BAB IV

PEMBAHASAN

Pada bab ini difokuskan pada metode yang digunakan dalam perancangan karya, observasi data dan teknik pengelolahannya dalam perancangan buku komik *city guide* pariwisata kota Surabaya berbasis ilustrasi digital guna mengenalkan wisata Surabaya.

4.1 Hasil dan Analisis Data

4.1.1 Wawancara

Wawancara secara langsung dengan Bapak Nanang, selaku bagian promosi pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kota Surabaya (pada tanggal 4 Mei 2016) yang bertempat di Siola lantai 2 Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kota Surabaya, Jl. Tunjungan no. 3, Genteng Surabaya. Berikut adalah rangkuman data dari hasil wawancara.

Pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan seseorang atau kelompok untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain yang bertujuan untuk mencari kesenangan. Tempat wisata di Surabaya terdiri atas wisata alam seperti pantai Ria Kenjeran dan Hutan Mangrove Wonorejo, sedangkan wisata buatan meliputi kolam renang Ciputra, kebun Binatang Surabaya, dan lain-lain. Masyarakat Surabaya sendiri cukup mengenal tempat wisata di Surabaya, namun hanya mengetahui yang terkenal saja. Hal ini di karenakan minimnya promosi tempat wisata Surabaya yang hanya mengandalkan

situs milik dinas kebudayaan dan pariwisata kota Surabaya dan situs milik pemerintahan kota Surabaya, serta promosi dari jaringan duta wisata kota Surabaya. Selaian itu objek wisata terkadang juga membuat promosi untuk mengenalkan tempat wisatanya tersebut, selain itu juga ada forum komunitas serta situs resmi dari objek wisata sendiri.

Berkembangnya wisata – wisata buatan di Surabaya telah memancing minat para remaja untuk berwisata ke tempat – tempat wisata tertentu, tetapi kebanyakan para remaja lebih menyukai berkunjung ke tempat seperti *café* dan taman – taman di pusat kota. Berbeda dengan wisata buatan yang sudah menjadi *icon* kota Surabaya seperti Tugu Pahlawan, *House of Sampoerna*, dan Monumen Kapal Selam lebih sering di kunjungi oleh orang dewasa atau keluarga.

Pemerintah kota Surabaya juga berupaya untuk tetap mempromosikan dan mengenalkan tempat – tempat wisata yang ada di Surabaya, dengan menggunakan promosi media cetak seperti, *pamphlet*, *banner*, dan lain – lain serta menayangkan di videotron. Tak hanya itu pemerintah kota Surabaya juga mengadakan sosialisasi yang di lakukan oleh duta pariwisata kepada masyarakat luas sehingga masyarakat akan lebih mengenal tempat – tempat wisata yang ada di Surabaya.

4.1.2 Hasil Observasi

Observasi dilakukan dengan mengamati 8 tempat wisata di Surabaya yang memiliki keunikan dan daya tarik terhadap wisatawan :

a. Berawal mengunjungi monumen Tugu Pahlawan yang merupakan wisata sejarah di Surabaya, monumen tugu pahlawan ini berada di tengah-tengah kota di jalan pahlawan Surabaya, dan di dekat kantor gubernur Jawa Timur.

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

Tugu pahlawan merupakan salah satu ikon kota Surabaya sebagai kota pahlawan. Berdiri di atas tanah lapang seluas 1,3 hektare, dan secara administratif berada di wilayah kelurahan alun-alun contong, kecamatan bubutan, kota Surabaya.

Di bagian depan pintu masuk terdapat patung Soekarno-Hatta. Di belakang patung terdapat pilar sisa reruntuhan Gedung *Raad van Justitie* (gedung pengadilan) pada jaman Belanda yang digunakan sebagai markas kenpeitai (polisi militer) pada masa pendudukan balatentara Jepang. Markas Kenpeitai kala itu terkenal sangat menakutkan karena menjadi tempat penyiksaan pejuang yang dituduh melawan Jepang.

Pengunjung yang berwisata ke monumen Tugu Pahlawan kebanyakan adalah remaja yang datang untuk beredukasi dan sekedar berfoto – foto. Monumen tugu pahlawan ini biasa ramai dikunjungi pada hari libur.

b. Wisata monumen Kapal Selam yang terletak di samping salah satu sungai utama di Surabaya yaitu Kalimas, tepatnya di samping Plaza Surabaya. Di area Monumen Kapal Selam, pengunjung bisa menyaksikan sebuah kapal selam yang berukuran cukup besar. Nama kapal selam ini adalah KRI Pasopati dengan nomor lambung 410. Panjang dari kapal selam ini adalah 76 meter dengan lebar 6,3 meter. Kapal selam KRI Pasopati merupakan kapal selam berjenis SS tipe Wishkey Class. Kapal selam KRI Pasopati dibuat pada tahun 1952 dan mulai digunakan di Indonesia pada tanggal 15 Desember 1952.

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

Pengunjung Monumen Kapal Selam bisa masuk ke dalam kapal selam tersebut. Semua bagiannya masih asli dan menarik untuk dilihat. Dan pengunjung tidak perlu merasakan panasnya di dalam kabin kapal selam, karena saat ini di setiap ruangan telah dilengkapi pendingin udara. Di dalam kapal selam KRI Pasopati dibagi menjadi 7 ruangan. Setiap ruangan dipisahkan oleh pintu di mana ketika sedang bertempur, setiap pintu harus tertutup atau kedap. 7 ruangan tersebut adalah ruang torpedo haluan, ruang tinggal perwira, ruang periskop, ruang abk, ruang diesel pendorong, ruang listrik, ruang torpedo buritan.

Pengunjung yang berwisata ke monumen Kapal Selam ini kebanyakan anak – anak bersama keluarga atau anak – anak bersama rombongan sekolah. Rombongan ini biasanya beredukasi untuk mengetahui isi dari monumen Kapal Selam tersebut, hampir setiap hari monumen ini ramai dikunjungi oleh pengunjung.

4.1.3 Studi Literatur

Bedasarkan studi literatur yang telah dilakukan terhadap buku mengenai ilmu pariwisata yang ditulis oleh Oka A. Yoeti pada tahun 1996 yang berjudul *Pengantar Ilmu Pariwisata*,yaitu bahwa pariwisata merupakan Suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain, dengan maksud bukan untuk berusaha **(***business***)** atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam**.**

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

Objek wisata atau dengan istilah *tourist attraction* yaitu segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang untuk mengunjungi suatu daerah tertentu. Hal-hal yang dapat menarik orang untuk berkunjung ke suatu tempat daerah tujuan wisata, diantaranya ialah :

1. Benda-benda yang tersedia dan terdapat di alam semesta, yang dalam istilah *Natural Amenities*. Yang termasuk dalam kelompok ini adalah :

a. lklim, misalnya cuaca cerah banyak cahaya matahari, sejuk, panas, hujan, dan sebagainya.

b. Fauna dan flora seperti tanaman-tanaman yang aneh, burung-burung, ikan, binatang buas, taman nasional, daerah perburuan dan sebagainya.

c. Pusat-pusat kesehatan, sumber air mineral, sumber air panas

2. Hasil ciptaan manusia (man-made suppty) yaitu benda-benda yang bersejarah, kebudayaan dan keagamaan, misalnya :

a. Monumen bersejarah, dan sisa peradaban masa lampau

b. Musem, *art gallery*, perpustakaan, kesenian rakyat, *handi craft*.

c. Acara tradisional, pameran, festival, upacara perkawinan dan lain-lain.

d. Rumah-rumah beribadah, seperti mesjid, gereja, kuil atau candi maupun pura.

3. Tata Cara Hidup Masyarakat atau tata cara hidup tradisional dari suatu masyarakat merupakan salah satu sumber yang amat panting untuk ditawarkan kepada para masyarakat. Hal semacam ini sudah terbukti, betapa besar pengaruhnya dalam bidang ekonomi sehingga dapat dijadikan *events* yang dl jual. Contoh yang terkenal diantarannya ialah :

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

a. Pembakaran mayat (ngaben) di Bali

b. Upacara pemakaman mayat di Tanah Toraja

c. Upacara Batagak penghulu di Minangkabau I

d. Upacara khitanan di daerah Parahyangan

e. Upacara Sekaten di Yogyakarta

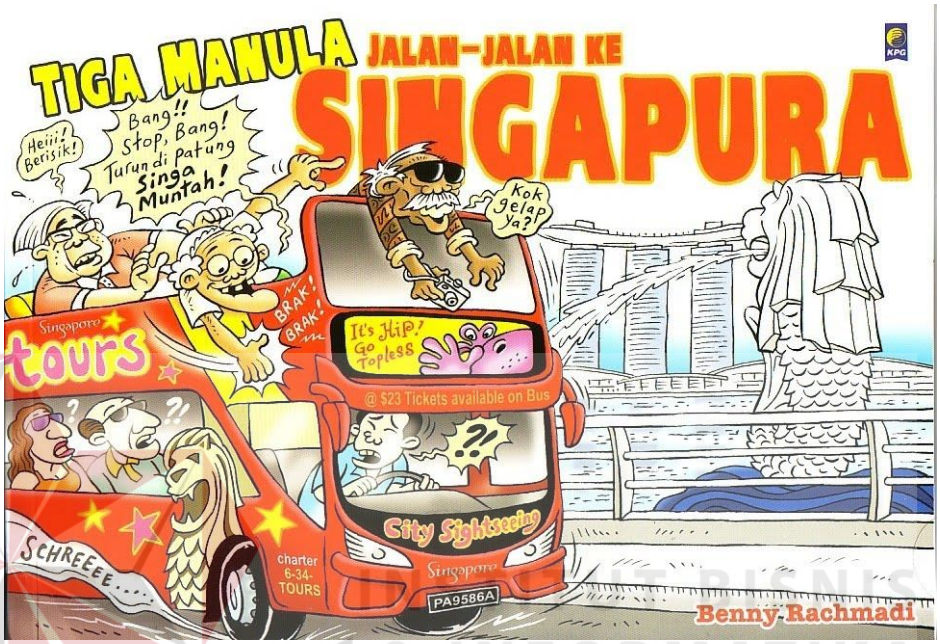
f. Upacara Waysyak di Candi mendut dan Borobudur.

