

## **BAB IV**

### **KONSEP DAN PERANCANGAN**

Pada bab IV ini akan dijelaskan mengenai konsep dan perancangan yang digunakan dalam proyek tugas akhir Penciptaan Buku Panduan Wisata Religi Islam dengan Pendekatan Kearifan Lokal Budaya sebagai Destinasi Pariwisata Kota Surabaya.

#### **4.1 Hasil dan Analisis Data**

##### **4.1.1 Lokasi Penelitian**

Pemilihan lokasi penelitian dilakukan di kota Surabaya, yang didasarkan pada pertimbangan sebagai berikut:

1. Pengamatan dan penelitian dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengetahuan masyarakat kota Surabaya tentang destinasi wisata religi Islam.
2. Destinasi wisata religi Islam yang banyak dikunjungi atau yang paling diminati oleh masyarakat kota Surabaya.
3. Mengetahui tentang sejarah dan kearifan lokal budaya dari destinasi wisata religi Islam sebagai landasan penentuan konsep buku panduan.
4. Tebatasnya media buku panduan yang membahas tentang destinasi wisata religi Islam sehingga kurang dikenal oleh masyarakat kota Surabaya.
5. Belum banyak dilakukannya penelitian mengenai destinasi wisata religi Islam di Surabaya terutama penciptaan buku panduan sebagai buku pedoman atau media informasi.

#### 4.1.2 Hasil Dokumentasi

Hasil dokumentasi yang telah diperoleh dari objek penelitian yaitu destinasi wisata religi Islam yang ada di Surabaya sebagai objek yang digunakan untuk pembuatan buku panduan dalam memvisualkan suatu destinasi dalam sebuah gambar. Berikut beberapa foto beserta penjelasan yang diambil oleh peneliti.

##### 1. Masjid Rachmatullah Kembang Kuning Surabaya



Gambar 4.1 Masjid Rachmatullah Kembang Kuning Surabaya  
Sumber: Olahan dari Peneliti, 2015

Masjid ini merupakan masjid tertua yang dibangun pertama kali oleh Sunan Ampel pada abad ke 15 yang letaknya berada di kawasan kembang kuning Surabaya. Dikisahkan dalam perjalanannya menuju Denta Ampel beliau singgah terlebih dahulu ke kawasan kembang kuning dengan membangun masjid dan meyebarkan dakwah Islam kepada masyarakat sekitar. Nama masjid ini diambil dari nama pendirinya yaitu Sunan Ampel sendiri yang bernama asli Raden Rachmatullah. Sehingga masjid ini mendapat sebutan masjid Rachmatullah

sedangkan Kembang Kuning berasal dari nama kawasan tempat masjid itu berdiri yaitu di kawasan Kembang Kuning.

## 2. Masjid Jami' Peneleh Surabaya



Gambar 4.2 Masjid Jami' Peneleh Surabaya  
Sumber: Hasil Olahan dari Peneliti, 2015

Masjid Jami' merupakan masih tertua kedua yang dibangun oleh Sunan Ampel pada abad ke 15 yaitu sekitar tahun 1421, yang terletak di kawasan Peneleh Surabaya pada waktu itu setelah membangun masjid dan menyebarkan dakwah Agama Islam di Kembang Kuning Surabaya, kemudian Sunan Ampel melanjutkan perjalanannya singgah di kawasan Peneleh dan mendirikan masjid Jami'.

Bangunan masjid ini memiliki sepuluh tiang penyangga dari kayu jati. Seluruh langit-langitnya juga dari kayu jati. Langit-langitnya berhias huruf Arab, berisi nama empat sahabat Nabi Muhammad (swa), yakni Abu Bakar Ash Shidiq, Umar bin Khatab, Usman bin Affan dan Ali bin Abi Thalib. Tembok masjid dikelilingi 25 ventilasi dan lima daun jendela. Di masing-masing ventilasi tersebut

terdapat hiasan aksara Arab berupa nama-nama 25 nabi. Masjid dengan gaya *Arsitektur* kuno yang berdiri kokoh hingga saat masih sangat terjaga keaslian bangunannya.

### 3. Masjid Ampel Surabaya



Gambar 4.3 Masjid Ampel Surabaya  
Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2015

Masjid ini didirikan oleh Sunan Ampel pada tahun 1870-1872. Masjid ini merupakan masjid ketiga yang dibangun oleh Sunan Ampel ketika melakukan dakwah dan syiar dalam menyebarkan Agama Islam yang letaknya berada di Denta Ampel kota Surabaya, saat ini kawasan ini menjadi Landmark kampung Arab karena mayoritas banyak dihuni oleh orang Arab yang sudah tinggal dan menetap di Surabaya.

Bangunan Masjid Agung Sunan Ampel ini memiliki gaya *Arsitektural* perpaduan antara Jawa kuno dan Arab. Keunikan pada bangunan ini adalah terdapat enam belas tiang penyangga yang terbuat dari kayu jati dengan panjang

17 meter tanpa sambungan. Arti dari 17 tiang peyangga ini menunjukkan 17 ra'kaat shalat dalam sehari. Selain itu masjid ini memiliki 48 pintu hingga saat ini masih dipertahankan sesuai aslinya yang memiliki diameter 1,5 meter dan tinggi 2 meter. Menara setinggi 50 meter dan Kubah berbentuk pendopo Jawa sebagai lambang kerajaan Majapahit menjadi ciri khas dari masjid ini yang pada waktu itu berdirinya masjid pada masa kejayaan kerajaan Majapahit.

#### 4. Masjid/Makam Mbah Bungkul Surabaya



Gambar 4.4 Masjid Mbah Bungkul Surabaya  
Sumber: Hasil Olahan dari Peneliti, 2015

Menurut sejarah Mbah bungkul bernama asli Ki Supo berasal dari kerajaan Malaka, pada sekitar abad ke 15 beliau datang ke tanah Jawa kemudian menetap di Kerajaan Majapahit yang masih berada dalam kekuasaan Raja Brawijaya. Karena keahliannya dalam membuat pusaka Raja Majapahit mengangkatnya sebagai tukang pembuat pusaka kerajaan. Dalam perkembangannya posisi beliau dikerajaan Majapahit setara dengan seorang menteri bagian persenjataan kerajaan.

Pada masa itu Mbah Bungkul tinggal dan menetap di kawasan bungkul dulunya kawasan bungkul ini bukanlah sebuah kampung. Keberadaan Mbah

Bungkul di kawasan ini dalam rangka menyepi atau uzlah untuk penyempurnaan jiwa atau istilah lainnya dalam pesantren adalah Tirakatan.

Dikisahkan pula pada masa itu Sunan Ampel singgah ke kawasan bungkul sebelum menuju ke kawasan Ampel Denta dan bertemu dengan Mbah Bungkul. Dulunya Mbah Bungkul memeluk agama Hindu setelah bertemu dengan Sunan Ampel kemudian berganti memeluk agama Islam dan diberi nama menjadi Ki Ageng Mahmudin. Setelah memeluk agama Islam kemudian beliau membantu Sunan Ampel dalam menyebarkan dakwah dan syiar Islam di tanah Jawa. Hingga akhir hidupnya Mbah bungkul menetap di kawasan ini pada akhirnya dikenal dengan sebutan Mbah Bungkul.

#### 5. Masjid Chenghoo Surabaya



Gambar 4.5 Masjid Chenghoo Surabaya  
Sumber: Hasil Olahan dari Peneliti, 2015

Masjid Muhammad Cheng Ho dibangun atas gagasan H. M. Y. Bambang Sujanto Pembina Imam Tauhid Islam (PITI) dan tokoh masyarakat China di Surabaya. Masjid ini diresmikan Menteri Agama Republik Indonesia saat itu Prof.



Dr. Said Agil Husain Al-Munawar, MA. tanggal 28 Mei 2003. Didirikan diatas tanah seluas 21 x 11 meter persegi, luas bangunan utama 11 x 9 meter persegi, mengikuti panjang dan lebar Ka'bah saat pertama kali dibangun oleh Nabi Ibrahim As yang berukuran 11 meter.

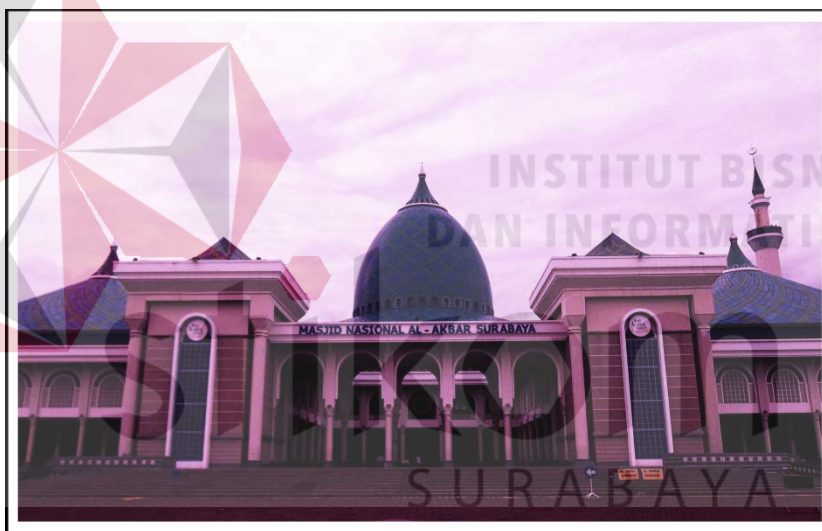
Angka 9 melambangkan Wali Songo, serta angka 8 melambangkan *Pat Kwa* yaitu angka keberuntungan dalam budaya Tionghoa. Anak tangga di bagian serambi masjid berjumlah 5, *representasi* rukun Islam. Sedangkan anak tangga di bagian dalam masjid berjumlah 6, *representasi* rukun iman. Ruangan yang dipergunakan oleh imam untuk memimpin sholat dan khotbah didesain seperti pintu gereja untuk menunjukkan perpaduan *arsitektur* dan penghormatan perbedaan agama. Masjid ini dibangun dengan konsep tanpa pintu sebagai simbol keterbukaan. Seakan memberi pesan bahwa siapa pun, dari etnis apapun, berhak menggunakan masjid ini untuk beribadah.

