



Perancangan *Coffee Table Book* Koleksi Busana Muslim Karya Neera Alatas

Rumbel Galingging¹, Budiman², Toni Sitompul³

^{1,2,3}Program Studi Teknologi Grafika, Sekolah Tinggi Media Komunikasi Trisakti, Jakarta, Indonesia

Article Info

Article history:

Received Januari 1, 2026
Revised Januari 10, 2026
Accepted Januari 22, 2026

Kata Kunci:

Mode,
Buku Meja Kopi,
Muslim

Keywords:

Fashion,
Coffee Table Book,
Muslim

ABSTRAK

Fashion kini telah menjadi salah satu kebutuhan primer bagi kehidupan manusia karena sifatnya telah menjadi penunjang penampilan sehari – hari dari segala kegiatan maupun aktivitas didalamnya. Perkembangan fashion di Indonesia yang membuat banyaknya keinginan yang lebih dalam hal fashion, persaingan pun mulai banyak terlihat dari banyaknya desainer-desainer baru yang ikut terjun dalam dunia fashion serta permintaan pasar yang menginginkan sesuatu hal yang baru dan modern terutama untuk fashion muslim. Munira Alatas atau yang lebih dikenal sebagai Neera Alatas adalah seorang desainer yang telah berkarya sejak 2005 yang mengusung tema busana muslim yang sukses dengan melahirkan karya – karya yang patut diacungi jempol. Beliau pernah mempersembahkan koleksi terbaiknya dalam Amsterdam Modest Fashion Week dengan mengambil tema Embun yaitu busana couture dengan gaya evening dress. Untuk lebih mengenalkan karya-karya beliau sekaligus keinginan Neera Alatas untuk mengumpulkan atau mengoleksi karya-karya beliau dalam sebuah buku yaitu coffee table book yang diharapkan dapat menjadi sebuah gagasan baru untuk menonjolkan busana muslim karya Neera Alatas berupa foto-foto dengan layout dan desain yang mewah sebagai daya tarik untuk membuat masyarakat membeli, mengenakan ataupun terinspirasi untuk membuat desain lainnya yang lebih baik lagi serta bisa menjadikan busana muslim Indonesia sebagai kiblat fashion muslim dunia.

ABSTRACT

Fashion has now become one of the primary needs for human life because it has become a supporter of the daily appearance of all activities and activities in it. The development of fashion in Indonesia that makes many more desires in terms of fashion, competition began to be seen from the many new designers who participated in the world of fashion and market demand for something new and modern, especially for Muslim fashion. Munira Alatas or better known as Neera Alatas is a designer who has been working since 2005 on the theme of successful Muslim fashion by giving birth to works that deserve a thumbs up. He once presented his best collection in Amsterdam Modest Fashion Week by taking the theme of Dew, namely couture fashion with evening dress style. To further introduce his works as well as Neera Alatas' desire to collect or collect his works in a book that is a coffee table book which is expected to be a new idea to highlight the Muslim fashion by Neera Alatas in the form of photographs with luxurious layouts and designs as an attraction to make people buy, wear or be inspired to make other designs that are even better and can make Indonesian Muslim fashion the center of world Muslim fashion.

This is an open access article under the [CC BY](#) license.



Corresponding Author:

Rumbel Galingging
Program Studi Teknologi Grafika, Sekolah Tinggi Media Komunikasi Trisakti
Jakarta, Indonesia
Email: rumbel.galingging@trisaktimultimedia.ac.id

