

# 1. PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Masalah

Pada jaman modern seperti ini, dunia *fashion* telah berkembang dengan sangat pesat. *Trend* mode seakan tidak ada habisnya, bahkan beberapa *trend* dari luar pun sudah masuk dan berkembang di Indonesia. Beragam trend mode kini telah banyak kita jumpai di tanah air. *Trend fashion* tersebut berkembang dengan mengutamakan manusia, terutama wanita sebagai objek *fashion*.

Namun ternyata dunia *fashion* tidak hanya berurusan dengan manusia saja, namun pada jaman modern seperti sekarang ini, hewan pun juga seringkali bersentuhan dengan dunia *mode*. Seperti halnya diluar negeri yang pernah mengadakan kontes kecantikan anjing atau kucing. Hewan peliharaan manusia itu didandani bak seorang *superstar* dengan berbagai model pakaian dan aksesoris yang menyelimuti badannya.

Banyaknya industri *fashion* yang berkembang dengan pesat di tanah air, lambat laun mulai mempengaruhi perkembangan ekonomi negara, dan juga menjadi penyumbang terbesar kontribusi pendapatan daerah dari hal yang disebut ekonomi industri kreatif ini. Hal-hal yang termasuk dalam 14 pilar industri kreatif diantaranya adalah : Arsitektur, Desain, Fesyen, Film, Video dan Fotografi, Kerajinan, Layanan Komputer dan Piranti Lunak, Musik, Pasar Barang Seni, Penerbitan dan Percetakan, Periklanan, Permainan Interaktif, Riset dan Pengembangan, Seni Pertunjukan, Televisi dan Radio. *Fashion* yang ternyata juga termasuk dalam salah satu dari 14 pilar industri kreatif ini, mampu menjadi nilai ekonomi yang bernilai tinggi yang mana dapat menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan. Hal ini sudah terbukti, dapat dilihat dari perkembangan *trend fashion* yang begitu cepat, banyak sekali *trend fashion* yang *booming* di tanah air, yang mana dapat dilihat melalui hal ini, bahwa industri *fashion* bukanlah hal yang bisa diremehkan lagi. Pada saat ini, *fashion* sudah meluas, dan makna dari *fashion* sendiri-pun sudah bukan menjadi

hal yang tabu lagi. Bahkan bisa dibilang, saat ini *Fashion* sudah menjadi bagian dari gaya hidup.

Berbagai *trend fashion* dunia kini telah masuk dan berkembang di Indonesia, salah satunya adalah budaya pop asal Negara yang dijuluki dengan sebutan ‘negara matahari terbit’, yaitu Jepang. Dengan *trend cosplay* yang sampai saat ini masih merebak di kalangan anak-anak muda di tanah air. *cosplay* berasal dari gabungan kata ‘*costume*’ dan ‘*play*’. *Cosplay* adalah hobi mengenakan kostum dan aksesoris yang menggambarkan karakter idolanya. Para pelaku *cosplay* biasanya menggunakan kostum karakter idolanya, termasuk karakter *anime* yang dahulu sempat populer di tanah air. Dan *anime* merupakan sebutan lain untuk film kartun Jepang.

*Cosplay* biasanya berbasis pada karakter suatu *anime*, *game*, bahkan hingga artis idola. Dalam hal ini mencakup dari pakaian yang dikenakan, hingga aksesoris yang melengkapinya. Perancangan fotografi *cosplay* pet ini akan mengangkat karakter *anime* yang tayang di televisi lokal pada tahun 1990 hingga 2000-an. Maka, otomatis untuk desain pakaian serta aksesoris yang melengkapinya, semua berbasis pada karakter *anime* yang sudah ada tersebut.

Kegiatan mengenakan pakaian dan aksesoris dari suatu karakter biasa disebut *cosplay* dan kegiatan mengenakan kostum *cosplay* pada hewan peliharaan ini bisa disebut ‘*cosplay pet*’ sebuah sebutan baru untuk *fashion pet* dengan tema *cosplay*. *Cosplay* memiliki makna mengenakan pakaian dan aksesoris dari suatu karakter, dan *pet* berarti hewan peliharaan, maka jika digabung, *cosplay pet* berarti hewan peliharaan yang tengah berkostum dan mengenakan pakaian dan aksesoris dari suatu karakter