Masjid Chengho merupakan masjid terbesar pertama di Indonesia yang menggunakan nama muslim Tionghoa. Bangunannya bernuansa etnik dan antik cukup menonjol dibandingkan bentuk masjid lain pada umumnya di Indonesia dengan arsitektur perpaduan antara unsur budaya China dan budaya Islam. Masjid ini dibangun sebagai bentuk penghormatan kepada Laksama Cheng Ho yang telah berjasa dalam misi politik perdamaian bahari, perdagangan, *alkurasi* budaya. Menurut Catatan Sejarah Cheng Ho datang ke Surabaya pada abad ke-15, karena masa itu Surabaya merupakan pelabuhan penting. Tujuan ekspedisi Cheng Ho selain adalah memperkenalkan dan menguatkan kebesaran Dinasti Ming ke seluruh dunia juga untuk menyebarkan agama Islam dan memberi dukungan bagi imigran Tionghoa agar menjalin hubungan akrab dengan penduduk setempat. Itu

dikarenakan banyak pedagang asal Tiongkok yang beragama Islam bermukim di wilayah pantai utara Jawa.

Dalam dakwahnya, Cheng Ho menanamkan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari masyarakat yang dikunjunginya. Cheng Ho sangat menanamkan rasa persaudaraan pada setiap daerah yang dikunjunginya seperti membangun tempat peribadatan yang menunjukkan adanya *sinkretisme* antara Islam, budaya lokal, dan Tionghoa.

#### 6. Masjid Nasional Al-Akbar Surabaya



Gambar 4.6 Masjid Nasional Al-Akbar Surabaya  
Sumber: Hasil Olahan dari Peneliti, 2015

Masjid Nasional Al-Akbar dibangun pada 4 Agustus 1995 atas gagasan Walikota Surabaya saat itu yaitu H. Soenarto Soemoprawiro. Beliau yang bukan dari keluarga santri ingin meninggalkan kenangan yang bermanfaat kepada masyarakat sebagai ikon dan simbol kedamaian yang menjadi kebanggaan bagi masyarakat Surabaya.



Masjid Nasional Al-Akbar adalah masjid yang berdiri megah dan modern merupakan masjid terbesar kedua setelah Masjid Istiqlal di Jakarta. Masjid ini berdiri di lahan seluas 11,2 hektar dengan luas bangunan 28.509 meter persegi, panjang 147 meter, dan lebar 128 meter dan memiliki dua lantai yang dilengkapi dengan lift dan menara. Para pengunjung yang datang ke masjid dapat juga menikmati pemandangan kota Surabaya, Sidoarjo dan Bangkalan dari atas menara yang memiliki tinggi 99 meter. Pengunjung bisa masuk ke menara hanya dengan Rp 7.500,00

#### 4.1.3 Media Promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Surabaya



Gambar 4.7 Buku Promosi Dinas Pariwisata & Kebudayaan Surabaya  
Sumber: Dinas Pariwisata & Kebudayaan Surabaya Tahun 2014

Buku yang berjudul “ *Direktori* Pariwisata Surabaya 2014” adalah buku yang diterbitkan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Surabaya sebagai media promosi yang memuat segala informasi tentang profil kota Surabaya beserta dengan obyek dan daya tarik wisata secara keseluruhan antara lain:

1. Daya Tarik Wisata Sejarah
2. Daya Tarik Wisata Religi
3. Daya Tarik Wisata Museum & Monumen
4. Daya Tarik Wisata Belanja
5. Daya Tarik Wisata lingkungan
6. Daya Tarik Wisata Kuliner
7. Daya Tarik Wisata Taman Kota
8. Rekreasi Hiburan Umum dan Transportasi



Gambar 4.8 Isi dan *Layout*  
 Buku Promosi Dinas Pariwisata & Kebudayaan Surabaya  
 Sumber: Dinas Pariwisata & Kebudayaan Surabaya Tahun 2014

Isi pada halaman *layout* buku diatas memang memuat tentang destinasi wisata religi dari semua agama mulai dari Hindu, Budha, Kristen, dan Islam. Akan tetapi tidak memuat secara lengkap tentang destinasi wisata religi Islam seperti yang bisa kita lihat pada gambar diatas hanya memunculkan 3 destinasi wisata Islam saja yang pada umumnya dikenal oleh masyarakat Surabaya, destinasi tersebut adalah masjid Ampel, masjid Nasional Al-Akbar, dan masjid Chengho. Sedangkan di Surabaya sendiri masih banyak terdapat destinasi wisata religi Islam yang mempunyai nilai sejarah dan arti khusus yang belum banyak

diketahui masyarakat. Salah satu diantaranya masjid Rachmat Kembang Kuning, masjid Jami' Peneleh, masjid/makam MbahBungkul.

Kekuatan pada buku ini adalah penggunaan warna yang natural pada tiap *layout* halaman dan *cover*-nya yang berganti warna pada tiap halamannya membuat sangat menarik dan nyaman untuk dibaca.

#### 4.1.4 Analisis Studi Eksisting

Analisa studi *eksisting* dalam perancangan ini mengacu pada *observasi* yang dilakukan pada sekitar area wisata religi Islam, objek penelitian dan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kota Surabaya, serta kompetitornya.

##### 1. Analisis Internal

Analisis internal dilakukan pada objek penelitian dari destinasi wisata Islam di kota Surabaya.

##### a. Segmentasi dan Targeting

*Target market* atau konsumen terdapat berbagai macam yang berbeda-beda menurut kelas sosial masing-masing dan asal mereka sendiri. Oleh karena itu agar buku panduan yang akan diciptakan dapat diterima sesuai *target market*, peneliti harus menentukan dan lebih fokus terhadap *segment-segmen* tertentu yang dinilai tepat sasaran. Berikut ini adalah dasar-dasar alam yang menentukan *segmentasi*:

##### 1. Demografis

1. Usia : Dewasa dan Orangtua
2. Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
3. Siklus Hidup : Dewasa, belum menikah, sudah menikah,

tanpa anak, memiliki anak,

4. Profesi : Swasta/Wiraswasta, Berkeluarga, Peneliti
5. Penghasilan : Sekitar 3 – 5 juta
6. Pendidikan : Minimal tamat SMA sampai memperoleh gelar sarjana

## 2. Geografis

- a. Wilayah/Kota : Surabaya
- b. Negara : Indonesia
- c. Kepadatan Populasi : Urban

## 3. Psikografis

Sesuai dengan *Inventori Psikografik VALS (The Value and Lifestyle*

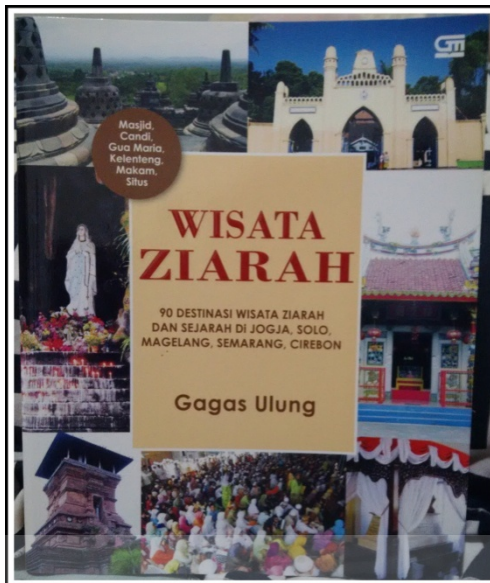
*System)* terpilih 4 kriteria:

1. *Makers*
2. *Actualiser*
3. *Experiencers*
4. *Strugglers*

## B. Positioning

Buku panduan sebagai media pedoman informasi tentang destinasi wisata religi Islam yang ada di kota Surabaya.

### C. Studi Kompetitor



Gambar 4.9 Cover Buku Panduan Wisata Ziarah di Jogja, Solo, Magelang, Semarang, dan Cirebon.

