan pada ilustrasi ini terdapat pada tipografi dan wajah keempat figur pemain *Gejog Lesung*. Pada bagian tipografi, dominasi unsur titik terdapat pada bagian deformasi bulan purnama. Dua titik digunakan untuk membuat mata di atas bagian bulan, hal tersebut dimaksudkan untuk menciptakan kesan bahwa bulan itu hidup. Unsur titik dengan intensitas tinggi terdapat di beberapa sisi bulan, hal tersebut dimaksudkan untuk menciptakan kesan tertawa riang.

Unsur titik juga diterapkan untuk membentuk karakter wajah keempat figur wanita, yakni titik digunakan untuk membentuk mata, hidung, dan lubang telinga, namun pada objek tersebut tidak semua mata, hidung, dan lubang telinga terbentuk dari unsur titik, elemen ilustrasi lainnya juga turut serta dalam membentuk karakter wajah keempat figur tersebut.

## e) Tipografi

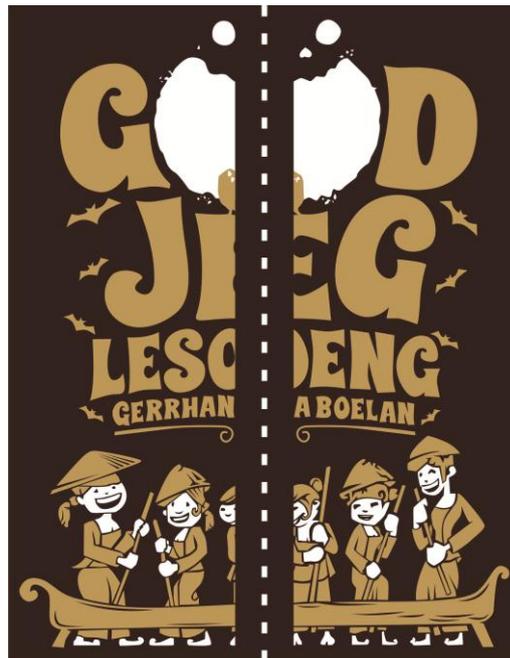


Gambar 29: **Tipografi pada ilustrasi Godjeg Lesoeng**

Tipografi “GODJEG LESOENG GERRHANA BOELAN” pada ilustrasi ini menggunakan jenis tipografi *Display/Dekoratif* yang memiliki karakteristik mengutamakan keindahan. Hal ini ditunjukkan dengan adanya gambar bulan yang dimaksudkan sebagai huruf “O”, deformasi burung hantu pada huruf “E”, gambar kelelawar pada sisi samping tipografi, dua garis lengkung di bawah tipografi, dan pengayaan huruf yang berbentuk seperti sebuah ukel ornamen pada terminal huruf “G”, “J” dan “S”. Posisi tipografi terdapat di atas keempat figur petani wanita dan memiliki bentuk melengkung keatas. Cara penulisan kalimat “GODJEG LESOENG GERRHANA BOELAN” dimaksudkan untuk menunjukan sisi ketradisional kesenian *Gejog Lesung*.

### 3) Tata Letak Ilustrasi

Prinsip kesatuan digunakan untuk menyelaraskan seluruh elemen dalam ilustrasi seperti objek alat *Gejog Lesung*, pakaian tradisonal petani, pemilihan warna dan gaya tipografi pada tulisan “GODJEG LESOENG GERRHANA BOELAN” sehingga sisi ketradisonalan pada ilustrasi dapat muncul.



Gambar 30: **Keseimbangan simetris**

Keseimbangan yang digunakan pada ilustrasi tersebut adalah keseimbangan *simetris*, hal ini ditunjukkan dengan bentuk, ukuran dan masa pada sisi kanan dan kiri ilustrasi terlihat sama. Terdapat penggunaan prinsip irama pada penyusunan posisi postur tubuh keempat figur pemain *Gejog Lesung* dan penyusunan gambar kelelawar pada sisi kanan kiri tulisan “GODJEG LESOENG GERRHANA BOELAN”.



Gambar 31: Irama pada ilustrasi Godjeg Lesoeng

Nilai kontras ilustrasi “Godjeg Lesoeng” terdapat pada huruf “O” yang dideformasi menjadi bulan purnama, hal ini disebabkan oleh warna yang digunakan adalah putih, akibatnya warna gambar bulan terlihat sangat kuat dibandingkan dengan warna pada tipografi dan gambar petani yang cenderung menggunakan warna coklat muda. Selain itu tulisan “GODJEG LESOENG GERRHANA BOELAN” menjadi sulit untuk dibaca dikarenakan pemilihan warna yang kurang sesuai dan deformasi bentuk huruf “O” yang tidak sempurna. Sedangkan proporsi tipografi “GODJEG LESOENG” terlihat lebih besar dibandingkan dengan objek penabuh *Gejog Lesung*.



Gambar 32: Kontras pada tipografi

## b. Desain *T-Shirt* Kutut Manggung



Gambar 33: *T-shirt* Kutut Manggung

### 1) Deskripsi Ilustrasi

Ilustrasi pada desain *t-shirt* “*Kutut Manggung*” menampilkan gambar burung yang sedang bernyanyi. Ilustrasi “*Kutut Manggung*” diletakan pada bagian atas mendekati bagian kerah *t-shirt*, sementara posisi ilustrasi berada pada bagian tengah *t-shirt*, sedangkan ilustrasi tersebut memiliki bentuk elips. Ilustrasi ini berbentuk kartun dengan gaya ilustrasi non realistik, teknik yang digunakan untuk menciptakan ilustrasi ini adalah teknik blok.

Ilustrasi pada desain *t-shirt* “*Kutut Manggung*” merupakan *parody* tentang burung Perkutut dan nama tembang Jawa. *Parody* “*Kutut Manggung*” diwujudkan ke dalam ilustrasi dengan menampilkan gambar kartun burung Perkutut yang sedang bernyanyi memegang *microphone* sambil memperlihatkan *gesture* tangan salam metal.

Kutut merupakan hewan yang memiliki kicauan merdu dan populer di kalangan masyarakat Yogyakarta, dalam bahasa Jawa kicauan burung Perkutut disebut dengan istilah *manggung*. Istilah “manggung” tersebut dialihkan ke dalam bahasa Indonesia tidak formal yang memiliki arti bernyanyi/bermusik dalam suatu pertunjukan/konser. Nama “*Kutut Manggung*” sendiri berasal dari nama tembang Jawa, dimana di dalam tembang tersebut kicauan burung Perkutut menjadi salah satu syairnya. Syair tersebut berbunyi “Hur ketekung kung kung...” dan pada ilustrasi digubah menjadi kalimat “HORRR KETEKUNG KANGEN JOGJA TAK TERBENDUNG”.



Gambar 34: **Burung Perkutut dan salam metal**

Sumber: [glocalmagz.files.wordpress.com](http://glocalmagz.files.wordpress.com) & [tribunnews.com](http://tribunnews.com), diunduh pada 13 Agustus 2016

## 2) Elemen Ilustrasi



Gambar 35: Ilustrasi Kutut Manggung

## a) Warna

Warna yang digunakan pada ilustrasi “Kutut Manggung” ialah warna putih, hijau, abu-abu, dan hitam. Warna putih dan hijau adalah warna yang dominan digunakan, sedangkan warna abu-abu dan warna hitam menjadi warna minoritas di dalam gambar Kutut Manggung. Secara makna budaya, warna putih pada burung perkutut memiliki makna udara, sesuai dengan hewan perkutut yang tergolong unggas dan pada umumnya unggas mampu terbang di udara.

Warna hijau pada ilustrasi digunakan sebagai *background* pada tipografi “KUTUT MANGGUNG” “HORRR KETEKUNG KANGEN JOGJA TAK TERBENDUNG” dan warna *outline* burung Perkutut. Secara makna budaya, warna hijau memiliki makna muda dan bersemangat, sesuai dengan gestur Kutut yang sedang bernyanyi dengan semangat dan berteriak layaknya seorang penyanyi

*metal*. Warna abu-abu yang terdapat pada badan Kutut digunakan sebagai pemuncul kesan bulu dan gelap terang pada beberapa bagian badan Kutut.

b) Garis



Gambar 36: Unsur garis pada ilustrasi Kutut Manggung

Unsur garis pada ilustrasi desain *t-shirt* “Kutut Manggung” banyak digunakan sebagai *outline* karakter kartun burung Perkutut. *Outline* yang digunakan pada ilustrasi ini memiliki 2 lapis, yakni *outline* warna hitam dan *outline* warna hijau. *Outline* warna hijau juga difungsikan sebagai pemuncul kesan kabel *microphone*. Unsur garis juga digunakan sebagai pemuncul kesan bulu pada bagian dada perkutut, bagian ekor perkutut dan kesen garis kaki unggas, sedangkan mata burung perkutut juga dibentuk dari unsur garis pula.

Unsur garis juga diterapkan pada *background* tulisan yang berbentuk sebuah *plank* dengan kalimat “KUTUT MANGGUNG” pada bagian atas gambar burung Perkutut dan “HOORRR KETEKUNG KANGEN JOGJA TAK TERBENDUNG” pada bagian bawah gambar burung Perkutut. Penambahan sedikit unsur garis tersebut dimaksudkan untuk menambah kesan *volume* dan kesan sebuah *plank*.

c) Bidang

Bidang yang terdapat pada ilustrasi desain *t-shirt* “Kutut Manggung” ialah bidang geometris dan non geometris. Bidang geometris tidak banyak digunakan pada ilustrasi ini, sedangkan bidang non geometris tampak lebih dominan. Bidang geometris digunakan untuk menyusun gambar *speaker* yang terdapat pada bagian bawah gambar burung Perkutut, sedangkan bidang non geometris digunakan pada figur perkutut, papan tulisan dan *microphone*.



Gambar 37: Bidang geometris dan non geometris

d) Tipografi

Tipografi yang digunakan pada desain *t-shirt* “Kutut Manggung” adalah jenis *Sans Serif*. Huruf ini tidak memiliki kait/*serif* pada ujung-ujungnya, hal ini terlihat pada tulisan “KUTUT MANGGUNG” dan “HORRR KETEKUNG KANGEN JOGJA TAK TERBENDUNG” dimana *terminal* pada kedua tulisan tersebut ada yang berbentuk membulat dan menyudut, ciri tersebut sesuai dengan karakter yang dimiliki jenis huruf *Sans Serif*.



Gambar 38: **Tipografi pada ilustrasi Kutut Manggung**

### 3) Tata Letak Ilustrasi



Gambar 39: **Keseimbangan simetris**

Keseimbangan yang digunakan pada ilustrasi “Kutut Manggung” adalah keseimbangan simetris, hal ini ditunjukkan dengan pembagian berat yang sama antara sisi kiri dan sisi kanan ilustrasi. Prinsip irama digunakan pada gambar suara *speaker*, kesan bulu pada dada burung Perkutut, jari burung Perkutut yang memegang *microphone*, dan bulu pada ekor Kutut. Prinsip kesatuan pada ilustrasi ini digunakan untuk menyelaraskan seluruh elemen ilustrasi, hal ini ditunjukkan pada warna hijau yang ikut dimasukkan ke dalam gambar burung Perkutut di bagian lidah dan *outline* Kutut. Selanjutnya warna abu-abu dan putih yang saling mengisi pada objek *microphone*, *speaker* dan paruh Kutut. Proporsi papan pada

bagian bawah gambar Kutut terlihat lebih kecil dibandingkan papan pada bagian atas gambar Kutut.