1. PENDAHULUAN

Fashion kini telah menjadi salah satu kebutuhan primer bagi kehidupan manusia karena sifatnya yang kini menjadi penunjang penampilan sehari – hari dari segala kegiatan maupun aktivitas didalamnya. *Fashion* merupakan kombinasi atau perpaduan dari gaya atau *style* dengan desain yang cenderung dipilih, diterima, digemari dan digunakan oleh mayoritas masyarakat yang akan memberi kenyamanan dan membuat penampilan lebih baik pada satu waktu tertentu. Dengan kata lain *fashion* juga bisa diartikan sebagai budaya berpakaian. *Fashion* atau gaya berpakaian sudah ada sejak dahulu kala dan berkembang baik mengikuti zaman. *Fashion* bisa berubah-ubah sesuai dengan kreativitas masyarakatnya oleh karena itu tren *fashion* di zaman dahulu berkemungkinan tinggi bisa menjadi tren lagi di zaman sekarang. Dalam buku “Pesan, Tanda dan Makna”, Dr. Marcel Danesi sang penulis menggambarkan sejarah mengenai *fashion*. Berdasarkan penelitiannya, *fashion* adalah hak golongan kaya. Menurutnya, hanya para individu yang kaya dan berkuasa yang memerhatikan gaya berpakaian mereka [1]. Di Indonesia sendiri pertama kali muncul *fashion* yakni kebaya dan kain-kain tenun atau batik tradisional sebagai salah satu pakaian adat nasional yang telah digunakan dari zaman nenek moyang. Kebaya serta kain-kain tenun dan batik khas dari berbagai daerah saat ini dikenakan oleh semua kalangan, baik wanita bangsawan maupun rakyat biasa, tua maupun muda dan dipakai sebagai busana sehari-hari maupun ketika ada acara serta tidak terbatas dengan suku atau budaya tertentu. Bukan hanya sekadar pakaian biasa, busana ini menyimpan makna

khusus dan memiliki nilai-nilai kehidupan, semakin berkembangnya zaman, penggunaan hijab kini semakin mendapat penerimaan luas di tengah masyarakat. Dalam waktu relatif singkat, hijab berkembang menjadi tren populer di kalangan muslimah. Seiring pesatnya industri di Indonesia, hijab hadir dengan berbagai pilihan model dan warna tanpa meninggalkan ketentuan syarat Islam. Saat ini, hijab tidak hanya berfungsi sebagai penutup aurat tetapi juga telah menjadi bagian bagian dari gaya hidup banyak perempuan muslim di Indonesia pada tahun 2020 Indonesia menempati peringkat ketiga terbesar di dunia setelah Bangladesh dan Turki. Pada tahun 2020, Indonesia diproyeksikan menjadi pusat industri busana muslim dunia. Menurut sumber [2] desain komunikasi visual merupakan disiplin ilmu yang berdiri sebagai bidang ilmu spesialisasi tersendiri. Desain komunikasi visual lebih berfokus pada aspek penyampaian pesan, sementara desain grafis lebih menitikberatkan pada unsur grafisnya. Desain juga digolongkan sebagai *comercial art* karena menggabungkan seni rupa (*visual art*) dengan kemampuan komunikasi yang ditujukan untuk kepentingan bisnis, dimana kreatifitas seni tersebut tetap diatasi oleh *design brief* yang ditetapkan oleh klien. Seiring berkembangnya jaman dan peradaban, desain komunikasi visual menurut [3] terdapat tiga fungsi dasar, yaitu : Sarana Identifikasi, Sarana Informasi dan Instruksi serta Sarana Presentasi dan Promos. *Graphic* atau Grafis dalam bahasa Indonesia, berasal dari bahasa Yunani *Graphein* yang berarti menulis atau menggambar. Sementara itu, istilah Seni Grafis yaitu uk kegiatan, seperti menggambar, melukis, dan fotografi. Secara spesifik, cakupan tadi terbatas pada karya yang dicetak atau karya seni yang dibuat untuk seni gambar dalam dua dimensi pada umumnya mencakup beberapa bent diperbanyak melalui proses cetak. Untuk menghasilkan sebuah tampilan visual yang efektif, terdapat sejumlah unsur penting yang perlu diperhatikan yaitu Titik, Garis, Bidang, Ruang, Warna dan, Tekstur [4].