Sumber: Gagas Ulung, Wisata Ziarah, 2013

Buku ini menginformasikan tentang tempat-tempat wisata religi bagi penganut agama Buddha, Hindu, Katolik, Kristen, dan Islam yang berada di sebagian Pulau Jawa. Destinasi dari wisata religi yang tertuang didalam buku ini adalah sebagian dari tempat ibadah yang sering dikunjungi diantaranya adalah Goa Maria Kerep di Magelang, Kelenteng Sam Po Kong dan Gereja Blenduk di Semarang, Masjid Agung Demak, Masjid Kubah Mas di Depok dan beberapa tempat disekitarnya yang mempunyai makna khusus.

Untuk dapat memenuhi kebutuhan pasar, harus mempelajari konten, *layout* dan penulisan sebuah karya buku panduan yang akan digunakan. Mulai dari penggunaan bahasa, penggunaan warna, penyusunan *layout*, penggunaan tipografi, penyajian konten dan pemilihan bahan yang akan digunakan untuk *cover* juga pada tiap halamannya.



Gambar 4.10 Isi dan *Layout* dari Buku Panduan Wisata Ziarah di Jogja, Solo, Magelang, Semarang, dan Cirebon  
Sumber: Gagas Ulung, Wisata Ziarah, 2013

Kekuatan dari buku panduan wisata ziarah ini adalah penyajian informasinya lengkap dengan memaparkan 90 Destinasi wisata religi yang ada di beberapa bagian Pulau Jawa. Penggunaan warna *soft* pada desain *cover* dan content pada tiap halamannya membuat nyaman untuk dibaca. Penempatan *layout* teks beserta foto yang disajikan dalam buku panduan wisata ziarah ini sangat menarik minat pembacanya.

Kelemahan dari buku ini adalah informasi destinasi wisata religi yang disajikan hanya beberapa bagian Pulau Jawa Tengah dan Jawa Barat saja sedangkan wilayah Jawa Timur belum ada khususnya yang berada di kota Surabaya.

### 3. Hasil wawancara

Menurut Kartono (1980:171) *interview* atau wawancara adalah suatu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu. Ini merupakan proses



tanya jawab lisan, dimana dua orang atau lebih berhadap-hadapan secara fisik. Dalam proses wawancara terdapat dua pihak dengan kedudukan yang berbeda yang pertama berfungsi sebagai peneliti dan yang kedua pemberi informasi. Selain menggali keterangan serta penjelasan lebih lanjut dan berusaha melakukan “*probing*” (rangsangan, dorongan). Pihak informan diharap mau memberikan keterangan serta penjelasan dan menjawab semua pertanyaan yang diajukan kepadanya. Maka wawancara ini dapat dipandang sebagai *metode* pengumpulan data dengan tanya jawab sepihak, yang dilakukan secara *sistematis* dan berdasarkan tujuan dari penelitian.

Guna mendapatkan informasi yang mendalam dan terpercaya dilakukanlah beberapa wawancara kepada pihak-pihak yang terkait seperti, Kepala Dinas Pariwisata kota Surabaya, Staf Dinas Pariwisata kota Surabaya, Para pengurus destinasi wisata religi Islam dan masyarakat sekitar kota Surabaya dan beberapa sumber-sumber yang terkait.

Wawancara pertama dilakukan kepada Pihak Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Surabaya pada hari Kamis, 11 Juni 2015. Menurut Bapak Widji seorang staf bagian Promosi dari bidang Kepariwisatan beliau menyatakan bahwa Meskipun kota Surabaya tidak memiliki potensi keindahan alam seperti Pulau Bali, Surabaya masih kaya dengan potensi lainnya yang menjadi daya tarik wisata salah satunya ada wisata religi Islam yaitu Masjid Ampel, yang paling diminati dan paling banyak dikunjungi oleh para wisatawan ataupun peziarah. Untuk Destinasi wisata religi sejenis seperti Masjid Nasional Al-Akbar, Masjid Chengho, Masjid Rachmad Kembang Kuning, Masjid Jami’ Peneleh, Makam Mbah Bungkul, sendiri pengunjung yang tiba disana tidak sebanyak pengunjung

pada Masjid Ampel hanya masyarakat tertentu saja yang melakukan kunjungan. Kunjungan tersebut selain sebagai tempat persinggahan, dengan maksud dan tujuan yang khusus juga sebagai tempat untuk melakukan ibadah dan berziarah.

Kemudian menurut beliau saat ini sangat sedikit sekali media yang menginformasikan destinasi wisata religi Islam tersebut, sebagai buku pedoman yang memberikan petunjuk dan arahan dalam melakukan kegiatan bewisata religi atau berziarah. Maka dari itu diperlukan beberapa media tambahan yang mampu menampung semua informasi tentang destinasi wisata religi Islam yang ada di kota Surabaya. Selain sebagai media pengetahuan tentang destinasi wisata religi islam apa saja yang ada di Surabaya juga dapat memberikan kemudahan bagi pengunjung untuk menjangkau kawasan destinasinya.

Wawancara kedua dilakukan kepada beberapa pengunjung atau peziarah di masjid/makam Sunan Ampel yang baru pertama kali datang ke destinasi tersebut. Menurut pemaparan pengunjung disana yang baru pertama kali melakukan kunjungan ke destinasi tersebut mengatakan bahwa sangat sulit sekali untuk menemukan lokasi tempat karena letaknya berada diujung kota dan jauh dari pusat kota. Ketika pengunjung sampai di destinasi juga merasakan canggung dengan apa yang hendak dilakukan pada destinasi seperti menemukan letak makam dan masjidnya karena pada sekitar area masjid Ampel banyak dikelilingi oleh para pedagang penjual cinderamata dan ketika hendak akan menuju kelokasi tersebut harus melalui sela-sela dari pedagang tersebut. Hal ini dikarenakan belum adanya media informasi berupa buku panduan yang memberikan arahan tentang letak dari destinasi masjid Ampel di Surabaya beserta dengan fasilitas pendukung dari wisata religi tersebut.

Wawancara ketiga juga dilakukan pada juru kunci dari masjid Ampel Surabaya beliau banyak memberikan masukan tentang sejarah dari berdirinya masjid ampel dan adanya makam Ampel beserta dengan para sahabat dan pengikutnya. Beliau juga mengatakan bahwa destinasi tersebut sangat ramai dikunjungi terutama pada hari khusus yaitu Kamis malam Jumat Beserta Hari Besar dengan moment tertentu misalnya pada bulan Ramadhan, Maulud Nabi Muhamammad (swa), hari raya Idul Fitri dan sebagainya.

#### 4.1.5 Analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Threat*)

Analisis SWOT adalah langkah analisis dari suatu *metode* perancangan *strategis* yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strenght*), kelemahan (*weakness*), Peluang (*opportunity*), Ancaman (*threat*) dengan tujuan meminimumkan resiko yang mungkin timbul dalam suatu perancangan. Analisa SWOT ini diperlukan untuk menentukan sebuah konsep dan *keyword* yang mendukung hasil dari penelitian ini.

##### 1. *Strength*

Buku panduan merupakan media petunjuk yang khusus diterbitkan dengan bentuk dan tehnik penyajian isi yang praktis, terutama memuat berbagai macam keterangan yang digunakan sebagai acuan dalam melakukan sesuatu. Sifat buku yang tahan lama apabila disimpan dalam jangka waktu yang lama membuat buku tersebut dapat dibaca kapan saja tanpa terkendala faktor tertentu. Pada pembuatan buku panduan ini menggabungkan antara *verbal* dan *visual* yang lebih mengutamakan pada tehnik fotografi dan *ornament* Islami. Memang banyak buku yang terbit dengan judul wisata religi Islam disurabaya

tetapi buku yang terbit tersebut hanya sebagai buku referensi yang hanya menyajikan sebuah informasi tentang sejarah destinasi saja. Belum ada yang menerbitkan sebuah buku panduan yang memuat berbagai macam keterangan mengenai obyek wisata, sarana wisata dan sebagainya.

Buku ini bertujuan untuk memperkenalkan kepada masyarakat khususnya pariwisata akan destinasi wisata religi Islam yang ada di Surabaya, terutama pada kalangan menengah atas dan diharapkan dapat memberikan informasi bagi wisatawan lokal dan asing.

## 2. *Weakness*

Media buku panduan ini akan sulit dijangkau oleh kalangan menengah kebawah. Ketersediaan buku juga hanya dapat ditemukan pada toko buku dan diproduksi dalam jumlah terbatas. Penyediaan informasi didalamnya yang berupa buku pedoman tentang wisata religi islam di Surabaya hanya akan dicari oleh golongan masyarakat tertentu yang memang awam dan belum pernah melakukan kunjungan ke destinasi wisata religi Islam.

## 3. *Opportunity*

Besarnya tingkat kunjungan wisatawan dalam suatu destinasi wisata religi Islam di Surabaya. Memungkinkan wisatawan membutuhkan suatu media informasi yang berupa buku panduan yang berfungsi sebagai petunjuk untuk bisa sampai tujuan dengan mudah. Dimana dalam buku panduan tersebut selain dapat memberikan arahan yang tepat bagi wisatawan akan denah lokasi, fasilitas dan sarana yang ada. Juga memberikan pengetahuan tentang sejarah serta kearifan lokal budaya yang tertuang dalam destinasi wisata religi yang mempunyai ciri khas dan keunikan yang paling menonjol dari suatu daya tarik

wisatanya. Terutama bagi wisatawan asing atau lokal yang belum pernah sama sekali berwisata religi islam akan memberikan kemudahan untuk menjangkau destinasi wisata religi tersebut.

