

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Referensi Karya

Pada saat melakukan proses pembuatan karya photobook ini, penulis pastinya membutuhkan referensi yang digunakan sebagai acuan untuk membuat photobook berjudul “Napak Tilas : Bambu”. Penulis mengambil beberapa karya-karya terdahulu yang relevan, yaitu :

2.1.1 Perancangan Buku Foto Kerajinan Wayang Kulit di Dusun Gendeng, Bantul, Yogyakarta



Gambar 2.1 Perancangan Buku Foto Kerajinan Wayang Kulit di Dusun Gendeng, Bantul, Yogyakarta

Sumber: Mandegani et al. (2023)

Pada karya buku foto *Gendeng Tatah dan Sungging Wayang Kulit* dibuat oleh Mandegani et al. (2023), bercerita tentang sejarah kebudayaan terutama pada wayang kulit yang ada salah satu wilayah kecil Yogyakarta yaitu Dusun Gendeng.

Photobook ini fokus sebagai media arsip budaya untuk mengenalkan wayang kulit Dusun Gendeng ke masyarakat umum, khususnya generasi muda. Buku foto ini berisi sejarah Dusun Gendeng, kemudian menjelaskan proses

kerajinan wayang kulit, lalu berlanjut ke kegiatan wayang dan apa saja yang ancaman bagi wayang kulit hingga diperlukan kesadaran masyarakat terutama anak muda untuk melestarikan kebudayaan Indonesia salah satunya wayang kulit Dusun Gendeng ini.

Karya terdahulu ini memiliki kesamaan dengan karya yang telah dibuat penulis yaitu penulis sama-sama membuat karya berupa buku foto dengan tujuan utamanya adalah pelestarian dan kerajinan. Perbedaannya adalah pelestarian yang dimaksud penulis adalah pelestarian bambu dan kerajinan bambu sedangkan karya terdahulu berfokus pada wayang kulit serta proses pembuatannya dan sejarah Dusun Gendeng.

2.1.2 Perancangan *Photobook* Tempat Wisata Alam Di Surabaya



Gambar 2.2 Perancangan *Photobook* Tempat Wisata Alam Di Surabaya

Sumber: unesa.isi.ac.id (2020)

Buku foto terdahulu kedua merupakan karya yang dibuat oleh Airlangga dan Marsudi, S.Pd., M.Pd. memiliki tema utama mengenai wisata alam di Surabaya. Karya ini dibuat sebagai bentuk media promosi untuk memperkenalkan tempat wisata terutama di alam Surabaya (Marsudi & Airlangga, 2020).

Karya ini memiliki kesamaan dengan penulis yang keduanya sama-sama ingin menyampaikan pesan meningkatkan kesadaran dan wawasan orang yang membaca atau melihat karya dengan topik yang diangkat oleh masing-masing penulis karya. Adapun perbedaan pada karya ini adalah karya terdahulu berisikan tema wisata dan tentang wisata alam kota Surabaya. Sedangkan karya penulis memiliki tema bambu dengan isi sejarah serta kegunaan dan kerajinan bambu di Ngadiprono.