Nilai kontras ilustrasi ini terdapat pada gambar Kutut, hal ini dikarenakan warna putih terlihat paling kuat/paling menonjol dibandingkan dengan warna hijau yang digunakan pada *outline* dan papan tulisan “KUTUT MANGGUNG” dan “HORRR KETEKUNG KANGEN JOGJA TAK TERBENDUNG.

### c. Desain *T-Shirt* Angkryngan



Gambar 40: Desain *T-shirt* Angkryngan

#### 1) Deskripsi Ilustrasi

Ilustrasi pada desain *t-shirt* yang bernama “Angkryngan” ini menampilkan beberapa karakter *Angry Birds* yang sedang duduk dan berinteraksi dalam sebuah Angkryngan. Ilustrasi ini diletakan pada bagian atas mendekati bagian kerah dengan posisi ilustrasi berada pada bagian tengah *t-shirt*, secara keseluruhan ilustrasi ini berbentuk sebuah persegi panjang. Ilustrasi ini merupakan sebuah

*parody* dari video game *Angry Bird* dan Angkringan. Ilustrasi ini berbentuk kartun dengan gaya ilustrasi non realistik. Ilustrasi diciptakan menggunakan teknik blok.

*Angry Birds* merupakan sebuah *video game* yang populer di kalangan pengguna *smartphone*. Di dalam *game* tersebut terdapat beberapa tokoh burung dengan warna merah, kuning, hitam, hijau dan biru. Sementara Angkringan merupakan sebuah gerobak dorong yang difungsikan untuk menjual aneka makanan dan minuman berupa nasi kucing, gorengan, sate usus ayam, sate brutu, sate telur puyuh, ceker ayam, keripik teh anget, teh panas, kopi, es jeruk, wedang jahe.



Gambar 41: Karakter dan tipografi Angry Birds

Sumber: [freeangrybirdsgame.org](http://freeangrybirdsgame.org), diunduh pada 13 Agustus 2016

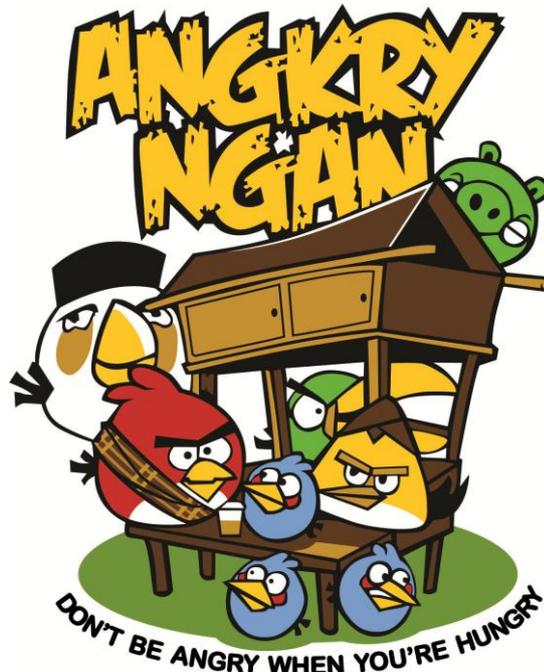
Angkringan merupakan tempat makan yang mudah ditemukan di setiap sudut keramaian kota Yogyakarta. Angkringan bagi masyarakat Yogyakarta merupakan tempat makan dengan harga murah meriah, sehingga konsumennya sangat bervariasi mulai dari tukang becak, pelajar/mahasiswa, seniman, pegawai negeri bahkan hingga pejabat eksekutif memilih Angkringan sebagai tempat makan.



Gambar 42: Angkringan

Sumber: kaskus.co.id, diunduh pada 13 Agustus 2016

## 2) Elemen Ilustrasi



Gambar 43: Ilustrasi Angkryngan

### a) Warna

Warna yang digunakan pada ilustrasi desain *t-shirt* “Angkryngan” ini ialah kuning, coklat, hijau, hitam, putih dan biru. Warna kuning dan coklat adalah warna yang paling dominan di antara warna-warna lainnya. Warna coklat paling banyak digunakan pada gambar gerobak Angkringan, menurut makna budayanya

warna coklat memiliki makna hangat, kesederhanaan dan persahabatan. Warna yang digunakan pada gerobag Angkringan mewakili suasana angkringan yang hangat, sederhana dan penuh persahabatan.

Warna kuning digunakan pada tipografi “ANGKRYNGAN” dan beberapa gambar burung *Angry Birds*, secara makna budaya warna kuning memiliki arti kehidupan, suka cita, kebahagiaan, kemakmuran, keceriaan dan persahabatan. Warna ini mewakili suasana interaksi antar konsumen yang hangat, ceria dan penuh persahabatan. Sedangkan warna putih, hijau, merah dan hitam menjadi warna yang sedikit digunakan pada ilustrasi tersebut.

#### b) Garis



Gambar 44: Unsur garis pada motif sarung

Unsur garis pada ilustrasi desain *t-shirt* “Angkryngan” banyak digunakan untuk *outline*, baik itu *outline* gerobag Angkringan, *outline* gambar burung *Angry Birds* dan *outline* tipografi “ANGKRYNGAN”. Selain itu unsur garis juga digunakan untuk membuat motif sarung pada gambar burung *Angry Birds* warna merah. Tidak hanya itu, unsur garis juga digunakan untuk membuat alis dan ekor pada gambar burung *Angry Birds*.

## c) Titik



Gambar 45: Unsur titik pada tipografi

Unsur titik pada ilustrasi desain *t-shirt* “Angkryngan” banyak digunakan di tipografi “ANGKRYNGAN”, unsur titik tersebut digunakan untuk membuat efek lubang-lubang kecil pada setiap huruf. Unsur titik juga digunakan pada gambar tokoh *Angry Birds* yakni digunakan untuk membentuk pupil mata dan hidung, selain itu unsur titik juga digunakan untuk membuat *handle* laci-laci yang terdapat pada gerobak Angkryngan.

## d) Bidang



Gambar 46: Unsur bidang geometris pada paruh burung

Bidang yang digunakan pada ilustrasi desain *t-shirt* “Angkryngan” banyak menggunakan bidang non geometris, sedangkan bidang geometris tidak terlalu banyak digunakan. Bidang non geometris pada ilustrasi ini ditunjukkan pada

beberapa gambar tokoh *Angry Birds*, tipografi, atap gerobak Angkringan dan beberapa bagian kecil pada gerobak angkringan. Bidang geometris terdapat pada beberapa paruh burung *Angry Bird*, laci/loker gerobak angkringan, tiang gerobak angkringan, bangku angkringan, gelas, sebagian kecil *blangkon* dan bidang elips pada bagian bawah gerobak angkringan.

e) Tipografi



Gambar 47: Tipografi pada ilustrasi angkryngan

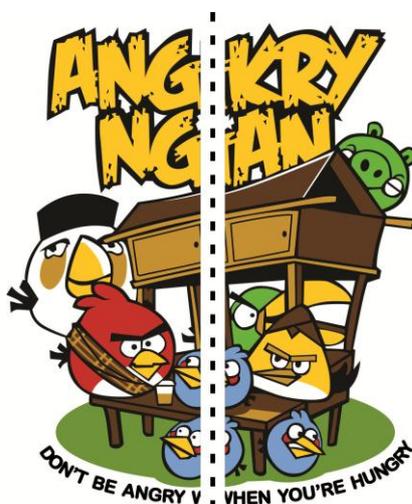
Ilustrasi pada desain *t-shirt* “Angkryngan” menggunakan dua jenis tipografi yaitu *Display/Dekoratif* dan *Sans Serif*. Jenis tipografi *Display/Dekoratif* digunakan pada tulisan “ANGKRYNGAN” yang terdapat pada bagian atas gambar gerobak Angkringan. Tipografi “ANGKRYNGAN” yang terdapat pada ilustrasi tersebut merupakan *parody* dari tipografi pada *game Angry Birds* yang diubah menjadi “ANGKRYNGAN” dimana kata tersebut terbentuk dari gabungan kata “*Angry Birds*” dan kata “Angkringan”.

Tipografi dengan jenis *Sans Serif* terdapat pada bagian bawah gambar gerobak Angkringan dan beberapa tokoh burung *Angry Birds* dengan bunyi kalimat “*DON'T BE ANGRY WHEN YOU'RE HUNGRY*”. Pada kalimat tersebut huruf

yang digunakan tidak memiliki *serif* dan *terminal* huruf berbentuk bulat. Posisi huruf “*DON'T BE ANGRY WHEN YOU'RE HUNGRY*” berbentuk melengkung ke atas mengikuti bidang elips pada bagian bawah gerobak angkringan. Sedangkan makna kalimat “*DON'T BE ANGRY WHEN YOU'RE HUNGRY*” dapat diartikan sebagai sebuah pesan janganlah lekas marah ketika anda lapar karena angkringan hadir sebagai sebuah solusi untuk mengatasi rasa lapar dengan harga terjangkau.

### 3) Tata Letak Ilustrasi

Keseimbangan yang digunakan pada ilustrasi ini adalah keseimbangan asimetris, dimana pembagian masa, ukuran dan bentuk antara kanan maupun kiri tidaklah sama. Pada ilustrasi ini cenderung lebih berat pada sisi kiri, dikarenakan terdapat dua tokoh burung *Angry Birds* yang memiliki proporsi badan berukuran besar. Namun berat tersebut dapat diimbangi dengan prespektif gerobak Angkringan yang lebih besar pada bagian kanan ditambah dengan satu tokoh babi *Angry Birds* pada bagian atas gerobak Angkringan. Selain itu terdapat irama dalam menyusun motif sarung pada tokoh *Angry Bird* warna merah.



Gambar 48: Keseimbangan Asimetris

Prinsip kesatuan digunakan untuk menyelaraskan seluruh elemen ilustrasi pada tokoh *Angry Birds* dan gerobak Angkringan menjadi sebuah satu kesatuan *parody visual* Angkringan. Nilai kontras pada ilustrasi ini terdapat pada bagain tipografi “ANGKRYNGAN” dimana pada bagian ini warna yang digunakan merupakan warna hangat yang cenderung bersifat terang. Selain itu proporsi huruf “ANGKRYNGAN” terlihat lebih besar ditambah dengan jenis tipografi yang digunakan terlihat lebih keras dibandingkan dengan gambar lainnya. Hal ini dimaksudkan untuk memperjelas *parody* “Angkryngan” yang berasal dari penggabungan *Angry Birds* dan Angkringan.

