

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Sejarah Surabaya

Kota Surabaya dikenal sebagai kota Pahlawan. Surabaya merupakan kota yang terletak di provinsi Jawa Timur dan merupakan kota yang kaya akan sejarah perjuangannya atau keheroismenya pada saat-saat arek-arek Suroboyo memperjuangkan kemerdekaan. Banyak orang mempertanyakan hari jadi kota Surabaya ini bahkan sampai dibentuk Tim Peneliti Hari Jadi Kota Surabaya untuk mengetahui dengan pasti hari jadi kota Surabaya. Terjadi adanya perbedaan pendapat antara Tim Peneliti dengan Sejarahwan Muljana mengenai hari jadi kota Surabaya. Menurut Muljana hari "H" nya adalah tanggal 24 April 1293 yaitu pada saat pasukan Raden Wijaya berhasil mengusir tentara Tartar dari Ujung Galuh. Sedangkan Tim Peneliti Hari Jadi Kota Surabaya bersikukuh menyatakan hari "H" nya adalah tanggal 31 Mei 1293 pada peristiwa yang sama. Akhirnya DPRD Kotamadya Surabaya memutuskan dalam No.: DPRD KMS No. 02-DPRD-Kep-75 bahwa hari jadi kota Surabaya jatuh pada tanggal 31 Mei (Widodo, 2004:393).

Kota yang memiliki lambang Soera dan Baia ini adalah kota metropolitan yang tidak kalah dari ibukota Indonesia yaitu Jakarta. Pengertian lambing menurut Widodo adalah suatu tanda, bisa berupa lukisan, lencana atau kata dan mengandung makna tertentu. Mitos lokal yang beredar di masyarakat mengenai asal usul nama Surabaya disebutkan ada 2 hewan yang berseteru yang memperebutkan lahan sandang pangan yang terjadi di sebuah sungai yaitu Kali

Mas, perseteruan tersebut membuat sungai tersebut menjadi merah oleh darah ke dua binatang tersebut, dan sekarang di tempat itu di bangun sebuah jembatan untuk mengenang pertempuran sengit kedua binatang tersebut yang bernama Jembatan Merah, kedua hewan tersebut adalah Soera atau Ikan Hiu dan Baia atau Buaya. Sehingga di sebut Soerabaia. Sekarang, kedua binatang tersebut dijadikan lambang kota Surabaya, yang dapat kita temukan perwujudan perkelahian tersebut di depan Kebun Binatang Surabaya (KBS). Lambang kota Surabaya ini menggambarkan keberanian arek Suroboyo dalam menghadapi tantangan (Widodo, 2004:65-66).

Pada abad ke 15 dan 16, Surabaya merupakan sebuah daerah yang bersifat kesultanan dan memiliki kekuatan politik dan militer yang disegani di daerah timur pulau jawa, hingga akhirnya jatuh di tangan kesultanan Mataram di bawah kepimpinan Sultan Agung pada tahun 1625. Masuknya Belanda ke dalam Indonesia membawa kejatuhan terhadap kesultanan Mataram yang menguasai daerah Surabaya. Di bawah jajahan kolonia Belanda, Surabaya dijadikan pusat perdagangan dan pelabuhan terbesar saat itu yang terkenal dengan nama Tanjung Perak sekarang. Kemudian Surabaya jatuh ke tangan penjajahan Jepang pada tahun 1942, meletusnya perang dunia kedua yang dimenangkan tentara sekutu membuat Belanda yang merupakan negara pendukung sekutu berusaha mengambil kembali Indonesia dari pemerintahan Jepang. Para pejuang Surabaya tidak tinggal diam dan berusaha untuk mempertahankan Surabaya dari penjajahan kolonia. Pertempuran yang berlangsung di Surabaya ini merupakan suatu titik penting dalam sejarah revolusi Indonesia, dimana di mulai dengan tewasnya

Brigadir Jendral Mallaby pada tanggal 30 Oktober 1945 di daerah Jembatan Merah. Ultimatum diberikan oleh tentara sekutu kepada para pejuang kemerdekaan Indonesia untuk menyerah, namun di tolak oleh arek-arek Suroboyo sehingga terjadi pertempuran sengit yang berlangsung pada tanggal 10 November 1945, dan hingga sekarang diperingati sebagai Hari Pahlawan.

