



**PERANCANGAN MASKOT MONUMEN TUGU PAHLAWAN
DAN MUSEUM SEPULUH NOVEMBER GUNA
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS***

KERJA PRAKTIK

Program Studi

S1 Desain Komunikasi Visual

INSTITUT BISNIS
DAN INFORMATIKA

stikom
SURABAYA

**Oleh :
Ghavin Nizar Munthasor**

14420100029

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA
INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM
SURABAYA
2017**

LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN MASKOT MONUMEN TUGU PAHLAWAN DAN MUSEUM SEPULUH NOVEMBER GUNA MENINGKATKAN *BRAND* *AWARENESS*

Laporan Kerja Praktik oleh

Ghavin Nizar Munthasor

NIM : 14.42010.0029

Telah diperiksa, diuji dan disetujui

Surabaya, 8 Oktober 2017

Disetujui :

Dosen Pembimbing



Florens Debora Patricia, M.Pd

NIDN. 07200489505

Penyelia



MT. Agustiono

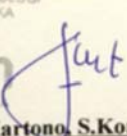
NIP. 196908272008011012

Mengetahui,

Ketua Program Studi, S1 Desain Komunikasi Visual



stikom
SURABAYA


Siswo Martono, S.Kom., M.M.

SURAT PERNYATAAN

PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya, saya :

Nama : Ghavin Nizar Munthasor
NIM : 14420100029
Program Studi : S1 – Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Fakultas Teknologi dan Informatika
Jenis Karya : Laporan Kerja Praktik
Judul Karya : “ PERANCANGAN MASKOT MONUMEN TUGU

PAHLAWAN DAN MUSEUM SEPULUH NOVEMBER

GUNA MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* “

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Seni, saya menyetujui memberikan kepada Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalti Free Right*) atas seluruh isi/ sebagian karya ilmiah saya tersebut di atas untuk disimpan, dialihmediakan dan dikelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) untuk selanjutnya didistribusikan atau dipublikasikan demi kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta
2. Karya tersebut di atas adalah karya asli saya, bukan plagiat baik sebagian maupun keseluruhan. Kutipan, karya atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini adalah semata hanya rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka saya
3. Apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiat pada karya ilmiah ini, maka saya bersedia untuk menerima pencabutan terhadap gelar keserjanaan yang telah diberikan kepada saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 8 Oktober 2017

Y

Ghavin Nizar Munthasor
NIM : 14420100029

ABSTRAK

Monumen Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember merupakan salah satu tempat bersejarah dan menyajikan berbagai macam peninggalan sejarah tentang perang sepuluh 10 November yang terjadi di Surabaya. Rata – rata mereka datang ke tempat ini untuk mengetahui sejarah mengenai perang yang terjadi di Surabaya, namun sayangnya kedua objek wisata ini belum mempunyai maskot yang mampu meningkatkan daya tarik bagi objek wisata tersebut dan menjadi pengingat atau ciri khas dari objek wisata tersebut sebagai pengganti logo.

Solusi dari permasalahan tersebut adalah membuat perancangan maskot Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember, dengan adanya maskot tersebut maka kedua objek wisata tersebut akan menjadi lebih mudah diingat dan memiliki ciri khas. Dalam perancangan maskot ini peneliti menggunakan data dari pihak UPTD Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember maka selanjutnya adalah masuk kedalam pembuatan maskot tersebut. Tahap pertama adalah pembuatan konsep dari data yang sudah ada, selanjutnya adalah pencarian referensi dan pembuatan sketsa. Setelah itu adalah pemilihan desain sketsa maskot yang terpilih dan dilanjutkan ke proses terakhir, yaitu digital vektor dan pemilihan warna.

Kata Kunci : *Monumen Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember, Maskot, Brand Awareness*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat dan rahmatNya penulis dapat menyelesaikan Laporan Kerja Praktik yang berjudul “Perancangan Maskot Monumen Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember Guna Meningkatkan *Brand Awareness*” ini dapat diselesaikan dengan baik.

Laporan Kerja Praktik ini disusun dalam rangka penulisan laporan untuk memperoleh gelar Sarjana Desain pada Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual Stikom Surabaya.

Melalui kesempatan yang sangat berharga ini, penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penyelesaian Laporan Kerja Praktik ini, terutama kepada yang terhormat:

1. Yang terhormat **Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd** selaku Rektor Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya
2. Yang terhormat **Siswo Martono, S.Kom., M.M** selaku Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual yang telah membimbing dan memberikan saran dalam mengerjakan laporan kerja praktik ini.
3. Yang terhormat **Florens Debora Patricia, M.Pd** selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan serta memberi dukungan dalam pembuatan laporan kerja praktik ini.
4. Bapak **MT. Agus** selaku Kepala Divisi Direktur Utama CV. Invenio Indonesia.

5. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu dalam kesempatan ini, yang telah memberikan bantuan moral dan materiil dalam proses penyelesaian laporan ini

Semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan imbalan yang setimpal atas segala bantuan yang telah diberikan.

Surabaya, 8 Oktober 2017

Ghavin Nizar Munthasor



DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---------------------------------|---------|
| SAMPUL..... | i |
| SAMPUL SYARAT..... | i |
| LEMBAR MOTTO..... | ii |
| LEMBAR PERSEMBAHAN..... | iii |
| LEMBAR PENGESAHAN..... | iv |
| SURAT PERNYATAAN..... | v |
| ABSTRAK..... | vi |
| KATA PENGANTAR..... | vii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR GAMBAR..... | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xiii |
| DAFTAR TABEL..... | xiv |
| BAB 1 PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 4 |
| 1.3 Batasan Masalah..... | 4 |
| 1.4 Tujuan..... | 4 |
| 1.5 Manfaat..... | 5 |

| | | |
|---|--------------------------------------|-----------|
| 1.5.1 | Manfaat Teoritis..... | 5 |
| 1.5.2 | Manfaat Praktis..... | 5 |
| 1.6 | Pelaksanaan..... | 6 |
| 1.7 | Sistematika Penulisan..... | 6 |
| BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN..... | | 9 |
| 2.1 | Museum Sepuluh Nopember..... | 9 |
| 2.2 | Visi | 10 |
| 2.3 | Misi..... | 10 |
| 2.4 | Struktur Organisasi..... | 11 |
| 2.4.1 | Kepala Pelaksanaan Teknis Data | 11 |
| 2.4.2 | Kepala Sub Bagian Tata Usaha | 12 |
| 2.4.3 | Kelompok Jabatan Fungsional | 13 |
| BAB III TINJAUAN PUSTAKA..... | | 14 |
| 3.1 | Kota Surabaya..... | 14 |
| 3.2 | Tugu Pahlawan..... | 16 |
| 3.3 | Museum Sepuluh Nopember..... | 17 |
| 3.4 | Maskot..... | 18 |
| 3.4.1 | Fungsi Maskot..... | 20 |
| 3.5 | Sketsa..... | 20 |
| 3.6 | Vektor..... | 23 |
| 3.7 | Warna..... | 24 |

| | |
|---|---------------|
| BAB IV DESKRIPSI PERKERJAAN..... | 27 |
| 4.1 Konsep..... | 27 |
| 4.2 Perancangan Karya..... | 27 |
| 4.2.1 Referensi..... | 28 |
| 4.2.2 Sketsa Maskot..... | 33 |
| 4.2.3 Digital Vektor..... | 39 |
| BAB V PENUTUP..... | 44 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 44 |
| 5.2 Saran..... | 44 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 46 |
| LAMPIRAN..... | 48 |
| BIODATA PENULIS..... | 57 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|---|----------------|
| GAMBAR 2.1 Museum 10 Nopember..... | |
| GAMBAR Struktur Organisasi..... | 10 |
| GAMBAR 4.1 Referensi Karakter Zakumi..... | 29 |
| GAMBAR 4.2 Referensi Maskot Draf Sea Games 2011..... | 30 |
| GAMBAR 4.3 Referensi Maskot Dari Internet..... | 31 |
| GAMBAR 4.4 Referensi Maskot Dari Internet..... | 32 |
| GAMBAR 4.5 Referensi Maskot Dari Internet..... | 33 |
| GAMBAR 4.6 Sketsa Maskot Monumen Tugu Pahlawan..... | 34 |
| GAMBAR 4.7 Sketsa Maskot Monumen Tugu Pahlawan..... | 35 |
| GAMBAR 4.8 Sketsa Terpilih Untuk Monumen Tugu Pahlawan..... | 36 |
| GAMBAR 4.9 Sketsa Maskot Museum Sepuluh Nopember..... | 37 |
| GAMBAR 4.10 Sketsa Terpilih Untuk Museum Sepuluh Nopember..... | 38 |
| GAMBAR 4.11 Proses Pembuatan Outline..... | 39 |
| GAMBAR 4.9 Proses Pembuatan Outline Maskot Pendukung..... | 40 |
| GAMBAR 4.10 Proses Pewarnaan Maskot Monumen Tugu Pahlawan.... | 41 |
| GAMBAR 4.11 Proses Pewarnaan Maskot Museum Sepuluh Nopember. | 42 |
| GAMBAR 4.11 Proses Pewarnaan Maskot Pendukung..... | 43 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | HALAMAN |
|--|---------|
| LAMPIRAN 1 Sertifikat Pengganti Surat Balasan..... | 48 |
| LAMPIRAN 2 Form KP 5 (Halaman 1)..... | 49 |
| LAMPIRAN 3 Form KP 5 (Halaman 2)..... | 50 |
| LAMPIRAN 4 Form KP 6 (Halaman 1)..... | 51 |
| LAMPIRAN 5 Form KP 6 (Halaman 2)..... | 52 |
| LAMPIRAN 6 Form KP 6 (Halaman 3)..... | 53 |
| LAMPIRAN 7 Form KP 7 (Halaman 1)..... | 54 |
| LAMPIRAN 8 Form KP 7 (Halaman 2)..... | 55 |
| LAMPIRAN 9 Kartu Bimbingan Kerja Praktik..... | 56 |
| Biodata Penulis..... | 57 |