Dunia animasi Jepang hingga saat ini telah berkembang dengan pesat dan menghasilkan banyak sekali *anime* dengan berbagai macam jenis dan cerita yang beragam. Namun tampaknya di Indonesia sendiri, masa kejayaan *anime* adalah pada tahun 1990 hingga 2000-an. Yang mana pada jaman itu, ada banyak sekali *anime* yang ditayangkan di televisi lokal, seperti : *Doraemon*, *Crayon Shinchan*, *Ninja Hatori*, *Hamtaro*, *P-man*,

*Dragon Ball, Akazuki Cha-Cha, Dr.Slump, Chibi Maruko Chan, Cardcaptor Sakura, Kobo Chan, Digimon, Pokemon, dan Sailor Moon, One Piece* yang pada saat itu populer di jamannya, Kemudian disusul dengan kehadiran *Naruto, Inuyasha,* dan *Detective Conan* di sekitar awal tahun 2000 serta banyak judul *anime-anime* lain yang turut hampir setiap hari menghiasi layar kaca. Berbagai acara *animet* tersebut tayang di televisi lokal seperti *Indosiar, SCTV, dan RCTI*. Dengan jam tayang yang beragam. Mulai dari pagi hingga siang hari. Tetapi dalam 7 hari, acara-acara *anime* paling banyak ditayangkan di televisi pada hari minggu pagi hingga siang. Pada masa itu, *anime-anime* yang ditayangkan banyak memuat unsur-unsur kebaikan, persahabatan, gotong royong, serta kekeluargaan yang kental yang terjalin antara masing-masing karakter.

Perancangan fotografi *cosplay pet* karakter *anime* yang tayang di televisi lokal pada tahun 1990 hingga 2000-an ini diangkat untuk semakin memperluas dunia *fashion* di tanah air, yang mana *fashion* terus berkembang mengikuti jaman dan *fashion* semakin luas tidak mengenal batas, tidak mengenal jenis kelamin, usia, dan juga tidak terbatas pada manusia saja. Sesuai dengan perkembangan jaman, hewan peliharaan seperti anjing dan kucing juga bisa menjadi model *fashion* yang tidak kalah menarik dengan manusia. Dan penulis mengambil peluang melalui perkembangan jaman yang semakin menjadikan industri *fashion* semakin luas. Dapat dilihat pada saat ini, bahwa hewan peliharaan sudah menjadi bagian dari gaya hidup manusia modern, atau *lifestyle* (gaya hidup) masyarakat perkotaan, yang mana manusia yang memiliki hewan peliharaan seperti anjing dan kucing dengan senang hati akan memenuhi kebutuhan sandang, pangan hingga papan dari hewan peliharaannya.

Dari berbagai pengamatan yang telah dilakukan, perancangan ini diangkat karena selain tema ini masih terbilang baru, belum pernah ada yang berani mengangkat tema *Cosplay* sebelumnya, serta tema ini merupakan suatu konsep yang sama sekali berbeda dengan tema-tema umum yang lahir dan berkembang di masyarakat. Perancangan fotografi *cosplay pet* karakter *anime* yang tayang di televisi lokal pada tahun 1990

hingga 2000-an ini juga mengarah ke industri kreatif, yang mana *fashion* merupakan salah satu bagian dari 14 pilar industri kreatif. Yang mana bisa diambil kesempatan untuk membuka suatu peluang dari kebutuhan masyarakat modern di lingkungan perkotaan yang saat ini sudah mulai terlihat di masyarakat.

Lalu, mengapa memakai anjing dan kucing sebagai modelnya? Karena anjing dan kucing merupakan hewan peliharaan yang paling banyak diminati oleh masyarakat. Anjing dan kucing bisa menjadi hewan peliharaan sekaligus sahabat manusia. Banyak yang menyukai anjing dan kucing, karena mereka bisa menemani manusia dan bahkan tak jarang pula banyak anjing serta kucing yang dipelihara manusia dan dianggap sebagai keluarga seperti anak sendiri. Para pemilik anjing dan kucing ini selalu mencukupi kebutuhan hewan peliharaan mereka mulai dari makanan, tempat tidur, bahkan hingga baju. Rupanya *pet* sendiri sudah mulai menjadi suatu kebutuhan bagi masyarakat jaman sekarang. Itu semua terlihat dari bagaimana cara mereka mencukupi kebutuhan sandang, pangan, dan papan dari hewan peliharaan mereka. Alasan lainnya kenapa memakai anjing dan kucing sebagai model, karena manusia sebagai model sudah umum dan banyak dijumpai dimana-mana. Dan kini, seiring dengan perkembangan jaman, hewan juga sudah mulai menjadi bagian dari *lifestyle* manusia modern yang hidup di lingkungan perkotaan. Mereka juga sudah mulai dilirik oleh industri *fashion* dan diakui sebagai model sebanding dengan manusia.