4.1.4 Studi Eksisting

Studi eksisting merupakan studi yang membahas tentang kemiripan media yang diteliti, media yang akan di teliti tersebut adalah komik. Komik dengan judul 3 Manula Jalan – Jalan karya Benny Rachmadi terbitan kepustakaan populer gramedia adalah salah satu komik yang membahas tentang *city guide* daerah tertentu. Komik 3 manula jalan jalan menceritakan tentang persahabat 3 orang manula yang gemar *tarveling*. Dalam salah satu serinya yang berjudul 3 manula jalan – jalan ke Singapura, bahwa dua dari mereka belum pernah berkunjung ke Singapura. Maka salah satu dari mereka menceritakan tentang tempat – tempat yang populer seperti tempat wisata dan perilaku masyarakat disana hingga *tourist* yang berkunjung ke Singapura.

Kelebihan dari komik karya dari Benny Rachmadi ini adalah memiliki ciri khas gambar yang unik serta cerita dan bahasa yang lucu sehingga dapat di terima oleh masyarakat luas. Tetapi dalam komik ini tidak terfokuskan dalam satu objek yang di bahasa saja, seperti tempat wisata melainkan membahas tentang segi budaya yang di buat lelucon berlebihan tetapi kurang bisa diterima semua kalangan.

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA



Gambar 4.1 Cover Komik 3 Manula Jalan – Jalan Ke Singapura

Sumber : bukupedia.com

4.2 Konsep atau Keyword

Bedasarkan data yang telah terkumpul dari hasil wawancara, observasi, studi literatur, STP, serta data pendukung lainnya yang nantinya akan menjadi acuan untuk membuat sebuah konsep atau keyword.

4.2.1 Segmentasi, Targeting, Positioning (STP)

Bedasarkan hasil pengumpulan data mengenai pariwisata di Surabaya yang telah terkumpul, maka dapat dianalisis STP dan USP yang akan di gunakan sebagai acuan dalam pembuatan buku komik *city guide* pariwisata Surabaya sebagai berikut :

1. Segmentasi

   a. Demografis

      Usia : 15 – 50 tahun

      Jenis Kelamin : Pria dan Wanita

      Jenjang Pendidikan : SMP – Sarjana

   b. Geografis

      Wilayah : Surabaya

      Ukuran Kota : Kota besar

   c. Psikografis

      Makers praktis yang memiliki kemampuan membangun dan menghargai kemandirian diri. Mereka memilih aktivitas konstruktif menggunakan tangan dan menghabiskan waktu luangnya dengan keluarga dan teman dekat mereka. Mereka lebih memilih nilai daripada kemewahan, maka mereka membeli produk - produk pokok, dan menghargai produk praktis dan fungsional.

2. Targeting

   Target yang dituju dari Perancangan buku komik *city guide* pariwisata kota Surabaya adalah remaja hingga dewasa usia 15 – 50 tahun. Khususnya pada masyarakat yang belum mengetahui tempat pariwisata di Surabaya dan ingin mengetahuinya.

3. Positioning

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

Buku komik *city guide* pariwisata kota Surabaya berbasis ilustrasi digital ini memposisikan sebagai media baru untuk mengenalkan tempat pariwsata di Suarabaya kepada masyarakat. Dengan menggambarkan dan menceritakan tempat – tempat pariwisata di Surabaya dengan ilustrasi digital berunsur kartun akan membuat pembaca senang membaca komik ini.

4.2.2 Unique Selling Preposition

Setiap produk pastinya memiliki sebuah keunikan, hal ini yang akan membuat sebuah produk bisa bersaing dengan produk lain. Keunikan dapat membedakan antara produk satu dengan produk lain sehingga dapat menguatkan saat produk tersebut dijual kepada masyarakat. Selain itu dengan adanya keunikan dapat membuat sebuah produk lebih disukai oleh masyarakat dibanding kompetitornya.

Keunikan dari buku komik *city guide* pariwisata kota Surabaya berbasis ilustrasi digital ini adalah menceritakan dan mengenalkan tempat – tempat pariwisata di kota Surabaya dengan teknik ilustrasi digital dan campuran bahasa Indonesia serta khas *suroboyoan* sehingga membuat buku komik ini lebih menarik dan mudah di pahami oleh masyarakat. Selain itu komik ini juga *QR Barcode* yaitu teknologi yang memudahkan pembaca untuk menemukan wilayah mealalui *scanning barcode*.

4.2.3 Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi

bisnis. Keempat faktor itulah yang membentuk akronim SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities, dan threats*). Proses ini melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak dalam mencapai tujuan tersebut.

Analisa SWOT dapat diterapkan dengan cara menganalisis dan memilah berbagai hal yang mempengaruhi keempat faktornya, kemudian menerapkannya dalam gambar matrik SWOT, di mana aplikasinya adalah bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu mengambil keuntungan (advantage) dari peluang (*opportunities*) yang ada, bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mencegah keuntungan (*advantage*) dari peluang (*opportunities*) yang ada, selanjutnya bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu menghadapi ancaman (*threats*) yang ada, dan terakhir adalah bagimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses)* yang mampu membuat ancaman (*threats*) menjadi nyata atau menciptakan sebuah ancaman baru.

Tabel 4.1 Tabel Analisis SWOT

Internal / Eksternal	***Strenght***	***Weakness***
	- Mengenalkan tempat – tempat pariwisata kota Surabaya - Memberikan informasi letak dan tentang tempat pariwisata kota Suarabaya agar masyarakat Surabaya dan luar Surabaya lebih mengenal tempat	- Kurangnya publikasi tentang pariwisata kota Surabaya

	pariwisata kota suarabaya - Menggunakan fitur *QR Barcode* untuk memudahkan masyarakat menuju tempat tersebut - Komik ini menggunakan bahasa Indonesia dank has *suroboyoan* agar lebih menarik	
Opportunity - Sangat jarangnya ditemui buku komik yang membahas tentang *city guide* pariwisata - Kebanyakan buku yang membahas tentang *city guide* pariwisata berupa buku fotografi	**S-O** - Merancang buku komik yang menyajikan lokasi tempat pariwisata di kota Surabaya upaya mengenalkan kepada masyarakat Surabaya dan luar kota Surabaya	**W-O** - Merancang buku komik dengan memberi petunjuk jalan atau denah lokasi yang diharapkan memudahkan masyarakat untuk menuju lokasi pariwisata tersebut
Threat - Banyak masyarakat yang mem-*posting* foto tempat pariwisata melalui internet - Banyak masyarakat lebih menyukai komik – komik karya luar negeri	**S-T** - Merancang buku komik dengan teknik ilustrasi digital yang menggunakan gaya kartun	**W-T** - Memperbanyak konten Surabaya pada komik menggunakan gaya kartun - Mempromosikan komik ini dalam media *online*

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

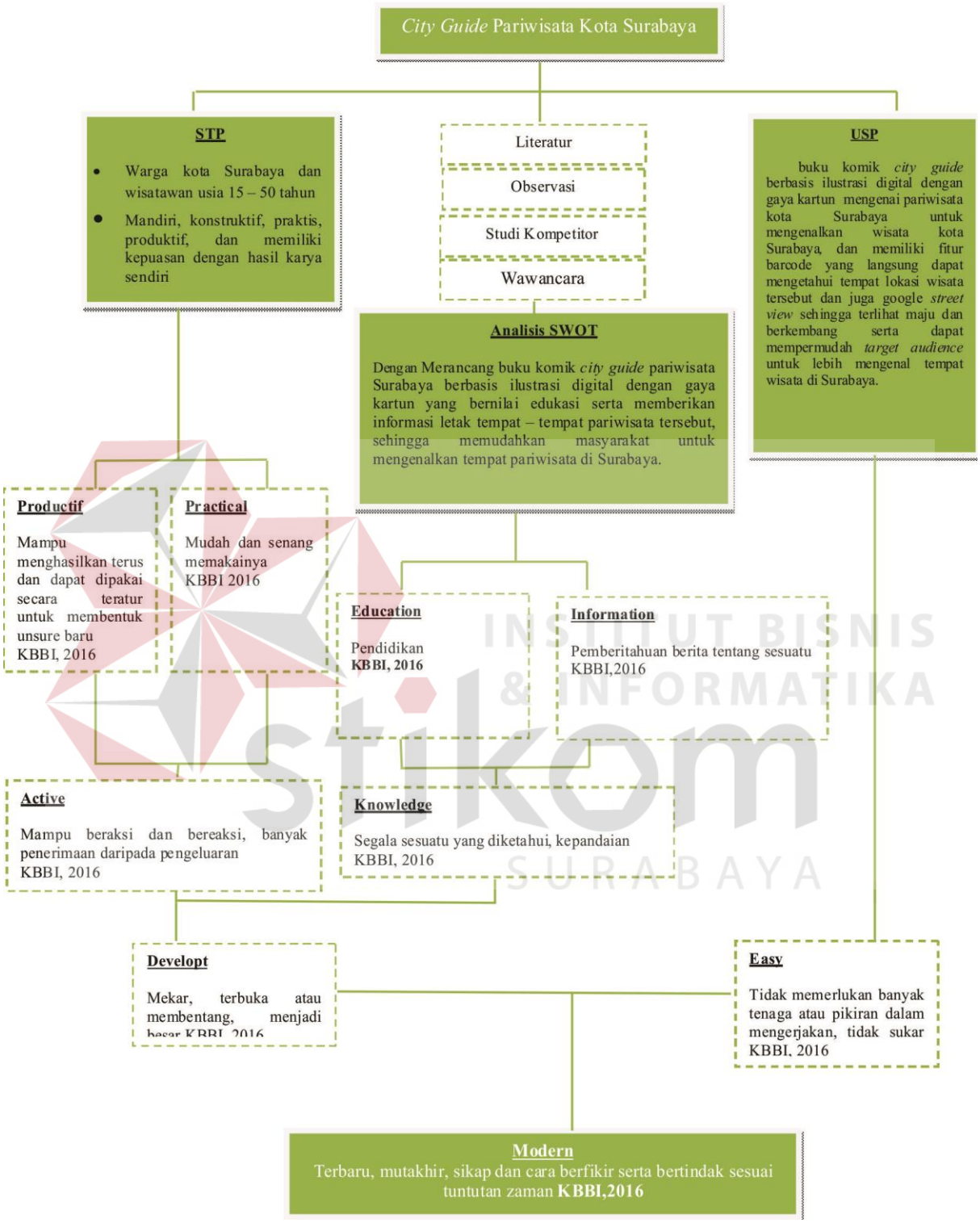
Strategi utama : Merancang buku komik berbasis ilustrasi digital yang menyajikan tempat pariwisata di Surabaya serta menambahkan fitur untuk memudahkan mengetahui lokasi wisata dengan gaya visual kartun yang tetap mengandung budaya *suroboyoan* upaya memudahkan mengenalkan tempat pariwisata Surabaya kepada masyarakat