DAFTAR TABEL

HALAMAN

| | |
|---|----|
| TABEL 2.1 Struktur Organisasi..... | 11 |
|---|----|



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Republik Indonesia merupakan Negara kepulauan terbesar di dunia yang terdiri dari 17.508 pulau (citra satelit terakhir menunjukkan 18,108 pulau) termasuk 9.638 pulau yang belum diberi nama dan 6.000 pulau yang tidak berpenghuni. Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar di dunia dengan panjang garis pantai lebih dari 81.000 km serta luas laut sekitar 3,1 juta km² sehingga wilayah pesisir dan lautan Indonesia dikenal sebagai negara dengan kekayaan dan keanekaragaman hayati (biodiversity) laut terbesar di dunia dengan memiliki ekosistem pesisir seperti mangrove, terumbu karang (coral reefs) dan padang lamun (sea grass beds) (Dahuri et al. 1996). Salah satu destinasi tersebut berada di Jawa Timur, tepatnya di kota Surabaya.

Kota Surabaya merupakan salah satu destinasi wisata yang patut dikunjungi. Surabaya lebih di kenal oleh masyarakat sebagai kota pahlawan, pariwisata kota surabaya seharusnya mampu memunculkan identitas pariwisata yang terkait dengan pariwisata sejarah. Banyak bangunan bersejarah yang terdapat di Kota Surabaya di antaranya tugu pahlawan, jembatan merah, gedung niaga, gedung RRI dan lain sebagainya yang merupakan ikon sejarah dari Surabaya.

Menurut Harian Birawa, kota Surabaya belum menjadi tujuan favorit wisatawan, baik wisatawan domestik maupun mancanegara. Salah satu penyebabnya adalah kurangnya publikasi tempat dan media promosi yang bisa

menunjang wisatawan agar datang ke destinasi yang di tuju. Selain itu, Kepala Disbudpar Jatim, Jarianto menyatakan bahwa banyak objek wisata Surabaya yang tidak terurus dengan baik. Apalagi Kota Surabaya dikenal sebagai kota Pahlawan yang mempunyai banyak sekali sejarah yang dapat dikenalkan kembali kepada masyarakat, Tugu Pahlawan adalah salah satunya yang sering dikunjungi oleh para wisatawan. Hal ini terjadi dikarenakan bangunan ini merupakan berkumpulnya semua dokumentasi sejarah kota surabaya. Namun meskipun banyak wisatawan yang berkunjung ke Tugu Pahlawan akan tetapi publikasi dan media promosi dari Tugu Pahlawannya sendiri pun masih sangat minim (Agustiono 2017:7).

Tugu Pahlawan terletak di Jalan Tembaan. Tugu pahlawan ini dibangun untuk menghormati parjurit Surabaya yang tewas selama pertempuran besar melawan tentara sekutu yang dilumpuhkan oleh NICA, dan yang ingin menduduki Surabaya pada 10 November 1945. Tugu pahlawan ini terletak di depan kantor gubernur. Tugu pahlawan dibangun dalam bentuk "paku terbalik dengan ketinggian 40,45 meter dengan diameter 3,10 meter dan di bagian bawah diameter 1,30 meter. Di bawah monumen dihiasi dengan ukiran "Trisula" bergambar, "Cakra", "Stamba" dan "Padma" sebagai simbol api perjuangan. Di dalam tugu ini, terdapat Museum 10 November. Museum Sepuluh Nopember dibangun untuk memperjelas keberadaan Tugu Pahlawan tersebut dan sebagai penyimpang bukti-bukti sejarah di 10 November 1945.

Museum Sepuluh Nopember didirikan sebagai bentuk kenangan atas keberanian arek-arek Suroboyo pada pertempuran heroik tanggal 10 Nopember 1945. Museum yang diresmikan pada tahun 2000 dan berlokasi di dalam kompleks Tugu Pahlawan ini telah terkenal sebagai salah satu tujuan wisata kota

Surabaya. Di Museum ini, beberapa benda peninggalan Bung Tomo serta rekaman asli pidato Bung Tomo yang berapi-api membangkitkan gelora dan hasrat rakyat akan kemerdekaan dapat didengarkan dari sebuah radio kuno. Beberapa diorama statis menggambarkan aksi kepahlawanan arek-arek Suroboyo yang hanya dengan menggunakan bambu runcing dan senapan rampasan mampu melawan sekutu dapat dinikmati di lantai 2 museum.

Meskipun kedua objek wisata ini sudah diketahui banyak orang namun sangat disayangkan tidak sedikit pula orang yang menganggap kedua objek wisata ini berkesan biasa aja, kuno, dan membosankan. Hal ini dikarenakan kurangnya identitas yang menarik dari Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember. Identitas yang ditampilkan dari kedua objek wisata ini adalah berupa logo. Logo sendiri dianggap kurang menarik bagi pengunjung, karena hanya berkesan sebagai cover saja. Dari permasalahan tersebut muncullah ide berupa pembuatan maskot bagi kedua objek wisata tersebut.

Maskot dipilih karena desain maskot yang menarik bisa membantu sebuah branding dan promosi untuk perusahaan. Desain yang baik bisa memberikan impresi yang baik kepada masyarakat. Beberapa desain maskot lebih terkenal ketimbang perusahaan itu sendiri. Banyak perusahaan yang cukup sukses untuk menciptakan desain yang melekat kuat di ingatan. Seperti halnya perusahaan seperti Disney dan McDonalds yang menggunakan maskot untuk membangun brand mereka dan mereka terbukti sukses dalam mengembangkannya untuk brand. Dalam hal ini tak hanya membangun brand namun juga memberikan sentuhan spesial yang melekat di ingatan orang. Semakin banyak perusahaan yang menjadikan maskot sebagai salah satu strategi branding mereka maka selalu

menarik untuk melihat mana saja yang masih melekat kuat di benak semua orang dan yang mudah dilupakan. Desain Maskot yang biasanya berupa karakter kartun biasa digunakan dalam bisnis dan membuat sebuah brand berbeda dengan brand lainnya.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas, didapat rumusan masalah sebagai berikut : Bagaimana merancang desain maskot UPTD Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember sebagai upaya meningkatkan brand awareness.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan permasalahan pada latar belakang penelitian di atas, maka batasan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Perancangan dan observasi difokuskan untuk desain maskot Monumen Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember.
2. Membuat desain maskot yang menjadi identitas dari Monumen Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember.

1.4 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah dan batasan masalah diatas tujuannya adalah untuk merancang desain maskot Monumen Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember untuk meningkatkan *brand awareness*.

1.5 Manfaat Penelitian

Dari laporan ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1.5.1 Manfaat Teoritis

- a. Sebagai referensi bagi mahasiswa dalam merancang desain maskot untuk sebuah *brand* atau instansi
- b. Sebagai bahan perbandingan dalam pembuatan desain maskot selanjutnya

1.5.2 Manfaat Praktis

- a. Sebagai media promosi Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember dalam menarik minat pengunjung
- b. Meningkatkan Daya ingat dan identitas dari Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember
- c. Memberikan konsep baru dalam merancang desain maskot yang lebih menarik dan kreatif

1.6 Pelaksanaan

Kerja praktik dilaksanakan di UPTD Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember, yang beralamat di Jalan Pahlawan, Surabaya. Waktu Pelaksanaannya dimulai dari tanggal 03 Juli 2017 sampai dengan 12 Agustus 2017 dengan jangka waktu dimulai pada jam 07.30 – 16.00 dihari Senin – Kamis, 07.30 – 15.00 dihari jumat dan 07.00 – 15.00 dihari Sabtu dan Minggu.

Adapun kegiatan yang dilakukan selama melaksanakan kerja praktik di UPTD Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember adalah :

1. Mengumpulkan referensi desain maskot baik lokal maupun nasional
2. Membuat konsep atau perancangan desain, membuat sketsa desain maskot, revisi desain
3. Proses pembuatan digital maskot yang sudah di setuju bentuknya dengan teknik vektor

1.7 Sistematika Laporan

Penulisan Di dalam penyusunan laporan ini secara sistematis diatur dan disusun dalam lima bab, yang masing-msing terdiri dari beberapa sub. Adapun urutan dari bab pertama sampai bab terakhir adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan yang terbagi menjadi dua yaitu tujuan utama serta tujuan khusus, manfaat yang terbagi menjadi dua yaitu secara teoritis dan praktis, pelaksanaan kerja praktik dan sistematika penulisan laporan.

BAB II : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini membahas mengenai gambaran umum tentang UPTD Tugu Pahlawan secara umum, visi dan misi, struktur organisasi.

BAB III : LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi konsep dasar atau teori-teori yang terkait dengan judul yang diambil penulis, dengan mengambil data-data dari buku– buku referensi yang berguna untuk memecahkan masalah yang terjadi di dalam UPTD Tugu Pahlawan.