Dalam desain komunikasi visual, garis dapat diartikan lebih luas. Secara semiotika rangkaian huruf atau teks juga dapat dimaknai sebagai garis. Teks yang disusun dengan arah vertikal, diagonal, lengkung dan melingkar, selain dapat dibaca isinya dapat pula dirasakan citra visualnya. Warna juga dapat diidentifikasi secara objektif fisik sebagai sifat cahaya yang dipancarkan atau secara subyektif psikologis sebagai bagian dari pengalaman indra penglihatan. Tidak ada yang bisa menciptakan sebuah mood secara lebih cepat kecuali sebuah warna [5]. Berdasarkan pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa warna memiliki dimensi psikologis karena pemilihannya mampu mempengaruhi suasana hati seseorang, sebuah desain terpadu apabila seluruh unsur didalamnya terlihat selaras, dengan adanya kesatuan antara ema, tipografi, ilustrasi, maupun foto. dimana pemilihan warna. [6]. terdapat beberapa cara yang dapat digunakan untuk mencapai kesatuan pada pembuatan majalah atau buku atau media lainnya, tak hanya itu, dalam tipografi juga merupakan sebuah kajian yang memperelajari keilmuan yang meliputi tentang sejarah, sosiologi dan keragaman seni dalam huruf. sesuai dengan fungsi-fungsi tipografi pada umumnya, yaitu penyampaian informasi harus nyaman dibaca dengan segala kriterianya (*legible, readable, dan lain-lain*).

Menurut [7] secara etimologi, *fashion* berasal dari Bahasa Latin "*factio*", yang berarti "melakukan". Bahasa Latin tersebut diserap kedalam Bahasa Inggris menjadi "*fashion*" yang kemudian secara sederhana diartikan sebagai gaya pakaian yang populer dalam suatu budaya. Definisi *fashion* menurut [8] adalah "*prevailing custom; that which is considered must to be admired and imitated during a period at a place.*" *Fashion* memiliki arti "*style that is popular at a particular time, especially in clothes, hair, make-up, etc.*" [9].

Menurut [10] *fashion* memiliki pengertian ragam cara atau bentuk (gaya busana, potongan rambut, corak, dan sebagainya) terbaru dalam kurun waktu tertentu. Oleh karena itu, *fashion* dapat berganti dan berubah dengan cepat seiring berjalannya waktu.

Buku adalah kumpulan kertas atau bahan sejenis yang disatukan melalui penjilidan pada salah satu sisinya dan memuat teks maupun gambar. Buku juga dapat diartikan sebagai kumpulan lembaran yang terikat, yang isinya bisa berupa tulisan atau halaman kosong dan sering pula disebut sebagai kitab. Dalam salah satu karyanya pengamat budaya Arswendo Atmowiloto menyatakan bahwa cergam merupakan bentuk komik yang disajikan melalui rangkaian gambar yang disertai dengan narasi. Menurut kamus bahasa Inggris Cambridge. *Coffee Table Book* adalah sebuah buku yang lebar, tebal, dan berat yang kemungkinan besar tak muat di rak buku standar, yang dimaksudkan untuk dilihat bukan dibaca. Buku-buku yang dicetak secara mewah itu umumnya berupa catalog lukisan, foto, benda-benda antik, atau sejarah yang berisi gambar-gambar cantik. *Coffee table book* berbeda dari buku biasa karena ukurannya dan kemewahannya serta cenderung menyajikan materi yang bersifat tidak lekang oleh waktu. Fotografi menurut asal katanya berasal dari bahasa Yunani, yaitu *Photos* yang berarti cahaya dan *Graphos* yang berarti melukis, artinya fotografi adalah kegiatan "melukis dengan cahaya". Secara umum, dikenal sebagai metode untuk menghasilkan gambar dari suatu objek dengan cara merekam pantulan cahaya dari objek tersebut menggunakan medium yang peka terhadap cahaya [11].