Perkembangan industri mode yang tak berkesudahan dan mengalami banyak kemajuan yang pesat, yang kini tidak hanya tertuju pada manusia, namun hewan juga mulai menjadi bagian dari dunia mode. Terlihat pada saat ini, *fashion pet* mulai diakui dan diminati. Dengan demikian, membuat *fashion pet* ini mulai muncul di permukaan. Perancangan fotografi *cosplay pet* karakter *anime* yang tayang di televisi lokal pada tahun 1990 hingga 2000-an ini lebih mengarah ke industri kreatif, yang mana *fashion* merupakan salah satu pilar utama dalam 14 pilar industri kreatif, yang bisa diamati lagi dengan jeli untuk melihat dan mengambil kesempatan untuk

membuka suatu peluang dari kebutuhan masyarakat modern yang saat ini sudah mulai terlihat di masyarakat. Perubahan *trend fashion* yang cepat, semakin menuntut diri untuk jeli dalam melihat peluang dan kesempatan yang ada. Seperti dunia *fashion pet* yang saat ini sudah memiliki banyak sekali peminat, namun belum banyak yang mewadahnya.

Diangkatnya tema *cosplay*, karena dirasa tema ini masih terbilang baru dan belum pernah ada sebelumnya. Tema *cosplay* bisa menjadi konsep baru yang berbeda dari yang lainnya dan bisa menjadi awal untuk memulai *trend* baru di Indonesia. Selain itu bisa menjadi ide yang segar untuk industri *fashion*. Dengan gabungan budaya pop Jepang yang kini banyak diminati di tanah air digabungkan dengan rupa model-model yang atraktif yang akan menjadikan karya ini semakin menarik.

Tema *cosplay* dipilih, karena hingga kini, belum pernah ada yang mengangkat *fashion pet* dengan tema *cosplay*, Semua ini karena *cosplay* merupakan *trend* baru yang masuk ke tanah air dan perlahan mulai berkembang dan meluas serta banyak dikenal oleh masyarakat. Sementara untuk *fashionpet* sendiri, kebanyakan tema yang diambil adalah tema pada umumnya, hanya baju-baju sehari-hari, tidak ada tema yang khusus. Semua ini dapat dilihat hingga saat ini, sejumlah *pet shop* ataupun *online shop* yang berjualan baju anjing dan kucing, sama sekali tidak ada yang menyediakan baju untuk anjing dan kucing yang bertemakan *cosplay*. Jadi, tema *cosplay* dipilih, karena baju anjing dan kucing dengan tema *cosplay* belum pernah ada, maka dirasa ini bisa menjadi suatu karya yang kreatif dan inovatif, yang bisa memberikan warna baru bagi industri *fashion pet*. Ditambah lagi dengan budaya *cosplay* yang semakin *eksis* dan diminati di tanah air.

Sementara, *anime-anime* yang dipilih adalah *anime* dari tahun 1990 hingga 2000-an. Perkembangan *anime* melaju sangat pesat dan banyak sekali bermunculan *anime-anime* baru yang tidak dikenali oleh masyarakat Indonesia, karena tidak muncul dan ditayangkan di televisi lokal. Dan pada tahun 1990 hingga 2000-an, adalah masa kejayaan *anime* di Indonesia, dimana ada banyak sekali *anime-anime* yang tayang di televisi lokal, yang

bahkan hingga saat ini tokoh-tokoh dari *anime-anime* tersebut masih dikenal oleh masyarakat luas dan tidak ikut tergerus dan terlupakan oleh waktu.

Perancangan ini memakai media foto, karena media foto lebih mudah untuk diakses dan didapatkan, jika dibandingkan dengan media video yang membutuhkan perangkat lainnya yang lebih susah. Selain itu, jika memakai media foto, dirasa lebih bisa mendapatkan *moment* yang pas, *moment-moment* terbaik, dan lebih jelas, sehingga bisa diamati dengan lebih detail lagi.

Terdapat diferensiasi dari *fashion pet* yang penulis angkat dengan *fashion pet* pada umumnya, mulai dari kualitas, model, pemilihan bahan, hingga tema yang berbeda-beda, sehingga lebih terkesan unik, kreatif, inovatif, serta selalu *up-to-date*.