BAB IV : HASIL & PEMBAHASAN

Pada Bab kelima ini merupakan hasil implementasi karya dan penjelasan tentang makna yang ada di dalam karya tersebut yang berasal dari latar belakang masalah pada bab ke satu.

BAB V : PENUTUP

Bab ini membahas mengenai kesimpulan dan Saran yang diperoleh dari pembuatan Desain Maskot Monumen Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember sebagai upaya meningkatkan brand awareness.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi tentang daftar referensi yang digunakan sebagai dasar dalam pelaksanaan kwereja praktik, bisa berupa buku, koran, majalah, e-book, jurnal laporan, dan lain-lain.



BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Museum Sepuluh Nopember

Museum Sepuluh Nopember merupakan museum yang didirikan sebagai bentuk kenangan atas keberanian arek-arek surabaya pada pertempuran yang menimbulkan ratusan hingga ribuan orang gugur pada tanggal 10 November 1945. Museum yang di resmikan pada tahun 2000 dan di bangun pada tahun 1998 yang berlokasi di dekat Tugu Pahlawan.

Museum Sepuluh Nopember memiliki koleksi senjata rampasan tentara Jepang pada era penjajahan Jepang, serta memiliki rekaman asli pidato bung tomo yang berapi – api membangkitkan semangat perjuangan melawan penjajah kepada seluruh warga Indonesia khususnya warga Surabaya. Museum 10 Nopember juga mempunyai koleksi pribadi dari bung tomo antara lain buku harian bung tomo , bendera bataleon 1, gelas sovenir dari pertemuan di semarang.

Museum Sepuluh Nopember ingin memberitahukan kepada masyarakat tentang jangan sekali kali melupakan jasa para pahlawan, dengan menggambarkan situasi kota Surabaya yang telah di hancurkan, dijajah, dan dirampas hak – hak warga surabaya, serta menggambarkan semangat masyarakat Surabaya dalam meraih kemerdekaan atas penjajahan, dengan bermodal doa, bambu runcing, dan senjata rampasan warga surabaya tidak gentar melawan tentara penjajah yang di senjatai lengkap.



Gambar 2.1 museum 10 Nopember

Nama Instansi pemerintahan: Monumen Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh

Nopember Surabaya

Alamat : Jl. Pahlawan Surabaya

Kelurahan : Alun- alun Contong

Kecamatan : Bubutan

Kota : Surabaya

Kode Pos : 60174

Telepon Kantor : (031) 3571100

Nomor Fax : (031) 3571100

Email : museumsepuluhnopember@yahoo.com

2.2 VISI

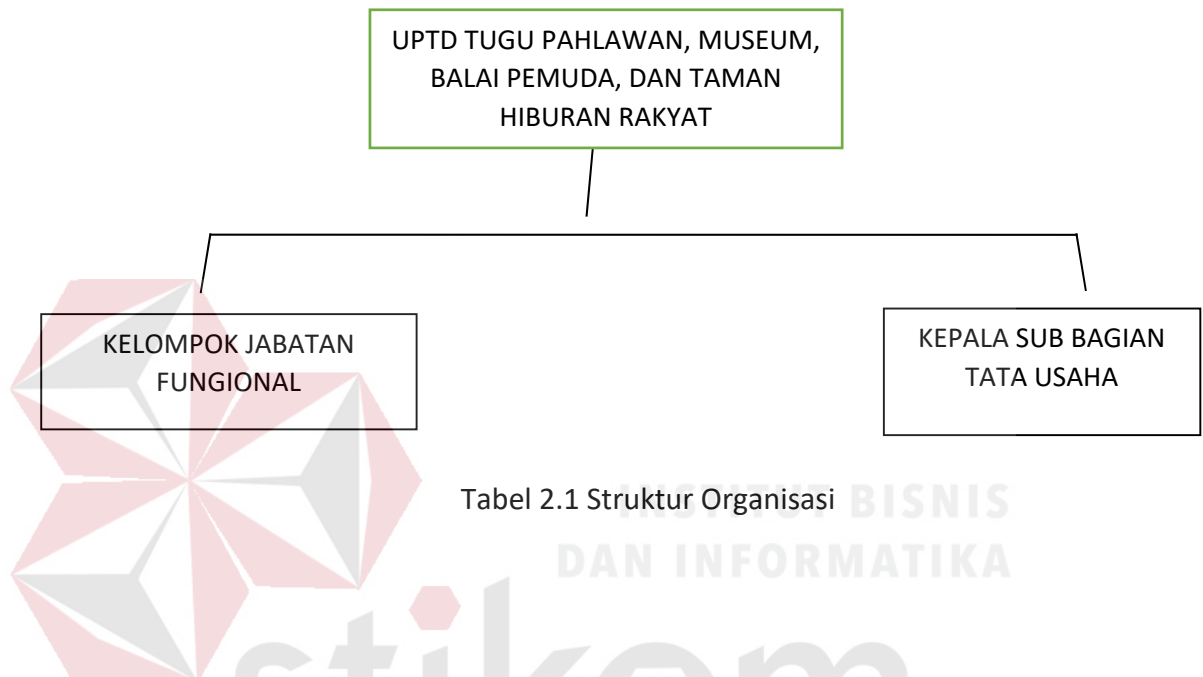
Monumen Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember sebagai tempat tujuan wisata nyaman dan berbudaya

2.3 MISI

- Melestarikan sejarah dan budaya bangsa Indonesia

- Meningkatkan daya tarik wisata dengan kreasi, inovasi dan inisiasi
- Mengembangkan sarana dan prasarana
- Meningkatkan wisatawan domestik maupun internasional

2.4 Struktur Organisasi



Tabel 2.1 Struktur Organisasi

2.4.1 Kepala Unit Pelaksanaan Teknis Dinas

Berdasarkan Peraturan Walikota Surabaya Nomor 82 Tahun 2016 pasal 6, Kepala UPTD memiliki tugas sebagai berikut:

1. Pelaksanaan penyusunan rencana program
2. Pelaksanaan pengelolaan dan pemeliharaan Balai Pemuda, Gedung Nasional Indonesia, Tugu Pahlawan, Museum Sepuluh Nopember, dan Taman Hiburan Rakyat
3. Pelaksanaan fasilitasi dan pelayanan Balai Pemuda, Gedung Nasional Indonesia, Tugu Pahlawan, Museum Sepuluh Nopember, dan Taman Hiburan Rakyat

4. Pemrosesan administrasi perizinan/ rekomendasi terkait pemanfaatan sarana dan prasarana Balai Pemuda, Gedung Nasional Indonesia, Tugu Pahlawan, Museum Sepuluh Nopember, dan Taman Hiburan Rakyat
5. Pelaksanaan pemungutan retribusi dan pendapatan lain serta menyetorkan ke kas umum Daerah
6. Pelaksanaan urusan keuangan , kepegawaian, rumah tangga dan UPTD
7. Pelaksanaan ketatausahaan UPTD
8. Pelaksanaan evaluasi dan pelaporan pelaksanaan tugas
9. Pelaksanaan tugas- tugas lain yang diberikan oleh kepala Dinas sesuai dengan tugas dan fungsinya

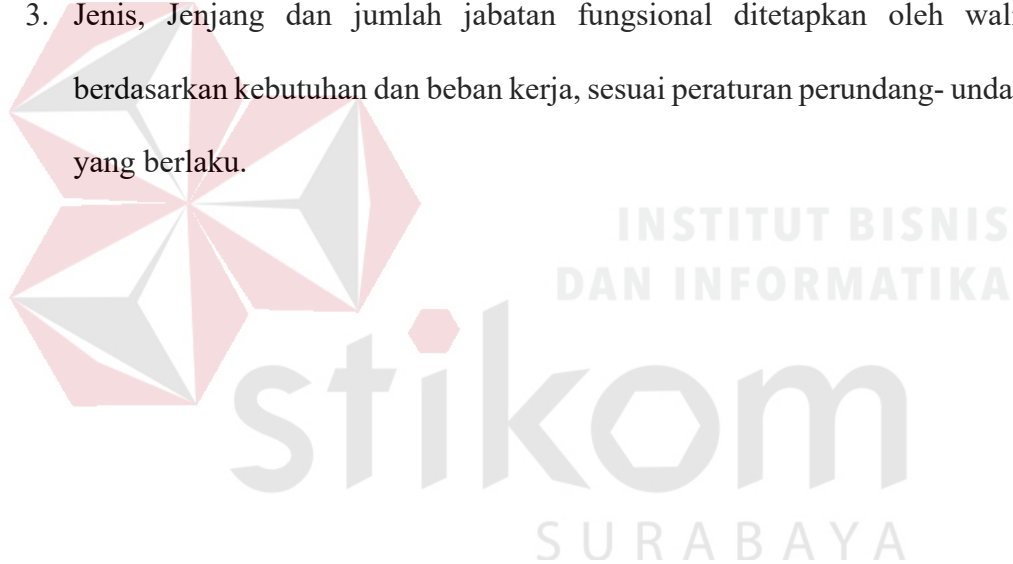
2.4.2 Kepala Sub Bagian Tata Usaha

Berdasarkan Peraturan Walikota Surabaya Nomor 82 Tahun 2016 Pasal 7, Kepala Sub Bagian Tata Usaha memiliki tugas sebagai berikut:

1. Menyusun perencanaan dan Kegiatan Operasional
2. Melakukan urusan administrasi umum, keuangan, rumah tangga, perlengkapan dan peralatan
3. Melaksanakan kebersihan, keamanan dan ketertiban
4. Melaksanakan administrasi kepegawaian
5. Melaksanakan pembinaan organisasi dan ketatalaksanaan
6. Melaksanakan koordinasi penyusunan laporan kegiatan
7. Melaksanakan tugas- tugas lain yang diberikan oleh kepala UPTD sesuai dengan tugas dan fungsinya

2.4.3 Kelompok Jabatan Fungsional

1. Berdasarkan Peraturan Walikota Surabaya Nomor 82 Tahun 2016 Pasal 8, Kelompok jabatan fungsional adalah sebagai berikut: Walikota berwenang untuk menetapkan kelompok jabatan fungsional pada UPTD sebagaimana dimaksud dalam pasal 4 ayat (1 huruf c)
2. Kelompok jabatan fungsional sebagaimana dimaksud pada ayat (1), terdiri atas sejumlah tenaga dalam jabatan fungsional keahlian dan jabatan fungsional keterampilan
3. Jenis, Jenjang dan jumlah jabatan fungsional ditetapkan oleh walikota berdasarkan kebutuhan dan beban kerja, sesuai peraturan perundang- undangan yang berlaku.