#### d. Desain *T-Shirt* Tugu Keajaiban Jogja



Gambar 49: Desain *T-Shirt* Tugu Keajaiban Jogja

##### 1) Deskripsi Ilustrasi

Ilustrasi pada desain *t-shirt* yang bernama “Tugu Keajaiban Jogja” ini menampilkan deformasi Tugu Yogyakarta dengan tipografi yang berbunyi “TUGU KEAJAIBAN JOGJA”. Ilustrasi ini diletakan pada bagian atas mendekati

bagian kerah *t-shirt*, sementara posisi ilustrasi berada pada bagian tengah *t-shirt* dan ilustrasi ini memiliki bentuk persegi panjang. Ilustrasi ini berjenis karikatur, hal ini ditunjukkan dengan deformasi tubuh Tugu yang dilebih-lebihkan. Ilustrasi ini diciptakan dengan teknik blok dengan gaya ilustrasi non realistik.

Tugu Yogyakarta dideformasi menjadi gambar kartun Tugu, ekspresi wajah kartun Tugu terlihat ceria dengan *gesture* tangan menunjukkan bilangan tujuh yang dimaksudkan sebagai *parody* “Tujuh Keajaiban Dunia” dibuat menjadi “Tugu Keajaiban Jogja”. Tugu Yogyakarta merupakan salah satu bangunan yang memiliki nilai sejarah dan nilai filosofis serta bangunan ini menjadi salah satu ikon kota Yogyakarta. Tugu Yogyakarta dibangun semasa pemerintahan Sri Sultan Hamengku Buwono I. Tugu Yogyakarta terletak di Jalan Jendral Sudirman dan Jalan Margo Utomo/Jalan Pangeran Mangkubumi. Saat ini Tugu Yogyakarta merupakan salah satu objek pariwisata di Yogyakarta yang ramai dikunjungi wisatawan terutama pada saat malam hari.



**Gambar 50: Tugu Yogyakarta**

Sumber: mapio.net, diunduh pada 13 Agustus 2016

## 2) Elemen Ilustrasi



Gambar 51: Ilustrasi Tugu Keajaiban Jogja

## a) Warna

Warna yang digunakan pada ilustrasi “Tugu Keajaiban Jogja” antara lain warna putih, kuning, hijau, hitam dan merah. Warna putih dominan digunakan pada objek deformasi Tugu Yogyakarta. Warna kuning digunakan pada beberapa bagian kecil gambar kartun Tugu Yogyakarta meliputi lengan, puncak tugu dan beberapa bagian ragam hias Tugu. Warna hitam dominan digunakan pada tipografi “TUGU KEAJAIBAN JOGJA” dan menjadi warna *outline* gambar kartun Tugu Yogyakarta. Sedangkan warna hijau dan merah hanya digunakan pada beberapa bagian kecil ilustrasi tersebut diantaranya pada bagian lidah dan bidang lingkaran pada *background* Tugu.

## b) Garis

Unsur garis pada ilustrasi “Tugu Keajaiban Jogja” sebagian besar banyak diterapkan untuk membuat kontur/*outline* pada objek deformasi bangunan Tugu. Unsur garis juga digunakan pada beberapa bagian wajah gambar deformasi bangunan Tugu, yakni digunakan untuk membuat alis dan mata. Selain itu unsur garis juga diterapkan pada bagian bawah gambar kartun Tugu, yaitu digunakan untuk membuat alas bangunan Tugu.



Gambar 52: Unsur garis digunakan pada alis dan mata

## c) Bidang

Bidang yang terdapat pada ilustrasi “Tugu Keajaiban Jogja” ialah bidang geometri dan non geometri. Bidang geometri banyak terdapat pada bagian dasar/pondasi Tugu, lingkaran-lingkaran pada *background* ilustrasi, bagian badan Tugu dan bagian puncak/kerucut Tugu. Sedangkan bidang non geometris terdapat pada bagian tangan, bagian lengan, bagian lidah, bagian bawah kerucut Tugu, bagian gigi, bagian ornamen dan pada bagian *frame* catatan prasasti Tugu.

## d) Titik



Gambar 53: Unsur titik pada ilustrasi

Unsur titik yang digunakan pada ilustrasi “Tugu Keajaiban Jogja” terdapat pada bagian lengan dan mulut Tugu serta pada bagian *frame* catatan prasasti tugu. Unsur titik yang terdapat pada bagian mulut dan lengan berwarna putih, hal ini dimaksudkan untuk membuat kesan cipratan liur dari mulut, karena gestur mulut memperlihatkan gambar Tugu sedang tertawa. Sedangkan unsur titik yang terdapat pada *frame* dimaksudkan untuk membuat kesan bahwa *frame* tersebut tertera dengan kuat di bagian tubuh Tugu.

## e) Tipografi



Gambar 54: Tipografi Tugu Keajaiban Jogja

Tipografi yang terdapat pada ilustrasi “Tugu Keajaiban Jogja” menggunakan jenis *display/dekoratif*, jenis ini digunakan untuk membuat tulisan “TUGU KEAJAIBAN JOGJA”. Tipografi “TUGU KEAJAIBAN JOGJA” diletakan pada bagian atas gambar tugu dengan posisi miring mengikuti alas bagian bawah Tugu. Tipografi tersebut memiliki kesan bebas dan tidak kaku meskipun menggunakan huruf kapital dan bentuknya seperti huruf yang ditulis menggunakan tangan.

### 3) Tata Letak Ilustrasi

Prinsip kesatuan digunakan untuk menyelaraskan semua elemen ilustrasi misalnya warna, terdapat beberapa bagian warna yang saling mengisi pada gambar Tugu dan tipografi “TUGU KEAJAIBAN JOGJA” yakni warna kuning, putih, dan hitam. Selain itu prinsip kesatuan juga digunakan untuk menyelaraskan arah ilustrasi yaitu pada posisi miring dari arah kiri ke arah kanan atas.



Gambar 55: Kesimbangan dan nilai kontras pada ilustrasi

Keseimbangan yang digunakan pada ilustrasi ini ialah keseimbangan asimetris, hal ini ditunjukkan dengan pembagian masa, ukuran dan bentuk antara sisi kiri maupun kanan yang cenderung lebih berat pada sisi kiri. Hal ini disebabkan oleh proporsi tipografi yang lebih besar dibandingkan gambar Tugu. Namun kesan berat pada sebelah kiri ditutupi dengan proporsi tangan kanan Tugu yang dibuat lebih besar dibanding tangan kiri, selain itu ditambahkan beberapa hiasan lingkaran pada sisi kanan mengakibatkan kesan berat pada sisi kiri sedikit berkurang. Irama pada ilustrasi ini terdapat pada bagian kerucut puncak Tugu dan bagian ragam hias Tugu.

Nilai kontras terdapat pada gambar Tugu dengan dominasi warna putih dan kuning yang cenderung lebih terang/lebih mencolok dibandingkan warna tipografi “TUGU KEAJAIBAN JOGJA” ditambah dengan *background/warna t-shirt* berwarna hijau, sehingga fokus utama tertuju pada gambar Tugu. Nilai kontras yang diterapkan pada Tugu dimaksudkan untuk menegaskan *parody* “Tujuh Keajaiban Dunia” menjadi “Tugu Keajaiban Jogja”.

e. **Desain *T-Shirt* Prajurit Keraton Yogyakarta *Starwars***



Gambar 56: **Desain *T-Shirt* Prajurit Keraton *Starwars***

1) Deskripsi Ilustrasi

Ilustrasi pada desain *t-shirt* yang bernama “Prajurit Keraton Yogyakarta *Starwars*” menampilkan sepuluh figur prajurit Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat. Ilustrasi ini diletakan pada bagian tengah *t-shirt* dan ilustrasi ini berbentuk sebuah persegi panjang. Ilustrasi ini bergaya non realistic dan dibuat dengan menggunakan teknik *scaper*. Prajurit Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat merupakan alat pertahanan dan keamanan wilayah Kesultanan Ngayogyakarta Hadiningrat. Prajurit Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat merupakan tentara yang dahulunya dipakai sebagai angkatan perang, namun saat ini hanya difungsikan sebagai bagian dari upacara adat Keraton Yogyakarta.

Pada ilustrasi *t-shirt* “Prajurit Keraton Yogyakarta *Starwars*” terdapat sepuluh figur prajurit yang telah dideformasi dari bentuk realistik menjadi bentuk dekoratif. Kesepuluh prajurit tersebut mewakili tiap *bergada*/satuan prajurit antara

lain Bergada Prawiratama, Bergada Mantrijero, Bergada Wirabaja, Bergada Bugis, Bergada Nyutra, Bergada Patangpuluh, Bergada Jagakarya, Bergada Surakarsa, Bergada Daeng dan Bergada Ketanggung.



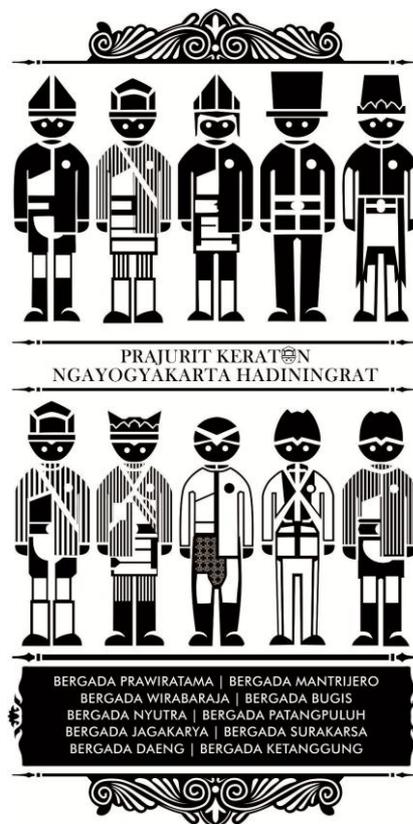
Gambar 57: Deformasi Prajurit Keraton Yogyakarta *Starwars*

Sumber : Wikipedia.or.id, diunduh pada 13 Agustus 2016

## 2) Elemen Ilustrasi

### a) Warna

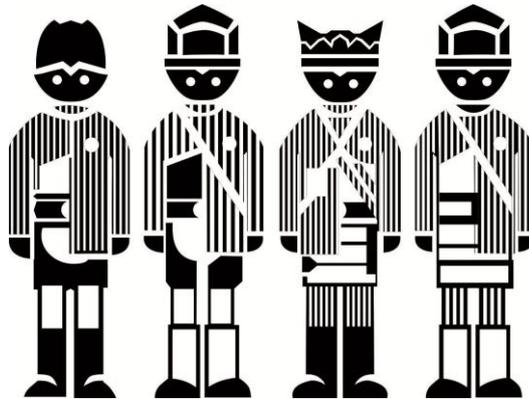
Warna hitam dan putih pada ilustrasi “Prajurit Keraton Yogyakarta *Starwars*” disesuaikan dengan konsep *t-shirt* Oblong Pedia, yaitu *t-shirt* yang berfungsi sebagai media informasi terkait nilai-nilai sejarah Yogyakarta termasuk Wayang, Keraton, dan obyek bersejarah lainnya. Warna hitam terlihat lebih dominan digunakan pada penutup kepala, wajah, tangan, sepatu, kontur, ornamen, tipografi, *background* keterangan nama prajurit dan beberapa pakaian prajurit. Sedangkan warna putih digunakan pada Prajurit Daeng dan Surakarsa.