#### 4. *Threat*

Kelengkapan isi dari buku panduan yang nantinya diproduksi dengan kualitas bahan yang berkualitas akan memungkinkan harga jual buku yang diterbitkan nanti terbilang mahal. Apabila dilepas dipasaran akan menambah daya saing dalam hal penjualan dengan buku tentang wisata religi lainnya. (Gambar SWOT bisa dilihat pada halaman 88 gambar 4.11).

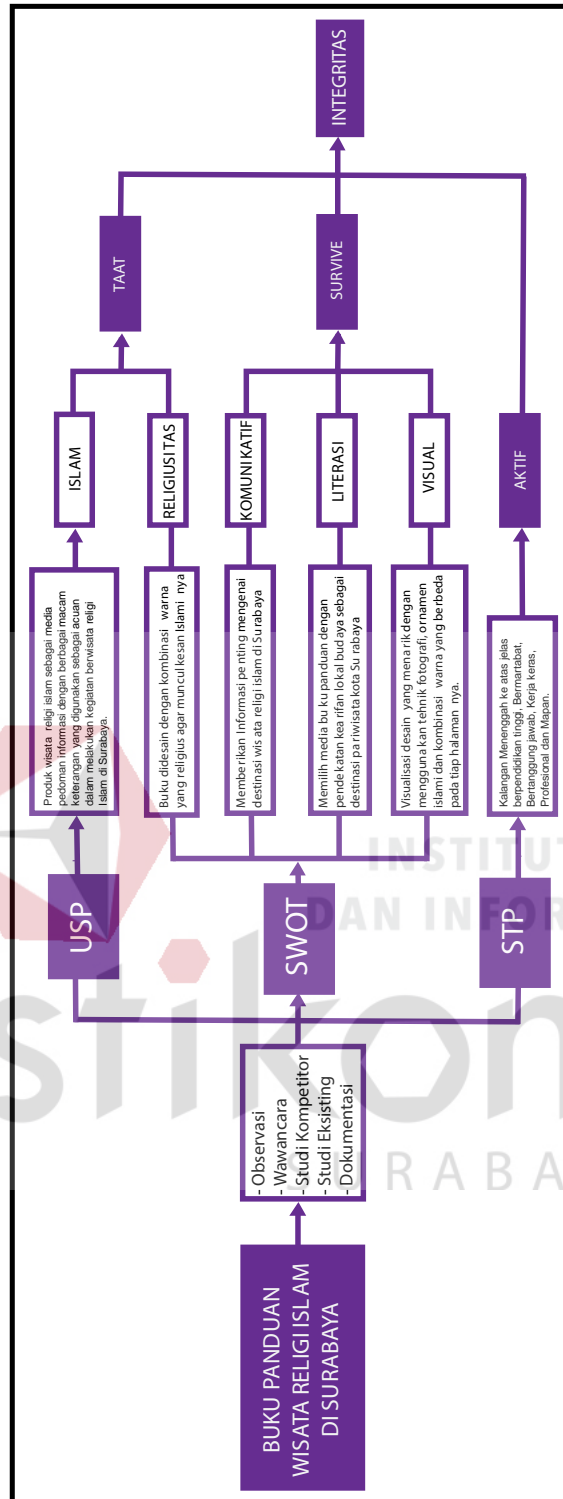
#### **4.1.6 *Unique Selling Proposition (USP)***

Sebagai salah satu daya tarik wisata religi Islam yang berpotensi di Surabaya sebagai destinasi wisata keagamaan yang dapat memberikan pengetahuan akan sejarah dari destinasi juga sebagai dasar dalam melakukan kegiatan beribadah yang mencerminkan kecintaan kepada sang pencipta. Buku Panduan ini memiliki desain yang menggambarkan tentang kewibawaan dan ketaatan kepada Tuhan Yang Maha Esa dengan *visual* warna energik, mencitrakan bahwa dengan melakukan wisata keagamaan seperti beribadah di masjid atau berziarah ke makam dapat memancarkan energi yang positif dalam diri seseorang dalam memperoleh ketenangan batin dan kebahagiaan. Destinasi wisata religi Islam yang dituangkan dalam buku panduan ini adalah Destinasi yang berdiri pada awal abad ke 15 hingga saat ini, menjadi salah satu icon dan kebanggaan bagi masyarakat kota Surabaya dalam daya tarik wisata keagamaan.

<p style="text-align: center;"><b>INTERNAL</b></p> <p style="text-align: center;"><b>EKSTERNAL</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>Strengths (kekuatan)</b></p> <p>Menggunakan 3 bahasa, Indonesia, Inggris, Arab Memiliki kelengkapan informasi tentang destinasi wisata religi Islam kota Surabaya Menggunakan tehnik fotografi dan ornament Islami pada desainnya sebagai daya tarik dari buku ini Dalam pembahasannya buku panduan ini berfokus pada destinasi wisata religi Islam di kota Surabaya</p>	<p style="text-align: center;"><b>Weakness (Kelemahan)</b></p> <p>Terbatasnya sumber informasi berupa buku panduan mengenai Destinasi Wisata religi islam kota Surabaya Kurangnya pengetahuan masyarakat akan destinasi wisata religi islam yang ada di Surabaya</p>
<p style="text-align: center;"><b>Opportunities (Peluang)</b></p> <p>Digunakan sebagai pedoman atau petunjuk yang mengandung makna serta memberikan informasi penting Satu-satunya buku panduan yang mempunyai kelengkapan informasi tentang destinasi wisata religi islam yang ada di Surabaya</p>	<p style="text-align: center;"><b>Strategi S-O</b></p> <p>Memberikan informasi penting mengenai destinasi wisata religi islam di Surabaya Menyuguhkan visual yang menarik dengan menggunakan media foto dan ornament islami dalam desain bukunya. Penggunaan 3 bahasa diharapkan mampu membidik wisatawan lokal dan Asing</p>	<p style="text-align: center;"><b>Strategi W-O</b></p> <p>Memilih media buku panduan dengan pendekatan kearifan lokal budaya sebagai Destinasi pariwisata kota Surabaya</p>
<p style="text-align: center;"><b>Threat (Ancaman)</b></p> <p>Banyak buku sejarah lainnya yang lebih spesifik pembahasannya Adanya buku referensi yang beredar dipasaran dengan wisata di surabaya.</p>	<p style="text-align: center;"><b>Strategi S-T</b></p> <p>Penggunaan 3 bahasa dalam visual desainnya dapat memperluas target audiens luar dan dalam negeri Penempatan foto dengan diberi hiasan berupa ornament islami didukung dengan pemberian warna kombinasi yang berbeda pada tiap halamannya akan membuat tampilan lebih menarik dan tidak monoton.</p>	<p style="text-align: center;"><b>Strategi W-T</b></p> <p>Buku didesain semenarik mungkin dengan penggunaan bahasa yang mudah dipahami oleh pembacanya. Buku didesain dengan kombinasi warna yang religius agar muncul kesan Islaminya Pemberian Judul dengan 3 bahasa pada covernya diharapkan mampu menarik target audiensnya.</p>
<p><b>Strategi Utama</b> : Menggunakan 3 bahasa dengan desain warna energik didukung dengan</p>		

Gambar 4.11 SWOT  
Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2015





Gambar 4.12 Analisis Keyword  
 Sumber: Hasil Olahan peneliti, 2015

## 4.2 Konsep

### 4.2.1 Keyword

Dengan pemilihan judul “Peciptaan Buku Panduan Wisata Religi Islam dengan Pendekatan Kearifan Lokal Budaya sebagai Destinasi Pariwisata kota Surabaya”, maka untuk menemukan solusi dari permasalahan yang akan diperlukan data-data yang terdapat dilapangan sehingga dari latar belakang dapat ditentukan pemecahan masalah yang sesuai dengan tujuan dan sasaran yang ingin dicapai.

Penentuan *keyword* diambil berdasarkan data yang sudah terkumpul dari hasil *analisis* SWOT, *observasi*, wawancara, dokumentasi serta hasil *analisis* data wawancara, USP dan STP. Dari hasil *observasi* dan wawancara didapatkan kata kunci yaitu “*Integritas*“. Kata ini mewakili dari semua *keyword* yaitu “*Integritas*” yang berarti mutu, sifat atau keadaan yang menunjukkan kesatuan yang utuh sehingga memiliki potensi dan kemampuan yang memancarkan kewibawaan dan ketaatan dalam menjalankan ajaran agamanya.