2.1.3 Perancangan *Photobook* Untuk Melestarikan Kuliner Pecel Semanggi Khas Kota Surabaya



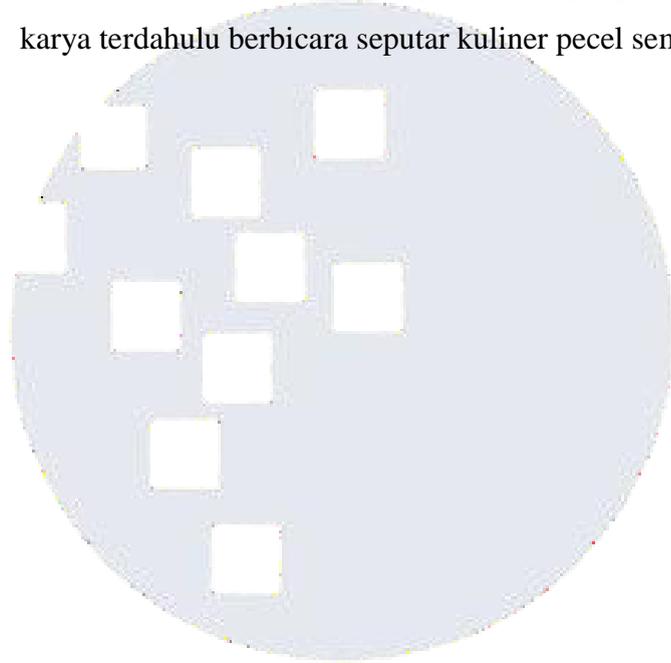
Gambar 2.3 Perancangan *Photobook* Untuk Melestarikan Kuliner Pecel Semanggi Khas Kota Surabaya

Sumber: Adiwena et al. (2021)

Karya terdahulu berjudul Semanggi Surabaya oleh Briantito, Angga, dan Shisi ini memiliki tema melestarikan makanan dengan menggunakan buku foto sebagai mediana. Berfokus untuk melestarikan kuliner pecel semanggi Surabaya dengan memperlihatkan proses bagaimana produksi pecel semanggi dibuat.

Persamaan yang dimiliki karya ini dan milik penulis terletak pada tujuan karya yang sama-sama ingin melestarikan. Serta kesamaan pada penggunaan teknik

fotografi yaitu fotografi dokumenter. Karya terdahulu melestarikan pecel semanggi dan karya penulis melestarikan bambu. Perbedaannya adalah pada tema yang dibicarakan, karya terdahulu berbicara seputar kuliner pecel semanggi



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.2 Tabel Referensi Karya

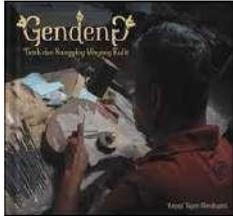
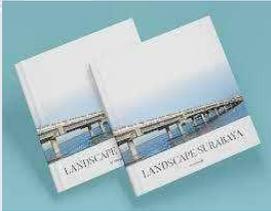
No	Item	Jurnal 1	Jurnal 2	Jurnal 3
1.	Judul Artikel (Karya)	Perancangan Buku Foto Esai Kerajinan Wayang Kulit di Dusun Gendeng, Bantul, Yogyakarta.	Perancangan <i>Photobook</i> Tempat Wisata Alam Di Surabaya	Perancangan <i>Photobook</i> Untuk Melestarikan Kuliner Pecel Semanggi Khas Kota Surabaya
2.	Nama Lengkap Peneliti, Tahun Terbit, dan Penerbit	Anggit Rigen Mandegani, Daru Tunggul Aji, Fransisca Shelry Taju, (2023). Institut Seni Indonesia Yogyakarta.	Airlangga & Marsudi, S.Pd., M.Pd., (2020). Universitas Negeri Surabaya.	Briantito Adiwena, Agga Hendrawan, & Shisi M. Rizky K.A. (2021). Institut Informatika Indonesia, Surabaya



3.	Tujuan Karya	Untuk membantu mengenalkan kerajinan wayang kulit yang ada di Dusun Gendeng dan menjadi salah satu upaya untuk mendukung pelestarian kerajinan wayang kulit di Daerah Istimewa Yogyakarta.	Karya ini bertujuan memperkenalkan dan meningkatkan kesadaran akan tempat wisata alam yang ada di kota Surabaya.	Karya ini membahas usaha untuk melestarikan kuliner khas Surabaya yaitu pecel semanggi.
4.	Konsep	Menggunakan konsep : <ul style="list-style-type: none"> ● Konsep kreatif : Untuk melestarikan budaya lokal berupa wayang kulit yang merupakan warisan budaya Indonesia menggunakan fotografi esai. 	Menggunakan konsep : <ul style="list-style-type: none"> ● Konsep kreatif yang digunakan untuk sampul dan isi buku simple dan modern. Menggunakan tipografi menarik dan foto berfokus alam guna memperkenalkan 	Menggunakan konsep : <ul style="list-style-type: none"> ● Konsep kreatif dengan visual dokumenter dan desain sederhana untuk menunjukkan keaslian realitas kehidupan penjual pecel semanggi dan pada proses persiapan pecel