Gambar 58: Ilustrasi Prajurit Keraton *Starwars*

b) Garis

Unsur garis yang diterapkan pada ilustrasi “Prajurit Keraton Yogyakarta *Starwars*” terdapat pada beberapa kostum prajurit, tombak, ornamen dan *outline*. Garis yang digunakan untuk kostum terdapat pada prajurit Bergada Mantrijero, Bergada Patangpuluh, Bergada Jagakarya dan Bergada Ketanggung. Garis tersebut digunakan untuk membuat pakaian lurik dan beberapa bagian celana yang bermotif garis-garis.



Gambar 59: Unsur garis pada kostum Prajurit Keraton

Unsur garis yang digunakan sebagai *outline* terdapat pada Prajurit Surakarsa dan Daeng, kostum prajurit tersebut didominasi dengan warna putih sehingga dibutuhkan *outline* untuk memberikan batas antara objek dengan *background*. Figur prajurit tersebut dibentuk dengan menggunakan teknik *Scraper*. *Outline* terdapat pada bagian tertentu seperti bagian kaki, bagian lengan dan bagian sepatu. Selanjutnya pada bagian ornamen, garis-garis lengkung digunakan untuk membentuk pola-pola hias, sedangkan pada *landhean*/gagang tombak dibentuk dari garis lurus.

c) Titik



Gambar 60: Unsur titik pada ilustrasi

Unsur titik yang diterapkan pada ilustrasi “Prajurit Keraton Yogyakarta *Starwars*” terdapat pada wajah Prajurit Kertaon. Pada setiap wajah prajurit terdapat dua buah titik, dimana titik tersebut dimaksudkan untuk membentuk mata pada tiap Prajurit Keraton. Unsur titik juga diterapkan pada motif jarik prajurit Surakarsa dan ornamen tombak. Selain itu unsur titik juga terdapat pada deformasi huruf “O” pada kata “KERATON”, dimana deformasi tersebut berbentuk sebuah kepala Prajurit Keraton. Unsur titik tersebut digunakan untuk membuat mata pada deformasi huruf “O” yang berbentuk kepala Prajurit Keraton.

#### d) Bidang

Bidang yang digunakan pada ilustrasi “Prajurit Keraton Yogyakarta *Starwars*” ialah bidang geometris dan bidang non geometris. Bidang geometris terdapat pada beberapa Prajurit Keraton Yogyakarta yakni penutup kepala, *stagen*/sabuk prajurit, bentuk wajah, beberapa perlengkapan/atribut baju dan beberapa bagian kecil pada celana. Sedangkan bidang non geometris terdapat pada tutup kepala, wajah, baju, jarik, sepatu, ornamen, tangan dan *background* keterangan prajurit.

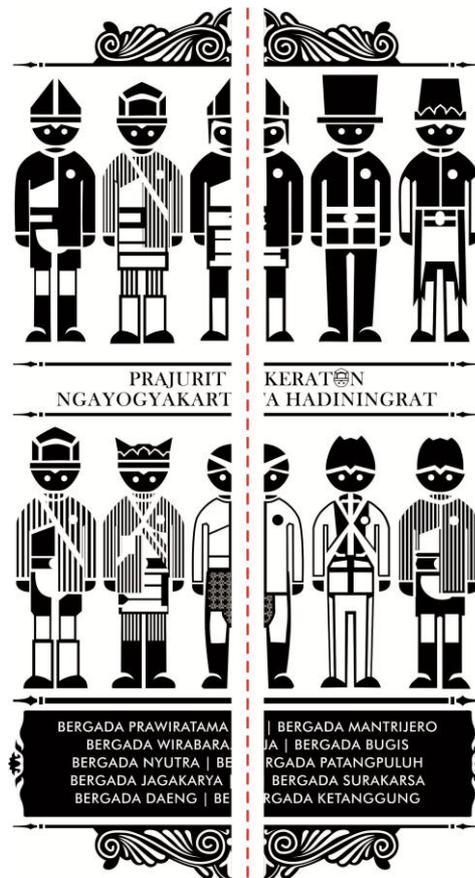
#### e) Tipografi

**PRAJURIT KERATON**  
**NGAYOGYAKARTA HADININGRAT**  
 BERGADA PRAWIRATAMA | BERGADA MANTRIJERO  
 BERGADA WIRABARAJA | BERGADA BUGIS  
 BERGADA NYUTRA | BERGADA PATANGPULUH  
 BERGADA JAGAKARYA | BERGADA SURAKARSA  
 BERGADA DAENG | BERGADA KETANGGUNG

**Gambar 61: Tipografi pada ilustrasi**

Tipografi yang digunakan pada ilustrasi “Prajurit Keraton Yogyakarta Starwars” ialah jenis tipografi *old style* dan *sans serif*. Jenis tipografi *old style* merupakan jenis huruf yang memiliki terminal lancip dan sedikit tebal. Jenis ini digunakan pada tulisan “PRAJURIT KERATON NGAYOGYAKARTA HADININGRAT”, namun huruf “O” pada kata “KERATON” diubah dengan deformasi kepala Prajurit Keraton. Sedangkan jenis tipografi *sans serif* digunakan pada penulisan nama-nama prajurit/bergada yang terletak pada bagian bawah gambar Prajurit Keraton.

### 3) Tata Letak Ilustrasi

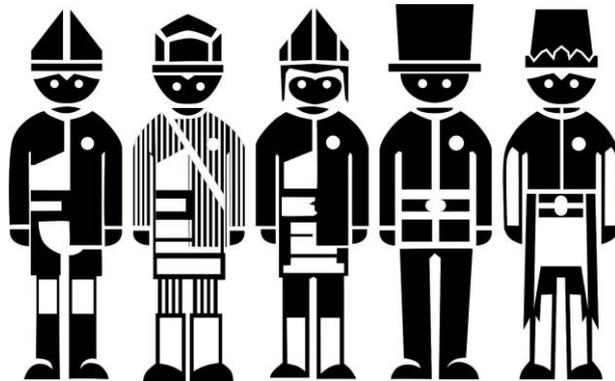


Gambar 62: Keseimbangan pada ilustrasi

Keseimbangan yang terdapat pada ilustrasi “Prajurit Keraton Yogyakarta *Starwars*” adalah keseimbangan simetris. Hal ini ditunjukkan dengan bentuk ilustrasi yang memiliki kesamaan ukuran, masa dan bentuk antara sisi kanan maupun sisi kiri. Selanjutnya terdapat perbedaan proporsi pada penutup kepala prajurit, akibatnya tinggi prajurit terkesan tidak rata. Sementara itu terdapat irama dalam penyusunan ornamen pada bagian atas dan bawah ilustrasi, penyusunan elemen garis pada baju (*lurik*) prajurit dan penyusunan motif pada jarik Prajurit Surakarsa.

Prinsip kesatuan digunakan untuk menyelaraskan elemen warna pada ilustrasi, yaitu warna kostum prajurit, warna ornamen dan warna tipografi. Hal ini ditunjukkan dengan warna hitam dan putih yang terlihat saling mengisi pada setiap bagian ilustrasi, misalnya warna hitam pada kostum prajurit terlihat mendominasi maka warna putih disisipkan pada beberapa bagian seperti mata, sepatu atau lengan.

Nilai kontras terdapat pada gambar Prajurit Keraton Yogyakarta, dimana gambar tersebut memiliki ukuran yang lebih besar dibandingkan dengan bagian lain seperti tipografi, ornamen dan *background* keterangan prajurit/bergada. Terdapat nilai kontras pada Prajurit Prawiratama, Prajurit Wirabraja, Prajurit Bugis dan Prajurit Nyutra. Hal ini disebabkan adanya dominasi warna hitam pada prajurit tersebut, akibatnya keempat prajurit tersebut tampak lebih mencolok dibandingkan dengan prajurit lainnya.



Gambar 63: Kontras pada prajurit

## 2. Analisis Ilustrasi Pada Desain *T-shirt* Dagingtumbuh (DGTMB) Shop

### a. Desain *T-Shirt* Parisian Colour



Gambar 64: Desain *T-shirt* Parisian Colour

#### 1) Deskripsi Ilustrasi

Desain *t-shirt* produk Dagingtumbuh (DGTMB) Shop yang bernama “Parisian Colour” menampilkan ilustrasi dengan variasi bidang warna-warni ditambah dengan 2 gambar sepasang mata di dalamnya. Ilustrasi ini diletakan pada bagian tengah *t-shirt*, secara keseluruhan ilustrasi ini berbentuk bulat. Ilustrasi ini berbentuk ilustrasi *drawing* bergaya non realistik dan diciptakan menggunakan teknik ilustrasi blok. Ilustrasi pada *t-shirt* ini diambil dari karya

drawing Eko Nugroho ketika berada di Paris tahun 2012. Beragam warna yang digunakan ilustrasi ini seolah menggambarkan berwarnanya kota Paris.

Simbol mata yang terdapat pada ilustrasi tersebut terlihat misterius karena hanya memperlihatkan mata saja, *gesture* yang diperlihatkan 2 gambar sepasang mata tersebut terlihat seperti sedang mengamati/mengawasi sesuatu secara diam-diam. Secara keseluruhan ilustrasi ini dapat dimaknai sebagai pandangan Eko Nugroho terhadap lokalitas kota Paris, selain itu ilustrasi ini merupakan sebuah bentuk respon Eko Nugroho sebagai seorang seniman dalam memaknai keindahan kota Paris.

## 2) Elemen Ilustrasi

### a) Warna



Gambar 65: **Ilustrasi Parisian Colour**

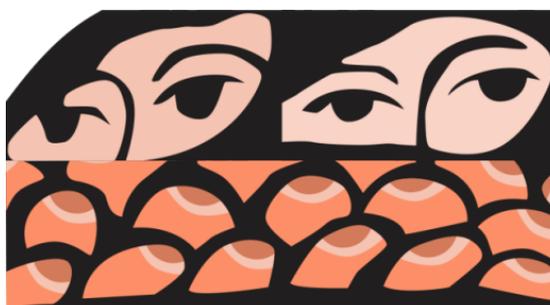
Warna yang digunakan pada ilustrasi “Parisian Colour” diantaranya menggunakan warna hitam, kuning, hijau, jingga, merah, coklat, biru, ungu, dan nila. Dalam ilustrasi “Parisian Colour” terdapat warna komplementer yaitu warna yang saling berlawanan/bertolak belakang, warna komplementer dalam ilustrasi

tersebut diantaranya warna kuning dengan warna ungu, warna merah dengan warna hijau, dan warna biru dengan jingga.