2.2 Pengertian Cagar Budaya

Pengertian Cagar Budaya menurut UU no 5 tahun 1992, benda cagar budaya di bagi dalam 2 jenis, yaitu:

1. Benda buatan manusia, bergerak atau tidak bergerak, yang berupa kesatuan atau kelompok, atau bagian-bagian atau sisa-sisanya, yang berumur sekurang-kurangnya 50 tahun atau mewakili masa gaya yang khas dan mewakili masa gaya sekurang-kurangnya 50 tahun, serta di anggap mempunya nilai penting bagi sejarah, ilmu pengetahuan, dan kebudayaan.
2. Benda alam yang di anggap mempunyai nilai penting bagi sejarah, ilmu pengetahuan, dan kebudayaan (UU Nomor 5 Tahun 1992 Tentang Benda Cagar Budaya).

2.3 Cagar Budaya Surabaya

Julukan kota Pahlawan merupakan sebuah kehormatan yang didapatkan kota Surabaya, itu karena hasil dari tekad arek-arek suroboyo melawan koloni atau penjajah. Kota Surabaya mendapat predikat tersebut juga karena di dukung oleh berbagai lokasi atau bangunan yang menjadi saksi atau bukti perjuangan arek-arek

suroboyo. Bangunan cagar budaya di Surabaya tidak sedikit dari bangunan tersebut memiliki nilai tinggi *history*-nya, sebagai contoh Gedung Internatio, Gedung PTPN X, Tugu Pahlawan, Balai Pemuda, dan lain-lain.

Berdasarkan Peraturan Daerah (Perda) Kota Surabaya tahun 2005, yang di maksud bangunan cagar budaya adalah bangunan buatan manusia, berupa kesatuan atau kelompok, atau bagian-bagiannya atau sisa-sisanya, yang berumur sekurang-kurangnya 50 tahun atau mewakili masa gaya yang khas dan mewakili masa gaya sekurang-kurangnya 50 tahun, serta di anggap mempunya nilai penting bagi sejarah, ilmu pengetahuan, dan kebudayaan. Sedangkan pengertian dari Lingkungan Cagar Budaya adalah kawasan di sekitar atau di sekeliling bangunan cagar budaya yang diperlukan untuk pelestarian bangunan cagar budaya dan/atau kawasan tertentu yang berumur sekurang-kurangnya 50 tahun, serta dianggap mempunyai nilai penting bagi sejarah, ilmu pengetahuan dan kebudayaan.

Pengelolaan bangunan cagar budaya berdasarkan Perda kota Surabaya tahun 2005 di bagi menjadi tiga, yaitu:

1. Pelestarian atau Konservasi

Pelestarian atau Konservasi adalah segenap proses pengelolaan suatu bangunan dan/atau lingkungan cagar budaya agar makna budaya yang di kandung terpelihara dengan baik dengan tujuan untuk melindungi, memelihara dan memanfaatkan, dengan cara preservasi, pemugaran atau demolisi.

2. Perlindungan

Perlindungan adalah upaya mencegah dan menanggulangi segala gejala atau akibat yang disebabkan oleh perbuatan manusia atau proses alam, yang dapat

menimbulkan kerugian atau kemasuhan bagi nilai manfaat dan keutuhan bangunan dan/atau lingkungan cagar budaya dengan cara penyelamatan, pengamanan dan penertiban.

3. Pemeliharaan

Pemeliharaan adalah upaya melestarikan bangunan dan/atau lingkungan cagar budaya dari keerusakan yang diakibatkan oleh faktor manusia, alam dan hayati dengan cara perawatan dan pengawetan.