Fotografi lebih dari sekedar sebuah saran ide komunikasi faktual. Fotografi adalah sebuah seni kreatif. Fotografi sebagai media berekspreasi dan komunikasi yang kuat, menawarkan berbagai persepsi, interpretasi dan eksekusi yang tak terbatas [12]. Foto menjadi bagian dari realitas yang dikenal dan dihayati oleh kita, karena realitas memang tampil kepada

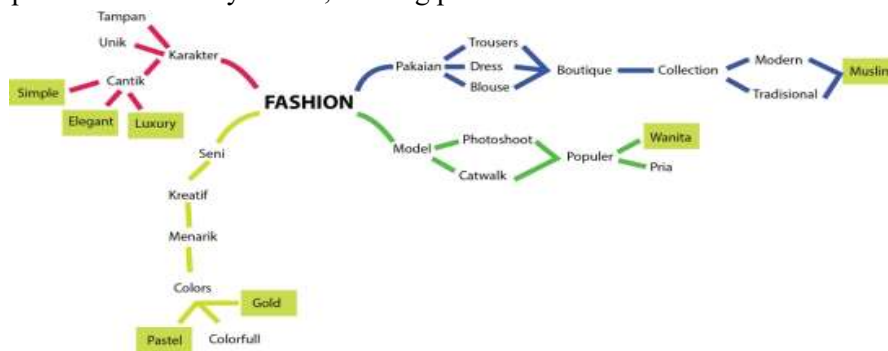
manusia sebagai representasi. Fotografi menurut para ahli memberikan pengertian bahwa media foto adalah salah satu media komunikasi, yakni media yang bisa digunakan untuk menyampaikan pesan/ide kepada orang lain. Media foto atau istilahkan dengan fotografi merupakan sebuah media yang bisa digunakan untuk mendokumentasikan suatu momen atau peristiwa penting. Kata dari fotografi berasal dari dua istilah Yunani: *photo* dari *phos* (cahaya) dan *graphy* dari *graphe* (tulisan atau gambar) [13]. Dalam buku *Jurnalistik Foto*, mengutip dari Sudjojo bahwa fotografi sebagai teknik adalah mengetahui cara-cara memotret dengan benar, mengetahui cara-cara mengatur pencahayaan, mengetahui cara-cara pengolahan gambar yang benar, dan semua yang berkaitan dengan fotografi sendiri.

2. METODE

Neera Alatas adalah sebuah brand Deluxe Ready to Wear merupakan busana muslim dengan kategori Modest Modern, bisa dipakai oleh wanita yang berhijab maupun tidak, Neera Alatas brand memiliki tagline “Karena wanita sangat berharga” yang menjelaskan bahwa setiap wanita berhak dan pantas untuk dihargai, berhak untuk tampil cantik, dimanja dan dikagumi. Dengan siluet gaun atau dress yang anggun detail payet swaroszky yang cantik disetiap koleksinya. Dibuat dengan hati karena setiap desain tidak diproduksi massal, menjaga keekklusifan dan personal disetiap design, sesuai dengan tagline, “ Karena wanita sangat berharga “

1. Mind Mapping

Mind mapping merupakan metode alternatif dalam mencatat dan mengembangkan ide atau gagasan . Teknik ini dipopulerkan oleh Tony Buzan, seorang penulis dan tokoh televisi ternama asal Inggris.