Gambar 66: Warna komplementer

Warna monokromatik juga terdapat pada ilustrasi “Parisian Colour”, warna tersebut digunakan pada 2 gambar sepasang mata dengan warna yang digunakan ialah warna nila. Pada ilustrasi tersebut warna hitam digunakan sebagai warna mata dan warna kontur/*outline*. Warna panas pada ilustrasi tersebut menjadi warna yang dominan antara lain warna merah, kuning, jingga dan nila sedangkan warna dingin meliputi warna biru, hijau dan ungu.



Gambar 67: Warna monokromatik

#### b) Garis

Unsur garis yang digunakan pada ilustrasi “Parisian Colour” meliputi seluruh bagian ilustrasi, bagian-bagian tersebut antara lain bagian *outline* ilustrasi, bagian mata, bagian garis hidung, bagian alis dan bagian bawah ilustrasi yang berbentuk seperti lelehan air. Jenis garis yang terdapat pada ilustrasi tersebut

berupa garis lengkung dan garis lurus, sedangkan berdasarkan dimensinya terdapat garis tebal, garis tipis, garis panjang, dan garis pendek.



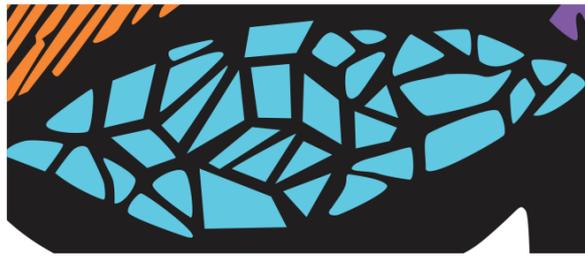
Gambar 68: **Unsur garis pada ilustrasi Parisian Colour**

c) Bidang

Bidang yang terdapat pada Ilustrasi “Parisian Colour” didominasi oleh bidang non geometris, sementara bidang geometris hanya terdapat pada beberapa bagian saja. Bidang dalam ilustrasi tersebut juga dihadirkan dalam bentuk unsur garis yaitu pada bagian warna hijau, warna kuning dan warna jingga. Bidang non geometris terletak pada bagian berwarna hijau, kuning, merah, ungu, jingga dan pada bagian karakter wajah. Sementara bidang geometris hanya terdapat pada sedikit bagian warna biru.



Gambar 69: **Bidang non geometris**



Gambar 70: **Beberapa bidang geometris pada bagian biru**

### 3) Tata Letak Ilustrasi

Prinsip kesatuan pada ilustrasi ini diterapkan untuk menyusun komposisi warna, garis dan bidang yang memiliki kesamaan jenis maupun bentuk. Keseimbangan yang digunakan pada ilustrasi ini menggunakan keseimbangan asimetris, karena bentuk ilustrasi “Parisian Colour” tidak sama ukuran antara kanan dan kiri yang cenderung lebih berat pada bagian kanan, hal ini dikarenakan pada sisi kanan terdapat penambahan/perluasan bentuk beberapa elemen ilustrasi.

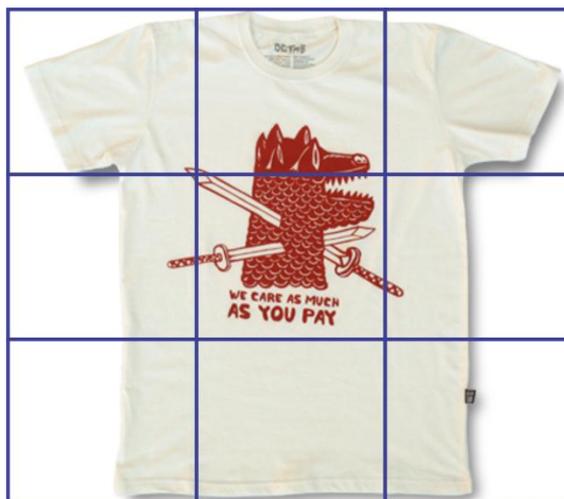


Gambar 71: **Keseimbangan simetris**

Proporsi 2 gambar sepasang mata cenderung lebih besar dibanding dengan bagian lain ilustrasi “Parisian Colour”. Prinsip irama digunakan untuk menyusun komposisi garis dan komposisi bidang-bidang lengkung dalam ilustrasi tersebut. Nilai kontras ilustrasi ini terdapat pada 2 gambar sepasang mata, hal ini

disebabkan karena kedua gambar tersebut memiliki bentuk elemen ilustrasi yang ringan dibandingkan dengan bagian ilustrasi lainnya.

**b. Desain *T-Shirt We Care As Much As You Pay***



Gambar 72: **Desain *t-shirt We Care As Much As You Pay***

1) Deskripsi Ilustrasi

Desain *t-shirt* produk Dagingtumbuh (DGTMB) *Shop* yang bernama “*We Care As Much As You Pay*” menampilkan ilustrasi berbentuk kepala hewan mirip anjing. Ilustrasi berwarna merah *maroon* ini diletakan pada posisi tengah mendekati bagian kerah *t-shirt*. Ilustrasi ini berbentuk *drawing* dan gaya ilustrasi non realistik. Ilustrasi ini dibuat dengan menggunakan teknik blok.

Pada gambar kepala anjing terdapat beberapa bentuk yang mirip seperti telinga. Selanjutnya terdapat gambar dua pedang yang menusuk bagian leher, dimana pada bagian leher tersebut terdapat bentuk mirip seperti sisik ikan. Selain itu pada bagian bawah ilustrasi terdapat sebuah tulisan “WE CARE AS MUCH AS YOU PAY”. Ilustrasi ini diambil dari sebuah mural karya Eko Nugroho pada pameran “Project Room” di galeri Valentine Willie, Kuala Lumpur, Malaysia.



Gambar 73: Mural Eko Nugroho pada pameran Project Room

Sumber: Rougeart.asia, diunduh pada 2 September 2016

## 2) Elemen Ilustrasi



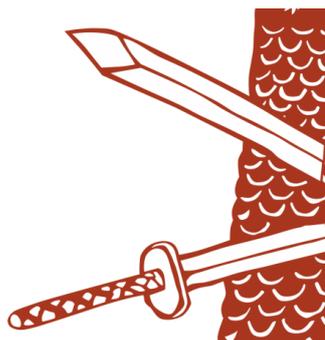
Gambar 74: Ilustrasi *We Care As Much As You Pay*

### a) Warna

Warna yang digunakan pada ilustrasi “*We Care As Much As You Pay*” menggunakan warna merah *maroon* dan warna putih. Berdasarkan sifatnya warna merah maroon merupakan warna monokromatik dari warna merah. Warna merah *maroon* menjadi warna yang dominan digunakan di seluruh bagian ilustrasi, bagian kalimat “WE CARE AS MUCH AS YOU PAY” dan bagian *outline* gambar pedang, sedangkan warna putih dominan digunakan pada bagian gambar dua pedang menyilang, sirip, hidung, telinga dan beberapa bidang di sekitar mulut maupun telinga.

## b) Garis

Unsur garis pada ilustrasi “*We Care As Much As You Pay*” digunakan untuk membuat kontur/*outline* pedang, membuat kesan sisik pada bagian leher, membuat kesan mulut pada bagian rahang dan digunakan untuk membuat *highlight* pada bagian telinga. Berdasarkan dimensinya, unsur garis yang terdapat pada ilustrasi ini adalah garis tebal dan tipis. Garis tebal terdapat pada gagang pedang, sedangkan garis tipis terdapat pada bagian *outline* mata pedang, sirip, dan *highlight* pada mulut. Secara keseluruhan jenis garis yang digunakan pada ilustrasi ini merupakan garis lengkung.



Gambar 75: **Garis pada ilustrasi**

## c) Bidang

Bidang yang terdapat pada ilustrasi “*We Care As Much As You Pay*” secara keseluruhan merupakan bidang geometris dan non geometris. Bidang geometris terdapat pada bagian mata pedang dan ujung pedang, karena bidang tersebut cenderung memiliki keteraturan bentuk. Sedangkan bidang non geometris terdapat pada sisik, lubang telinga, gagang pedang, hidung dan *highlight* rahang, hal ini ditunjukkan dengan kecenderungan bentuk yang dimiliki tergolong bebas dan tidak teratur.

#### d) Tipografi

Tipografi yang terdapat pada ilustrasi “*We Care As Much As You Pay*” merupakan jenis tipografi *Display/Dekoratif*, hal ini ditunjukkan dengan bentuk huruf yang mirip dengan tulisan tangan, berukuran tidak tetap, memiliki kecenderungan bebas dan tidak kaku serta bentuk huruf yang tebal. Pemilihan jenis huruf ini mengikuti bentuk ilustrasi yang cenderung memiliki garis dan bidang lengkung, sehingga huruf yang terbentuk terlihat selaras dengan gambar ilustrasi.

**WE CARE AS MUCH  
AS YOU PAY**

Gambar 76: Tipografi

#### 3) Tata Letak Ilustrasi

Keseimbangan pada ilustrasi ini menggunakan keseimbangan asimetris, hal ini ditunjukkan dengan perbedaan ukuran, masa dan bentuk antara bagian kiri maupun kanan yang cenderung lebih berat ke kanan, hal ini disebabkan oleh proporsi pedang yang terlalu banyak memakan ruang di sisi kanan. Prinsip kesatuan terdapat pada kesamaan warna antara ilustrasi dan tipografi dan kesamaan bentuk-bentuk lengkung pada setiap elemen ilustrasi.



Gambar 77: Keseimbangan asimetris

Proporsi gambar pedang pada ilustrasi ini cenderung terlalu lebar ke kiri, sehingga ruang pada sisi kiri terlihat lebih luas bila dibandingkan dengan sisi sebelah kanan. Terdapat irama dalam penyusunan gambar sirip di bagian leher dan telinga di bagian kepala. Nilai kontras ilustrasi ini terdapat pada gambar kedua bilah pedang, karena warna gambar tersebut cenderung lebih terang dibandingkan dengan gambar anjing.

### c. Desain *T-Shirt* Dagingtumbuh Comic Vol. 2



Gambar 78: Desain *t-shirt* Dagingtumbuh *Comic* Vol. 2

#### 1) Deskripsi Ilustrasi

Desain *t-shirt* produk Dagingtumbuh (DGTMB) *Shop* yang bernama “Dagingtumbuh *Comic* Vol. 2” menampilkan ilustrasi berbentuk gambar figur laki-laki memakai jas sambil memainkan boneka pada tangan kirinya. Ilustrasi ini diletakan pada bagian tengah mendekati kerah *t-shirt*, sedangkan bentuk ilustrasi secara keseluruhan berbentuk persegi panjang. Ilustrasi ini berjenis *drawing* dengan gaya ilustrasi non realistik. Ilustrasi ini diciptakan dengan menggunakan teknik blok, teknik arsir dan teknik dot.