Sumber : Hasil Olahan Peneliti 2016

4.3 Keyword

Pemilihan kata kunci atau *keyword* dari perancangan buku komik *city guide* pariwisata kota Surabaya berbasis ilustrasi digital ini sudah dipilih melalui penggunaan dasar acuan terhadap analisis data yang sudah dilakukan. Penentuan keyword diambil berdasarkan data yang sudah terkumpul dari hasil wawancara, observasi, STP, studi literature, dan beberapa data penunjang lainnya

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA



Gambar 4.2 Analisa Keyword
Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2016

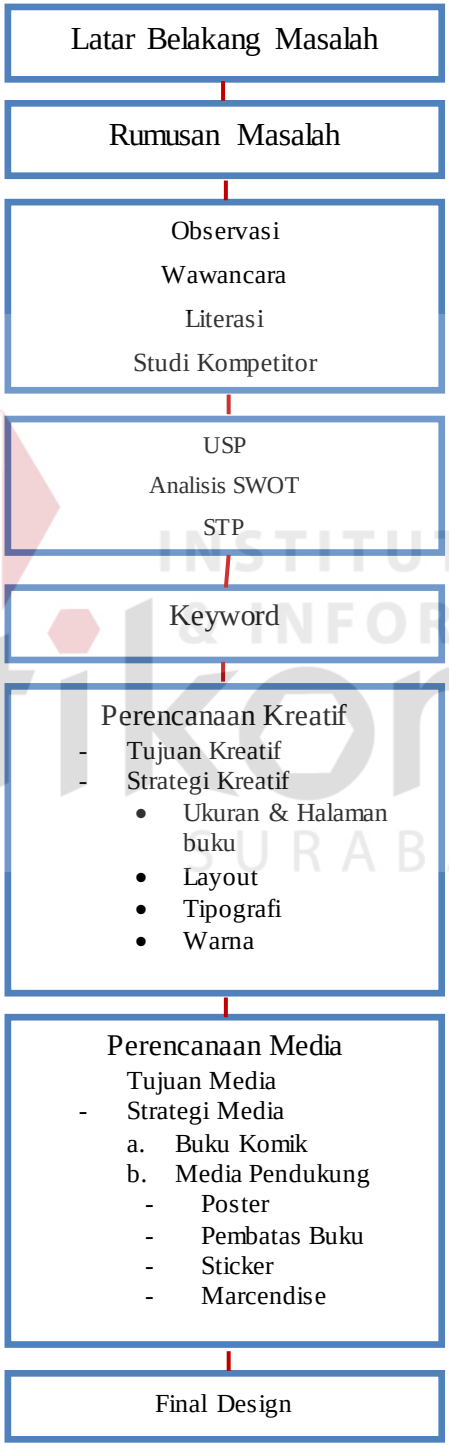
4.4 Deskripsi Konsep

Konsep untuk perancangan buku komik *city guide* pariwisata kota Surabaya adalah *"Modern"*. Deksripsi dari "*Modern"* adalah terbaru, mutakhir, sikap dan cara berpikir dan bertindak sesuai dengan tuntutan zaman. Konsep "*Modern"* bertujuan untuk menunjukkan bahwa pariwisata kota Surabaya merupakan tempat yang bagus untuk beredukasi. Artinya, konsep "*Modern"* dihadirkan untuk memberikan kepada masyarakat bahwa pariwisata kota Surabaya ini dapat dikenal menjadi wisata dengan konsep yang mutakhir dan memiliki teknologi yang mudah di gunakan masyarakat. Maka dari itu diharapkan buku komik *city guide* pariwisata kota Surabaya ini dapat membuat masyarakat untuk memahami dan mengenal tentang pariwisata kota Surabaya.

Dengan konsep *"Modern",* diharapkan pariwisata kota Surabaya ini dapat menarik minat masyarakat Surabaya maupun luar kota untuk lebih mengenal dan berkunjung ke tempat pariwisata yang ada di Surabaya

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

4.5 Alur Perancangan Karya



INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

Gambar 4.3 Alur Perancangan Karya
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

4.6 Perencanaan Kreatif

4.6.1 Tujuan Kreatif

Perancangan buku komik *city guide* pariwisata kota Surabaya merupakan suatu hal penting untuk mengenalkan dan mempromosikan pariwisata di kota pahlawan ini. Melalui media utama buku komik dan didukung dengan aplikasi media lainnya yaitu poster, flyer, pembatas buku, dan sticker, maka hal ini dibutuhkan sebuah konsep strategi yang matang. Dengan adanya keyword, diharapkan akan memberikan visualisasi yang sesuai dengan buku komik *city guide* pariwisata kota Surabaya agar mampu mengajak dan membuat masyarakat kota Surabaya dan sekitar untuk lebih mengenali apa saja yang ada di tempat pariwisata kota Surabaya. Keyword yang digunakan adalah "*Modern*" yang merupakan hasil dari penggabungan antara wawancara, observasi, USP, STP, studi literatur, serta studi competitor yang sudah melalui proses reduksi sehingga menjadi sebuah hasil konsep "*Modern"* sebagai dasar acuan dalam perancangan buku komik *city guide* pariwisata kota Surabaya upaya mengenalkan wisata Surabaya.

Konsep *"Modern"* memiliki tujuan kreatif visual yang disajikan dengan ilustrasi digital bergaya kartun yang berisikan data-data yang informartif dengan menggunakan karakter dua orang remaja yang mendeskripsikan tentang pariwisata kota Surabaya dalam buku komik *city guide* pariwisata kota Surabaya

upaya mengenalkan wisata Surabaya sehingga para wisatawan mengerti dan paham tentang wisata yang ada di Surabaya.

4.6.2 Strategi Kreatif

Perancangan buku *komik city guide* pariwisata kota Surabaya diperlukan strategi kreatif untuk mengenalkan pariwisata kota Surabaya. Pesan visual dan konten merupakan salah satu hal penting dari buku komik ini agar mampu menunjukkan identitas pariwisata kota Surabaya yang sesuai dengan konsep "*modern.*" Konsep *"modern"* yang akan dikemas dalam buku *komik city guide* pariwisata kota Surabaya ialah:

1. Ukuran dan Halaman Buku

a. Jenis buku : Buku Komik

b. Dimensi Buku : 21 cm x 17 cm

c. Jumlah halaman : 38 Halaman

d. *Gramaterur* isi buku : 150 gr

e. *Gramaterur* cover : 210 gr

f. *Finishing* : *soft cover,* dan laminasi doff.

Struktur Buku

a. Cover Depan

b. Halaman Copyright

c. Halaman Kata Pengantar

d. Halaman Isi

e. Biografi Penulis

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

f. Blank Page

g. Cover Belakang

2. Tipografi (Visual)

Jenis tipografi yang sesuai dengan konsep "*Modern*" adalah jenis huruf *Sans Serif* dengan karakter font *Big Noodle Titling* dan *Calvetica*. Pengertian San Serif adalah tanpa sirip/serif, jadi huruf jenis ini tidak memiliki sirip pada ujung hurufnya dan memiliki ketebalan huruf yang sama atau hampir sama. Kesan yang ditimbulkan oleh huruf jenis ini adalah modern, kontemporer sama.

ABCDEFGHIJKLMNOPQ
RSTUVWXYZ
Abcdefghijklmnopqrstuvwxy

Gambar 4.4 Tipografi "*Big Noodle Titling*"
Sumber : Hasil Olahan Peneliti,2016

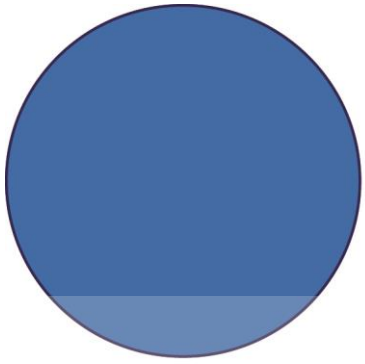
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 ,.:?!@#$%^&*

Gambar 4.5 Tipografi "*Colvetica*"
Sumber : Hasil Olahan Peneliti,2016

3. Warna (Visual)

Berdasarkan konsep atau keyword "*Modern*" menurut Shigenobu Kobayashi terdapat warna biru mudah, biru tua, abu-abu serta pengembangan warna yang lainnya (Kobayashi, 1996;24).Warna yang akan digunakan dalam

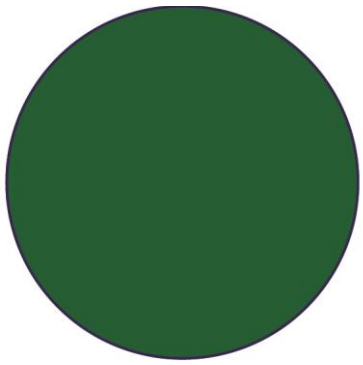
konsep ini adalah biru. Dimana warna tersebut melambangkan damai, setia, konservatif, lembut (Darmawan,2002: 38). Warna biru akan dijadikan sebagai warna utama.