		<ul style="list-style-type: none"> • Konsep media : Menggunakan buku foto esai cetak dengan media pendukung seperti poster, stiker, hoodie, dan lainnya. 	<p>wisata alam Surabaya` dengan fokus alam seperti pantai, taman, hutan, dan kebun.</p>	<p>semanggi. Menggunakan narasi singkat dan tata letak minimalis.</p>
5.	Metode Perancangan karya	Menggunakan metode observasi serta wawancara ke pihak pengrajin wayang kulit di Dusun Gendeng lalu data sekunder melalui studi pustaka (buku, jurnal, artikel, media internet).	Menggunakan metode penelitian kualitatif dan pendekatan deskriptif. Dengan cara mengumpulkan data melalui wawancara, observasi langsung, dan dokumentasi.	Menggunakan metode kualitatif dengan cara mengumpulkan data seperti melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi.
6.	Persamaan	<ul style="list-style-type: none"> • Photobook ini memiliki kesamaan dalam segi pembahasan, yaitu 	<ul style="list-style-type: none"> • Photobook ini berisikan tujuan yang sama yaitu membangun kesadaran. 	<ul style="list-style-type: none"> • Photobook ini berisikan tujuan yang sama yaitu upaya untuk mendorong pelestarian.

		membahas mengenai kerajinan.	<ul style="list-style-type: none"> Memiliki pembahasan mengenai suatu tempat dan budaya yang menjadi identitas tempat tersebut. 	<ul style="list-style-type: none"> Menggunakan teknik fotografi yang sama yaitu fotografi dokumenter untuk menunjukkan realitas.
7.	Perbedaan	<ul style="list-style-type: none"> <i>Photobook</i> ini berisikan tentang kerajinan wayang kulit di desa Gendeng tetapi <i>photobook</i> yang akan dirancang berisikan tentang kerajinan bambu Ngadiprono dan dalam Pasar Papringan. 	<ul style="list-style-type: none"> <i>Photobook</i> ini berfokus untuk mempromosikan wisata alam kota Surabaya sedangkan <i>photobook</i> yang akan dirancang berfokus untuk mendorong niat masyarakat melestarikan bambu setelah mengetahui tentang bambu dan 	<ul style="list-style-type: none"> <i>Photobook</i> ini berfokus pada kulinernya sedangkan <i>photobook</i> penulis berisikan tentang sejarah dan kegunaan bambu yang dapat dijadikan kerajinan dan dijual dalam Pasar Papringan Ngadiprono.

			sejarah serta kegunaan bambu di Ngadiprono.	
8.	Hasil Karya			

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.3 Landasan Konsep

Ketika merancang suatu photobook sebagai media untuk menyampaikan pesan tentunya penulis memiliki beberapa konsep yang dijadikan dasar dalam perancangan photobook yang dibuat. Konsep-konsep yang digunakan untuk photobook “Napak Tilas Bambu” adalah :

2.3.1 Komunikasi Visual

Komunikasi visual merupakan segala bentuk pesan yang dapat dipahami oleh indra penglihatan manusia yang melihatnya. Machin (2014) dalam bukunya berjudul “*Visual Communication*” menjelaskan bahwa komunikasi visual adalah suatu bentuk representasi dari pemanfaatan beberapa sumber daya berbentuk visual untuk menyampaikan pesan atau mengkomunikasikan gagasan, sikap, nilai-nilai, berbentuk kebudayaan atau bentuk kepada orang yang melihatnya.