Pada bagian atas gambar laki-laki terdapat tulisan “DAGINGTUMBUH”, sedangkan pada bagian bawah gambar terdapat kalimat “IF YOU MEET YOUR MASTER TODAY SAVE YOUR BRAIN AND KICK HIM”. Ilustrasi ini di ambil dari komik fotokopi Dagingtumbuh Vol. 2, dalam ilustrasi ini memiliki sebuah pesan kritis tentang perlawanan terhadap kontrol pihak yang lebih kuat/berkuasa. Figur laki-laki merupakan penggambaran sebuah sifat otoriter, semena-mena, dan suka menindas. Sosok boneka merupakan simbol orang yang dikendalikan/ditindas. Kalimat “IF YOU MEET YOUR MASTER TODAY SAVE YOUR BRAIN AND KICK HIM” menjadi sebuah penegas pesan perlawanan tersebut.

## 2) Elemen Ilustrasi



Gambar 79: Ilustrasi Dagingtumbuh *Comic* Vol. 2

### a) Warna

Warna yang digunakan pada ilustrasi “Dagingtumbuh *Comic* Vol. 2” menggunakan warna hitam dan putih. Warna putih dominan digunakan pada bagian ilustrasi yang mencakup gambar figur laki-laki, gambar boneka, tipografi

dan efek titik-titik di bagian *background* ilustrasi. Sedangkan warna hitam memiliki porsi penggunaan yang lebih banyak digunakan di bagian rambut, bagian jas, efek titik-titik, gambar boneka, dan *outline* tipografi “DAGINGTUMBUH”.

b) Garis

Unsur garis pada ilustrasi “Dagingtumbuh *Comic* Vol. 2” digunakan untuk membuat tekstur jas, *outline* kemeja, *outline* dasi, *outline* baju boneka, kerut wajah, alis, mulut boneka dan bagian rambut figur laki-laki. Selain itu garis juga terdapat pada *outline* tipografi “DAGINGTUMBUH”. Pada tipografi tersebut terdapat dua *outline* dengan warna hitam dan putih. Berdasarkan dimensinya garis yang digunakan pada ilustrasi ini terdiri dari garis tebal, garis tipis, garis pendek dan garis panjang.



Gambar 80: Unsur garis pada *outline* tipografi

c) Titik

Unsur titik pada ilustrasi “Dagingtumbuh *Comic* Vol. 2” digunakan hampir di seluruh bagian ilustrasi. Titik dengan intensitas/kepadatan tinggi terdapat pada bagian jas khususnya di bagian kanan. Sedangkan titik dengan intensitas/kepadatan sedang terdapat pada bagian wajah dan bagian rambut figur laki-laki, sementara pada gambar boneka terdapat pada bagian kepala dan baju.

Selain itu titik dengan intensitas/kepadatan rendah juga terdapat pada tipografi “DAGINGTUMBUH” dan *background* ilustrasi.



Gambar 81: Unsur titik pada ilustrasi

d) Bidang

Bidang yang terdapat pada ilustrasi “Dagingtumbuh *Comic* Vol. 2” secara keseluruhan adalah bidang non geometris. Hal ini ditunjukkan pada seluruh bagian ilustrasi tidak ada satupun bidang yang memiliki kecenderungan bentuk teratur, namun sebaliknya seluruh bidang pada ilustrasi ini merupakan bidang yang memiliki kecenderungan bentuk bebas tidak teratur, sehingga ilustrasi ini terlihat seperti sebuah *sketch* kasar diatas kertas.

e) Tipografi

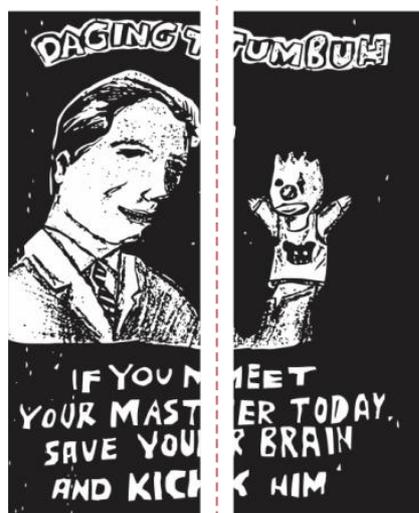
Tipografi yang digunakan pada ilustrasi “Dagingtumbuh *Comic* Vol. 2” menggunakan jenis *Display/Dekoratif*. Pada tipograafi “DAGINGTUMBUH” terdapat hiasan titik-titik dengan kepadatan sedang dan ditambahkan 2 kontur berwarna hitam dan putih, hal tersebut sesuai dengan karakteristik jenis huruf *Display/Dekoratif* yang mengutamakan keindahan. Jenis *Display/Dekoratif* juga terdapat pada tipografi “IF YOU MEET YOUR MASTER TODAY SAVE YOUR BRAIN AND KICK HIM”, bentuk huruf tersebut menyerupai tulisan tangan yang cenderung berbentuk bebas dan terkesan tidak rapi.



Gambar 82: Tipografi pada ilustrasi

### 3) Tata Letak Ilustrasi

Keseimbangan yang terdapat pada ilustrasi “Dagingtumbuh *Comic Vol. 2*” ialah keseimbangan asimetris dimana ukuran, masa, dan bentuk ilustrasi tidak memiliki kesamaan antara sisi kiri dengan sisi kanan. Berat ilustrasi terdapat pada sisi kiri tepatnya pada gambar figur laki-laki, hal ini disebabkan oleh proporsi kepala figur tersebut cenderung lebih besar daripada bagian pundak. Prinsip kesatuan digunakan untuk menciptakan keselarasan warna figur laki-laki dan tipografi.



Gambar 83: Keseimbangan asimetris

Prinsip irama digunakan untuk menentukan arah gerak tipografi “DAGINGTUMBUH” yang mengikuti bagian atas gambar figur laki-laki, sedangkan tipografi “IF YOU MEET YOUR MASTER TODAY SAVE YOUR BRAIN AND KICK HIM” mengikuti bentuk bagian bawah gambar figur laki-laki. Nilai kontras terdapat pada gambar figur laki-laki yang memainkan boneka, hal ini disebabkan oleh penggunaan bidang yang luas dan intensitas titik yang tergolong padat. Selain itu warna putih pada figur tersebut terlihat lebih terang dibandingkan dengan warna *background* yang cenderung gelap.

#### d. Desain *T-Shirt* Kaleng Segar



Gambar 84: Desain *t-shirt* Kaleng Segar

##### 1) Deskripsi Ilustrasi

Desain *t-shirt* produk Dagingtumbuh (DGTMB) *Shop* yang bernama “Kaleng Segar” menampilkan sebuah logo yang begitu ikonik karena menjadi simbol lahirnya DGTMB dan terpampang pada *cover* komik fotokopi Dagingtumbuh Vol. 1 di tahun 2000. Ilustrasi ini terdapat pada bagian tengah *t-shirt* tepatnya pada bagian dada, secara keseluruhan ilustrasi ini berbentuk sebuah lingkaran. Ilustrasi ini berjenis drawing dengan gaya ilustrasi non realistik.

Ilustrasi ini menggunakan prinsip *Figure and Ground*, dimana gambar ilustrasi ini dapat dipersepsikan sebagai sebuah kaleng dan sebuah tisu toilet.

Belum banyak yang mengetahui bahwa logo ini berangkat dari ide bentuk tisu toilet, tetapi interpretasi publik terlanjur menyebutnya sebagai kaleng dan Eko Nugroho justru senang bahwa publik bisa memberi interpretasinya masing-masing.

Ilustrasi ini berbentuk sebuah lingkaran hitam yang di dalamnya terdapat sebuah bentuk silinder dengan tulisan “SEGAR” pada bagian atas dan tulisan “DAGINGTUMBUH” pada bagian bawah. Sedangkan pada bagian bawah silinder terdapat tipografi “The Dagingtumbuh”. Bagian tengah silinder terdapat label berwarna hitam yang bergambar dua buah irisan daging dikombinasikan dengan tangkai berdaun, sehingga gambar tersebut memiliki maksud daging yang tumbuh segar dikemas dalam kaleng. Kaleng tersebut mirip dengan kaleng Campbell’s Soup Cans karya Andy Warholl.



Gambar 85: **Bentuk tisu toilet**

Sumber: Wimasen.com, diunduh pada 3 September 2016



Gambar 86: Kaleng Campbell's Soup Cans

Sumber: pomofinal.blogspot.co.id, diunduh pada 28 september 2016

## 2) Elemen Ilustrasi



Gambar 87: Ilustrasi Kaleng Segar

### a) Warna

Warna yang digunakan pada ilustrasi “Kaleng Segar” adalah warna hitam dan putih. Warna hitam digunakan pada bagian lingkaran *background* kaleng, tutup kaleng, label kaleng, tipografi “SEGAR” “DAGINGTUMBUH”, gambar daging dan gambar daun. Warna putih dominan digunakan pada gambar kaleng,

gambar daging dan gambar daun pada label, sedangkan warna putih digunakan pada bagian tutup kaleng dan tipografi “The Dagingtumbuh”.

b) Garis

Unsur garis yang digunakan pada ilustrasi “Kaleng Segar” terdapat pada bagian tutup kaleng dan bagian label. Pada bagian tutup kaleng, garis digunakan untuk memunculkan kesan tekstur tutup kaleng, dimensi garis pada bagian tersebut berupa garis tipis, garis panjang dan garis pendek, sedangkan bentuk garis berupa garis lengkung dan garis lurus. Selanjutnya pada bagian label, garis digunakan untuk memunculkan kesan tulang daun dan tekstur potongan daging, dimensi garis pada bagian tersebut terdiri dari garis tebal, garis tipis, garis panjang dan garis pendek, sedangkan bentuk garis tersebut berupa garis lengkung dan lurus.



Gambar 88: Garis pada tutup kaleng

c) Titik

Unsur titik pada ilustrasi “Kaleng Segar” terdapat pada bagian tutup kaleng dan bagian label kaleng. Pada bagian tutup kaleng, titik digunakan untuk memunculkan kesan tekstur tutup kaleng, intensitas titik pada bagian tersebut tergolong rendah. Sedangkan pada bagian label kaleng, titik digunakan untuk

memunculkan kesan tekstur daging potong, intensitas titik pada bagian tersebut juga tergolong rendah.

d) Bidang

Bidang yang terdapat pada ilustrasi “Kaleng Segar” terdiri dari bidang geometris dan non geometris. Bidang geometris terdapat pada *background* kaleng yang berbentuk lingkaran dengan warna hitam, bidang tersebut berbentuk lingkaran utuh. Bidang non geometris terdapat pada bagian tutup kaleng, label kaleng dan gambar pada label kaleng, pada bagian-bagian tersebut bentuk yang terlihat cenderung bebas tidak beraturan pada sisi-sisinya.

e) Tipografi



Gambar 89: Tipografi pada ilustrasi Kaleng Segar

Tipografi yang digunakan pada ilustrasi “Kaleng Segar” menggunakan jenis *Display/Dekoratif* dan jenis *Script*. Jenis *Display/Dekoratif* digunakan pada tulisan “SEGAR” dan “DAGINGTUMBUH”, tipografi tersebut berbentuk seperti tulisan tangan dengan bentuk bebas dan dibuat dalam ukuran besar. Jenis *Script* terdapat pada tulisan “The Dagingtumbuh” dimana huruf-huruf kecil terlihat

saling menyambung dan penulisannya memadukan huruf besar-kecil, hal ini sesuai dengan karakter tipografi berjenis *Script*.