Setelah dilakukan pencarian di perpustakaan Universitas Kristen Petra, ternyata ditemukan satu karya TA yang juga mengangkat tema *fashionpet*, terutama anjing. Yaitu karya dari mahasiswi angkatan tahun 2006, yang bernama Megawati Sukanto. Walaupun sama-sama mengusung tema utama *fashionpet*, namun yang membedakan karya penulis dengan karya TA yang terdahulu adalah :Pertama, tema yang terdahulu adalah *fashion* yang secara keseluruhan, tidak spesifik dan fokus di satu jenis *fashion* saja, tetapi ada beberapa sub-tema yang berbeda. Sedangkan tema yang perancangan ini adalah *cosplay pet*, suatu bentuk konsep yang berbeda dari *fashion pet* pada umumnya, dengan tema *cosplay* tetapi difokuskan pada karakter *anime* yang populer dan banyak dikenal masyarakat pada tahun 1990 hingga 2000-an. Anjing dan kucing tersebut akan memerankan karakter-karakter animasi Jepang tersebut dengan kostum dan aksesoris yang lengkap. Kedua yaitu jenis *pet* pada karya TA terdahulu adalah anjing. Dan jenis *pet* yang dijadikan model untuk karya TA yang diangkat kali ini adalah anjing dan kucing dengan berbagai macam ras yang berbeda-beda, disesuaikan dengan karakter atau tokoh yang akan diperankan.

Sasaran perancangan TA ini adalah masyarakat modern yang hidup di lingkungan perkotaan, dengan *range* usia antara 16 – 40 tahun, yang

memiliki gaya hidup berkecukupan dan berada di kelas ekonomi menengah keatas. Dan dikhususkan untuk para *pet lover* yang pada jaman modern seperti sekarang ini mulai banyak dan rela melakukan apapun demi hewan peliharaannya, seperti : vaksin rutin setiap bulan, makanan yang beraneka ragam, *grooming* di *pet salon*, hingga memberikan baju. Hal-hal tersebut merupakan bukti nyata bahwa pada saat ini, hewan peliharaan sudah menjadi *lifestyle* dari masyarakat modern yang tinggal di lingkungan perkotaan. Bahkan tidak jarang pula yang menjadikan hewan peliharaannya sendiri sebagai anak, hingga dianggap seperti saudara sendiri dan telah menjadi bagian dari keluarga. Tidak dapat dipungkiri lagi, bahwa *pet* merupakan *trend* baru yang melanda masyarakat perkotaan dengan kelas ekonomi menengah keatas.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Bagaimana merancang fotografi *cosplay pet* karakter *anime* yang tayang di televisi lokal pada tahun 1990 hingga 2000-an?

## **1.3 Tujuan Perancangan**

Merancang fotografi *cosplay pet* karakter *anime* yang tayang di televisi lokal pada tahun 1990 hingga 2000-an

## **1.4 Batasan Lingkup Perancangan**

- Batasan lingkup perancangan dalam penelitian ini, berfokus pada *anime* yang populer dan banyak dikenal masyarakat luas pada tahun 1990 hingga 2000-an.

- Hewan peliharaan yang dimaksud, dikhususkan pada anjing dan kucing. Dengan berbagai jenis dan ras yang berbeda-beda, disesuaikan dengan karakter atau tokoh yang diperankan.

- *Target audience* dari perancangan ini adalah masyarakat Indonesia modern yang hidup di lingkungan perkotaan dengan kelas ekonomi menengah keatas, dengan range usia mulai dari remaja hingga dewasa

(kurang lebih 16 hingga 40 tahun). Serta mencintai hewan peliharaan atau *petlover*.

- Media yang dirancang berupa media foto.

## **1.5 Manfaat Perancangan**

### **1.5.1. Bagi Institusi**

Bagi Institusi yang terkait, dalam hal ini yang dimaksud adalah Universitas Kristen Petra, Dengan adanya karya fotografi ini, diharapkan dapat mengangkat nama Universitas Kristen Petra, yang telah melahirkan mahasiswa yang menciptakan suatu istilah baru dan diwujudkan dalam bentuk karya fotografi dengan tema yang unik dan menarik, serta masih terbilang baru, dengan mengkombinasikan anjing dan kucing sebagai modelnya, dan budaya pop Jepang yang saat ini naik ke permukaan, yaitu *cosplay*.