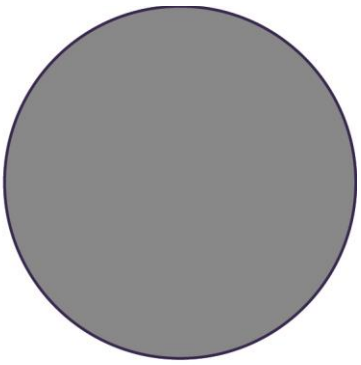
C = 85 M = 50 Y = 0 K = 0

Gambar 4.6 Warna *Primer*
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

Setelah menemukan warna utama (premier) maka selanjutnya adalah menentukan warna sekunder. Warna sekunder diambil dari simbol khas Surabaya yaitu ikan sura berwarna abu – abu dan buaya berwarna hijau.



C = 90 M = 30 Y = 95 K = 30



C = 0 M = 0 Y = 0 K = 60

Gambar 4.7 Warna *Sekunder*
Sumber : Hasil Olahan Penelitian,2016

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

4. Judul Perancangan Komik

Judul perancangan komik ini adalah "Mlaku – Mlaku Nang Suroboyo". Kata "Mlaku - mlaku" menunjukkan bahwa perancangan buku komik bertujuan untuk mengajak masyarakat untuk mengetahui tempat – tempat pariwiwsata yang ada di Surabaya dengan membaca komik ini.

5. Tema Cerita

Tema cerita dalam komik ini adalah pariwisata Surabaya, dalam hal ini masyarakat tidak hanya akan mengetahui tempat – tempat pariwisata di Surabaya saja melainkan juga akan mengerti tentang sejarah, dan budaya dari tempat wisata itu sendiri. Hal ini berupaya agara masyarakat dapat mengenali pariwisata di Surabay.

6. Latar Belakang atau *Background*

Background atau latar belakang yang digunakan dalam komik city guide pariwisata kota Surabaya adalah mengikuti konsep cerita yang diangkat. Keseluruhan latar belakang dari komik ini adalah kota Surabaya dan delapan tempat pariwisata yang ada di Surabaya.

7. Sinopsis Cerita

Bayu seorang remaja dari ibukota sedang berlibur ke rumah saudaranya Surya di Surabaya. Karena ingin mengetahui tempat – tempat pariwisata di Surabaya , Bayu mengajak Surya untuk jalan – jalan mengelilingi Surabaya. Bayu merasa senang karena dapat banyak belajar tentang pariwisata di Surabaya

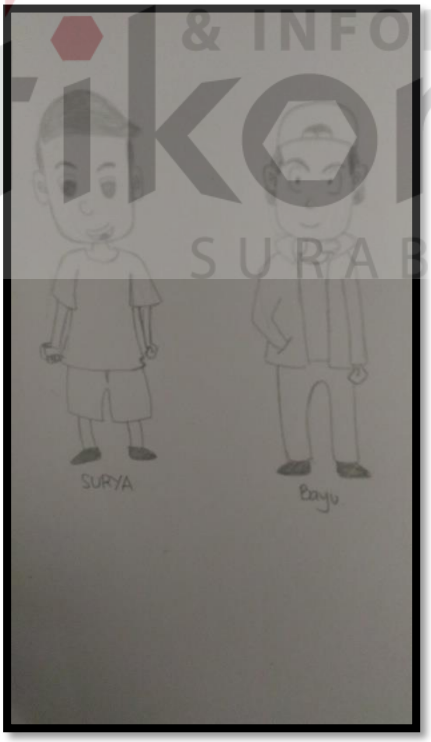
8. Karakter

1) Surya

Karakter Surya adalah anak remaja yang tinggal di kota Surabaya, dia adalah anak yang baik dan suka bercerita. Tak heran dia sangat senang saat dimintai tolong dengan saudaranya bayu untuk mengajaknya berjalan – jalan melihat kota Surabaya.

2) Bayu

Karakter Bayu adalah anak remaja dari ibukota, dia adalah saudara dari Surya. Keingin tahuannya sangatlah tinggi, apalagi tentang tempat – tempat yang belum ia ketahui. Bayu juga memiliki hobi *traveling*.



Gambar 4.8 Tokoh Utama Komik *City Guide* Pariwisata Surabaya

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

4.6.3 Strategi Media

Media yang akan digunakan dalam perancangan buku komik *city guide* ini dibagi menjadi dua, yaitu media utama dan media pendukung. Media utama yang digunakan adalah buku komik *city guide*, sedangkan media pendukung adalah media yang digunakan untuk membantu publikasi media utama. Berikut media yang digunakan :

1. Media Utama

Media utama dalam perancangan ini adalah sebuah buku komik *city guide* pariwisata Surabaya sebagai media untuk mengenalkan dan mempromosikan pariwisata kota Surabaya. Buku komik *city guide* pariwisata Surabaya berfungsi sebagai media utama dari media keseluruhan, pemilihan media utama berdasarkan alasan bahwa buku komik merupakan media yang unik dan baru sehingga dapat menimbulkan minat baca masyarakat. Ukuran yang di aplikasikan pada buku komik ini adalah 21 cm x 17 cm. Pada cover akan dicetak menggunakan kertas *artpaper* menggunakan soft cover dan dilaminasi doff.

a. Desain cover

Pada desain cover terdapat Judul yaitu "MLAKU MLAKU NANG SUROBOYO" dan gambar tokoh Surya dan Bayu yang sedang berlari serta dengan backround pemandangan kota Surabaya. Pada cover buku di bagian judul akan terlihat timbul agar membuat komik ini semakin menarik.

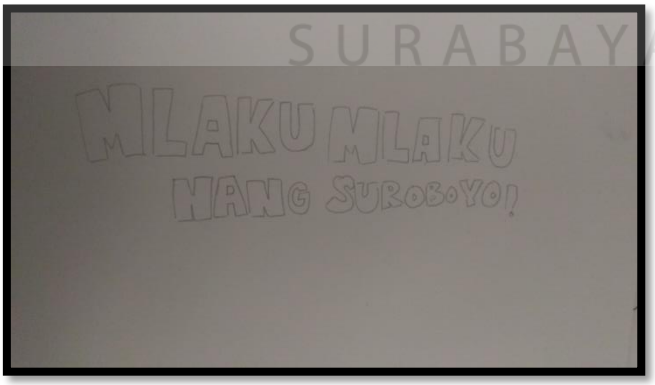
INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

Gambar 4.9 Halaman Cover Buku

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

b. Desain sub cover

Desain sub cover hanya menampilkan judul dari komik ini "MLAKU MLAKU NANG SUROBOYO" agar komik ini terkesan lebih kuat dan matang.



Gambar 4.10 Halaman SubCover Buku

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

c.Halaman Kata Pengantar

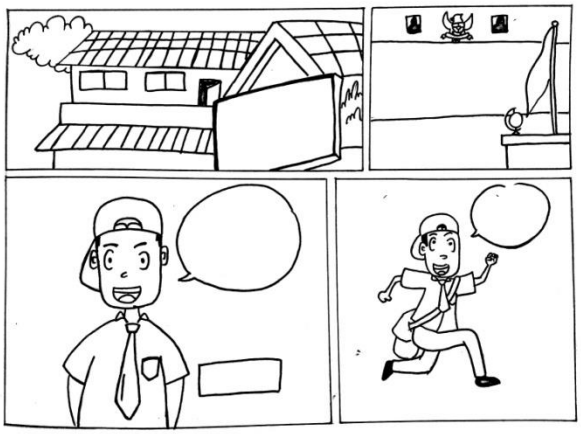
Pada halaman ini berisikan tentang pengantar dari penulis, pengantar biasanya berisikan tentang hasil kerja keras membuat komik, sambutan, dan ucapan terimakasih.

Gambar 4.11 Halaman Kata Pengantar
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

d.Halaman Isi Komik

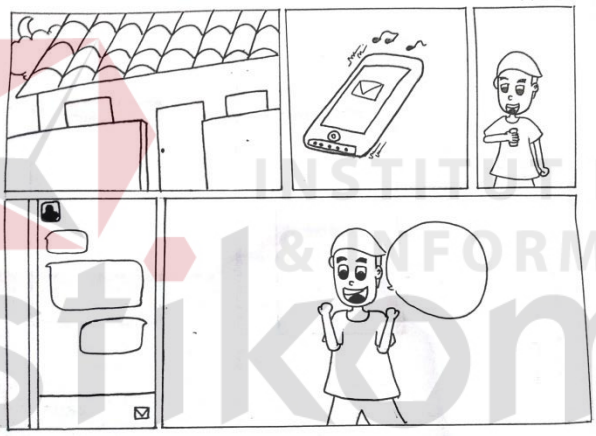
Pada halaman isi, menampilkan cerita yang disampaikan pada komik yaitu informasi sejarah dan tempat dari pariwisata kota Surabaya, serta sedikit budaya yang ada di Surabaya pula.