BAB III

TINJAUAN PUSTAKA

3.1 Kota Surabaya

Surabaya adalah ibu kota Provinsi Jawa Timur, Indonesia, sekaligus kota metropolitan terbesar di provinsi tersebut. Surabaya merupakan kota terbesar kedua di Indonesia setelah Jakarta. Kota ini terletak 796 km sebelah timur Jakarta, atau 415 km sebelah barat laut Denpasar, Bali. Surabaya terletak di pantai utara Pulau Jawa bagian timur dan berhadapan dengan Selat Madura serta Laut Jawa. Surabaya adalah kota terbesar dan tertua di Indonesia, dengan total luas 330,45 km² dan jumlah penduduk lebih dari 3 juta orang di malam hari dan lebih dari 5 juta orang di jam kerja. Surabaya terletak di timur laut Pulau Jawa. Surabaya merupakan pelabuhan laut dengan Pelabuhan Tanjung Perak sebagai pelabuhan utama. Pelabuhan Tanjung Perak berfungsi sebagai hub / pusat untuk pengiriman antar pulau di wilayah Indonesia Timur.

Nama Surabaya berasal dari berbagai sumber. Di delta Brantas muara sungai, banyak pemukiman besar dan kecil hidup berdampingan untuk waktu yang lama dengan nama yang berbeda, antara lain Surabaya, Ujung Galuh, dll. Dalam sejarah Kublai Khan, tiga kapal perang yang perkasa telah dikalahkan di Ujung Galuh (1293AD). Surabaya juga dikenal sebagai kota pahlawan, gelar itu diberikan terkait dengan semangat heroik dan memperingati pertempuran Surabaya pada tanggal 10 November 1945. Orang-orang dari etnis yang berbeda yang datang dari bagian timur Indonesia (seperti Madura, Bali, dll) telah mengunjungi dan tinggal di Surabaya. Selain dua kelompok etnis yang disebutkan di atas, orang-orang Cina,

Arab, dan India keturunan juga mendiami kota bersama dengan masyarakat Surabaya asli (Jawa), membuat Surabaya menjadi kota multi-etnis dan multi-agama.

Surabaya adalah kota terpanjang dengan nama yang sama di Indonesia. Nama Surabaya muncul dalam Nagarakretagama, pidato Raja Hayamwuruk dari Kerajaan Majapahit besar ditulis pada daun lontar di 1365. Sejarawan juga percaya bahwa armada Kubilai Khan dipukuli di sekitar area pelabuhan Surabaya di 1293. Surabaya dilayani oleh sebuah bandar udara, yakni Bandar Udara Internasional Juanda, serta dua pelabuhan, yakni Pelabuhan Tanjung Perak dan Pelabuhan Ujung.

Surabaya terkenal dengan sebutan Kota Pahlawan karena sejarahnya yang sangat diperhitungkan dalam perjuangan Arek-Arek Suroboyo (Pemuda-pemuda Surabaya) dalam mempertahankan kemerdekaan bangsa Indonesia dari serangan penjajah. Cerita Sejarah Kota Surabaya kental dengan nilai kepahlawanan. Sejak awal berdirinya, kota ini memiliki sejarah panjang yang terkait dengan nilai-nilai heroisme. Istilah Surabaya terdiri dari kata sura (berani) dan baya (bahaya), yang kemudian secara harfiah diartikan sebagai berani menghadapi bahaya yang datang. Nilai kepahlawanan tersebut salah satunya mewujudkan dalam peristiwa pertempuran antara Raden Wijaya dan Pasukan Mongol pimpinan Kubilai Khan di tahun 1293. Begitu bersejarahnya pertempuran tersebut hingga tanggalnya diabadikan menjadi tanggal berdirinya Kota Surabaya hingga saat ini, yaitu 31 Mei.

Heroisme masyarakat Surabaya paling tergambar dalam pertempuran 10 Nopember 1945. Arek-arek Suroboyo, sebutan untuk orang Surabaya, dengan berbekal bambu runcing berani melawan pasukan sekutu yang memiliki

persenjaan canggih. Puluhan ribu warga meninggal membela tanah air. Peristiwa heroik ini kemudian diabadikan sebagai peringatan Hari Pahlawan sehingga membuat Surabaya dilabeli sebagai Kota Pahlawan.

Sejarah Surabaya juga berkaitan dengan aktivitas perdagangan. Secara geografis Surabaya memang diciptakan sebagai kota dagang dan pelabuhan. Surabaya merupakan pelabuhan gerbang utama Kerajaan Majapahit. Letaknya yang dipesisir utara Pulau Jawa membuatnya berkembang menjadi sebuah pelabuhan penting di zaman Majapahit pada abad ke - 14. Berlanjut pada masa kolonial, letak geografisnya yang sangat strategis membuat pemerintah Kolonial Belanda pada abad ke - 19, memposisikannya sebagai pelabuhan utama yang berperan sebagai *collecting centers* dari rangkaian terakhir kegiatan pengumpulan hasil produksi perkebunan di ujung Timur Pulau Jawa, yang ada di daerah pedalaman untuk diekspor ke Eropa.

3.2 Tugu Pahlawan

Monumen ini berada di tengah-tengah kota di Jalan Pahlawan Surabaya, dan di dekat Kantor Gubernur Jawa Timur. Tugu Pahlawan merupakan salah satu ikon Kota Surabaya sebagai Kota Pahlawan. Berdiri di atas tanah lapang seluas 1,3 hektar, dan secara administratif berada di wilayah Kelurahan Alun-Alun Contong, Kecamatan Bubutan, Kota Surabaya. Tugu Pahlawan adalah sebuah monumen yang menjadi markah tanah Kota Surabaya. Tinggi monumen ini adalah 41,15 meter dan berbentuk lingga atau paku terbalik. Tubuh monumen berbentuk lengkungan-lengkungan sebanyak 10 lengkungan, dan terbagi atas 11 ruas. Tinggi, ruas, dan canalures mengandung makna tanggal 10, bulan 11, tahun 1945.

Suatu tanggal bersejarah, bukan hanya bagi penduduk Kota Surabaya, tetapi juga bagi seluruh rakyat Indonesia. Tugu Pahlawan dibangun untuk memperingati peristiwa Pertempuran 10 November 1945 di Surabaya, di mana arek-arek Suroboyo berjuang melawan pasukan Sekutu bersama Belanda yang hendak menjajah kembali Indonesia. Monumen Tugu Pahlawan menjadi pusat perhatian setiap tanggal 10 November mengenang peristiwa pada tahun 1945 ketika banyak pahlawan yang gugur dalam perang kemerdekaan. Pembangunan Tugu Pahlawan juga sebagai monument untuk mengenang peristiwa-peristiwa yang terjadi. Seiring berjalannya waktu kota Surabaya berkembang menjadi kota metropolis bahkan menjadi kota terbesar kedua setelah Jakarta.

3.3 Museum Sepuluh Nopember

Museum Sepuluh Nopember didirikan sebagai bentuk kenangan atas keberanian arek-arek Suroboyo pada pertempuran heroik tanggal 10 Nopember 1945. Museum yang diresmikan pada tahun 2000 dan berlokasi di dalam kompleks Tugu Pahlawan ini telah terkenal sebagai salah satu tujuan wisata kota Surabaya. Di Museum ini, beberapa benda peninggalan Bung Tomo serta rekaman asli pidato Bung Tomo yang berapi-api membangkitkan gelora dan hasrat rakyat akan kemerdekaan dapat didengarkan dari sebuah radio kuno. Beberapa diorama statis menggambarkan aksi kepahlawanan arek – arek Suroboyo yang hanya dengan menggunakan bambu runcing dan senjata rampasan mampu melawan sekutu dapat dinikmati di lantai 2 museum.

3.4 Maskot

Maskot adalah bentuk atau benda yang dapat berbentuk seseorang, binatang, atau objek lainnya yang dianggap dapat membawa keberuntungan dan untuk menyemarakkan suasana acara yang diadakan. Maskot pada umumnya merepresentasikan kepada masyarakat luas dari sekolah, universitas, klub olah raga, ataupun pengembangan atas suatu produk komersial. Setiap maskot yang dibuat akan diberikan nama panggilan yang sesuai dengan karakter dari maskot itu sendiri. Penggunaan atas maskot sekarang telah semakin meluas dengan selalu digunakan dalam setiap acara olah raga di dunia ini, seperti Piala Dunia maupun Olimpiade sebagai bagian dari promosi dari acara olah raga saat ini. Pemilihan atas maskot akan disesuaikan dengan karakter dari acara yang akan dibuat ataupun dari organisasi, klub, maupun lembaga yang akan menggunakan maskot sebagai alat untuk berpromosi.