Komunikasi visual adalah suatu bentuk komunikasi yang menggunakan indra penglihatan manusia sebagai sarana untuk menangkap pesan yang ingin disampaikan. Adapun jenis media komunikasi visual beberapa diantaranya menurut Andhita (2021) adalah:

- Media cetak seperti brosur, *photobook*, majalah, surat, dan lainnya.
- Media audio visual, seperti video, film, dan lainnya.
- Media luar ruang, seperti baliho, spanduk, *ambient media* dan lainnya.
- Media display, seperti poster, stiker, dan lainnya.
- Barang pengingat atau kenangan, seperti pen, souvenir, gantung kunci, dan lainnya.
- Media baru seperti, media sosial, aplikasi, dan lainnya.

Konsep komunikasi visual menggunakan media digunakan untuk menyampaikan pesan dalam bentuk visual berupa sejarah, kegunaan, dan kesadaran untuk melakukan pelestarian bambu

2.3.2 Fotografi Dokumenter

Fotografi dokumenter merupakan fotografi yang mendokumentasi dan memvisualkan suatu kenyataan di dunia nyata tanpa dibuat-buat atau diadakan dengan tujuan untuk mengkomunikasikan suatu hal yang ingin disampaikan oleh fotografer (The Editors of Time-Life Books, 1972, dalam Febrianto et al., 2022). Di dalam buku foto ini, penulis sekaligus fotografer ingin menyampaikan bahwa pentingnya mengetahui sejarah dan kegunaan bambu di kehidupan sehari-hari terutama pada kehidupan masyarakat Ngadiprono dan perlunya kesadaran akan melestarikan bambu secara aktif tidak hanya di Dusun Ngadiprono tapi juga di tempat lain.

2.3.3 Copywriting

Copywriting merupakan suatu keahlian atau seni untuk menyampaikan pesan dalam bentuk verbal kepada target yang diinginkan (Parwati, 2024). *Copywriting* juga dapat digunakan untuk membangun suatu emosi dan mempengaruhi perilaku pembaca agar mendorong mereka untuk melakukan suatu tindakan yang diinginkan oleh penulis Sholihatn et al. (2023). Dalam konteks ini, penulis ingin orang yang melihat karyanya agar ikut melakukan mengerti kenapa bambu itu penting dan perlunya melakukan pelestarian bambu serta berharap agar dapat datang ke Pasar Papingan untuk melihat hasil revitalisasi desa.

2.3.4 Teori Komunikasi Antarbudaya

Menurut Hall (1990), komunikasi adalah budaya dan budaya adalah komunikasi. Budaya muncul dari kebiasaan berulang yang dilakukan oleh masyarakat (Kiniery, 1945). Budaya juga adalah yang mengatur manusia dalam melakukan tata cara hidupnya. Napitupulu & Toruan (2023), komunikasi antarbudaya merupakan komunikasi yang terjadi ketika manusia yang datang dari budaya

berbeda bertemu kemudian melakukan suatu komunikasi. Dalam konteks ini, penulis membangun hubungan dengan warga lokal menggunakan teori komunikasi antarbudaya digunakan untuk pengumpulan data dan narasi karya.

2.3.5 *Photobook*

Dalam buku berjudul “*The Photobook: A History Volume 1*” oleh Parr & Badger (2004), buku foto dideskripsikan sebagai sebuah buku yang isinya berisi teks atau tidak dengan teks dengan pesan utama disampaikan melalui media visual berupa foto. Dalam pembuatan karya ini, penulis menggunakan photobook sebagai media untuk mempublikasikan dan mengkomunikasikan mengenai pelestarian bambu dari mulai sejarah, budaya, penggunaannya dalam keseharian dan dalam Pasar Papringan. Hal ini agar menarik masyarakat umum untuk ikut melestarikan bambu setelah melihat banyaknya kegunaan dari bambu. *Photobook* atau buku foto juga memiliki jenis-jenisnya, beberapa diantaranya adalah :

- *Photobook* Naratif : *Photobook* yang di dalamnya memiliki tema sendiri dan alur cerita yang spesifik dengan komplikasi dan resolusi (Colberg, 2016).
- *Photobook* Deskriptif : *Photobook* yang menggunakan foto deskriptif atau foto dokumenter dengan rangkaian foto yang hasil akhirnya berupa observasi atau liputan tertentu mengenai suatu topik (Sumayuku, 2016).
- *Photobook* Esai : *Photobook* ini biasanya dibuat dengan tujuan utamanya adalah untuk menyampaikan pendapat dengan fakta dan peristiwa adalah pelengkapanya (Sumayuku, 2016).