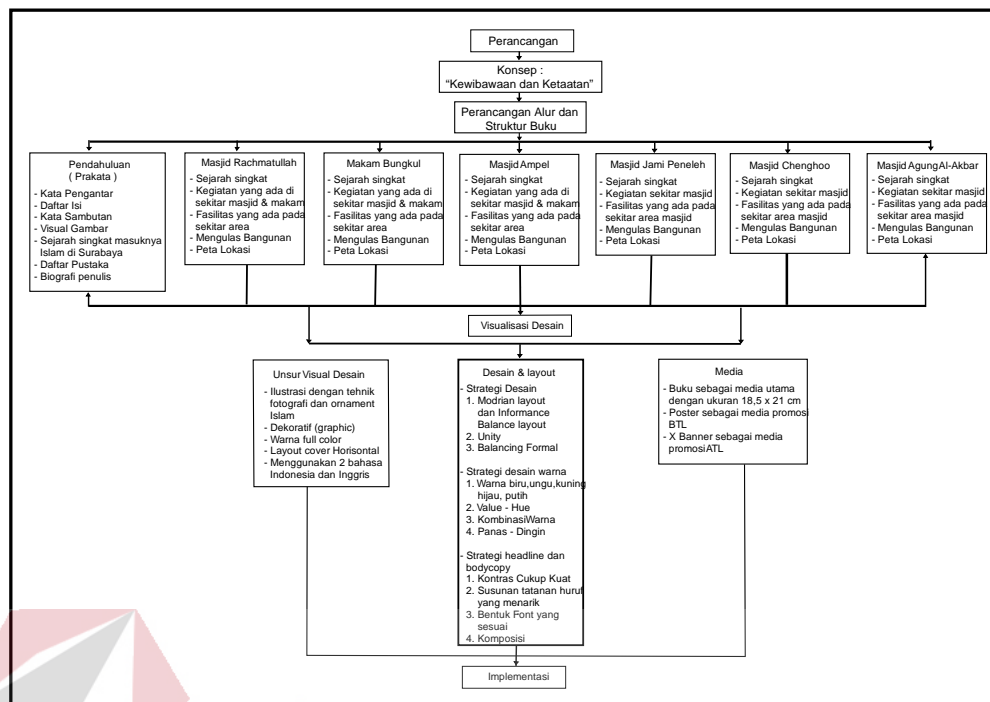
Konsep yang akan digunakan harus bisa menggambarkan tentang “Kewibawaan dan ketaatan” dan terlihat penting untuk didokumentasikan dalam sebuah karya buku panduan. Dalam hal *visual*, yang harus diperhatikan adalah penggambaran tentang kewibawaan dan ketaatan dalam lingkungan masjid atau makam yang menampilkan budaya pada masyarakat setempat dalam melakukan ibadah ataupun berziarah. Isi dalam *content* buku panduan juga diberikan suatu penjelasan dari sejarah berdirinya masjid dan makam tersebut. *Deskripsi* dari konsep “*Integritas*” adalah suatu produk wisata religi yang merupakan salah satu wujud dari kewibawaan dan ketaatan bagi umat Islam dalam melakukan ibadah.

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, definisi dari kata wibawa adalah pamor, pengaruh, kharisma. Yang berarti mempunyai pamor, mempunyai pengaruh dan mempunyai kharisma. Sedangkan definisi dari taat adalah kepatuhan, ketakwaan, kesetiaan, kesalehan bagi umat Islam dalam menjalankan ajaran agamanya dengan beribadah melakukan shalat, berzikir, dan mendoakan arwah para pejuang Islam pada masjid dan makam yang menjadi salah satu motivasi dari pengunjung atau peziarah datang ke destinasi wisata religi Islam di Surabaya.

### **4.3 Metode Perancangan Karya**

#### **4.3.1 Konsep Perancangan**

Konsep perancangan karya merupakan rangkaian perancangan yang didasarkan melalui konsep yang telah ditemukan dan kemudian rangkaian ini akan digunakan secara konsisten di setiap hasil implementasi karya. (Konsep perancangan buku panduan wisata religi Islam di Surabaya bisa dilihat pada halaman 94 gambar 4.12).



Gambar 4.12 Rencana Implementasi Konsep Perancangan Buku Panduan Wisata Religi Islam di Surabaya  
Sumber: Hasil Olahan dari Peneliti, 2015

### 4.3.2 Tujuan Kreatif

Untuk membuat sebuah media informasi yang menginformasikan destinasi wisata religi Islam di Surabaya yang sesuai dengan konsep perancangan. Dengan *Keyword* “Kewibawaan dan ketaatan”, diharapkan *visualisasi* dapat menggambarkan kesan dari kewibawaan dan ketaatan dari pengunjung yang datang ke destinasi yang melakukan kegiatan beribadah pada masjid misalnya shalat, zikir, atau mendoakan para wali pada area makamnya. *Visualisasi* tersebut selain dapat memberikan kesan agar dapat menarik minat masyarakat untuk berkunjung ke destinasi wisata religi Islam juga dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi masyarakat lokal dan asing yang belum pernah melakukan kunjungan. *Keyword* tersebut didapat dari penggabungan antara analisis data,

wawancara, *observasi*, dokumentasi, *studi eksisting*, studi kompetitor, analisis SWOT, STP, USP, yang ada dan telah melalui proses *reduksi* data kemudian terpilih sebuah konsep “Kewibawaan dan Ketaatan” sebagai dasar dalam pembuatan buku panduan wisata religi Islam di Surabaya.

### 4.3.3 Strategi Kreatif

Dengan menggunakan bahasa yang *verbal* untuk *headline* dan *bodycopy* yang disusun dengan tatanan huruf yang menarik bentuk font yang sesuai dengan penggunaan warna energik pemilihan *layout* dengan komposisi yang tepat pada letak dan penempatannya akan membentuk suatu estetika keindahan yang akan memudahkan untuk mengarahkan konsentrasi pembaca saat mencerna isi dari buku panduan tersebut. Dengan penggunaan bahasa 2 bahasa formal yang mudah dipahami dan tidak terlalu berat pembahasannya dalam buku panduan ini diharapkan dapat membantu dan menjelaskan kepada masyarakat lokal dan asing tentang destinasi wisata religi Islam di Surabaya sehingga dapat menarik minat pengunjung untuk datang dan membaca isi dari buku panduan sebagai produk wisata religi Islam.

*Visualisasi* warna yang digunakan merujuk pada konsep yaitu Kewibawaan dan Ketaatan penggunaan warna energik dirasa sangat cocok dengan konsep karena dapat mencitrakan suatu energi yang positif dalam melakukan wisata keagamaan tersebut. Untuk foto yang digunakan sebagai penunjang dalam buku panduan ini harus menggambarkan dan memperlihatkan sisi dari Kewibawaan dan ketaatan dari pengunjung destinasi wisata religi Islam yang sedang melakukan kegiatan beribadah di masjid atau berziarah ke makam.

Karena buku ini ditujukan kepada para pariwisata sebagai *target audience*, yang melakukan kegiatan berwisata religi Islam maka font yang digunakan adalah jenis *Dekoratif (graphic)*, pemilihan jenis tersebut dinilai sesuai dengan *target audience* dan sesuai dengan konsep buku panduan yang sudah ditentukan. Jenis Font ini sangat rumit dalam desainnya. Setiap huruf sengaja dibuat sangat detail sehingga menjadikan sifat dari huruf ini sangat mewah, anggun, bebas dan modern namun masih ada kesan Islaminya. Jenis huruf ini nantinya akan digunakan pada awal alinea dari buku panduan.

### 1. Ukuran dan Halaman Buku

Jenis buku	: Buku Panduan, Fotografi dan Ornamen Islami
Dimensi buku	: 21 cm x 18 cm
Jumlah Halaman	: 90 halaman
Gramature isi buku	: Art paper 150 gr
Gramature cover	: 210 gr
Finishing	: Hard cover jilid lem

Dalam perancangan buku panduan wisata religi Islam Di Surabaya ini menggunakan ukuran 21 cm x 18 cm dengan posisi *horizontal/landscape* hal ini dilakukan dengan pertimbangan bahwa letak *horizontal* dapat memberikan kesan ketenangan bagi *target audiens*. Untuk pembagian porsi dalam buku ini 50 di isi dengan foto-foto dan 50 untuk informasi dari destinasi yang akan dimuat. Pertimbangan lainnya adalah keutamaan *legibility* dan *readability* sehingga pembaca lebih terhibur dengan penggunaan *full color* dengan *ornament* Islam sebagai hiasan tambahan dan fotografi arsitektur sehingga terlihat lebih menarik dan tidak bosan ketika membacanya. Halaman untuk buku ini sebanyak 90



halaman, yang mencakup informasi tentang sejarah, kearifan lokal budaya, *arsitektur* bangunan, peta lokasi, Fasilitas pendukung lainnya dari destinasi wisata religi Islam yang ada di Surabaya.

## 2. Jenis *Layout*

Jenis *layout* yang digunakan dalam buku ini mengadaptasi dari jenis *layout* yang digunakan pada iklan cetak, jenis *layout* untuk buku panduan ini adalah *Mondrian Layout* dan *Informan Balance Layout*. Karena dalam buku ini nantinya akan banyak menampilkan foto dan ornament Islam maka pemilihan jenis *layout* tersebut sangat cocok dan sesuai dengan konsep.

### A. *Mondrian Layout*

*Layout* ini penyajian tata letaknya mengacu pada bentuk-bentuk *square/ landscape/potrait*. Masing-masing bidangnya sejajar dengan bidang penyajian serta memuat gambar yang saling berpadu sehingga membentuk komposisi yang koseptual.