Menurut Wheeler (2009:46), maskot merupakan salah satu elemen (*pictorial mark*) dari *brand identity*. Maskot adalah personifikasi dari brand dalam wujud karakter tertentu dengan sifat dan ciri khas yang mewakili brand tersebut. Maskot adalah alat komunikasi sekaligus diferensiasi yang dapat menjadi suatu media promosi yang efektif dalam konteks “awareness” di waktu dekat, dan “loyalty” di jangka panjang. Maskot merupakan media motivator yang mampu menjembatani antara brand dengan target audiens. Maskot yang efektif adalah maskot yang mampu menggambarkan sebuah kota, filosofi, membawa gambaran visi dan misi, serta mampu menjadi bagian dari publik itu sendiri.

Menurut Siswanto (2014:45), maskot dapat tampil sebagai identitas utama ataupun pendukung. Maskot mengajak orang untuk ikut berinteraksi karena banyak orang yang menyukai karakter lucu dan menggemaskan. Maskot bersifat universal dan lintas bahasa sehingga mudah diterima hampir semua kalangan mulai dari anak-anak sampai orang tua. Lewat wajah, ekspresi serta gerakannya, kehadiran maskot membuat suasana menjadi lebih hidup karena dekat dengan karakter manusia.

Menurut Kent Wertime (2003:116) maskot memiliki relevansi komersial yang luar biasa. Karena berkapasitas memicu ingatan dan membentuk koneksi dengan elemen-elemen yang lebih fundamental dari otak. Teknik ini muncul dalam berbagai bentuk familiar sampai-sampai sebagian audiens tidak mengenalinya sebagai pembantu ingatan. Contohnya seperti Ronald McDonald, dan KFC Colonel. Masing-masing maskot ini berfungsi membangkitkan ingatan. Teknik peningkatan ingatan diperlukan karena dalam ekonomi citra dewasa ini, konsumen terekspos terhadap citra-citra visual secara terus menerus. Terlalu banyak hal yang berlomba-lomba memikat perhatian mereka. Dengan demikian, cara ini berfungsi sebagai simbol kognitif yang akan secara cepat menyentak memori audiens dan mengarahkan audiens ke arah produk.

Semakin banyak perusahaan yang menjadikan maskot sebagai salah satu strategi branding mereka maka selalu menarik untuk melihat mana saja yang masih melekat kuat di benak semua orang dan yang mudah dilupakan. Desain Maskot yang biasanya berupa karakter kartun biasa digunakan dalam bisnis dan membuat sebuah brand berbeda dengan brand lainnya.

3.4.1 Fungsi maskot :

- Maskot merupakan sarana komunikasi dengan masyarakat dan konsumen
- Maskot memberikan image kesuksesan dan keseriusan Perusahaan untuk mempublikasikan
- Maskot terlihat exclusive dan memiliki nilai tinggi
- Maskot akan terlihat menarik menjadi sorotan dan perhatian pengunjung / peserta, masyarakat, undangan dan terkesan mencuri perhatian publik
- Maskot mengangkat Image Brand
- Maskot menjadi saran pemasaran efektif dalam beriklan
- Konsumen membutuhkan reperentasi visual yang lebih dari kata-kata pemasaran agar konsumen jatuh hati dengan visual maskot dan aksinya yang menjadi image cute.

3.5 Sketsa

Sketsa adalah karya gambar yang biasanya tidak dimaksudkan sebagai hasil karya akhir. Sebuah sketsa dapat memiliki beberapa tujuan, yaitu merekam sesuatu yang dilihat oleh seniman, merekam atau mengembangkan gagasan untuk dipakai kemudian, atau dapat juga digunakan sebagai cara singkat menggambarkan citra, gagasan, atau prinsip.

Sketsa dapat dibuat pada beragam media gambar. Istilah ini sering diterapkan pada karya grafis yang dikerjakan pada media kering, seperti silverpoint, grafit, pensil, arang, atau pastel, namun dapat juga diterapkan pada gambar yang dikerjakan menggunakan pena dan tinta, pena ballpoint, cat air, dan cat minyak.

Dua jenis terakhir umumnya disebut sebagai "skesa cat air" atau "sketsa cat minyak". Seorang pematung dapat juga membuat sketsa model tiga dimensi dari tanah liat, plastisin, atau wax.

Sketsa umumnya digambarkan sebagai bagian dari pelajaran mahasiswa seni. Hal ini umumnya mencakup pembuatan sketsa (croquis) dari model hidup yang berpose berubah-ubah tiap beberapa menit. Sebuah sketsa biasanya berupa gambar cepat dan ringan, sementara istilah-istilah terkait, seperti study, modello, dan "preparatory drawing" biasanya mengacu pada karya yang digunakan sebagai dasar pembuatan karya akhir, kerap dibuat pada media berbeda, tapi perbedaannya tidak mencolok. Sementara underdrawing adalah gambar yang berada di bawah karya akhir, yang terkadang masih tampak atau dapat dilihat menggunakan metode ilmiah modern seperti sinar X.

Kebanyakan seniman gambar menggunakan sketsa sebagai sebuah metode merekam atau menghasilkan gagasan. Buku-buku sketsa beberapa artis menjadi terkenal, di antaranya milik Leonardo da Vinci dan Edgar Degas yang telah menjadi objek seni tersendiri, dengan banyak halaman yang menunjukkan gambar akhir dan sketsa. Istilah "buku sketsa" mengacu pada buku kerta kosong yang digunakan seniman untuk menggambar. Buku ini dapat dibeli dalam bentuk terjilid atau berupa lembaran-lembaran terpisah yang kemudian dirangkai atau dijilid bersama.

Kemampuan merekam kesan secara cepat melalui sketsa memiliki berbagai maksud pada budaya masa kini. Sketsa ruang pengadilan merekam suasana atau

orang-orang di ruang pengadilan. Sketsa yang dibuat untuk membantu pihak berwenang menemukan atau mengenali buronan disebut sketsa wajar atau sketsa komposit. Artis jalanan di tempat-tempat wisata terkenal sering kali menggambar sketsa dalam beberapa menit.

Sketsa berasal dari bahasa Inggris yaitu *sketching* yang memiliki arti lukisan awal yang kasar, ringan, semata-mata garis besar ataupun belum selesai, sering kali digunakan sebagai percobaan atau sebagai tanda yang digunakan dalam gambar biasa, catatan singkat tanpa bagian-bagian kecil yang mengemukakan gagasan tentang sesuatu. Menurut Linda Murray dan Peter, Sketsa adalah merupakan rancangan yang kasar dari suatu komposisi atau sebagian komposisi dibuat demi kepuasan pribadi. Pribadi seniman ada beberapa hal yaitu skala, perbandingan, komposisi, penyinaran dan lain sebagainya.

Menurut H.W Flower, Sketsa adalah begitu saja tanpa persiapan. Merupakan gambaran atau lukisan pendahuluan yang kasar, ringan dan semata-mata hanya garis besarnya saja. Kegiatan menggambar sketsa pada dasarnya hanya memerlukan alat dan bahan yang sangat sederhana untuk membuat goresan-goresan ringan dari bentuk sesungguhnya. Beberapa garis yang digoreskan pada bidang datar dapat memberikan suatu kesan simbol tentang bentuk yang ada di sekitar atau gagasan tentang sesuatu yang terlihat dan terlintas dalam benak seseorang. Dengan demikian pikiran dan perasaan dapat diungkapkan dalam bentuk visual melalui kegiatan menggambar, karena menggambar merupakan kegiatan mendasar dalam berkarya seni rupa. Kegiatan menggambar sketsa dapat dianalogikan dengan kegiatan menulis. Ketika kita hendak menulis, sebelum

dapat menulis kalimat yang baik kita cenderung menulis dan merangkai beberapa kata terlebih dahulu hingga diperoleh kalimat yang sesuai. Demikian pula halnya dengan kegiatan menggambar sketsa. Sebelum dapat membuat karya seni rupa yang utuh, umumnya para seniman membuat sketsa terlebih dahulu.

Menurut Fajar Sidik, garis atau penggarisan merupakan unsur yang paling utama dalam seni lukis, akan tetapi pada dasarnya terdapat perbedaan antara sketsa dengan lukisan. Ada sebuah ungkapan yang menarik yang disampaikan oleh Kusnadi, ia berkata bahwa seorang seniman dan kritikus seni rupa. Sketsa ibarat gesekan biola tunggal, sedangkan lukisan merupakan sebuah orkes yang lengkap. Ungkapan ini menyatakan dua hal, pertama, sketsa sebagai ungkapan estetis dihadirkan secara sangat sederhana karena menggunakan garis secara hemat dan selektif. Umumnya sketsa dikerjakan dengan cepat dan secara spontan. Jika sketsa dibangun oleh unsur-unsur garis sebagai medium utamanya, lukisan merupakan ungkapan lengkap, dalam arti penyajiannya dibangun dengan menggunakan unsur-unsur lain, seperti tekstur, kedalaman/ruang, gelap-terang, dan warna di samping unsur garis. Bahkan, dalam lukisan unsur warna menjadi penting sebagai unsur tambahannya. Sebagaimana halnya dengan karya lukisan, sketsa juga memiliki keragaman tema, gaya dan teknik pengungkapannya. Perbedaan yang mencolok hanyalah pada medium pengucapannya.