2.4 Cak dan Ning Surabaya

Cak dan Ning merupakan sapaan akrab arek suroboyo. Cak merupakan panggilan akrab untuk laki-laki dan untuk perempuan itu Ning. Kata cak berasal dari kata cacak atau kakak. Cak dan Ning yang selain menjadi sapaan akrab untuk arek suroboyo, sekarang juga dijadikan sebagai predikat Duta wisata kota Surabaya. Predikat itu diberikan secara khusus kepada laki-laki dan perempuan muda yang terpilih dalam ajang pemilihan putra-putri duta wisata yang diselenggarakan oleh kota Surabaya di setiap hari ulang tahun jadinya kota Surabaya. Disana pemuda-pemudi diseleksi melalui pemilihan yang berlangsung dengan ketat. Sebagai contoh dari kota lain yaitu Duta wisata Jakarta dengan predikat Abang – None, Sidoarjo Guk – Yuk, Malang Kang mas – Mbak yu, dan lain-lain.

Pada saat pemilihan yang dikordinasikan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surabaya itu, pemuda-pemudi yang akan menjadi calon Cak dan Ning harus melalui beberapa tahap pengujian dan penyeleksian karena yang di pilih

tidak hanya mengandalkan dari ketampanan atau kecantikan dari peserta. Melainkan pemuda-pemudi yang terpilih dan mendapatkan predikat sebagai Cak dan Ning harus mempunyai kemampuan di bidang pengetahuan, cakap atau dalam Paguyuban Cak dan Ning mereka harus memiliki kriteria 3C yaitu *Creative*, *Communicative*, dan *Charming*. Karena mereka yang terpilih akan menjadi Duta Wisata perwakilan kota Surabaya dalam mempromosikan pariwisata kota Surabaya (www.surabaya.go.id).

Sedangkan menurut Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Surabaya Cak dan Ning merupakan sosok muda Surabaya yang berkualitas guna mewakili Surabaya dalam pelestarian budaya daerah dan mampu sebagai duta wisata Surabaya. Busana yang dikenakan adalah pakaian khas Surabaya Tempo Doeloe (dulu) yaitu Udeng Batik Pinggir Modang Putih warna hitam tiga tingkat dengan pancot miring, Jas tutup badan dengan asesoris, rantai jam dengan bendel hiasan, kain jarik Parikesit, Rawon atau Gringsing Wiron dan mengenakan terompah bagi Cak Surabaya. Sedang Ning Surabaya mengenakan sanggul bentuk gelung rambut biasa, kebaya dan kerudung ber-renda, kain sarung batik pesisir dan selop tutup serta mengenakan asesoris anting –anting panjang, binggel dan gelang emas, peniti renteng, celak mata dan pacar.

2.5 Pariwisata

Pariwisata merupakan tempat terjadinya kegiatan dinamis yang melibatkan banyak orang atau masyarakat suatu daerah serta dapat menghidupkan berbagai usaha (Ismayanti, 2010:1). Menurut Um dan Crompton berpendapat bahwa suatu

pariwisata adalah sebagai tempat tujuan wisata yang menyenangkan berasal dari sikap pada ciri-ciri yang dapat ditangkap dari suatu tempat untuk wisata(Ross, 1998:113). Dalam pariwisata terdapat beberapa kegiatan wisata yang menjadi komponen utama, yaitu:

1. Wisatawan

Ini merupakan pemeran utama dalam kegiatan wisata.

2. Elemen Geografi

- a. Daerah asal wisatawan
- b. Daerah transit
- c. Daerah tujuan wisata

3. Industri Pariwisata

Industri pariwisata yang dimaksud adalah jasa, daya tarik, dan sarana wisata.