Tahapan pembuatan *photobook* menurut Colberg (2016):

Pra Produksi :

- Dengan melakukan *defining the core concept of the book*

dengan menentukan konsep atau tujuan utama pembuatan *photobook*, kemudian menentukan siapa yang menjadi target utamanya dan bagaimana konten disusun sesuai dengan konsep yang akan digunakan

Dalam hal ini penulis membuat *photobook* dengan tujuan utamanya agar orang menghargai bambu dan mulai melestarikannya melalui penggunaan nyata yang sudah diterapkan dalam Ngadiprono dan Pasar Papringan dengan target utama sesuai dengan pameran berlangsung adalah pengunjung Pasar Papringan yang cinta alam berumur 18-35 tahun. Konten akan disusun dengan konsep 3 lini masa mulai dari masa lalu, masa kini, dan masa depan yang menggambarkan perjalanan bambu di Ngadiprono.

Produksi :

- *Editing the source photographs* : Melakukan pengeditan foto yang akan digunakan sesuai dengan tema atau konsep yang akan digunakan dalam hal ini penulis membuat karya dengan bab 1 masa lalu berwarna hitam putih, bab 2 masa kini dengan warna orange tipis, dan masa depan dengan menambah tingkat kecerahan pada foto yang akan digunakan. Hal ini dilakukan agar sesuai dan dapat mendukung narasi yang sudah dibuat.
- *Sequencing and design of the book* : Tahap penyusunan urutan foto yang sudah dikurasi atau dipilih. Urutan yang dibuat harus sesuai dengan konsep dan alur narasi yang digunakan agar memudahkan orang untuk memahami isi *photobook*. Adapun alur dalam *photobook* dari bab 1 menceritakan sejarah bambu Ngadiprono, lalu bab 2 menceritakan bambu yang digunakan dalam sehari-hari

masyarakat lokal, dan bab 3 menceritakan tentang bagaimana bambu dapat dimanfaatkan dalam Pasar Papingan menjadi kerajinan yang dapat mendatangkan keuntungan dan menjadi harapan dusun Ngadiprono.

- *Production of the text components* : Tahap ini adalah tahap pembuatan dan pengaturan narasi serta *caption* yang akan digunakan dalam *photobook* yang meliputi perancangan, pengeditan, penggunaan *font*, ukuran, dan penyusunan teks narasi dan *caption* yang disertai dengan foto. Tentunya teks seperti narasi dan *caption* harus dibuat dengan baik dan relevan sebagai pendukung gambar dalam karya sehingga dapat memberikan informasi atau konteks dalam gambar mudah dipahami oleh yang melihatnya.

Pasca Produksi :

- *Decision making (materials, printing, and binding)* : Dimulai dari pemilihan material yang dilakukan berdasarkan konsep dan kesediaan dana yang ada. Pada karya ini penulis menggunakan material *hard cover* dan menggunakan kertas *art paper* untuk bagian halaman dalam *photobook*.
- *Pre printing file preparation* : Lalu ketika sudah memilih bahan yang akan digunakan masuk ke tahap persiapan pencetakan, penulis menggunakan cetak dengan jenis *digital printing* untuk mempermudah proses cetak dan mempersiapkan file ke format yang sesuai untuk cetak. Lalu juga memastikan resolusi gambar sudah tinggi dan kualitas gambar sudah sesuai dengan yang diinginkan. Selanjutnya memastikan *layout* karya tidak terpotong atau terhalangi.