3.6 Vektor

Vector merupakan gambar yang terbentuk dari sejumlah garis dan kurva. Kualitas gambarnya tetap baik meskipun diperbesar, karena gambar jenis vector

ini bukan terdiri dari titik. Adapun aplikasi yang digunakan untuk mengolah gambar jenis vector ini adalah: Corel-Draw, Freehand, dan Adobe illustrator. Monitor biasanya akan menampilkan gambar dalam bentuk piksel, maka semua gambar baik jenis vector maupun bitmap akan ditampilkan dalam bentuk piksel. Gambar ini mengandung unsur matematis seperti arah, ukuran sudut, ketebalan, warna, dan lain sebagainya.

Vektor adalah gambar yang tidak bergantung pada resolusi atau, gambar vektor adalah gambar yang terimpan sebagai persamaan matematik (disebut algoritma) yang menunjukkan kurva, garis, dan bentuk-bentuk lain. Mudah untuk diperbesar/diperkecil tanpa menurunkan kualitas gambar. Gambar vektor adalah gambar yang tidak bergantung pada resolusi, sehingga saat kita melakukan pembesaran atau pengecilan, gambar tetap mempunyai kualitas yang sama. Karena gambar vektor merupakan hasil garis, kurva, dan bidang sehingga setiap unsur mempunyai fill dan stroke yang dapat kita edit sesuai kreasi. Selain itu pengertian vektor adalah gambar yang terbentuk dari sejumlah garis dan kurva atau serangkaian intruksi matematis yang berhubungan antara satu sama lain, kualitas gambarnya pun akan tetap baik meskipun diperbesar karena gambar jenis vector ini bukan terdiri dari titik atau raster (bitmap).

3.7 Warna

Disadari atau tidak, warna memainkan peran yang sangat besar dalam pengambilan keputusan saat membeli barang. Penelitian yang dilakukan oleh Institute For Color Research di Amerika (sebuah Institut penelian tentang warna)

menemukan bahwa seseorang dapat mengambil keputusan terhadap orang lain, lingkungan maupun produk dalam waktu hanya 90 detik saja. Dan keputusan tersebut 90%-nya didasari oleh warna (Rustan, 2013:72)

Marian L. David dalam bukunya *Visual Design in Dress* (1987:119), menggolongkan warna menjadi dua, yaitu warna eksternal dan internal. Warna eksternal adalah warna yang bersifat fisika dan faali, sedangkan warna internal adalah warna sebagai persepsi manusia, cara manusia melihat warna kemudian mengolahnya di otak dan cara mengekspresikannya.

Warna dapat dilihat dari tiga dimensi yaitu :

- a. Hue : pembagian warna berdasarkan nama-nama warna seperti merah, biru, hijau, kuning dan seterusnya.
- b. Value : terang gelapnya warna
- c. Intensity : tingkat kemurnian atau kejernihan warna

Warna merupakan elemen paling penting terhadap suatu benda dan memiliki bagian yang paling utama. Penelitian yang dilakukan oleh institut penelitian tentang warna menemukan bahwa seseorang dapat mengambil keputusan terhadap orang lain, lingkungan maupun dalam waktu hanya 90 detik saja dan keputusan tersebut 90%-nya didasari oleh warna (Rustan, 2013: 72). Menurut Henry Dreyfuss Warna menurut ilmu Bahan, Adalah sembarang zat tertentu yang memberikan warna.

Warna memegang peran sebagai sarana untuk lebih mempertegas dan memperkuat kesan atau tujuandan mempunyai fungsi untuk memperkuat aspek identitas.



BAB IV

DESKRIPSI PEKERJAAN

4.1 Konsep

Tugu pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember sebelumnya memiliki kesan dibenak masyarakat sebagai wisata yang hanya memperlihatkan benda-benda peninggalan sejarah dan menyampaikan penggalan cerita tentang pertempuran 10 November. Tidak sedikit masyarakat yang beranggapan bahwa Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember adalah tempat wisata yang membosankan dan kuno. Sebagai mana saat ini pengunjung yang banyak mengunjungi Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember adalah siswa mulai dari Taman kanak – kanak, hingga ke siswa Sekolah Menengah Atas.

Dari permasalahan tersebut muncullah konsep maskot yang bersifat berani, menyenangkan, asik, bersahabat, ramah, berwawasan luas dan modern. Maskot yang dibuat berupa dua maskot yang memiliki peranan berbeda. Maskot pertama adalah maskot dari Monumen Tugu Pahlawan, konsep dari maskot ini adalah maskot yang memunculkan karakter berani, ramah, dan menyenangkan. Maskot kedua adalah maskot dari Museum Sepuluh Nopember, konsep dari maskot ini adalah masot yang bersahabat dan memiliki wawasan luas. Selain itu ada beberapa maskot pendukung yang berguna sebagai pendukung dari maskot utama tersebut. Dengan adanya maskot tersebut diharapkan dapat merubah kesan dari Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember serta dapat membuat objek

wisata ini lebih dikenal dan diingat oleh masyarakat apabila melihat maskot tersebut.

4.2 Perancangan Karya

Setelah mendapatkan konsep yang akan diimplementasikan pada desain maskot, maka tahap selanjutnya adalah perancangan karya. Dalam perancangan karya meliputi beberapa tahapan. Seperti mencari referensi desain maskot, membuat sketsa kasar dan alternatif desain, dan proses terakhir adalah proses digital desain maskot yang terpilih.

4.2.1 Referensi

Mencari referensi dilakukan setelah konsep yang akan diimplementasikan pada maskot tersebut ditentukan. Referensi digunakan sebagai acuan dalam mendesain maskot dan didapatkan dari beberapa buku-buku tentang maskot, karakter-karakter dalam berbagai event, dan berbagai macam ilustrasi desain maskot maupun karakter.



Gambar 4.1 Referensi Karakter Zakumi

Sumber : Google.com

Zakumi adalah maskot yang digunakan pada waktu Piala Dunia 2010 yang diadakan di South Africa. Maskot ini dipilih karena maskot ini merupakan maskot yang mewakili sifat menyenangkan yang digunakan dalam konsep pembuatan maskot Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember,



Gambar 4.2 referensi Maskot Draf Sea Games 2011

Sumber : Google.com

Maskot ini digunakan pada Sea Games 2011, bentuk yang diambil dari karakter ini adalah bentuknya yang bukan objek manusia, melainkan binatang. Hal ini sama halnya dengan penggunaan objek yaitu bentuk dari tugu dan museum yang akan digunakan,



Gambar 4.3 Referensi maskot dari internet

Sumber : Google.com

Maskot ini merupakan maskot yang diambil dari internet. Maskot ini akan digunakan sebagai salah satu maskot yang menjadi acuan gerakan dari maskot yang akan dibuat.



Gambar 4.4 Referensi maskot dari internet

Sumber : Google.com

Maskot ini merupakan referensi untuk beberapa pose yang akan digunakan dalam maskot Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember.



Gambar 4.5 Referensi maskot dari internet

Sumber : Google.com

Referensi yang akan diambil dari maskot ini adalah peletakkan posisi dan pose yang akan digunakan dalam maskot yang akan dibuat.

4.2.2 Sketsa Maskot

Proses awal yang dilakukan dalam mendesain maskot adalah pembuatan sketsa-sketsa kasar yang dilakukan secara manual sebelum akhirnya dipilih sketsa awal yang dilanjutkan ke proses digital.



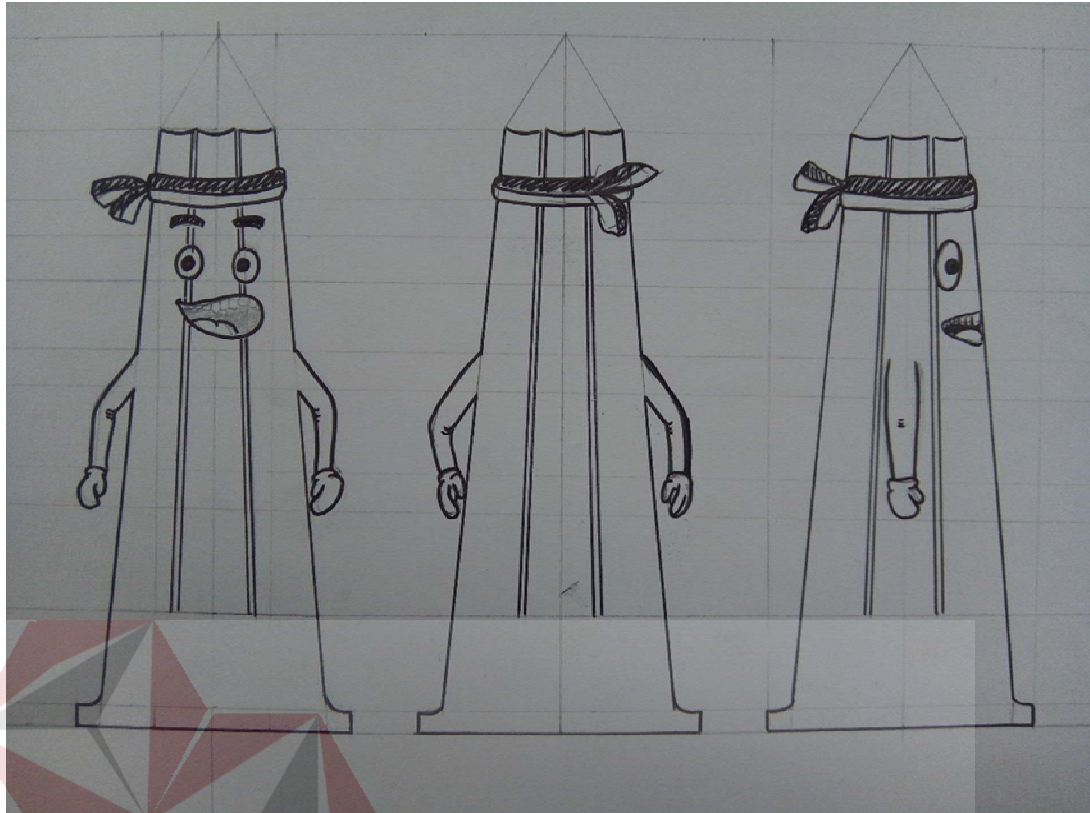
Gambar 4.6 Sketsa maskot Monumen Tugu Pahlawan