2.6 Ikon

Dalam desain grafis sering berkaitan dengan ilmu petanda sehingga desain pasti berkaitan dengan makna, di antaranya ikon, dalam bukunya Budiman (2011:78) Ikon merupakan tanda yang didasarkan atas keserupaan atau kemiripan di antara representamen dan objeknya, entah objek tersebut betul-betul eksis atau tidak. Akan tetapi , sesungguhnya ikon tidak semata-mata mencakup citra-citra realistik seperti pada lukisan atau foto saja, melainkan juga ekspresi-ekspresi semacam grafik-grafik, skema-skema, peta geografis, persamaan matematis, bahkan metafora. Berbeda dengan maskot, maskot merupakan reprentasi sebuah benda yang dapat berupa bentuk seseorang , binatang, atau objek lainnya yang

dianggap dapat membawa keberuntungan dan untuk menyemarakkan suasana acara yang diadakan (www.wikepedia.com).

Artinya ikon merupakan representasi pada sebuah bentuk yang mempunyai arti, sehingga ikon merupakan penerjemahan dari sebuah bentuk yang memberikan persamaan persepsi pada masyarakat. Sebagai contoh gambar figur sederhana yang biasa kita temui atau kita jumpai di toilet umum itu adalah berupa ikon sejauh kedua gambar itu di pandang menyerupai objek pria maupun wanita yang menggunakan acuan perbedaan identitas melalui pakaian yang digunakan kedua figur tersebut.

2.7 Buku

Pengertian buku adalah kumpulan kertas yang dijilid menjadi satu ujungnya dan berisi tulisan atau gambar, adapun yang belum berisi. Pada zaman purbakala, budaya tulis menulis belum ditemukan sehingga peristiwa bersejarah belum terekam secara tertulis. Manusia berkomunikasi lewat ranting-ranting yang disusun dan gambar-gambar yang menyimbolkan pesan tertentu. Pada zaman itu bahan yang digunakan untuk buku bukan kertas, melainkan semacam bahan yang lain. Di Eropa mula-mula orang menggunakan papyrus, macam kulit pohon yang dikeringkan, disambungkan dengan perekat dan digulung dalam silinder. Silinder ini disebut dalam bahasa Yunani volume, istilah yang sampai sekarang masih digunakan dalam bahasa Inggris dan Perancis untuk menunjukkan.

Papyrus banyak terdapat di negeri-negeri sekitar laut tengah, terutama di Mesir. Dalam abad ketujuh orang Arab di tanah Mesir mempersulit ekspor bahan

papyrus ke Eropa, sehingga kemudian orang Eropa memakai perkamen (kulit binatang misalnya domba, anak sapi, keledai, yang diolah menjadi tipis dan licin). Perkamen yang sudah ditulisi dengan tangan dilipat dan disusun dalam bentuk seperti buku sekarang. Karena perkamen mahal sekali pembuatannya, lembaran buku lama acapkali digosok sampai bersih, dan kemudian ditulisi kembali (palimpsest). Di India dan Bali digunakan daun pohon tal atau lontar. Di Babylon dan di Assiria digunakan tanah liat yang dibuat persegi datar. Di Cina mula-mula digunakan sutra, kemudian ditemukan pembuatan kertas dari potongan-potongan kain (Shadily, 1973:186).

Selanjutnya dikatakan bahwa pembuatan kertas ini dibawa oleh orang Cina ke Eropa dalam abad ke 14. Dalam zaman kebesaran Yunani dan Romawi, banyak budak diharuskan menyalin buku dengan tangan. Dalam abad pertengahan di Eropa pekerjaan ini umumnya dilakukan oleh biarawan. Demikian juga di negara-negara lain kaum cendikiawan dan alim ulama yang menyalin buku-buku dengan tangan. Ditemukannya dasar-dasar percetakan dalam abad ke 15, oleh Johann Guternberg di Mainz (Jerman) dan Laurenz Janszoon Koster di Harleem (Nederland), pembuatan buku berkembang pesat.

2.7.1 Anatomi Buku

Anatomi buku merupakan terdiri dari bagian-bagian yang menjadi satu melengkapi buku. Buku memiliki isi dan target yang berbeda-beda, maka dari itu buku tertentu harus memiliki indeks atau sebuah buku harus berdaftar table.