### 3) Tata Letak Ilustrasi



Gambar 90: Keseimbangan simetris

Keseimbangan yang terdapat pada ilustrasi tersebut menggunakan keseimbangan simetris, hal ini ditunjukkan dengan adanya kesamaan bentuk, ukuran dan masa ilustrasi antara sisi kanan maupun sisi kiri. Prinsip kesatuan digunakan untuk menyelaraskan semua elemen ilustrasi, misalnya keselarasan bidang dan tipografi pada kaleng yang cenderung bebas dan keselarasan warna terlihat pada warna hitam yang turut dimasukkan ke dalam gambar kaleng.

Prinsip irama digunakan untuk menyusun garis pada tutup kaleng. Tidak hanya itu, tipografi “SEGAR”, “DAGINGTUMBUH” dan “The Dagingtumbuh” dibentuk seirama melengkung kebawah mengikuti bentuk lengkungan kaleng. Nilai kontras ilustrasi ini terdapat pada gambar kaleng, hal ini dikarenakan warna yang digunakan adalah putih sehingga warna tersebut cenderung lebih kuat dibandingkan dengan warna hitam pada *background* lingkaran.

### e. Desain T-shirt Di Miscall Leluhur



Gambar 91: Desain *t-shirt* Di Miscall Leluhur

#### 1) Deskripsi Ilustrasi

Desain *t-shirt* produk Dagingtumbuh (DGTMB) *Shop* yang bernama “Di Miscall Leluhur” menampilkan ilustrasi berbentuk tipografi bertuliskan “DI MISCALL LELUHUR” yang berwarna kuning ditambah dengan efek lelehan-lelehan. Ilustrasi tersebut diletakan pada bagian tengah *t-shirt* tepatnya bagian dada, sedangkan ilustrasi ini secara keseluruhan berbentuk persegi panjang. Ilustrasi ini berjenis drawing dengan bentuk tipografi. Ilustrasi ini termasuk ilustrasi non realistik dan teknik yang digunakan adalah teknik blok. Ilustrasi “DI MISCALL LELUHUR” diterapkan pada 2 *t-shirt* dengan warna biru muda dan merah jambu, warna biru muda untuk *male t-shirt* sedangkan warna merah muda untuk *female t-shirt*.

“Di Miscall Leluhur” adalah bahasa publikasi yang menunjukkan respon Eko Nugroho atas fenomena bangkitnya ‘Orde Baru’ di tengah masyarakat. Kalimat ini merupakan sindiran atas propaganda gambar mantan presiden Suharto dengan bunyi kalimat ‘Piye Kabare? Penak Jamanku to?’, gambar tersebut sempat beredar luas hingga pada akhirnya ‘Di Miscall Leluhur’ dipilih sebagai judul

komik Dagingtumbuh Vol.14, tidak hanya itu kalimat “Di Miscall Leluhur” juga dijadikan ilustrasi pada produk *t-shirt* Dagingtumbuh *Shop*.



Gambar 92: **Gambar Suharto beserta kalimatnya**  
 Sumber : adibriza.com, diunduh pada 22 september 2016

## 2) Elemen Ilustrasi



Gambar 93: **Ilustrasi Di Miscall Leluhur**

### a) Warna

Warna yang digunakan pada ilustrasi “Di Miscall Leluhur” adalah warna kuning dan warna hitam. Warna kuning digunakan pada tipografi “Di Miscall Leluhur”, sementara warna hitam digunakan sebagai *outline* ilustrasi dan efek lelehan di dalam tipografi “Di Miscall Leluhur”. Menurut sifatnya warna kuning

merupakan warna panas, sedangkan berdasarkan klasifikasinya warna kuning merupakan warna primer.

b) Garis



Gambar 94: Garis pada ilustrasi

Garis yang terdapat pada ilustrasi “Di Miscall Leluhur” digunakan sebagai kontur/*outline* dan digunakan untuk membuat efek lelehan-lelehan pada huruf. Berdasarkan bentuknya, garis pada ilustrasi ini menggunakan garis lengkung dengan dominasi di seluruh bagian ilustrasi. Sementara berdasarkan dimensinya, garis yang digunakan pada ilustrasi “Di Miscall Leluhur” berupa garis tebal, garis tipis, garis pendek dan garis panjang. Garis pendek dan tipis digunakan untuk membuat efek lelehan pada setiap huruf, sedangkan garis tebal digunakan pada *outline* tipografi.

c) Bidang



Gambar 95: Bidang pada ilustrasi

Bidang yang digunakan pada ilustrasi “Di Miscall Leluhur” secara keseluruhan menggunakan bidang non geometris, hal ini ditunjukkan dengan seluruh bagian tipografi yang berbentuk bebas dan tidak beraturan. Pada tipografi “DI MISCALL LELUHUR” terdapat dua bidang berwarna hitam dan kuning, bidang berwarna kuning terdapat pada seluruh badan huruf, sedangkan bidang berwarna hitam terdapat pada huruf yang memiliki lubang seperti huru “D”, “A” dan “R”.

d) Tipografi



Gambar 96: Tipografi Di Miscall Leluhur

Tipografi yang digunakan pada ilustrasi “DI MISCALL LELUHUR” adalah tipografi jenis *Display/Dekoratif*, hal ini ditunjukkan dengan bentuk huruf yang cenderung berbentuk bebas seperti tulisan tangan, dibuat dalam ukuran besar, dan terdapat tambahan efek lelehan-lelehan sebagai hiasan huruf. Hal tersebut sesuai dengan ciri yang dimiliki jenis huruf *Display/Dekoratif* dimana jenis huruf tersebut memprioritaskan keindahannya dengan tambahan ornamen/hiasan-hiasan. Terdapat kesalahan penulisan bahasa Inggris dalam kata “Miscall” pada kalimat “Di Miscall Leluhur”, kata yang benar adalah “Misscall”.

### 3) Tata Letak Ilustrasi



Gambar 97: Keseimbangan asimetris

Keseimbangan yang terdapat pada ilustrasi “DI MISCALL LELUHUR” adalah keseimbangan asimetris, hal ini ditunjukkan dengan proporsi huruf pada sisi kiri cenderung lebih besar dibanding sisi kanan. Prinsip kesatuan digunakan untuk menyelaraskan seluruh elemen ilustrasi yang dominan menggunakan bentuk-bentuk lengkung. Terdapat irama dalam membuat kesan lelehan pada ilustrasi, lelehan tersebut semuanya mengarah ke bawah, selain itu lengkungan huruf bagian bawah pun mengikuti irama lengkungan huruf bagian atas. Nilai kontras terdapat pada tipografi “DI MISCALL LELUHUR” yang berwarna kuning, hal ini dikarenakan warna kuning lebih cerah dibanding warna hitam pada *outline* tipografi.

## **BAB V PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pada hasil penelitian yang dilakukan dan pembahasan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Ilustrasi yang diterapkan pada desain *t-shirt* produksi PT. Aseli Dagadu Djokdja adalah jenis ilustrasi berbentuk kartun dan karikatur bergaya non realistik dengan pemilihan objek berupa deformasi manusia, bangunan, benda, hewan serta alam. Ilustrasi yang diterapkan pada desain *t-shirt* produksi Dagingtumbuh *Shop* adalah jenis ilustrasi berbentuk *drawing* bergaya non realistik dengan pemilihan objek berupa deformasi hewan, manusia, tipografi dan benda-benda di sekitar kehidupan kita.
2. Karakteristik ilustrasi pada desain *t-shirt* produksi PT. Aseli Dagadu Djokdja berupa *parody-parody visual* tentang kota Yogyakarta, kehidupan masyarakat Yogyakarta, sejarah di Yogyakarta, wisata Yogyakarta, kuliner Yogyakarta dan segala aspek yang berkaitan dengan Yogyakarta. Karakteristik ilustrasi pada desain *t-shirt* Dagingtumbuh *Shop* bersifat imajinatif, unik, kritis dan merupakan respon terhadap benda-benda yang dianggap sepele di sekitar kehidupan kita serta respon terhadap fenomena-fenomena sosial yang sedang terjadi.

## **B. Saran**

Berdasarkan dari kesimpulan dan hasil penelitian pada ilustrasi desain *t-shirt* PT. Aseli Dagadu Djokdja dan Dagingtumbuh *Shop*, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi PT. Aseli Dagadu Djokdja dan DGTMB agar mempertahankan karakteristik ilustrasi yang dimiliki baik berupa warna, tipografi dan tema yang diangkat. Khusus PT. Aseli Dagadu Djokdja, agar lebih inovatif dalam membuat deformasi objek ilustrasi dan lebih variatif dalam memilih/menentukan objek untuk ilustrasi *t-shirt*.
2. Bagi Dagingtumbuh *Shop* agar lebih cermat lagi dalam menulis kata-kata dalam Bahasa Inggris.
3. Bagi desainer/illustrator agar meningkatkan lagi pengolahan tata ilustrasi baik berupa proporsi, nilai kontras maupun keseimbangan ilustrasi.
4. Bagi mahasiswa seni rupa supaya terinspirasi dan termotivasi dalam membuat desain ilustrasi yang unik, memiliki karakteristik dan dapat disukai oleh banyak orang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arnston, Amy E. 2007. *Graphic Design Basics, Fifth Edition*. California USA: Thomson Wardsworth.
- Darmaprawira W A, Sulasmi. 2002. *Warna, Teori dan Kreativitas Penggunaannya*. Bandung: ITB.
- Departemen Perdagangan Republik Indonesia. 2008. *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*. Jakarta: Departemen Perdagangan Republik Indonesia.
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, Anton WW, Hendrawan S. 2003. *Invasi Pasar dengan Iklan yang Efektif*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Kartajaya, Hermawan. S2004. *On Positioning, Seri 9 Elemen Marketing*. Jakarta: PT. Mizan Pustaka.
- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: CV Andi Offset (Penerbit Andi).
- McRobbie, Angela. 1999. *In the Culture Society, Art, Fashion and Popular Music*. London & New York: Routledge.
- Moleong, Lexy. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif (edisi revisi cetakan ke-30)*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nugroho, Eko. 2008. *Pengenalan Teori Warna*. Yogyakarta: CV Andi Offset (Penerbit Andi).
- Pujiriyanto. 2005. *Desain Grafis Komputer: Teori Grafis Komputer*. Yogyakarta: CV Andi Offset (Penerbit Andi).
- Ries, Al & Jack Trout. 2002. *POSITIONING : The Battle For Your Mind*. Jakarta: PT.Salemba Empat.
- Rustan, Suriyanto. 2010. *HURUFONTIPOGRAFI*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugihartono, Ranang Agung, Basnendar Herryprilosadoso, dan Asmoro Nurhadi Panindias. 2010. *Animasi Kartun: Dari Analog Sampai Digital*. Jakarta: PT Indeks.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

- Suryahadi, A.A. 2007. *Seni Rupa: Menjadi Sensitif, Kreatif, Apresiatif dan Produktif*. Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional Republik Indonesia.
- Supriyono, Rakhmat. 2010. *Desain Komunikasi Visual-Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.
- Sutopo, H.B. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif-Dasar Teori dan Terapannya dalam Penelitian*. Surakarta: Sebelas Maret University Press.
- Susanto, Mikke. 2011. *Diksi Rupa: Kumpulan Istilah & Gerakan Seni Rupa (edisi revisi)*. Yogyakarta: DictiArt Lab & Djagad Art House.
- Suyanto, M. 2004. *Aplikasi Desain Grafis Untuk Periklanan Dilengkapi Sampel Iklan Terbaik Kelas Dunia*. Yogyakarta: CV Andi Offset (Penerbit Andi).