Sumber : Olahan penulis



Gambar 4.7 Sketsa maskot Monumen Tugu Pahlawan

Sumber : Olahan penulis



Gambar 4.8 Sketsa terpilih untuk maskot Monumen Tugu Pahlawan

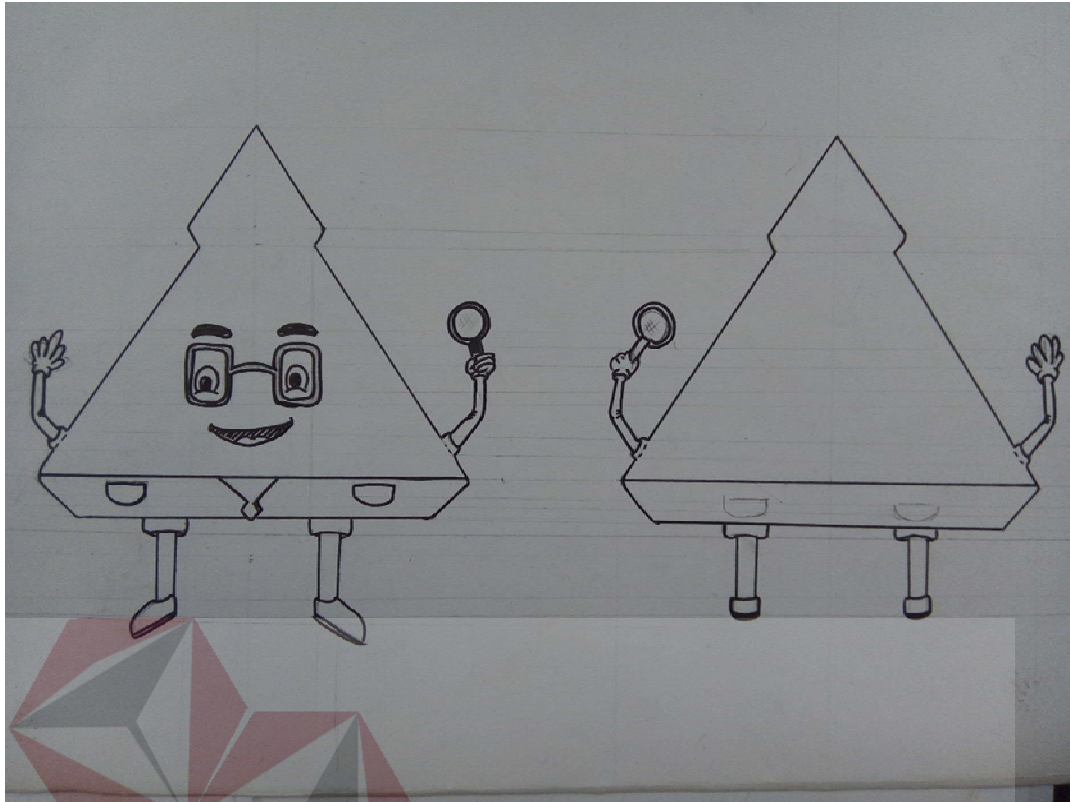
Sumber : Olahan penulis

Dari beberapa maskot yang dibuat maka terpilihlah satu maskot yang akan dijadikan sebagai maskot dari Monumen Tugu Pahlawan. Gambar 4.9 merupakan sketsa terpilih untuk maskot yang akan digunakan sebagai maskot Monumen Tugu Pahlawan. Pada gambar 4.9 ini memiliki elemen visual yang sesuai dengan konsep yang sudah dibuat.



Gambar 4.9 Sketsa maskot Museum Sepuluh Nopember

Sumber : Olahan penulis



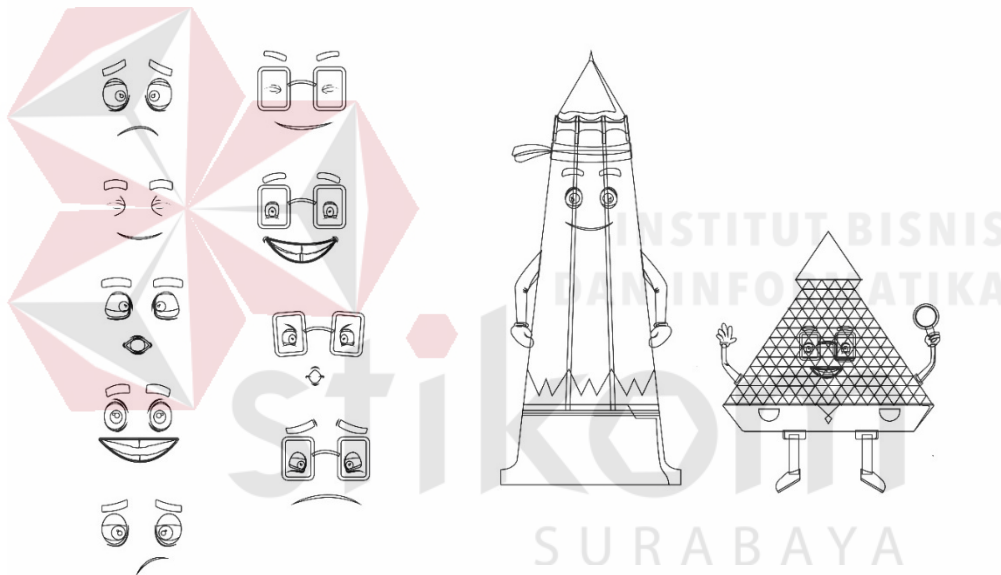
Gambar 4.10 Sketsa terpilih untuk maskot Museum Sepuluh Nopember

Sumber : Olahan penulis

Dari beberapa sketsa maskot untuk Museum Sepuluh Nopember akan terpilih satu sketsa yang akan dilanjutkan ke proses digital dan akan dipilih sebagai maskot Museum Sepuluh Nopember. Maskot terpilih ini mengandung element yang sesuai dengan konsep yang sudah dibuat.

4.2.3 Digital Vektor

Setelah terpilih satu desain karakter yang sesuai dengan konsep, maka proses selanjutnya adalah proses digital colouring atau vektor. Tahap awal dari proses ini adalah pembuatan ulang sketsa manual menggunakan *software* yang digunakan. Mulai dari lekuk tubuh, pose, tampak depan dan tampak samping dalam bentuk 2D. Setelah itu tahapan selanjutnya adalah proses pewarnaan maskot yang sudah dibuat.