### B. *Informal Balance Layout*

Jenis *layout* ini penyajian informasinya dengan menggunakan tata letak yang menampilkan elemen *visual* dengan menggunakan perbandingan yang tidak seimbang. Dengan penggunaan foto yang hampir memenuhi isi halaman dengan berisi teks yang pendek dan sedikit hiasan *ornament* Islami akan membentuk komposisi yang dinamis.

## 3. *Grid System*

Penggunaan *grid system* untuk layout sebuah halaman buku diantaranya sebagai berikut :

- a. *A Simple Three Coloumn Format*
- b. *A Four Coloumn Format and One Coloumn Header*
- c. *A Three Coloumn Format Unequal Formats*
- d. *A Grid that Divides Space borth Horizontal and Vertically*

#### 4. Judul

*Headline* atau judul untuk buku Panduan wisata religi Islam adalah “Panduan lengkap Wisata Religi Islam di Surabaya”. Kata ini dipilih berdasarkan dari pertimbangan untuk memudahkan *target audiens* dalam menemukan informasi tentang destinasi wisata religi Islam yang ada di Surabaya. Pemilihan judul yang sesuai dengan kebutuhan yang ditawarkan dengan bahasa yang formal diharapkan mampu menarik *target audiens* ketika pertama kali membacanya.

#### 5. Bahasa

Pemilihan bahasa yang digunakan dalam buku ini menggunakan 2 bahasa yaitu bahasa Indonesia, bahasa Inggris pada judulnya. Penggunaan 2 bahasa ini dipilih sesuai dengan pertimbangan kepada *target audience* yang akan dibidik yaitu untuk pariwisata lokal dan Asing kalangan menengah ke atas yang selalu aktif, berpendidikan tinggi, berwawasan luas, suka membaca, menghargai nilai sejarah dan kebudayaan sekitar serta perkembangan zaman, mempunyai kepercayaan serta menjunjung tinggi nilai spiritual.

#### 6. Warna

Warna merupakan pelengkap gambar serta mewakili suasana kejiwaan dari pelukisnya dalam berkomunikasi. Warna juga sangat tajam untuk menyentuh kepekataan pengelihatannya sehingga mampu merangsang munculnya

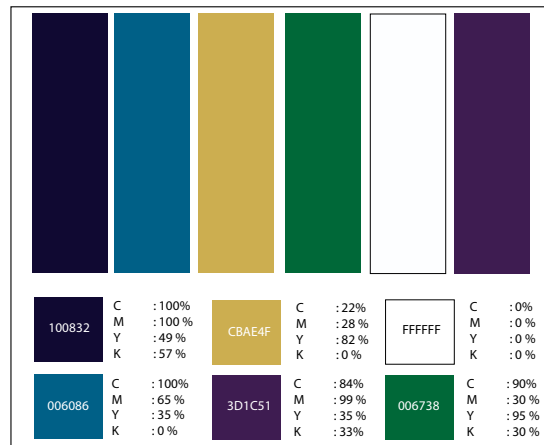
rasa haru, sedih, gembira, mood atau semangat. Secara *visual*, warna memiliki kekuatan yang mampu mempengaruhi citra orang yang melihatnya (Kusrianto, 2006:46). Pada *visualisasi* desain dipilih warna yang disesuaikan dengan konsep yaitu menggunakan warna-warna yang energik antara lain warna biru, kuning, ungu, hijau, putih.

Dalam Psikologi warna penggunaan warna energik mampu memicu semangat dan membangkitkan nilai spiritual juga dapat memancarkan kharisma atau kewibawaan dalam diri seseorang. Sedangkan dalam hal keagamaan munculnya energi positif pada diri seseorang dapat membawa dalam ketenangan serta kebahagiaan. Warna energik Juga sebagai lambang kekuatan dalam keimanan seseorang bahwa dengan beribadah dan berdoa merupakan salah satu keyakinan dan kepercayaan yang dapat menghantarkan manusia kepada sang pencipta yang tidak mudah tergoyahkan.

Warna biru digunakan pada *cover* depan dan belakang warna ini melambangkan kekuatan, ketenangan, kepercayaan yang dapat menghantarkan kepada keimanan dan ketaatan kepada Allah SWT. Sedangkan warna putih yang digunakan pada fontnya melambangkan kesucian, bersih dan jujur dalam hal kewibawaan. Penggunaan warna kuning pada halaman contentnya melambangkan harapan, kegembiraan, kebijaksanaan dalam melakukan setiap ibadahnya.

Warna ungu pada awal halaman melambangkan pengertian dan peka terhadap segala ajaran agamanya, dengan penuh harapan bahwa dengan beribadah dan berdoa akan terkabulnya suatu keinginan yang ingin dicapainya.

kemudian pada warna hijau melambangkan kegembiraan dan ketenangan dalam beribadah.



Gambar 4.13 Pemilihan Warna  
Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2015

## 7. Tipografi

Dalam buku panduan ini menggunakan font atau *typeface* jenis *dekoratif* (*graphic*) dari judul dan *body copy*. Pemilihan jenis *dekoratif* (*graphic*) ini terkesan mewah dan modern disesuaikan dengan *target audience* yang berasal dari kalangan menengah ke atas. Jenis huruf ini sangat sesuai untuk menarik perhatian pembaca sifatnya yang *dekoratif* secara tidak langsung dapat memvisualkan tentang keindahan dari destinasi wisata religi Islam di Surabaya.



Gambar 4.14 Jenis Font *Dekoratif* (*graphic*) Untuk Judul  
Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2015

Untuk Judul memilih jenis font *Niagara Engraved*, sesuai dengan keterangan diatas dinilai sangat cocok dan sesuai dengan konsep sifatnya yang kokoh dan tegas pada tiap hurufnya sangat memudahkan dalam keterbacaan pertama kali selain itu juga dapat mencerminkan bahwa kokohnya keimanan dan ketaatan kepada Tuhan Yang Maha Esa.



Gambar 4.15 Jenis Font *Dekoratif (graphic)* Untuk Bodycopy  
Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2015

Untuk penggunaan font *bodycopy*, akan digunakan jenis font *Utopia Reguler*. Jenis font ini dirasa sangat cocok karena memiliki karakter yang luwes, ringan dan tegas pada penekanan tiap hurufnya sehingga memudahkan dalam keterbacaanya. Tegas disini sangat mencerminkan kewibawaan yang terpancar dari dalamnya tingkat keimanan dan ketaatan kepada Tuhan Yang Maha Esa. Sedangkan Luwes dan ringan disini secara tidak langsung mengartikan bahwa luwes dan ringannya melakukan ibadah dengan menjalankan segala perintahnya yang disertai dengan keikhlasan.



Gambar 4.16 Jenis Font *Dekoratif (graphic)* Untuk Sub Judul  
Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2015

Untuk Sub Judul pemilihan jenis font *Minnadrop* dirasa sangat cocok dengan konsep. Karakter font yang tipis, tegas, dan berkharisma ini sangat sifatnya yang luwes serta khas dan mudah dibaca oleh orang awam sekalipun membuat sebuah desain lebih berkarakter Islami.



Gambar 4.17 Jenis Font *Graphic* Untuk Paragraf Awal  
Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2015

Untuk Font Paragraf awal menggunakan jenis font *Anders* dengan pertimbangan selain sebagai aksesoris petanda awal dari sebuah paragraph juga font ini dirasa sangat cocok dengan konsep sifatnya yang simple dan mudah dalam keterbacaan juga sangat berkarakter sangat *berintegritas*.

#### 4.3.4 Program Kreatif

Perancangan ini dimulai dengan menentukan jenis *layout* yang akan digunakan dan struktur buku seperti apa yang ingin dikerjakan. Mulai dari proses sketsa, *alternatif* desain, hingga final desain. Semua proses itu sudah melalui pemilihan jenis *layout*, font, penggunaan bahasa, fotografi, warna dan informasi yang diperlukan mengenai destinasi wisata religi Islam yang ada di Surabaya, untuk penulisan artikel yang dimuat pada buku panduan yang akan dibuat. Kemudian dilanjutkan dengan mengaplikasikan semua proses diatas menjadi sebuah final desain dan diaplikasikan pada buku yang mencakup semua elemen pada desain.



#### 4.4 Strategi Media

Media yang digunakan dalam perancangan ini dibagi menjadi dua, yaitu media utama dan media pendukung. Media utama yang digunakan adalah buku panduan dalam perancangan karya ini. Dan untuk media pendukung digunakan untuk membantu *publikasi* media utama yang sudah dirancang. Berikut media yang digunakan :

##### 1. Buku Panduan

Media ini dipilih selain karena mempunyai informasi yang lengkap, juga belum ada ditemukan buku panduan yang membahas tentang destinasi wisata religi Islam yang ada di Surabaya dengan penggunaan 2 bahasa dalam penyajian informasinya yaitu bahasa Indonesia dan Inggris. Untuk tampilan *visual* pada desain buku panduan ini agar terlihat menarik *target audiens* maka diberi sedikit sentuhan hiasan berupa *ornament* Islami dan fotografi arsitektur. Penjelasan atau teks yang tidak panjang dengan gaya bahasa yang mudah dipahami akan sangat memudahkan pembaca dalam mencerna isi buku tersebut.