Anatomi buku perlu karena jika tidak hadir dalam sebuah buku akan menjadi kekurangan sebuah buku. Anatomi buku adalah sebagai berikut:

1. Halaman Preliminaries (halaman pendahulu)

a. Halaman judul: Halaman ini berada di halaman awal, setelah kita membuka

Kover Buku, antara lain berisi judul, subjudul, nama penulis, nama penerjemah, nama penerbit, dan logo. Akan tetapi, sebagian buku terbitan memiliki halaman prancis, yang terletak sebelum halaman judul, dan hanya berisi judul buku.

b. Hak cipta (copyright): Halaman hak cipta berisi judul, identitas penerbit, penulis, termasuk tim yang terlibat selama proses publikasi, misalnya editor, penata letak, desainer sampul, ilustrator, dan lain-lain. Halaman hak cipta ini biasanya juga disertai pernyataan larangan atau izin untuk memperbanyak (menggandakan) buku tersebut. Akan tetapi, kami pernah menemukan buku yang seakan-akan menolak hak cipta dengan menyebutkan bahwa buku tersebut boleh difotokopi. Secara umum memang aneh, tapi begitulah adanya perbedaan pendapat.

c. Halaman tambahan: Halaman ini biasanya berisi motto dan atau ucapan terima kasih dari penulis.

d. Sambutan: Halaman ini berisi semacam sambutan yang disampaikan oleh lembaga atau peseorangan yang berkompeten. Ada pula yang menyebutnya sebagai Sekapur Sirih dan lain sebagainya.

- e. Kata pengantar: Kata pengantar berisi sedikit ulasan atas penulis, yang ditulis penerbit atau siapa pun yang berkompeten dan berkaitan dengan isi buku.
- f. Prakata: Prakata ditulis sendiri oleh penulis sebagai pemandu sebelum pembaca memasuki materi atau isi buku. Prakata biasanya berisi uraian tentang tujuan serta metode penulisan.
- g. Daftar isi: Memudahkan pembaca mencari halaman isi yang berkaitan dengan tema tertentu dari materi buku.
- h. Selain itu ada juga beberapa hal yang termasuk dalam Halaman Preliminaries, tetapi tergantung kebutuhan atau sesuai dengan materi (isi) buku (tidak selalu ada), yaitu: Daftar tabel, Daftar singakatan dan akronim, Halaman daftar lambang, Halaman daftar ilustrasi, Halaman pendahuluan.

2. Halaman Isi Buku

- a. Judul bab: Biasanya, jenis beserta ukuran font (font size, lebih besar) judul bab dibuat berbeda dengan judul subbab apalagi dengan isinya).
- b. Penomoran bab: Penomoran ini berbeda-beda pada beberapa buku. Pada buku yang berisi ilmu pengetahuan teoritis biasanya penomoran bab menggunakan angka Romawi atau angka Arab. Akan tetapi, pada buku-buku sastra atau buku-buku ilmu pengetahuan populer, biasanya lebih banyak menggunakan simbol-simbol atau berupa tulisan, satu, dua, tiga, dan seterusnya.
- c. Alinea: Setiap paragraf baru akan ditandai dengan adanya alenia.