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA



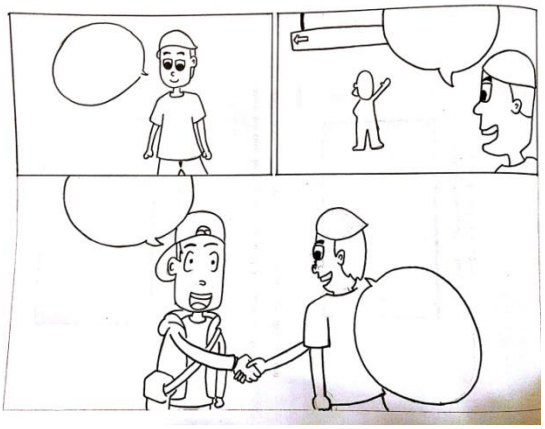
Gambar 4.12 Sketsa Halaman Isi Komik

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016



Gambar 4.13 Sketsa Halaman Isi Komik

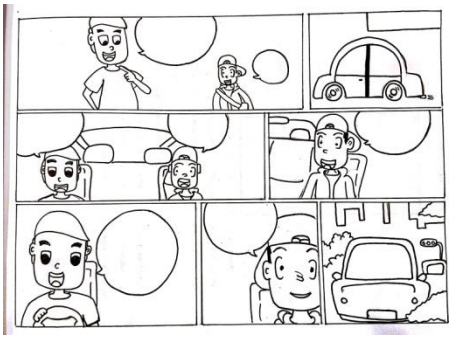
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016



Gambar 4.14 Sketsa Halaman Isi Komik

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

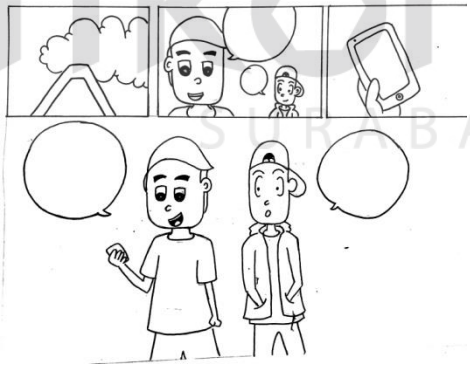


Gambar 4.15 Sketsa Halaman Isi Komik

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

Gambar 4.16 Sketsa Halaman Isi Komik

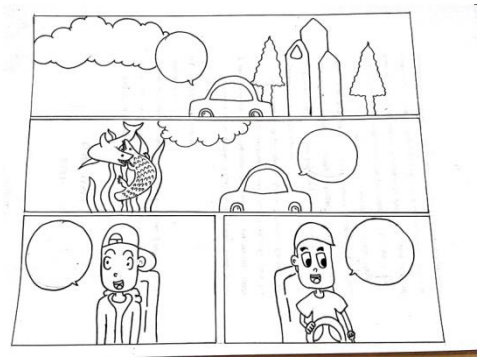
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016



Gambar 4.17 Sketsa Halaman Isi Komik

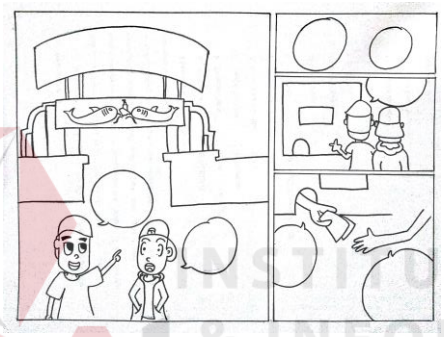
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA



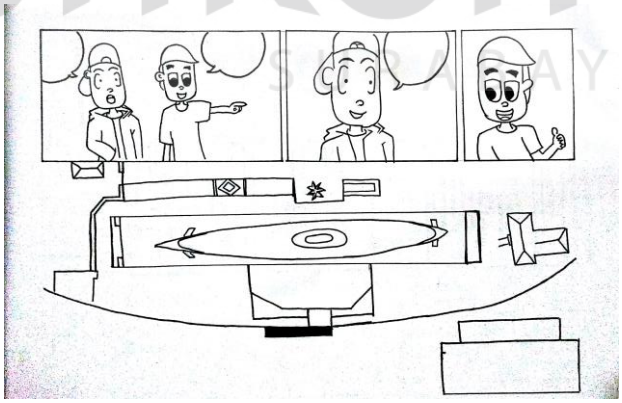
Gambar 4.18 Sketsa Halaman Isi Komik

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016



Gambar 4.19 Sketsa Halaman Isi Komik

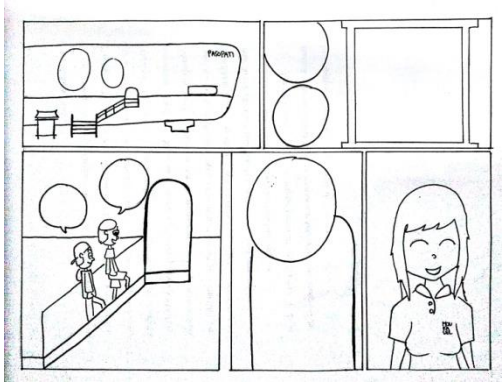
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016



Gambar 4.20 Sketsa Halaman Isi Komik

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

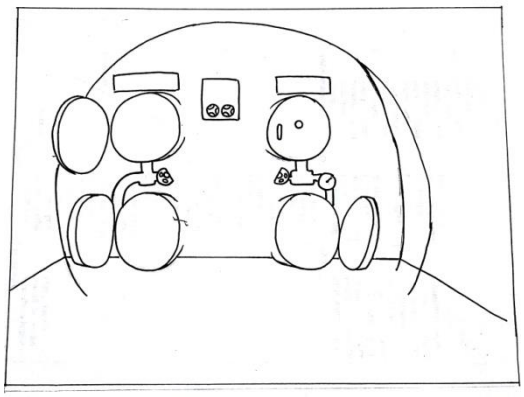


Gambar 4.21 Sketsa Halaman Isi Komik

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

Gambar 4.22 Sketsa Halaman Isi Komik

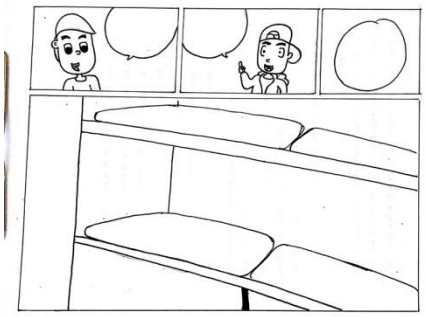
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016



Gambar 4.23 Sketsa Halaman Isi Komik

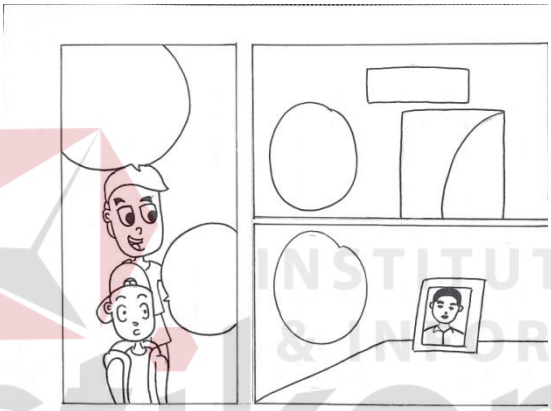
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA



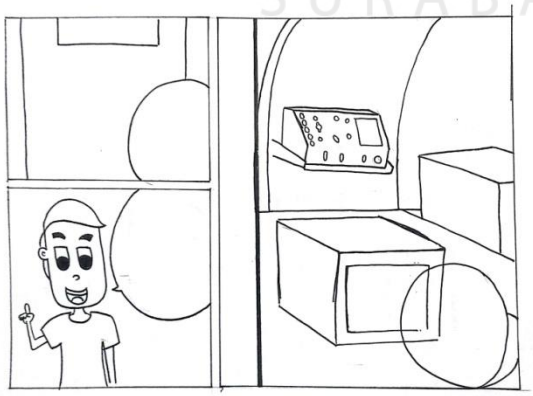
Gambar 4.24 Sketsa Halaman Isi Komik

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016



Gambar 4.25 Sketsa Halaman Isi Komik

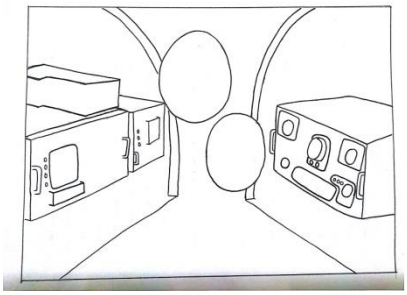
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016



Gambar 4.26 Sketsa Halaman Isi Komik

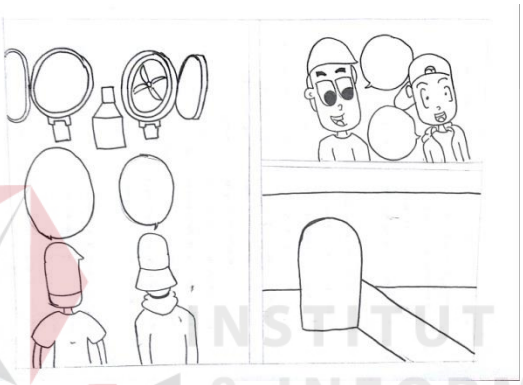
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA



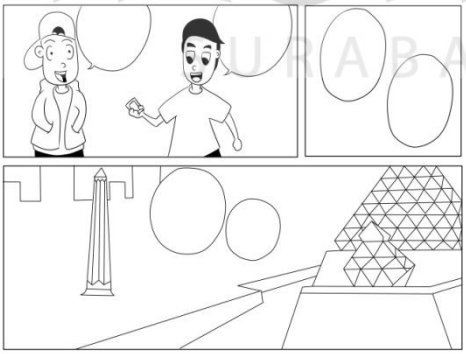
Gambar 4.27 Sketsa Halaman Isi Komik

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016



Gambar 4.28 Sketsa Halaman Isi Komik

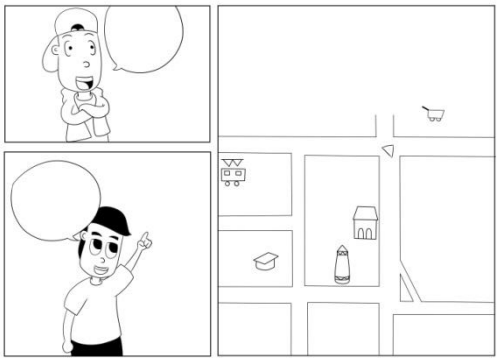
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016