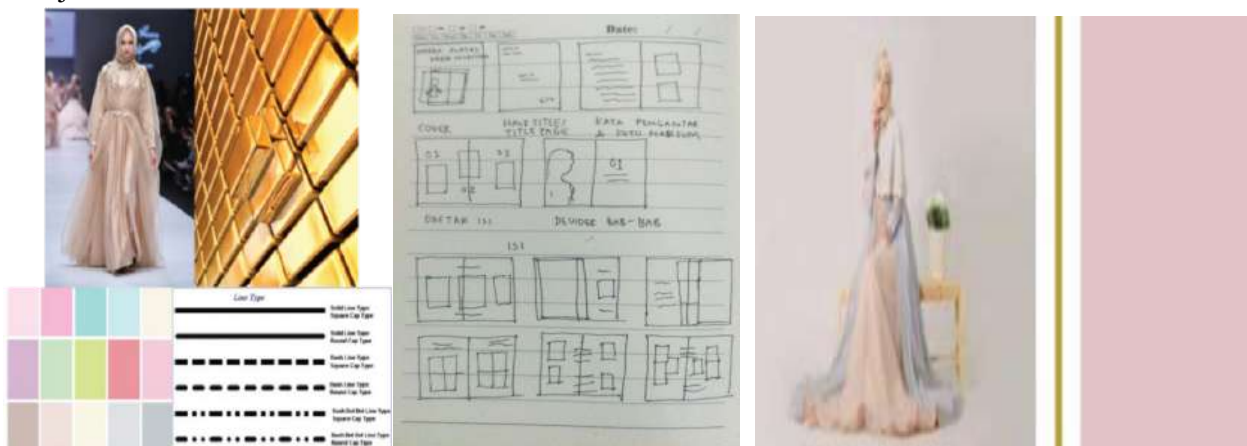
Gambar 1. Mind Mapping

2. Keyword

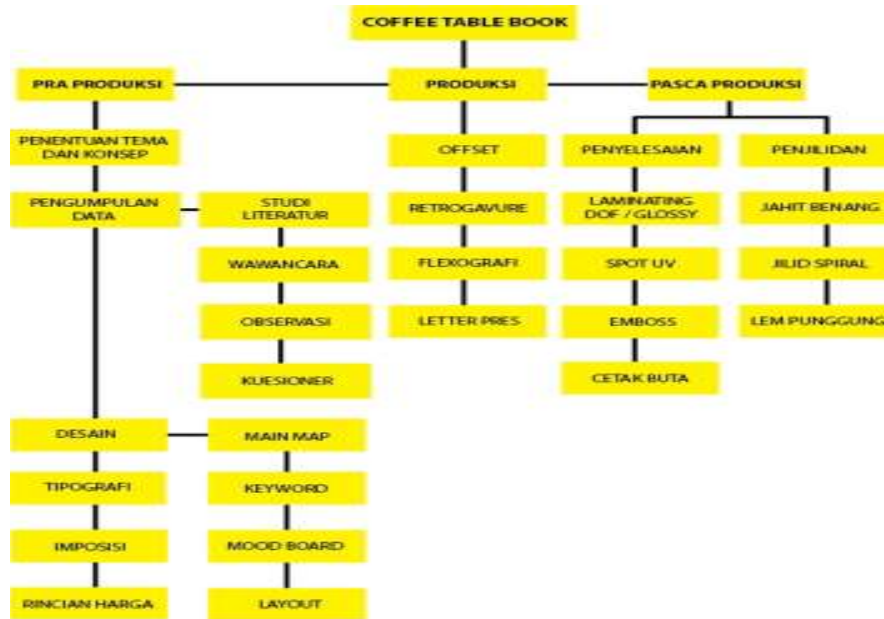
Keyword merupakan kata kunci yang diperoleh setelah melakukan brainstorming yaitu pembuatan mind mapping. Kata kunci yang diambil untuk membuat konsep coffee table book adalah wanita, muslim, pastel, elegan, luxury, gold dan simple

3. Moodboard

Moodboard merupakan alat bantu dalam proses perancangan yang berpungsi menampilkan gambaran suasana pilihan warna, serta tema, sehingga dapat memberikan bayangan mengenai hasil desain yang akan diwujudkan.



Gambar 2. Moodboard, Sketsa dan Key Visual



Gambar 3. Skema Alur Proses Produksi

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Konsep Perancangan

Pada ide gagasan perancangan coffee table book yang berjudul Dress Collection Neera Alat ini adalah untuk menunjukkan koleksi – koleksi busana yang telah dibuat narasumber dengan brand Neera Alat. Melalui konsep ini bertujuan menyampaikan pesan kepada pembaca bahwa Neera Alat merupakan sebuah brand yang memiliki kualitas premium dalam membuat setiap rancangannya serta cantik dan elegan menunjukkan sisi feminim kepada penikmat atau pemakainya. Dalam pembuatan buku ini pun akan di cetak dengan kualitas kertas premium layaknya buku mewah yang akan menarik minat orang-orang dengan desain yang cantik pula. Berikut spesifikasi coffee table book yang akan di cetak sebagai berikut:

Jumlah halaman: 52 halaman

Ukuran : 17,5 x 24 cm

Bahan isi : Premium Luster 230 gsm

Bahan cover : Hardcover dan soft cover

Warna cetak cover : Gold, putih, merah muda pastel

Warna isi : Gold, putih, merah muda pastel, biru pastel, hitam, coklat pastel, biru

Sistem jilid : Jahit benang dan lem punggung

Printing type : Digital printing

3.2 Konsep Verbal

Konsep verbal pada perancangan ini mengacu pada konsep dasar perancangan media utama yaitu perancangan coffee table book dengan pesan yang diungkapkan dalam penggambaran sebuah desain. Konsep verbal yang digunakan adalah tagline. Tagline merupakan senjata andalan dunia bisnis untuk menarik perhatian publik. Bukan hanya mengedepankan makna namun juga mengadaptasi bahasa iklan untuk menarik minat publik dan kemudian meraih rasa penasaran. Rasa ingin tahu ini yang kemudian berbuah menjadi daya beli untuk produk-produk tersebut. Tagline yang digunakan pada brand serta perancangan buku ini adalah Karena wanita sangat berharga. Hal ini dimaksudkan brand Neera Alat merupakan sebuah brand yang ingin menunjukkan bahwa setiap wanita berhak dan pantas untuk dihargai, tampil cantik, dan kagumi serta spesial yang tertuang dalam desain busana serta buku yang dibuat.

3.3 Konsep Visual

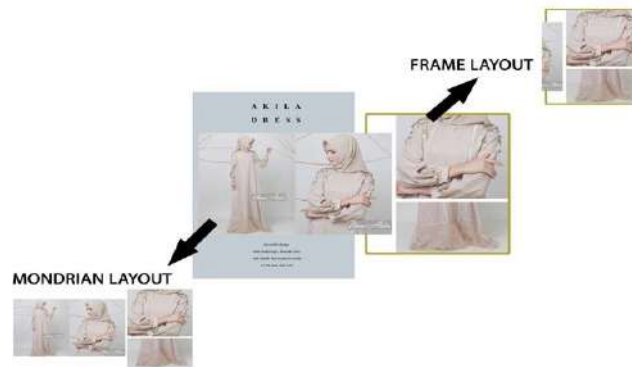
3.3.1 Tata letak (Layout)

Layout merupakan elemen akhir yang sangat penting dalam sebuah desain, karena perancang dituntut untuk mampu mengelola ruang kosong pada suatu bidang agar menjadi media visual yang bisa dibaca kosong menjadi elemen yang terakhir dan sangat penting, dimana kita dituntut untuk bisa mengolah ruang kosong pada suatu bidang untuk dijadikan media visual yang mudah dibaca dan nyaman dipandang. Tata letak yang baik akan mencegah pembaca cepat merasa lelah pada saat membaca atau melihat desain yang dihasilkan. Untuk menciptakan layout yang efektif dan tepat, terdapat beberapa faktor yang perlu diperhatikan, yaitu keseimbangan, kesatuan, irama, dan penekanan. Untuk tata letak pada coffee table book ini dibuat sederhana tidak banyak menggunakan pernik karena tema yang diambil adalah elegan, lembut, dan feminine. Pada bagian cover dibuat garis berwarna gold yang melingkari foto untuk menonjolkan foto tersebut dan membuat kesan elegan di padukan dengan background putih polos yang diberi kotak pergegi panjang berwarna merah muda untuk memberikan kesan lembut dengan warna pastel serta judul yang diletakkan di bagian atas berwarna gold agar lebih terlihat tegas, jelas dan luxury dengan pemilihan warna gold dan tidak menggunakan banyak desain dan tata letak yang rumit. Jenis layout yang diterapkan adalah Mandrian layout yaitu tata letak yang disusun berdasarkan bidang-bidang geometris dengan pembagian ruang yang tegas dan terstruktur. Pada jenis ini, setiap bidang akan sejajar dengan ruang yang berisi konten informasi atau gambar untuk membentuk komposisi yang konseptual. Serta frame layout yaitu suatu tampilan media informasi dimana border/bingkai/frame-nya membentuk suatu cerita. Hal ini di karenakan pada desain buku ini lebih di tonjolkan untuk tampilan gambarnya karena sumber informasi yang akan disajikan kepada penikmat yaitu mengenai detail dari pada desain busana itu sendiri.