Ukuran yang akan diaplikasikan pada buku adalah 21 cm x 18 cm. Pada desain *cover*-nya nantinya akan dicetak dengan menggunakan dengan *finishing* jenis *hardcover* dan diberi lapisan tambahan untuk memberi kesan mewah dan menarik. Jenis kertas yang digunakan adalah *Art paper* dengan sistem cetak *full color* dua sisi depan belakang.

##### 2. Media Pendukung

Untuk mendukung publikasi dari buku panduan ini, maka dibutuhkan 3 jenis media promosi yang paling efektif dalam menarik minat *target audience*.

- a. Poster, media ini digunakan agar dapat menarik perhatian, ukuran poster yang terilang besar mudah dilihat dan memudahkan *target audiens* dalam membaca isi dai produk yang ditawarkan. Poster dibuat dengan ukuran A2 yaitu 42 cm x 59,9 cm dengan menggunakan sistem cetak *digital printing* bahan *art paper* 180 gr.
- b. *Rolling Banner*, media ini dipilih karena memiliki banyak kegunaan mulai dari kejelasan keterbacaan, tepat sasaran dan terarah sesuai dengan target audiens serta dapat memuat informasi yang lebih detail mengenai produk yang ditawarkan. Untuk ukuran menggunakan 80 cm x 200 cm, sistem cetak *digital printing full color* satu sisi.
- c. Brosur digunakan pada saat launching buku. Alasan memilih media ini adalah untuk memberikan informasi produk yang ditawarkan. Brosur ini didesain dengan ukuran 14,8 cm x 21 cm menggunakan kertas *art paper* 120 gr dengan sistem cetak *digital printing full color* dua sisi.

#### 4.5 Gagasan Perancangan Karya

Perancangan karya ini menerapkan sebuah gagasan dari bagaimana menciptakan buku panduan mengenai destinasi wisata religi Islam di Surabaya, sekaligus mengenalkan destinasi wisata religi Islam kepada masyarakat. Permasalahan yang ingin dicapai adalah bagaimana membuat buku panduan mengenai destinasi wisata Islam di Surabaya yang menjelaskan tentang sejarah, area sekitar destinasi, peta lokasi dan sarana pendukung lainnya, dengan melalui pendekatan kearifan lokal budaya yang ada pada suatu destinasi yang di lukiskan lewat media foto diharapkan mampu memberikan suatu penjelasan secara

mendalam tentang destinasi tersebut. Penyampaian informasi ini memiliki sebuah batasan-batasan yang harus diperhatikan agar hasil dari gagasan yang disampaikan pada media tidak melebar dan keluar dari konteks pembahasan.

#### **4.6 Tema dan Rumusan Desain**

Berdasarkan perjalanan hidupnya, Surabaya memiliki banyak peninggalan objek sejarah dan religi yang beberapa diantaranya dilindungi sebagai bangunan cagar budaya. Objek bangunan dan situs tersebut kini menjadi salah satu dari daya tarik wisata budaya. Seiring perkembangan kota Surabaya sebagai kota metropolitan mengakibatkan bertumbuhnya pusat-pusat perbelanjaan perbelanjaan, hiburan keluarga, dan wisata alam buatan membuat beberapa bangunan tersebut kurang mendapat perhatian khusus bahkan tidak disadari keberadaannya oleh masyarakat. Untuk itulah mengapa buku panduan wisata religi Islam di Surabaya ini diciptakan agar dapat memberikan informasi lengkap yang memuat berbagai macam keterangan dari destinasi, juga sebagai acuan bagi wisatawan untuk melakukan kegiatan berwisata religi Islam di Surabaya. Dengan melalui pendekatan kearifan lokal budaya yang dituangkan dalam isi buku panduan tersebut diharapkan dapat menarik minat masyarakat untuk datang ke destinasi wisata religi Islam yang ada kota Surabaya.

## 4.7 Perancangan Karya

### 1. Cover Buku



Gambar 4.18 Sketsa Desain *Cover* Dengan Beberapa Alternatif  
Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2015

Pada sketsa desain 1 (lihat gambar 4.18) desain *cover* halaman depan *headline* dengan bahasa Indonesia sedangkan untuk sub judul dengan bahasa Inggris dibawahnya diberi sentuhan *ornament floral* sebagai pembatas antara *headline* dan subjudul. Kemudian dibawahnya diberi foto dari 3 destinasi yang paling tinggi pamornya di Surabaya diantaranya Masjid Nasional Al-Akbar, Masjid Chengho dan Masjid Ampel. Untuk *cover* belakangnya diberi *headline* diatasnya dengan bahasa Indonesia dan pada halaman bawahnya diberi *testimoni* dari buku panduan.

Pada sketsa desain 2 (lihat gambar 4.18) desain *cover* halaman depan *headline* dengan bahasa Indonesia sedangkan untuk sub judul dengan bahasa Inggris berada pada posisi paling bawah. Kemudian dibawahnya diberi foto dari 6 destinasi diantaranya Masjid Nasional Al-Akbar, Masjid Chengho dan

Masjid Ampel, Masjid Rachmatullah Kembang Kuning, Masjid Jami' Peneleh, Masjid Mbah Bungkul. Untuk *cover* belakangnya diberi *headline* di atasnya dengan bahasa Indonesia dan pada halaman bawahnya diberi *testimoni* dari buku panduan.

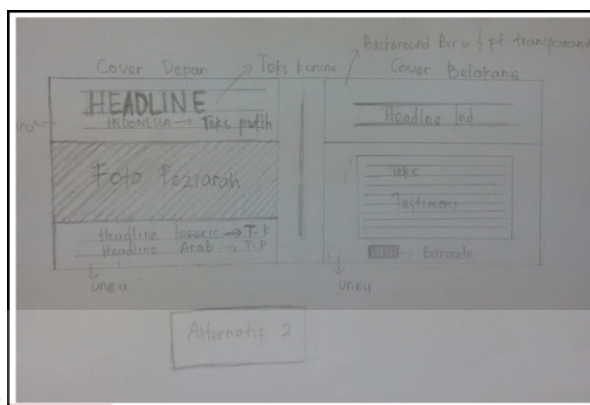
Pada sketsa desain 3 (lihat gambar 4.18) desain *cover* halaman depan *headline* dengan bahasa Indonesia sedangkan untuk sub judul dengan bahasa Inggris berada pada posisi paling tengah. Kemudian diberi foto dari 6 destinasi diantaranya Masjid Nasional Al-Akbar, Masjid Chengho dan Masjid Ampel, Masjid Rachmatullah Kembang Kuning, Masjid Jami' Peneleh, Masjid Mbah Bungkul sebagai *background* dengan *Opacity* 60%. Untuk *cover* belakangnya diberi *headline* di atasnya dengan bahasa Indonesia dan pada halaman bawahnya diberi *testimoni* dari buku panduan.

Pada sketsa desain 4 (lihat gambar 4.18) desain *cover* halaman depan *headline* dengan bahasa Indonesia sedangkan untuk sub judul dengan bahasa Inggris, diberi sentuhan *ornament floral* sebagai bingkai. Kemudian pada posisi tengah antara *headline* dan subjudul diberi keterangan foto pengunjung yang sedang melakukan ibadah pada Masjid Chengho. Untuk *cover* belakangnya diberi *headline* di atasnya dengan bahasa Indonesia dan pada halaman bawahnya diberi *testimoni* dari buku panduan.

## 2. Sketsa Desain 5 Terpilih

Pada sketsa desain 5 yang terpilih (lihat halaman 106 gambar 4.19) desain *cover* halaman depan *headline* dengan bahasa Indonesia sedangkan untuk sub judul dengan bahasa Inggris. Kemudian pada posisi tengah antara *headline*

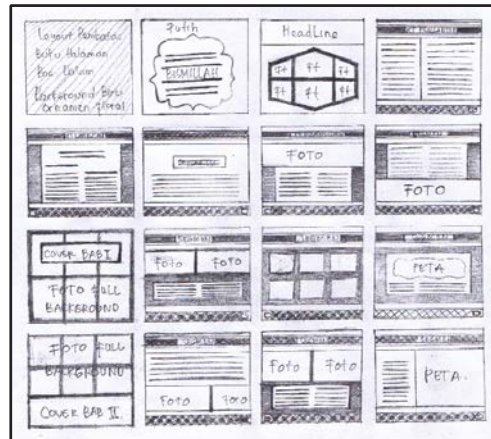
dan subjudul diberi keterangan foto pengunjung yang sedang melakukan ibadah pada Masjid Chengho. Untuk *cover* belakangnya diberi *headline* di atasnya dengan bahasa Indonesia dan pada halaman bawahnya diberi *testimoni* dari buku panduan.