Gambar 4.29 Sketsa Halaman Isi Komik

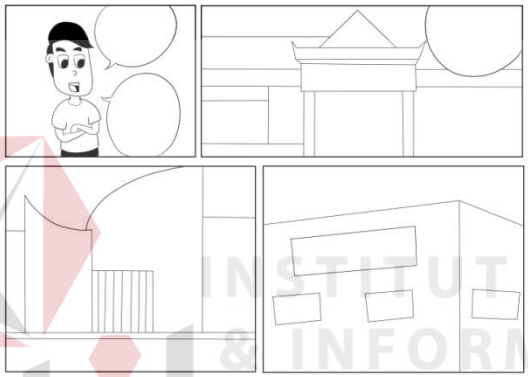
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA



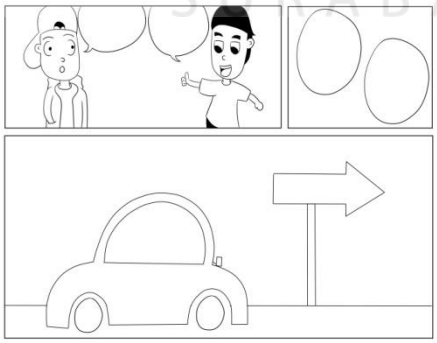
Gambar 4.30 Sketsa Halaman Isi Komik

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016



Gambar 4.31 Sketsa Halaman Isi Komik

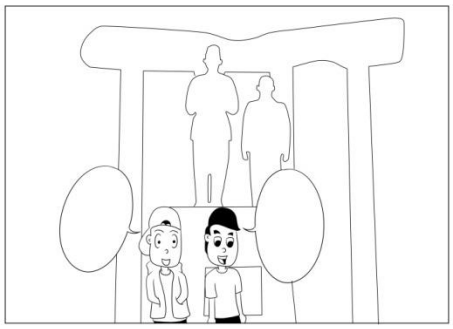
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016



Gambar 4.32 Sketsa Halaman Isi Komik

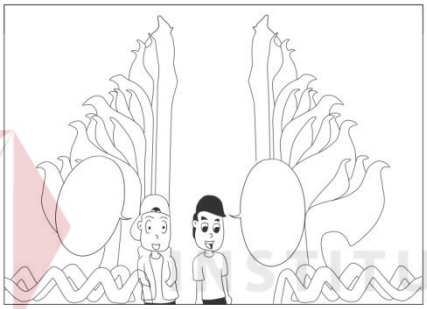
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA



Gambar 4.33 Sketsa Halaman Isi Komik

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016



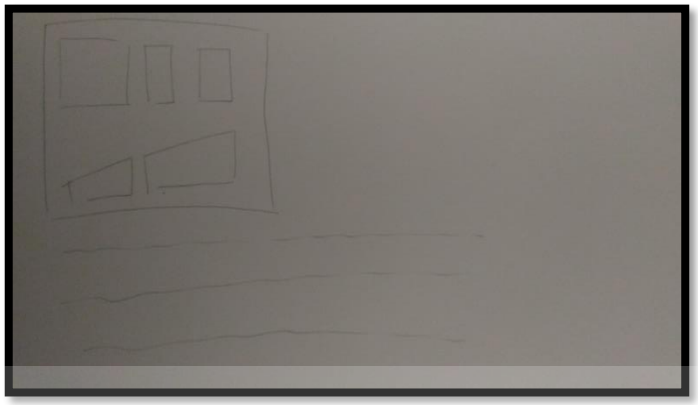
Gambar 4.34 Sketsa Halaman Isi Komik

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

e. Halaman Belakang Cover

Pada halaman belakang cover merupakan tampilan dari sinopsis komik.



Gambar 4.35 Halaman Cover Belakang

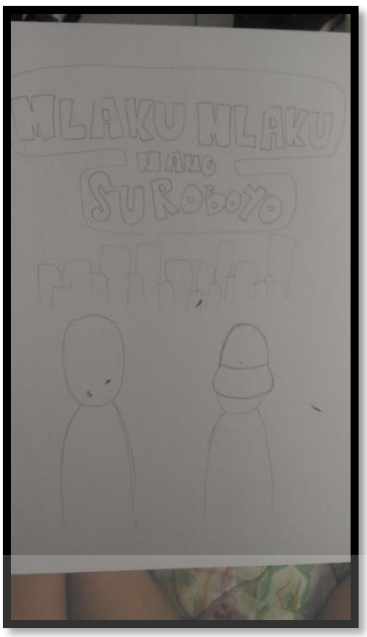
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

f.Media Pendukung

1) Poster

Media poster umum untuk digunakan sebagai keperluan mempromosikan suatu produk atau jasa karena mudah dilihat, menarik serta fleksible dalam penempatannya sehingga cukup efektif. Poster dapat ditempatkan di berbagai tempat yang strategis baik di dalam ruangan maupun diluar ruangan. Poster didesain dengan ukuran 42cm x 29,7cm dengan system cetak digital printing dengan bahan art paper 180gr laminasi glosy. Desain poster menampilkan karakter utama yaitu Surya dan Bayu, yang terlihat sedang memandang kota Surabaya seakan mereka sudah siap untuk mengelilingi pariwisata dikota Surabaya tersebut.

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA



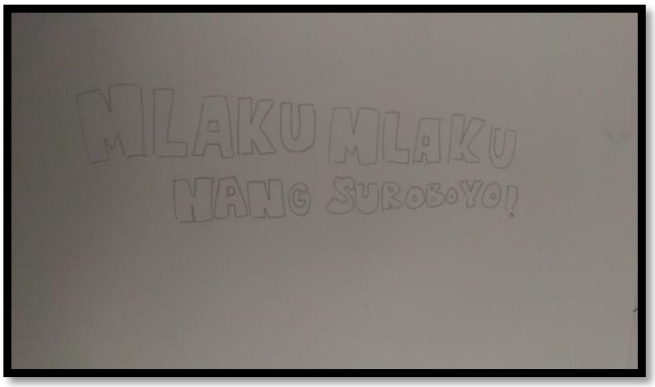
Gambar 4.36 Desain Poster

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

2) Stiker

Penggunaan media stiker cukup cocok sebagai media promosi pendukung karena memiliki fleksibitas yang baik dalam pengaplikasiannya. Selain itu stiker yang digunakan sebagai media promosi pendukung akan membuat dampak yang besar karena akan mudah diletakan dimana saja. Stiker dicetak dengan kertas vinyl susu dengan ukuran 8 cm x 4 cm dengan laminasi doff.

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

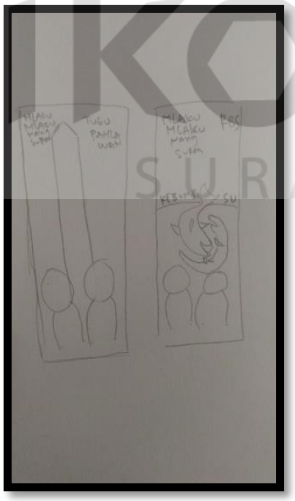


Gambar 4.37 Desain Stiker

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

3) Pembatas buku

Pembatas buku memiliki fungsi sebagai pembatas saat membaca buku, media ini bisa dijadikan bentuk media promosi karena akan sangat berguna saat seseorang sedang membaca buku.



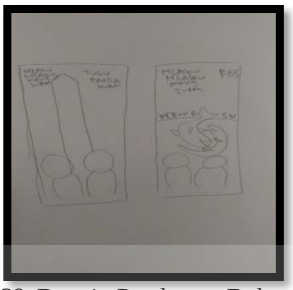
Gambar 4.38 Desain Pembatas Buku

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

4) Gantungan kunci

Media ini akan sangat cocok dijadikan *merchandise* untuk promosi, karena gantungan kunci dapat diaplikasikan ke berbagai tempat



Gambar 4.39 Desain Pembatas Buku

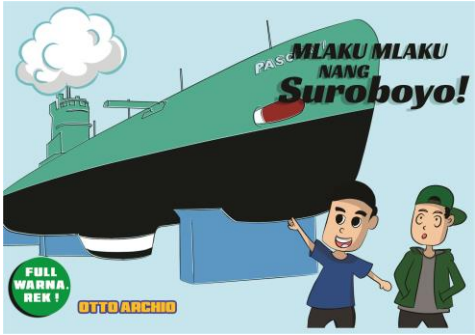
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

4.7 Implementasi

Sketsa desain yang telah dibuat diimplementasikan pada desain yang sudah *fix*, baik dari segi karakteristik buku, warna, dan sebagainya.

1. Media Utama

a. Sampul buku Komik



Gambar 4.39 Sampul depan

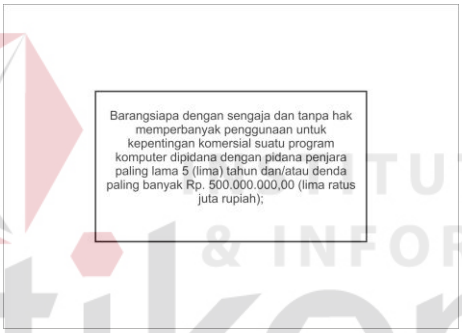
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

Gambar 4.40 Sampul belakang

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

b. Halaman isi buku Komik



Gambar 4.41 Halaman *Copyright*

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

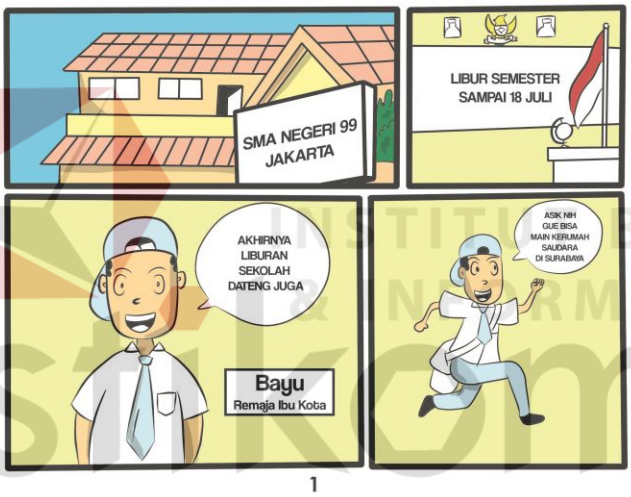
INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