### **1.5.2. Bagi Mahasiswa**

Bagi mahasiswa, khususnya anak-anak tahun 90-an, atau mereka yang lahir sebelum atau sesudah era 90-an tetapi mengikuti perkembangan *anime*, mereka bisa bernostalgia kembali, dan melalui karya fotografi ini, kiranya mampu mengembalikan kenangan masa kecil mereka, dimana pada saat itu ada banyak sekali *anime* yang ditayangkan di televisi lokal, yang menjadi favorit dari jaman itu, bahkan hingga sekarang. Selain itu, karya ini bisa memberikan ide dan inspirasi bagi mahasiswa yang ingin mengangkat tema fotografi khususnya *pet photograph*.

### **1.5.3. Bagi Masyarakat**

Bagi masyarakat, diharapkan melalui karya fotografi ini dapat teringat kembali dengan *anime-anime* tahun 1990 hingga 2000-an yang sangat melegenda hingga saat ini, yang ditampilkan melalui sebuah karya fotografi *cosplay* yang tengah mengenakan kostum *cosplay* karakter anime tahun 1990 hingga 2000-an. Dan bagi masyarakat, khususnya yang memelihara hewan peliharaan seperti anjing dan kucing, manfaatnya adalah supaya mereka bisa

menunjukkan kecintaan mereka terhadap hewan peliharaanya, dengan memberikan hewan peliharaan mereka kostum-kostum yang unik dan menarik, seperti kostum-kostum *cosplay* dengan karakter *anime* yang populer di Indonesia, dan mengabadikannya melalui sebuah foto.

#### **1.5.4. Bagi Perancang**

Perancang bisa berkreasi tanpa batas dalam menciptakan suatu konsep desain, pembuatan pola, menjahit, hingga menjadi sebuah kostum yang sesuai dengan konsep yang sudah direncanakan, serta merakit dan menciptakan properti dan aksesoris pendukung dari nol hingga selesai. Selain itu, perancang bisa berkreasi dengan beragam teknik foto untuk pemotretan *cosplaypet* hingga terlihat menarik dan menghasilkan karya-karya fotografi *cosplaypet* yang bagus. Selain itu, perancang juga bisa menciptakan peluang bisnis yang bisa dikembangkan dalam hal-hal yang berhubungan dengan *cosplay pet*, dengan tema yang terbilang masih baru yang sengaja ditujukan untuk para penggemar anjing dan kucing.

### **1.6 Definisi Operasional**

1.6.1 Fotografi *Fashion* adalah suatu jenis fotografi yang lebih fokus pada pakaian, dan aksesoris *fashion* yang dikenakan oleh model, dan bertujuan untuk membuat pakaian atau aksesoris yang dikenakan terlihat lebih bagus dan menarik.

1.6.2 *Fashion* yang dalam Bahasa Indonesia berarti Mode menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, merupakan bentuk nomina yang bermakna ragam cara atau bentuk terbaru pada suatu waktu tertentu (tata pakaian, potongan rambut, corak hiasan, dan sebagainya). Gaya dapat berubah dengan cepat. Mode yang dikenakan oleh seseorang mampu mencerminkan siapa si pengguna tersebut.

1.6.3 *Cosplay* berasal dari gabungan kata '*costume*' dan '*play*'. *Cosplay* adalah hobi mengenakan kostum dan aksesoris, dilengkapi dengan *make-up* yang sama seperti yang dikenakan oleh karakter *anime*, film kartun, *manga*

(komik buatan Jepang), komik, karakter *game*, bahkan hingga para penyanyi idola.

1.6.4 *Anime* merupakan sebutan lain untuk film kartun buatan Jepang. Kata *Anime* sendiri berasal dari kata *Animation*, yang mana orang Jepang sendiri melafalkannya menjadi *Animeshon*. Kemudian disingkat menjadi *Anime*. Sebutan *Anime* ini sendiri sebenarnya hanyalah singkatan kata, yang disesuaikan dengan pelafalan Jepang, dan tidak bermaksud dikhususkan untuk film kartun Jepang saja. Namun kini, sebutan *Anime* telah digunakan oleh sebagian besar orang untuk menyebutkan film kartun buatan Jepang. Secara tidak langsung, kata *Anime* telah menjadi sebutan yang khas untuk film kartun yang berasal dari Jepang, dan ini bisa menjadi pembeda untuk membedakan film kartun buatan Jepang dan film kartun yang bukan berasal dari Jepang.

1.6.5 Industri Kreatif merupakan kelompok industri yang terdiri dari berbagai jenis industri yang masing-masing memiliki keterkaitan dalam proses pengeksploitasian ide atau kekayaan intelektual (*intellectual property*) menjadi nilai ekonomi tinggi yang dapat menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan.