Gambar 4.19 Sketsa Desain *Cover* Terpilih  
Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2015

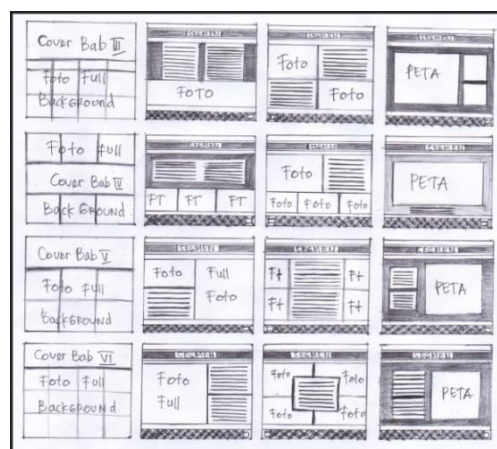
### 3. Sketsa *Layout* Halaman Buku

Pada sketsa *layout* halaman buku (bisa dilihat pada halaman 107 gambar 4.20) desain *layout* ini menggunakan jenis *modrian layout* dan *Informal balance layout* dengan garis *horisontal* dan *vertikal*. Menggunakan warna sesuai dengan konsep dan diberi sentuhan *ornament floral* pada tiap *layout* halamannya. Di berikan juga penjelasan berupa foto dari tiap destinasi sebagai pendukung teks yang di informasikan ke dalam segmen-segmen pada buku panduan tersebut diantaranya disajikan: halaman pembuka yang berupa kata mutiara hadist, halaman *cover* yang memvisualkan ke 6 destinasi, halaman kata pengantar, halaman pendahuluan, halaman ke segmen pembahasan dari destinasi yang diberi istilah dengan bab 1 dan seterusnya.



Gambar 4.20 Sketsa Desain *Layout* Halaman Buku  
Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2015

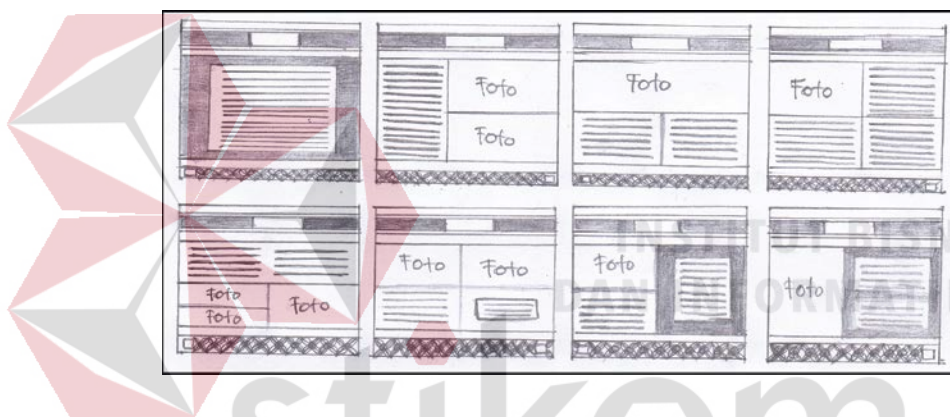
Pada setiap bab pembuka (lihat gambar 4.21) yang menjelaskan tentang destinasi diberikan *background* dengan foto yang diperbesar dengan *headline* yang menjelaskan tentang destinasinya. Kemudian baru masuk pada segmen penjelasan tentang masjidnya berupa sejarah, arsitektur, fasilitas pendukung lainnya yang ditutup dengan informasi peta begitupun pada bab-bab selanjutnya yang menggunakan *layout* atau penempatan yang sama seperti pada sketsa hanya yang dirubah letaknya saja sebagai pembeda ketika masuk pada bab berikutnya.



Gambar 4.21 Sketsa Desain *Layout* Halaman Buku  
Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2015



Dibawah ini (lihat gambar 4.22) adalah sketsa halaman *layout* buku dengan garis *horisontal* dan *vertikal* yang diberikan penjelasan berupa foto dan teks sebagai informasi yang dituangkan pada buku panduan dengan pemberian warna sesuai dengan konsep dengan *ornament floral* yang diselaraskan antara *layout* yang satu dengan yang lainnya. Pada desain warna, *ornament floral* dan font yang digunakan nantinya memvisualkan tentang kewibawaan sedangkan foto yang dituangkan dalam tiap halamannya memvisualkan tentang ketaatan.

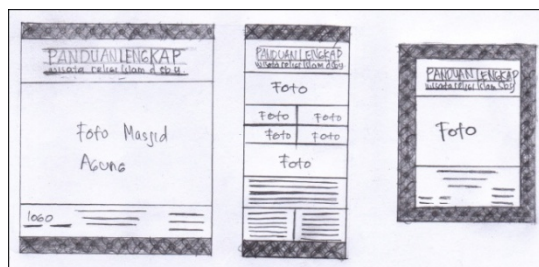


Gambar 4.22 Sketsa Desain *Layout* Halaman Buku  
Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2015

#### 4. Sketsa Desain Media Promosi

Pada sketsa media promosi pada poster menggunakan foto Masjid Nasional Al-Akbar sebagai icon dari wisata religi Islam di Surabaya dengan penambahan *ornament floral* dan teks berupa informasinya beserta logo dari Ibis Stikom dan Desain Komunikasi Visual. Sedangkan pada sketsa *rolling banner* diberikan foto dari ke 6 destinasi yang tertuang dalam buku panduan dengan desain *layout ornament floral* dan teks yang diseragamkan dengan poster. Pada brosur diberi bingkai *ornament floral* namun masih terlihat

seragam antara desain poster dan *rolling banner* dengan pemberian warna dan font yang sesuai dengan konsep.



Gambar 4.23 Sketsa Desain Media Promosi  
Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2015

## 4.8 Sistem Produksi Buku

### 1. Sistematisa Penerbitan Buku

Setelah penulis melakukan wawancara dengan pihak percetakan Bushindo Indonesia: *Printing* dan *Binding* untuk mengetahui informasi harga pokok produksi sebuah buku yang akan dijual dalam jumlah banyak dengan *lisensi* mereka. Setelah melalui berbagai pertimbangan tentang konsep buku yang akan dikerjakan setelah disetujui oleh penulis maka pada proses umumnya yang akan dibahas adalah *presentase* laba yang akan ditanggung oleh pihak penulis, penerbit, produksi dan distribusi. Berikut ini adalah gambaran umum pembagian *presentase* yang digunakan oleh percetakan Bushindo Indonesia:

- a. Penerbit 10%
- b. Penulis 10%
- c. Produksi 30%

Pembagian *presentase* diatas merupakan pembagian umum, tergantung kesepakatan antara penulis dan penerbit. Kesepakatan *presentase* diatas bersifat royalti bagi penulis.

## 2. Teknis Produksi Buku

Pada simulasi tahap awal produksi umumnya dicetak sebanyak 1000 eksemplar, berikut adalah sistem produksi buku dari tahap awal hingga akhir.

- a. Pada tahap awal adalah penentuan kertas plano yang akan digunakan, pada simulasi ini menggunakan ukuran buku 21 cm x 18 cm dan sesuai dengan mesin *double folio* milik Bushindo Indonesia menggunakan kertas yang efisien yaitu kertas *artpaper* 150 gr.
- b. Pada *cover* buku harus melebihi kurang lebih 5 cm pada kiri dan kanan ujung *cover* untuk bagian yang akan dilipat ke dalam.
- c. Setelah poses percetakan selesai buku dikemas dengan menggunakan jenis *hardcover*.
- d. Untuk perekat 90 halaman isi buku dengan *cover* buku, menggunakan lem khusus yang dapat merekatkan semua bagian buku.

## 3. Estimasi Harga Buku

Dari Hasil wawancara dengan pihak *publishing* di Bushindo Indonesia maka peneliti mendapatkan estimasi untuk biaya produksi buku Panduan lengkap wisata religi Islam di Surabaya dalam jumlah 1000 eksemplar, pihak percetakan memberikan harga Rp. 31.100,- perbuku. Harga ini sudah termasuk biaya untuk cetak dan penggunaan kertas yang diberikan oleh pihak percetakan. Untuk dijual kembali ke *audiens* ditentukan kembali harga jual yang sesuai dengan metode perhitungan sebagai berikut:

1. Biaya *Hardcover* : Rp. 250.000,-
2. Biaya *Binding* : Rp. 3.200.000,-

3. Biaya Cetak *Cover* : Rp. 8.750.000,-
4. Biaya Isi Buku : Rp. 18.900.000,-
5. Total : Rp. 31.100.000,- : 1000 eksemplar  
: Rp. 31.100,-
6. Harga Pokok Produksi : Rp. 31.100,- x 4
7. Harga Jual Buku : Rp. 124.400,-

Jadi Harga jual minimal dari buku panduan lengkap wisata religi Islam di Surabaya adalah Rp 124.400,- dan apabila harga perbuku telah diketahui maka selanjutnya adalah menentukan jumlah laba yang akan diterima oleh pihak penulis dan percetakan. Berikut adalah perhitungan laba yang diperoleh oleh penulis dan percetakan:

**Laba Bersih Penulis**

Penulis = Rp. 124.400,- (10%) x 1000 eksemplar = Rp. 124.400.000,-

**Laba Kotor Penerbit**

Penerbit = Rp. 124.400,- - Rp. 12.440,- = Rp. 111.960,-

Rp. 111.960,- x 1000 eksemplar = Rp. 111.960.000,-