### **Karya Ilmiah**

- Bangsawan, Arjuna. 2014. Lokalitas Konten dalam Visual Kaos Cak-Cuk Surabaya Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni, Institut Informatika Indonesia (IKADO) Surabaya. *Jurnal Fakultas Desain, 1, vol I, hlmn. 29-37*.
- Natadjaja, Listia. 2009. Analisa Elemen Grafis Desain Kemasan Indomie Goreng Pasar Lokal Dan Ekspor. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana Petra Christian University, IX, vol I, hlmn. 20-30*.
- Tanudjadja, Bing Bedjo. 2005. Aplikasi Prinsip Gestalt Pada Media Desain Komunikasi Visual. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana Petra Christian University, I, vol VII, hlmn 56-66*.
- Tister N, Jacob Rapha. 2014. Perancangan *T-shirt* Grafis Berdasarkan Interpretasi Atas Nilai-nilai Kristiani. *Jurnal Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra, Surabaya. hlmn 1-13*.

### **Internet**

- Antariksa. 2009. “Menjadi Modern dengan Kaos”, <http://kunci.or.id/articles/menjadi-modern-dengan-kaos/>. Diakses pada tanggal 19 Maret 2016.
- Syafi’i, Imam. 2016. “Daftar Distro di Jogja dan Alamatnya”, <http://kaosmurahku.com/2016/04/daftar-distro-di-jogja-dan-alamatnya/>. Diakses pada tanggal 10 Oktober 2016.

# **LAMPIRAN**

## **GLOSARIUM**

1. Background : Latar belakang.
2. Deformasi : Perubahan susunan bentuk secara sengaja untuk seni.
3. Dekoratif : Karya seni yang memiliki daya hias tinggi.
4. Figur : Tokoh, bentuk, wujud
5. Imajinatif : Bersifat khayalan.
6. Inovatif : Bersifat memperkenalkan sesuatu yang baru.
7. Karakteristik : Mempunyai sifat khas sesuai dengan perwatakan tertentu.
8. Kontras : paling mencolok pada objek/warna.
9. Kontur : Garis pembatas objek/gambar.
10. Kritis : Tajam dalam penganalisisan.
11. Landhean : Gagang tombak.
12. Objek : benda, hal, pokok pembicaraan.
13. Ornamen : Motif hias/ragam hias.
14. Outline : Garis luar/garis tepi.
15. Parody : Peniruan sautu gaya dengan maksud mencari efek kejenakaan.
16. Stilisasi : Penyederhanaan bentuk.
17. Tipografi : Tata huruf.
18. T-shirt : Kaos.
19. Unik : Lain daripada yang lain/tidak ada persamaan.
20. Visual : Rupa, Wujud, bentuk.
21. Variatif : Tindakan atau hasil perubahan dari keadaan semula.

## KISI-KISIS WAWANCARA

No	Pokok Bahasan	Pertanyaan
1	Profil Industri Kreatif	1. Sejak kapan industri kreatif ini berdiri dan apa yang menjadi latar belakang berdirinya ?
		2. Tema apakah yang dipakai dalam industri ini secara keseluruhan (produk) ?
		3. Produk apa saja yang dijual pada industri ini selain <i>t-shirt</i> ?
2	Produk <i>T-shirt</i> Industri Kreatif (Ilustrasi pada <i>t-shirt</i> )	1. Apa yang menjadikan produk <i>t-shirt</i> pada industri kreatif ini berbeda terhadap produk <i>t-shirt</i> lainnya ?
		2. Apa yang menjadi ciri khas desain ilustrasi <i>t-shirt</i> pada industri kreatif ini ?
		3. Bagaimana mekanisme pada proses produksi desain ilustrasi pada <i>t-shirt</i> ?
		4. Apakah ada pembaruan/ <i>update</i> desain ilustrasi pada <i>t-shirt</i> ? Jika

		<p>ada, setiap kurun waktu apa dilakukan pembaruan/<i>update</i> ?</p>
		<p>5. Apakah ada perbedaan tema desain ilustrasi <i>t-shirt</i> yang digunakan oleh industri ini dari awal berdiri sampai sekarang ?</p>
		<p>6. Tema apa yang diterapkan/dipakai pada desain ilustrasi produk <i>t-shirt</i> industri kreatif ini ?</p>
		<p>7. Bagaimana strategi yang anda gunakan dalam menghadapi <i>trend/style</i> yang terus berkembang terkait desain ilustrasi pada <i>t-shirt</i> ?</p>

## DOKUMENTASI

### PT. Aseli Dagadu Djokdja



### Dagingtumbuh "DGTMB" Shop





**PERMOHONAN IZIN PENELITIAN DAN  
BUKTI TELAH MELAKUKAN WAWANCARA**



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
FAKULTAS BAHASA DAN SENI

Jalan Colombo No.1 Yogyakarta 55281 ☎ (0274) 550843, 548207; Fax. (0274) 548207  
Laman: fbs.uny.ac.id; E-mail: fbs@uny.ac.id

FRM/FBS/33-01  
10 Jan 2011

Nomor : 365b/UN.34.12/DT/IV/2016  
Lampiran : 1 Berkas Proposal  
Hal : **Permohonan Izin Penelitian**

Yogyakarta, 6 April 2016

**Yth. Manager Dagingtumbuh Shop  
di Yogyakarta**

Kami beritahukan dengan hormat bahwa mahasiswa kami dari Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Yogyakarta bermaksud mengadakan **Penelitian** untuk memperoleh data guna menyusun Tugas Akhir Skripsi (TAS)/Tugas Akhir Karya Seni (TAKS)/Tugas Akhir Bukan Skripsi (TABS), dengan judul:

**ANALISIS ILUTRASI PADA DESAIN T-SHIRT PRODUKSI INDUSTRI KREATIF DI YOGYAKARTA**

Mahasiswa dimaksud adalah

Nama : SUMAR HADI SANTOSO  
NIM : 12206244006  
Jurusan/Program Studi : Pendidikan Seni Rupa  
Waktu Pelaksanaan : Mei – Juni 2016  
Lokasi Penelitian : Dagingtumbuh Shop

Untuk dapat terlaksananya maksud tersebut, kami mohon izin dan bantuan seperlunya.

Atas izin dan kerjasama Bapak/Ibu, kami sampaikan terima kasih.



a.n. Dekan  
Kasubag Pendidikan FBS,

Indun Probo Utami, S.E.  
NIP. 19670704 199312 2 001



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
FAKULTAS BAHASA DAN SENI

Jalan Colombo No.1 Yogyakarta 55281 ☎ (0274) 550843, 548207; Fax. (0274) 548207  
Laman: fbs.uny.ac.id; E-mail: fbs@uny.ac.id

FRM/FBS/33-01  
10 Jan 2011

Nomor : 365b/UN.34.12/DT/IV/2016  
Lampiran : 1 Berkas Proposal  
Hal : **Permohonan Izin Penelitian**

Yogyakarta, 6 April 2016

Yth. Manager PT. Aseli Dagadu Djokdja  
di Yogyakarta

Kami beritahukan dengan hormat bahwa mahasiswa kami dari Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Yogyakarta bermaksud mengadakan **Penelitian** untuk memperoleh data guna menyusun Tugas Akhir Skripsi (TAS)/Tugas Akhir Karya Seni (TAKS)/Tugas Akhir Bukan Skripsi (TABS), dengan judul:

**ANALISIS ILUTRASI PADA DESAIN T-SHIRT PRODUKSI INDUSTRI KREATIF DI YOGYAKARTA**

Mahasiswa dimaksud adalah

Nama : SUMAR HADI SANTOSO  
NIM : 12206244006  
Jurusan/Program Studi : Pendidikan Seni Rupa  
Waktu Pelaksanaan : Mei – Juni 2016  
Lokasi Penelitian : PT. Aseli Dagadu Djokdja

Untuk dapat terlaksananya maksud tersebut, kami mohon izin dan bantuan seperlunya.

Atas izin dan kerjasama Bapak/Ibu, kami sampaikan terima kasih.



a.n. Dekan  
Kasubag Pendidikan FBS,

Indun Probo Utami, S.E.  
NIP. 19670704 199312 2 001

**SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN WAWANCARA  
PENGAMBILAN DATA**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : PRIMADITA Aquaristi  
Alamat : PLURUGAN RT 11/RW 10 TIRTONIRMALO, Kasihan,  
Bantul, Yogyakarta  
Pekerjaan : Manager Produksi  
Instansi : DGTMB

Menyatakan bahwa :

Nama : Sumar Hadi Santoso  
NIM : 12206244006  
Jurusan/Prodi : Pendidikan Seni Rupa  
Fakultas : Bahasa dan Seni  
Universitas : UNY

Benar – benar telah melakukan wawancara pengambilan data untuk menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi yang berjudul “**Analisis Ilustrasi Pada Desain T-shirt Produksi Industri Kreatif Di Yogyakarta** dengan lokasi penelitian berada di **DGTMB (Daging Tumbuh) Shop**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat digunakan sebagai mana mestinya.

Yogyakarta, 19 Juni 2016

Yang menyatakan,

  
PRIMADITA Aquaristi

**SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN WAWANCARA  
PENGAMBILAN DATA**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Marsudi  
Alamat : Jl. IKIP PGRI 50, Yogyakarta  
Pekerjaan : Creative Manager  
Instansi : PT Aseli Dagadu Djokdja

Menyatakan bahwa :

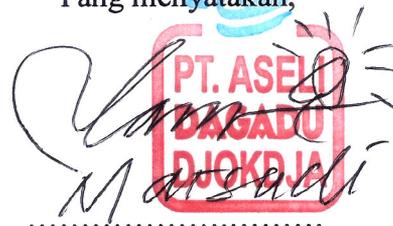
Nama : Sumar Hadi Santoso  
NIM : 12206244006  
Jurusan/Prodi : Pendidikan Seni Rupa  
Fakultas : Bahasa dan Seni  
Universitas : UNY

Benar – benar telah melakukan wawancara pengambilan data untuk menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi yang berjudul “**Analisis Ilustrasi Pada Desain T-shirt Produksi Industri Kreatif Di Yogyakarta** dengan lokasi penelitian berada di **PT. Aseli Dagadu Djokdja**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat digunakan sebagai mana mestinya.

Yogyakarta, 25 Mei 2016

Yang menyatakan,

  
Marsudi  
.....  