3.4 Tipografi

Tipografi adalah seni menyusun huruf - huruf sehingga dapat dibaca tetapi masih mempunyai nilai desain. Tipografi digunakan sebagai metode untuk menerjemahkan kata-kata (lisan) ke dalam bentuk tulisan (visual). Fungsi bahasa visual ini adalah untuk mengkomunikasikan ide, cerita dan informasi melalui segala bentuk media. Pada perancangan buku ini banyak menggunakan tulisan tegas yang menggambarkan kekuatan pada karya yang ingin di tonjolkan serta menyeimbangkan dengan warna yang lembut dan hangat yang di gunakan pada desain buku ini.

Tipografi pada coffee table book ini menggunakan 3 font yaitu; Impact, Pristina dan Times New Roman. Untuk Impact dan Pristina digunakan untuk pembuatan cover Impact dibuat dengan ukuran lebih besar dari font pristine karena font impact menunjukkan brand tersebut dan dipilih font impact karena font ini bergaris lembut tapi tegas untuk menunjukkan konsep pada coffee table book ini yang ingin dibuat lembut tapi tetap kelihatan tegas dan elegan. Untuk font pristine digunakan untuk menunjukkan tema dari buku ini yang menampilkan koleksi dari brand tersebut, tulisan dibuat lebih kecil dari font impact dan dipilih font pristine karena ingin menunjukkan cantik atau indah yang feminine. Untuk font times new roman digunakan pada bagian isi untuk menunjukkan sisi tegas dan elegan karena pada bagian isi dibuat desain yang sangat simple jadi tulisannya dibuat menonjol dan dibuat dengan spasi yang lebih besar agar memberikan kesan elegan pada desain isinya.



Gambar 4. Frame layout & Mondrian layout

3.5 Warna

Warna yang digunakan pada desain ini adalah warna-warna pastel, gold dan warna putih karena menyesuaikan dengan tema setiap foto yang di gunakan dan untuk memberikan kesan lembut atau feminine namun tetap elegan.



Gambar 5. Warna

3.6 Fotografi

Pada desain coffee table book ini menggunakan teknik fotografi full shot dan medium shot serta komposisi foto simetris dimana foto ini meletakkan objek dan membagi bidang foto sama rata kanan dan kiri sehingga terlihat simetris. Foto-foto yang digunakan merupakan jenis fashion fotografi. Yakni menekankan keindahan desain pakaian seperti baju dengan aneka motif maupun aksesoris fashion lainnya menjadi titik fokus utama dalam fashion photography. Memang tak bisa dipungkiri, peran model menjadi signifikan dalam fashion photography yang membuatnya sering dicampur adukkan dengan portrait photography. Keduanya bisa saja hadir dalam waktu yang bersamaan karena sama-sama menampilkan orang. Namun, dalam fashion photography yang menjadi penekanan adalah desain pakaian agar orang yang melihatnya tertarik untuk membeli.



Gambar 6. Teknik Fotografi



Gambar 7. Coffee Table Book

3.7 Visualisasi Desain

3.7.1 Media Utama

Dalam perancangan karya ini menyajikan coffee table book yang berjudul Neera Alatas Dress Collection sebagai media utama yang digunakan.