Gambar 4.11 Proses Pembuatan Outline

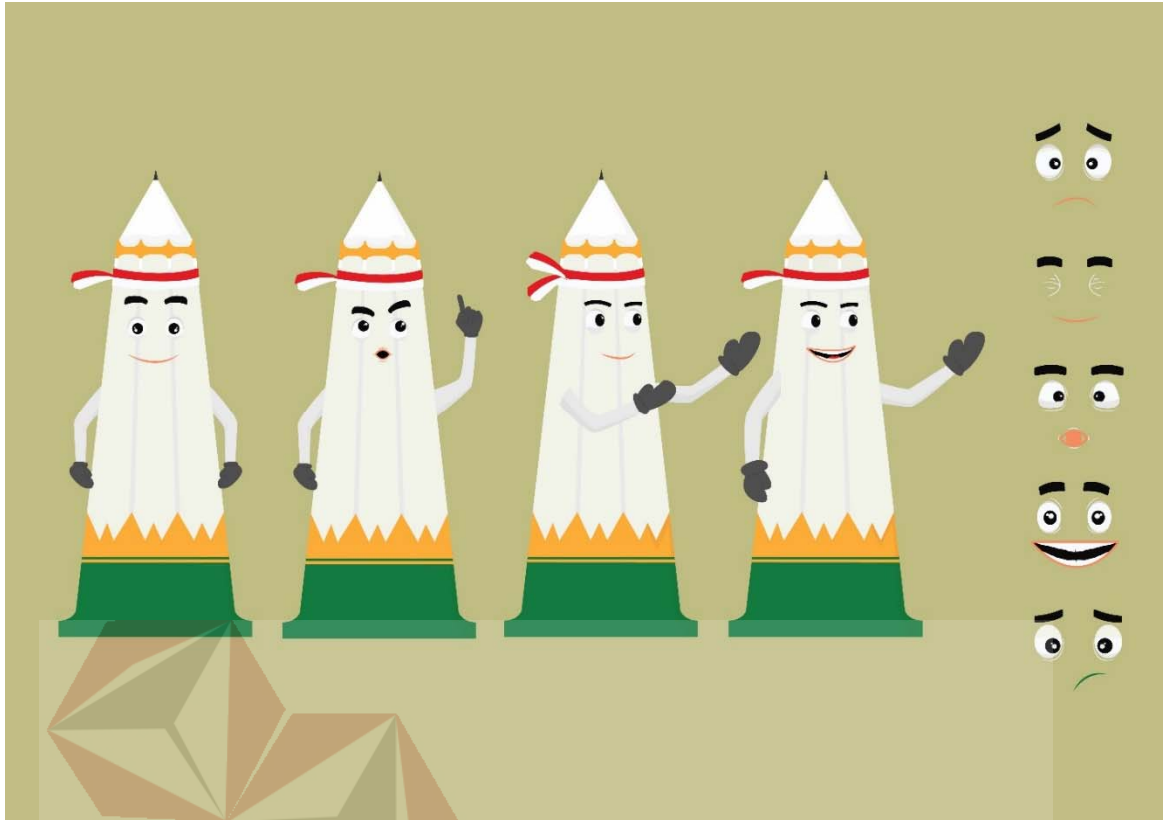
Sumber : Olahan penulis



Gambar 4.12 Proses Pembuatan Outline Maskot Pendukung

Sumber : Olahan penulis

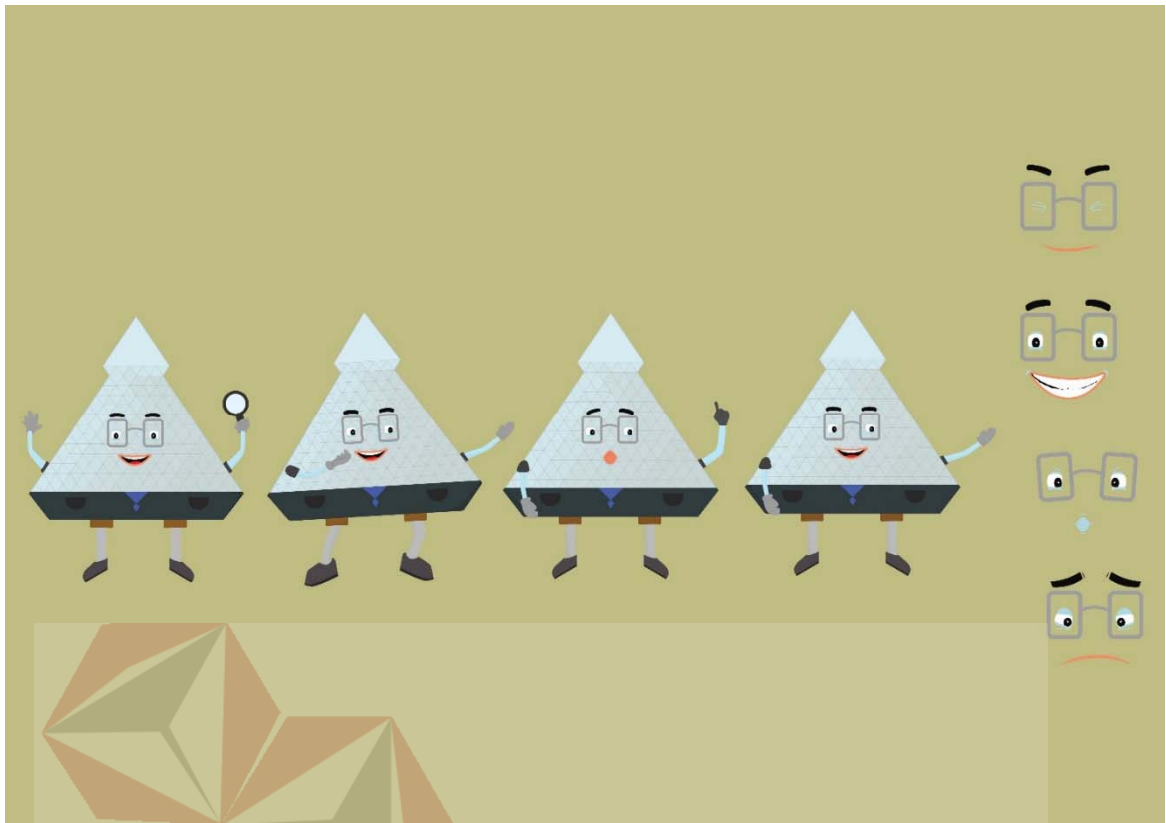
Pembuatan ulang sketsa manual yang sudah dibuat. Sketsa yang sudah dibuat ini tidak berwarna, namun hanya berupa outline yang berwarna hitam hingga setelah itu diberi warna sesuai dengan konsep yang dibuat.



Gambar 4.13 proses pewarnaan maskot Tugu Pahlawan

Sumber : Olahan penulis

Warna yang digunakan merupakan warna asli dari Tugu Pahlawan. Yaitu Putih, Hijau, dan kuning ke-emasan. Filosofi dari warna maskot ini sama halnya dengan filosofi dari warna yang melekat di Monumen Tugu Pahlawan.



Gambar 4.14 Proses pewarnaan maskot Museum Sepuluh Nopember

Sumber : Olahan penulis

Warna dari Museum Sepuluh Nopember ini berwarna biru dibagian tubuhnya. Dan abu-abu gelap dibagian celananya. Warna biru ini sama dengan warna asli dari museum ini.



Gambar 4.15 Proses pewarnaan maskot pendukung

Sumber : Olahan penulis

Warna dari maskot pendukung ini adalah coklat selayaknya warna seragam para pejuang terdahulu. Dari warna ini diharapkan agar para penerus bangsa tidak malu dan tidak malas untuk mengetahui pentingnya sejarah perjuangan bangsa terdahulu.

BAB V

PENUTUP

Pada bab ini berisi mengenai kesimpulan yang diperoleh dari Perancangan Desain Maskot Monumen Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember.

6.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang didapat dari Perancangan Desain Maskot Monumen Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember dengan membuat maskot adalah sebagai berikut :

1. Agar konsep pembuatan maskot untuk Monumen Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember lebih efektif, pertama kali yang harus dilakukan adalah melakukan riset tentang latar belakang kenapa harus membuat maskot dan riset segment yang akan sering mengunjungi objek wisata tersebut lebih dahulu.
2. Maskot yang dibuat haruslah menarik, kreatif, unik, serta memiliki tampilan yang menyampaikan suatu kesan terhadap orang yang melihatnya.

6.2 Saran

Berdasarkan penjelasan perancangan diatas maka dapat diberikan saran untuk pengembangan, diantaranya sebagai berikut :

1. Perancangan maskot ini masih sangat mungkin untuk dikembangkan lagi bagi desainer baru dengan penggunaan unsur – unsur desain lain agar terlihat lebih menarik
2. Selalu diperbaiki dan ditambahkan dengan elemen-elemen desain didalam maskot dan disesuaikan dengan perkembangan zaman, namun tetap memperlihatkan karakter dari objek wisata tersebut.



DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

David, Marlian. 1987. Visual Design in Dress

Rustan, Surianto. 2013. Mendesain Logo. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Wertime, Kent. 2003. Building Brands and Believers. Jakarta: Erlangga

Wheeler, Alina. 2009. *Designing Brand Identity*. Canada, New Jersey: Acid Free Paper.

Sumber Jurnal

Giwangkara, Gilang (2017) *TA : Perancangan Buku Ilustrasi Biografi dengan Teknik Vector Sebagai Upaya Mengenalkan Sejarah Cak Durasim Kepada Anak di Surabaya.*

Putri, Seila Ulfa Varadika (2016) *TA : Perancangan Buku Komik Ludruk Berbasis Ilustrasi Digital Guna Mengenalkan Kembali Kesenian Tradisional Kepada Remaja.*

Hidayat, Royyan (2015) : *Perancangan Environmental Graphic Design Museum Sepuluh Nopember Surabaya Sebagai Pendukung Program Wisata Surabaya City Tour.*

Sumber Internet

<http://www.eastjava.com/tourism/surabaya/ina/heroes-monument.html> (diakses pada tanggal 15 September 2017)

<http://www.surabaya.go.id/berita/4758-tentang> (diakses pada tanggal 15 September 2017)

https://id.wikipedia.org/wiki/Tugu_Pahlawan (diakses pada tanggal 15 September 2017)

<https://id.wikipedia.org/wiki/Maskot> (diakses pada tanggal 21 September 2017)

<http://allmy.blogdetik.com/2012/12/24/pengertian-sketsa/> (diakses pada tanggal 21 September 2017)

[https://id.wikipedia.org/wiki/Sketsa_\(gambar\)](https://id.wikipedia.org/wiki/Sketsa_(gambar)) (diakses pada tanggal 21 September 2017)

<http://deskawa.blogspot.co.id/2016/02/pengertian-sketsa-menurut-kamus-besar.html> (diakses pada tanggal 10 oktober 2017)

<http://asyikbelajar-komputer.blogspot.co.id/> (diakses pada tanggal 10 oktober 2017)

<https://sanggaralle.com/blog/fungsi-maskot/> (diakses pada tanggal 10 oktober 2017)