- *Printing and binding* : Setelah selesai melakukan persiapan pencetakan selanjutnya melakukan pencetakan *photobook* dengan bahan material dan desain yang sudah dibuat. Lalu menggunakan jilid kiri agar sesuai dengan konsep yang digunakan oleh penulis, penggunaan jilid kiri agar dapat membuat kesan foto ukuran A3 seperti membuka buku gambar hingga foto dapat ruang yang banyak dan tidak terpotong.

Dalam pembuatan *photobook* juga perlu memperhatikan beberapa hal berkaitan dengan etika seperti diantaranya :

- Menggunakan lima bidang yang perlu diperhatikan dalam etika visual menurut Paul Martin Lester (2022) yaitu korban kekerasan yang menampilkan konten sensitif seperti luka dengan darah berlebihan, hak privasi, manipulasi subjek dan gambar, persuasi, dan stereotip.

Adapun terapan aturan etika visual yang digunakan oleh penulis adalah sudah meminta izin terlebih dahulu pada rumah warga atau pada pengrajin yang akan diambil fotonya lalu digunakan dalam karya.

Lalu memanipulasi gambar pada bagian tertentu dengan tujuan memperjelas apa yang ingin disampaikan, menggunakan narasi serta penggunaan visual yang baik, benar dan tidak mengandung unsur SARA atau stereotip dalam narasi karya. Dan melakukan persuasi secukupnya dalam bentuk narasi yang sesuai dengan tujuan pembuatan karya yaitu adalah mengajak orang untuk menghargai dan menggunakan bambu serta mengunjungi Pasar Papringan.

- Menggunakan manipulasi fotografi pada warna melalui olahan digital seperti penggunaan aplikasi Canva yang

secukupnya dan tidak berlebihan serta diberi penjelasan bahwa foto sudah dilakukan manipulasi (Dirgahayu, 2021). Hal ini juga sesuai dengan panduan etika prosedur pengeditan *digital image* yang diperbolehkan dengan tujuan agar membuat foto menjadi lebih akurat yang mana penggunaan koreksi warna dengan tidak mengubah isi foto diperbolehkan asal tidak berlebihan dan dengan alasan untuk memperjelas foto (Darmawan, 2005).

Seperti dalam *photobook* perlunya manipulasi warna dan penggunaan garis putih pada bab 1 agar dapat memperlihatkan warna bambu muda, dewasa, muda, dan mempertegas bambu atau objek yang dimaksud agar sesuai dengan narasi dan memudahkan pembaca untuk melihat apa yang dimaksud oleh penulis.

2.3.6 Warna

Menurut Paksi (2021), warna dapat digunakan untuk membuat identitas jenis maupun *genre* untuk keterangan karakterisasi waktu ataupun masa. Warna juga dapat digunakan untuk unsur suhu menggunakan warna seperti biru untuk dingin atau merah untuk panas. Dalam konteks pembuatan karya ini, penulis menggunakan warna untuk tiap bab nya menggambarkan waktu yaitu hitam putih untuk masa lampau, orange agak merah untuk masa kini, dan warna cerah untuk masa depan.

2.3.7 Layout atau Tata Letak

Layout atau tata letak merupakan penyusunan atau rancangan dari sebuah elemen yang dalam buku agar terlihat rapi, nyaman ketika dipandang, dan mudah dipahami. Dalam pembuatan karya ini, tata letak digunakan untuk menyusun dan mengatur foto, *caption*, dan narasi dalam buku foto agar mudah dipahami ketika dilihat.

2.3.8 Desain

Dalam buku berjudul "*Graphic design solutions*" oleh Landa (2011), desain merupakan bentuk komunikasi visual untuk menyampaikan pesan ke target audiens menggunakan elemen visual. Dalam konteks ini, penggunaan desain digunakan untuk membuat buku foto agar terlihat menarik seperti contohnya desain depan halaman.