3.8 Media Pendukung

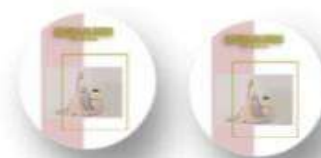
Berikut merupakan macam – macam media pendukung yang dirancang guna meningkatkan promosi kepada khalayak, antara lain :



1. Notebook softcover
2. Bahan Cover art karton
3. Bahan isi HVS
4. Jilid panas/perfect binding



1. Bahan Acrylic Clear 3mm
2. Tinta UV 3 Layer (bukan stiker tempel)
3. Persegi ukuran 5cm x 5cm
4. Ukuran diameter 5 cm



1. Sticker Vinyl warna dasar putih
2. Permukaan bahan glossy
3. Diameter 4 cm x 4 cm

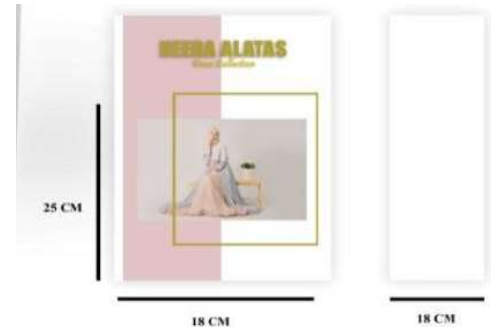


1. Bahan splendorgel
2. Bahan art paper



1. Ukuran 4 cm x 15 cm
2. Tali kur

Bagian Depan &
Bagian Belakang



Samping



Ukuran 8 cm x 20 cm

4. KESIMPULAN

Neera Alatas adalah sebuah brand yang dibangun oleh seorang desainer busana muslim bernama Munira Alatas. Karya-karya Neera Alatas pun sangat berpotensi mendunia dan dapat dikenal banyak orang. Untuk itu penting adanya sebuah wadah yang merangkum hal-hal menakjubkan untuk memperkenalkan karya-karya Neera Alatas ini dengan pendekatan media cetak (Coffee Table Book) yang dibuat dengan desain yang menyesuaikan tema dari brand Neera Alatas itu sendiri yakni feminine, kuat dan mewah. Dengan hadirnya Coffee Table Book beserta beragam media promosi pendukung, masyarakat khususnya generasi muda dapat lebih mudah menikmati dan mengenal koleksi-koleksi yang menarik karya Neera Alatas sehingga bisa lebih banyak yang mengenal sosok Neera Alatas dan menginspirasi orang-orang yang juga tertarik dalam bidang fashion designer.

REFERENSI

- [1] Danesi, Marcel. 2004. Pesan, Tanda, Makna: Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi. Yogyakarta: Jalasutra.
- [2] Sanyoto, Sadjiman, Drs. (2006) Dasar-Dasar Tata Rupa dan Desain. Yogyakarta
- [3] Cenadi, Christine Suharto. (1999). Corporate Identity, Sejarah dan Aplikasinya. Makalah –Jurusan Desain Komunikasi Visual. Universitas Kristen Petra. Jakarta.
- [4] Kusrianto, A. 2007. Pengantar Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: Andi Offset. Cenadi,
- [5] Sutton, and Whelan. 2004. The complete Color Harmony. United States of America: Rockport Published, Inc.
- [6] S, Lia Angraini & Nathalia, Kirana. (2020). Desain Komunikasi Visual, Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula. Bandung:
- [7] Barnard, Malcolm. 2007. Fashion sebagai komunikasi. Yogyakarta: Jalasutra.
- [8] Oxford Advanced Learner's Dictionary. 1995. Great Britain: Oxford University Press
- [9] Cambridge International Dictionary of English: Cambridge University Press

- [10] Kamus Besar Bahasa Indonesia: Balai Pustaka
- [11] Nardi, Leo, Penunjang Pengetahuan Fotografi, Fotina Fotografika, Bandung, 1989. Ajidarma, Seno Gumira. 2003. Kisah Mata: Fotografi Antara Dua Subyek Perbincangan Tentang Anda. Yogyakarta: Galangpress Group.
- [12] Adams, Ansel. (1994). Photographs of the Southwest: New York: New York Graphic Society.
- [13] Bull, Stephen. (2010). "Photography: Routledge Introductions to Media and Communication." London : RoutledgeMarcus, Sudjojo. (2010). "Tak-Tik Fotografi" Jakarta: Bukune.