## **1.7 Metode Perancangan**

### **1.7.1 Metode Pengumpulan Data**

#### **1.7.1.1 Data Primer**

Sumber data primer dapat diperoleh dari subjek penelitian, baik perorangan atau organisasi yang terkait. Dalam hal ini, organisasi yang dimaksud adalah seperti :LDC(*Loving Dog Community*) yang biasanya sering mengadakan *event-event* seperti *gathering*.

Data primer dapat diperoleh melalui :

- Observasi

Melakukan penelitian secara langsung mengenai data-data yang dibutuhkan, seperti jenis dan karakter, serta kebiasaan dari masing-masing hewan tersebut.

- Wawancara

Dilakukan juga wawancara lisan terhadap para pemilik hewan-hewan anjing dan kucing, mengenai jenis, karakter atau kepribadian dari masing-masing hewan. Selain itu juga dilakukan wawancara secara langsung terhadap subjek yang bersangkutan. Dalam hal ini adalah melakukan survey terhadap masyarakat, khususnya anak-anak kelahiran tahun 90-an, tentang *anime* yang populer dan mereka sukai pada jaman itu.

#### **1.7.1.2 Data Sekunder**

Data sekunder dapat diperoleh dengan cara studi pustaka, yang berhubungan dengan *anime* yang pernah tayang di televisi lokal dan populer pada tahun 90-an. Data sekunder dapat diperoleh melalui :

- Metode Kepustakaan

Mencari informasi yang berhubungan dengan masalah yang ingin diangkat melalui media cetak, seperti buku, koran, majalah, tabloid, dan lain sebagainya

- Media Internet

Mencari informasi yang berhubungan dengan hal yang ingin diangkat, melalui media internet.

#### **1.7.2 Alat Pengumpul Data**

Wawancara : kertas, buku catatan, dan bolpoin

Internet : *Laptop*, sambungan internet (*Wi-Fi / modem*)

#### **1.8 Metode Analisis Data**

Di dalam perancangan ini, metode analisis yang digunakan adalah metode kualitatif, dan juga menggunakan *5WIH* yang mencakup : *What, Who, Where, When, Why, dan How*.

## A. Metode Kualitatif

Metode kualitatif merupakan sebuah metode yang memerlukan berbagai fakta dan fenomena sosial yang didapatkan melalui penelitian langsung di lapangan. Kemudian diperlukan analisa dan penelitian berdasarkan fakta dan fenomena sosial yang diamati tersebut. Sementara itu, strategi dari penelitian kualitatif adalah banyak dilakukan penelitian dan mengumpulkan informasi, dengan cara menggali lebih dalam tentang fakta dan fenomena sosial yang tengah diteliti. Melalui metode kualitatif ini, diharapkan mampu memperoleh jawaban bagi permasalahan yang telah ada dan bisa menjadi jalan keluar bagi permasalahan tersebut. (Sumber : *Metodologi Riset; Drs. Marzuki, 1977 dan materi perkuliahan Metodologi Penelitian bapak Andrian Dektisa H, S.Sn, M.Si, tahun 2012*)

## B. 5W1H

Dalam aplikasinya, *5W1H* meliputi :

*What* : Konsep perancangan fotografi apa yang dibuat?

*Who* : Siapa sasaran fotografi *cosplay pet* ini?

*Where* : Dimana fotografi *cosplay pet* ini dilakukan?

*When* : Kapan proses fotografi *cosplay pet* ini dilaksanakan?

*Why* : Mengapa proses perancangan fotografi *cosplay pet* ini dilaksanakan?

*How* : Bagaimana teknik dan proses membuat perancangan fotografi *cosplay pet* ini?

## 1.9 Konsep Perancangan

Dalam karya fotografi ini, akan ditampilkan anjing dan kucing dengan berbagai kostum *cosplay* dengan karakter yang berasal dari *anime* yang populer pada tahun 1990 hingga 2000-an. Dengan aksesoris dan *background* yang mendukung masing-masing model yang tengah ber-*cosplay* dengan karakter yang berbeda-beda. Kemudian untuk pembuatan kostum, mencakup pembuatan pola, proses menjahit dari nol hingga menjadi sebuah kostum, serta pembuatan aksesoris, semua dilakukan sendiri oleh penulis, dengan bantuan ibu dari penulis yang membantu dalam pengerjaan kostum.

## 1.10 Skematika Perancangan

Tabel 1.1 Skematika Perancangan