2.3.9 Tipografi

Menurut Budiarta et al. (2023) tipografi adalah metode mengatur suatu huruf atau teks menggunakan cara tertentu agar menarik dan jelas saat dibaca. Penggunaan tipografi bertujuan membuat informasi dalam sebuah teks yang mudah digunakan untuk mengkomunikasikan dengan jelas dan tepat ke orang yang melihat atau membacanya (Setiawan et al., 2025). Salah satu penerapan tipografi yang perlu diperhatikan pemilihan jenis dan ukuran font yang akan digunakan (Harsari et al., 2024).

Dalam karya ini, penulis menggunakan tipografi dengan menggunakan 2 font utama yaitu font *Whispur* dan font *Montserrat*. Penjelarasannya akan dijelaskan pada bab 4.

2.3.10 *Pitch Perfect*

Callen (2009) dalam buku berjudul "*Managers Guide to Marketing, Advertising, and Publicity*" mengatakan *pitch perfect* adalah metode menggunakan tujuh pertanyaan yang sederhana untuk menemukan kalimat atau poin yang paling kuat untuk disampaikan ke sasaran komunikasi. Adapun 7 *pitch perfect* :

1. Kepada siapa kita berbicara?
2. Apa poin yang ingin disampaikan?
3. Apa kata kunci dalam poin yang akan disampaikan?
4. Kenapa target harus peduli dengan poin tersebut?
5. Kenapa target harus percaya dengan poin tersebut?

6. Apa yang target harusnya rasakan mengenai pesan, merek, dan produk?
7. Apa yang kita ingin target lakukan?

Penggunaan pitch perfect bertujuan membantu penulis untuk menyampaikan pesan dan akan dijelaskan lebih lanjut di bab 4.

2.3.11 Creative Media Production

Produksi media adalah proses pembuatan, menyunting, dan menyebarkan hasilnya melalui berbagai bentuk jenis media (Hudaya & Rachmawati, 2024). Kindem & Musburger (2012) mengatakan produksi media memiliki tiga proses yang berurutan yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca produksi. Alfathoni et al. (2022) juga mengatakan pada saat melakukan produksi suatu karya dibutuhkan strategi kreatif dengan tiga tahapan yang sama yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca produksi.

Pra produksi adalah tahap persiapan yang dibutuhkan mulai dari alat, ide, riset data, rencana, dan sebagainya. Produksi adalah tahap melaksanakan dan mengumpulkan data asli yang akan digunakan untuk produksi dari hasil perencanaan menggunakan persiapan yang sudah disiapkan pada tahap pra-produksi, Dan pasca produksi adalah tahap akhir pembuatan karya seperti proses penyuntingan warna, efek, dan lainnya. Dalam konteks ini, penulis menggunakan tahapan produksi media secara berurutan yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca produksi pada saat proses membuat karya.

Penulis juga menggunakan media ambient dalam proses pembuatan pameran untuk mendukung publikasikan karya. Ambient media adalah media tidak konvensional yang biasanya digunakan untuk melakukan promosi (Chidtian et al., 2022). Menurut Chidtian et al. (2022) media ambient harus memiliki suatu efek yang membuat target atau orang yang melihatnya akan selalu mengingat pesan yang ingin disampaikan. Berkaitan dengan

konteks ini, penulis membuat media ambient berupa cermin foto menggunakan hiasan dan kerangka terbuat dari bambu dipajang pada pameran *photobook* bambu dalam hutan bambu. Tujuannya adalah agar orang yang berfoto di cermin ini akan selalu ingat akan bambu.

2.3.12 Curation atau kurasi

Kurasi adalah suatu aktivitas yang mengharuskan seseorang melakukan pemilihan dan pengambilan keputusan untuk memilih dokumen mana yang akan disimpan dan mana yang akan dihapus dengan tujuan supaya mengurangi data penyimpanan pada media yang digunakan (Sinn et al., 2017). Dalam hal ini penulis menggunakan proses kurasi untuk memilih dan menyortir foto yang sudah didapatkan dari jumlah total semua foto yang sudah didapatkan sebanyak 1750 menjadi sebanyak 750 yang sudah disusun rapi dalam *google drive* dan pada akhirnya menggunakan total 96 foto dalam karya *photobook*.