Gambar 4.42 Halaman Kata Pengantar

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

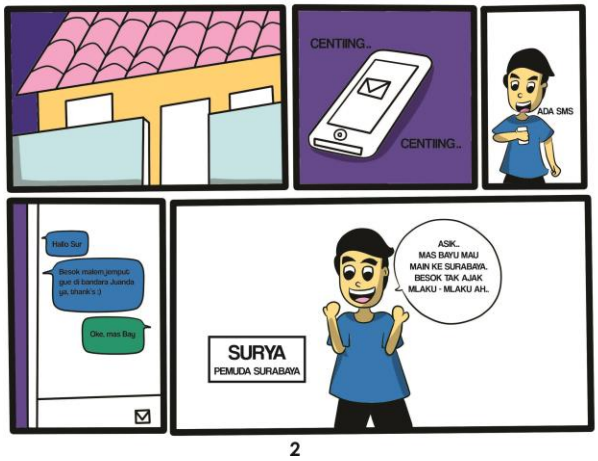
Gambar 4.42 Halaman *subcover*

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016



Gambar 4.43 Pengenalan Tokoh Bayu

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016



INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

3

Gambar 4.45 Bayu menuju Surabaya

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

4

Gambar 4.46 Surya menjemput Bayu

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

5

Gambar 4.47 Perjalanan menuju rumah Surya

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

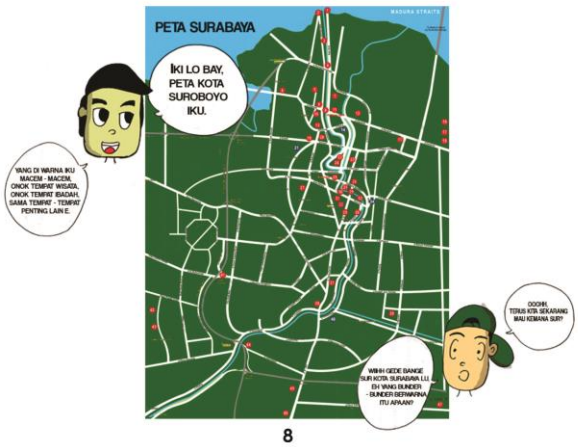
INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

Gambar 4.48 Sampai dirumah Surya

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

Gambar 4.49 Persiapan berwisata

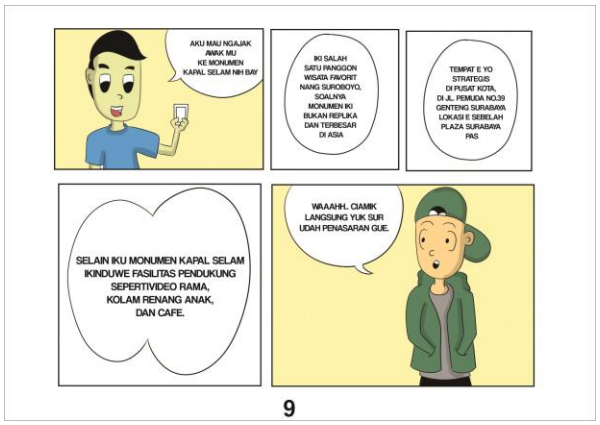
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016



Gambar 4.49 Peta Surabaya

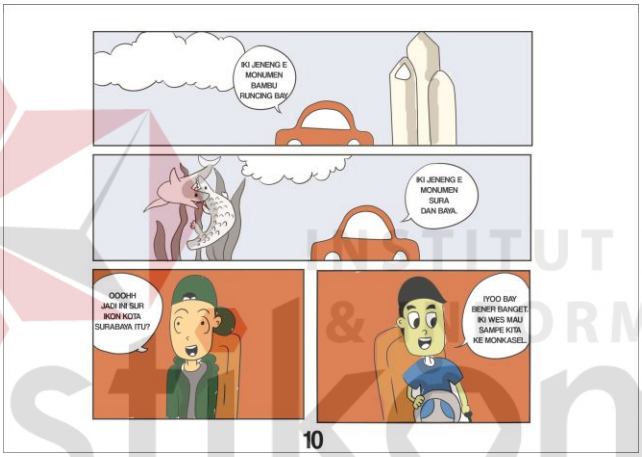
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA



Gambar 4.50 Persiapan menuju Monkasel

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016



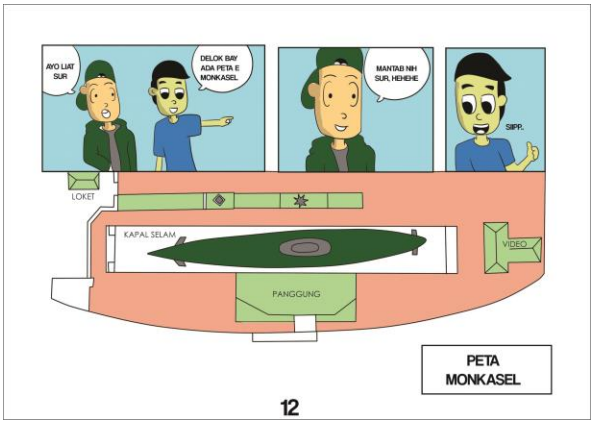
Gambar 4.51 Perjalanan menuju Monkasel

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

Gambar 4.52 Tiba di Monkasel

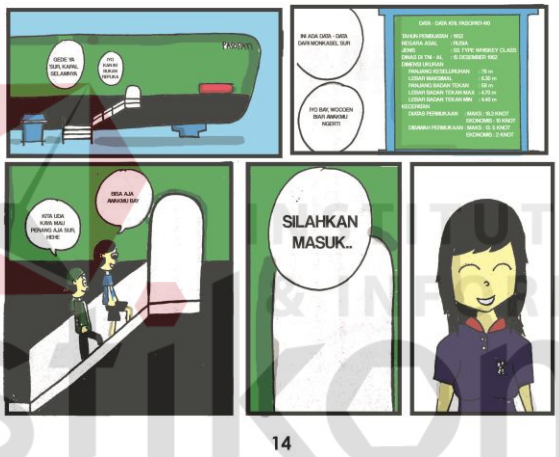
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA



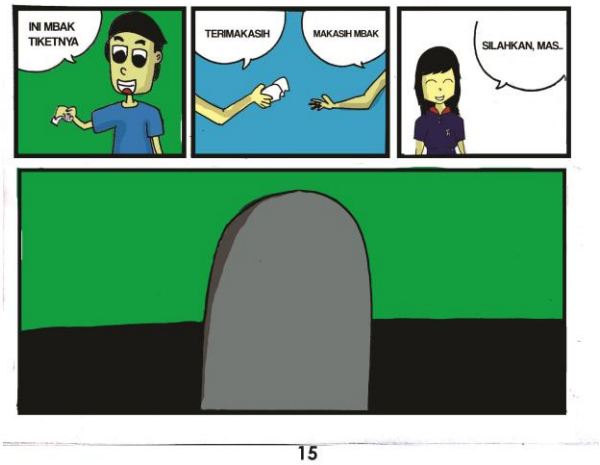
Gambar 4.53 Peta Monkasel

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016



Gambar 4.54 Memasuki Kapal Selam

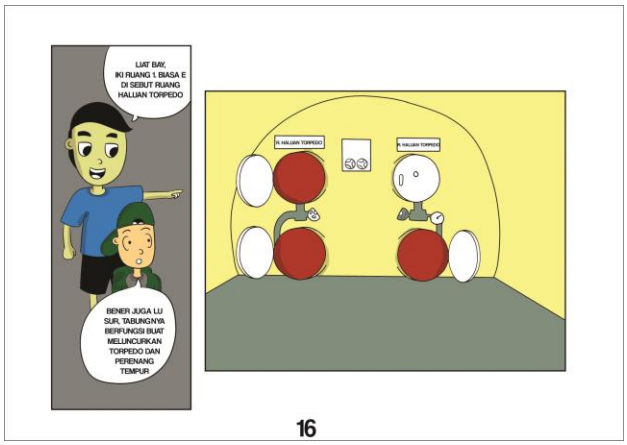
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016



Gambar 4.55 Memasuki Kapal Selam

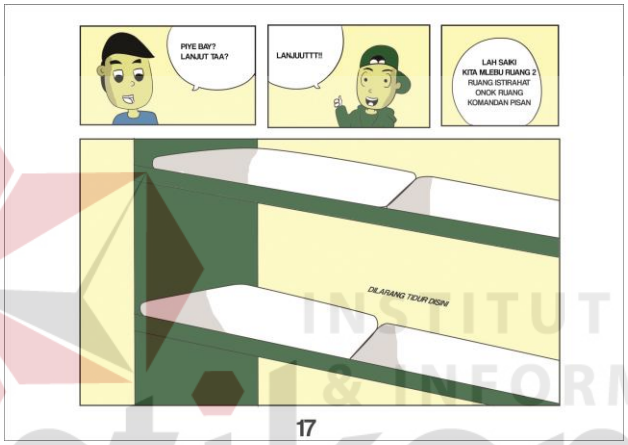
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA



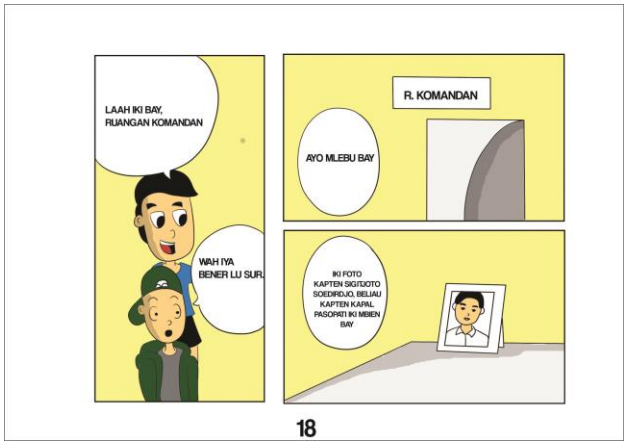
Gambar 4.56 Di dalam Monkasel

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016



Gambar 4.57 Di dalam Monkasel

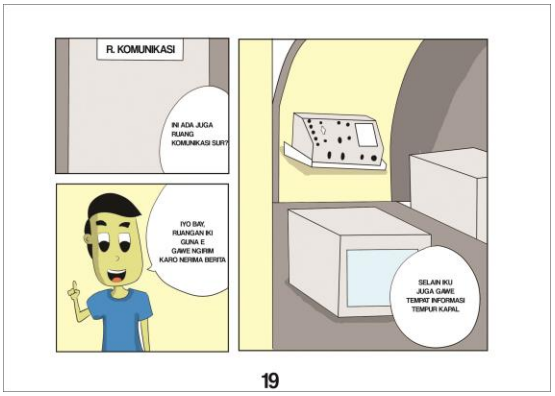
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016



Gambar 4.58 Di dalam Monkasel

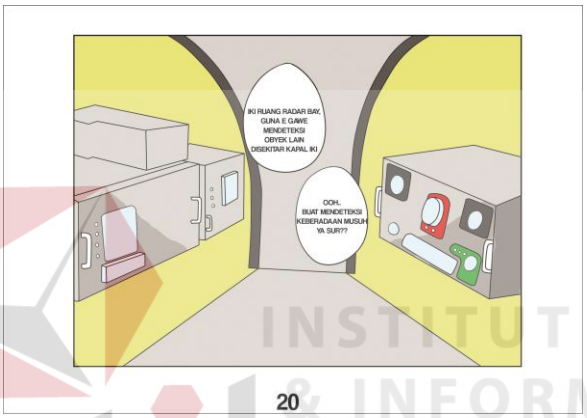
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA



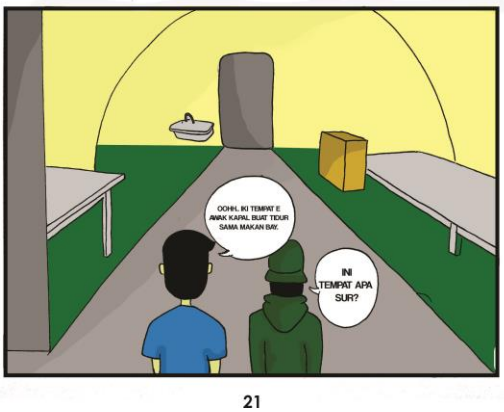
Gambar 4.59 Di dalam Monkasel

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016



Gambar 4.60 Di dalam Monkasel

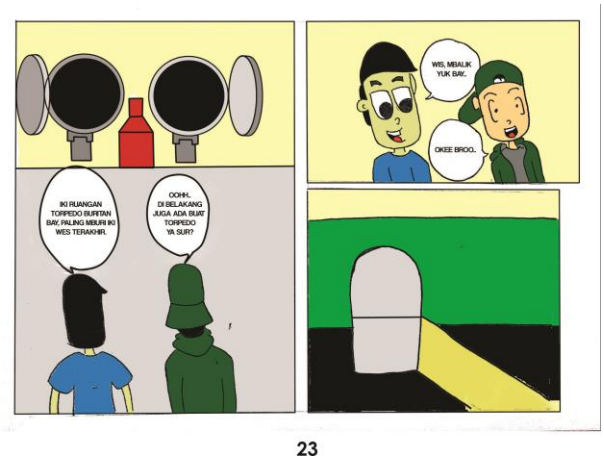
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016



Gambar 4.61 Di dalam Monkasel

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

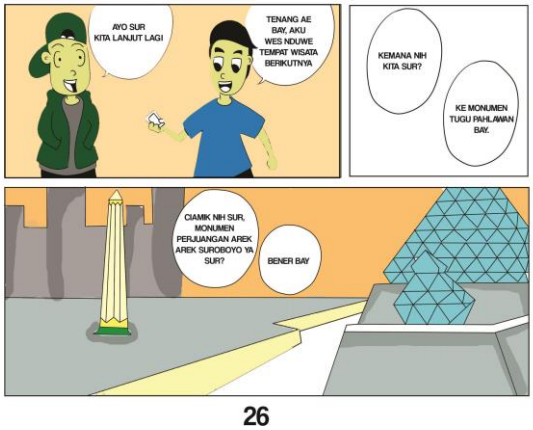


Gambar 4.62 Di dalam Monkasel

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

Gambar 4.63 *QR Barcode*Monkasel

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016



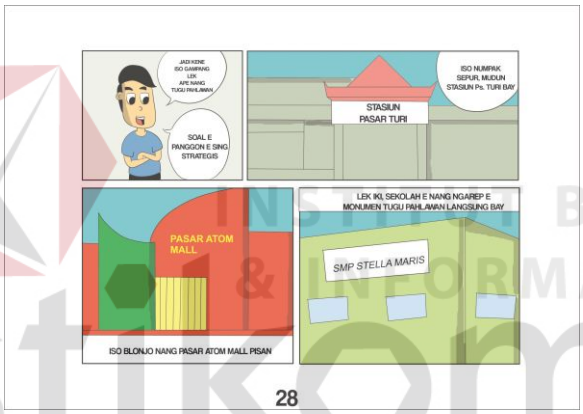
Gambar 4.64 Persiapan M\menuju Tugu Pahlawan

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

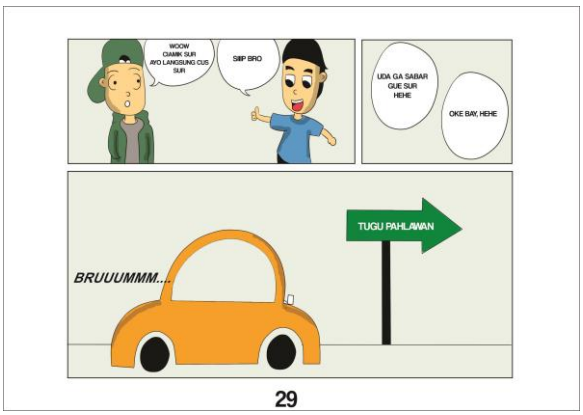
Gambar 4.65 Peta Tugu Pahlawan

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016



Gambar 4.66 Gedung disekitar Tugu Pahlawan

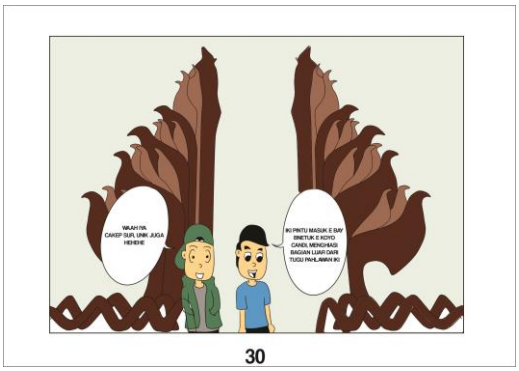
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016



Gambar 4.67 Perjalanan ke Tugu Pahlawan

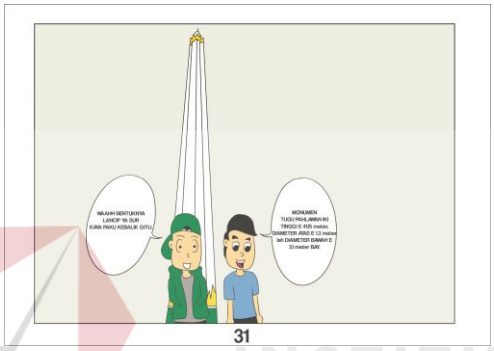
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA



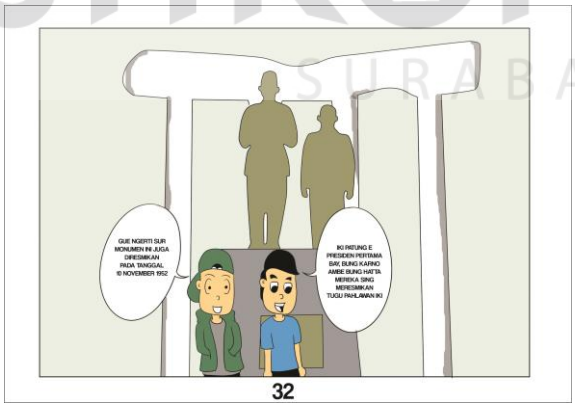
Gambar 4.68 Pintu utama Tugu Pahlawan

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016



Gambar 4.69 Tugu Pahlawan

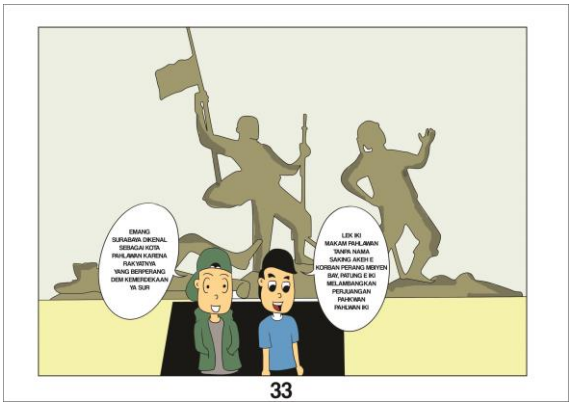
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016



Gambar 4.70 Patung Bung Karno & Bung Hatta

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA



Gambar 4.71 Makam Pahlawan Tanpa Nama

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

Gambar 4.72 Kesimpulan

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

Gambar 4.73 *QR Barcode* Tugu Pahlawan

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

2. Media Pendukung

a. Poster

Gambar 4.74 Poster Pameran

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

b. Sticker

Gambar 4.75 Sticker

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

c. Pembatas Buku

Gambar 4.76 Pembatas Buku

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

d. Gantungan Kunci

Gambar 4.77 Gantungan Kunci

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA stikom SURABAYA