- d. Penomoran teks: Dalam penomoran teks, kita harus selalu konsisten dan sesuai aturan penomoran teks. Misalnya dengan huruf (A, 1, a, (1), (a)) dan dengan angka (1.1, 1.2., 1.2.3), atau dengan teknik lain.
- e. Perincian: Dalam melalkukan perincian hampir sama dengan sistem penomoran teks. Perincian banyak dijumpai pada soal-soal ujian. Perincian dapat berupa penjabaran, dapat pula berupa pilihan, dapat menggunakan nomor, dan dapat pula menggunakan angka.
- f. Kutipan: Setiap kutipan harus mencantumkan sumber. Jika kutipan agak banyak maka harus dibuat dengan font yang berbeda, baik ukuran, dan jenis font-nya, atau bisa juga dengan cara diberi background.
- g. Ilustrasi: Ilustrasi harus memiliki keterkaitan dengan materi. Sebab, pemberian ilustrasi bertujuan membantu menjelaskan materi melalui gambar.
- h. Tabel: Penempatan tabel harus berdekatan dengan materi yang berkaitan. Jika tidak memungkinkan karena menyesuaikan lay out, sebaiknya diberi nomor.
- i. Judul lelar: Judul lelar biasanya ditempatkan di atas atau di bawah teks, kadang diletakkan bersebelahan dengan nomor halaman buku. Judul lelar biasanya berisi judul buku (pada setiap halaman genap) dan judul bab atau nama pengarang (pada setiap halaman ganjil).
- j. Inisial: Inisial adalah huruf pertama dalam di awal paragraf setelah judul bab yang dibuat sangat besar melebihi ukuran huruf yang lain.
- k. Catatan samping: Biasanya berada di akhir kalimat kutipan tidak langsung.

1. Catatan kaki: Biasanya berada di baris paling bawah halaman, sebelum Judul lelar.

3. Halaman Postliminary (penyudah)

- a. Catatan penutup: Semacam catatan kaki yang berada di akhir materi atau setelah bab terakhir.
- b. Daftar istilah: Biasanya berisi istilah-istilah asing dan penjelasannya yang dipakai dalam materi buku.
- c. Lampiran: Penjelasan-penjelasan atau data yang berfungsi sebagai pendukung atau penguat materi buku.
- d. Indeks: Daftar kata atau istilah penting yang dilengkapi dengan nomor halaman. Indeks disusun secara alfabetis dan tereletak pada bagian akhir buku. Kita dapat mencari informasi dari istilah yang terdapat dalam indeks dengan membuka halaman yang tertera di belakang istilah. Namun, tidak semua buku menggunakan indeks sebagaimana tidak semua buku memerlukan indeks.
- e. Daftar pustaka: Berisi daftar buku-buku yang dijadikan referensi dalam menulis materi buku.
- f. Biografi penulis: Penjelasan tentang latar belakang penulis yang melahirkan buku.(www.titahsurga.com)

2.7.2 Pengertian Buku Panduan Wisata Kota (*City Guide*)

Buku Panduan Wisata Kota (*City Guide*) adalah sebuah buku panduan berwisata yang berisikan tempat-tempat atau lokasi wisata dalam suatu kota. Buku Paduan Wisata Kota (*City Guide*) Bangunan Cagar Budaya ini berisikan informasi-informasi mengenai tempat-tempat bangunan cagar budaya yang dapat di datangi untuk berwisata, agar wisatawan dapat berkunjung ke bangunan cagar budaya untuk melihat dan mengenang bangunan yang bersejarah tersebut (www.wikipedia.com).

2.8 Teori Analisis SWOT

Menurut Rangkuti, analisis SWOT adalah suatu cara untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis dalam rangka merumuskan strategi perusahaan Marimin (2004: 58). Analisa ini didasarkan pada kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*). Dalam analisis SWOT sangat mempertimbangkan dan membandingkan faktor lingkungan internal (*Strength* dan *Weaknesses*) serta lingkungan eksternal (*Opportunities* dan *Threats*) yang dihadapi perusahaan sehingga dari analisis tersebut dapat diambil suatu keputusan strategi. Jadi analisa SWOT dilakukan untuk mengidentifikasi suatu perusahaan atau suatu karya melalui kondisi internal dan eksternal untuk perancangan proses sehingga proses yang dirancang dapat berjalan optimal, efektif, dan efisien.

2.9 STP

1. Segmentasi

Segmentasi pasar adalah merupakan konsep yang mendasari strategi pemasaran perusahaan dan pengalokasian sumber daya yang harus dilakukan dalam rangka mengimplementasikan program pemasaran dalam buku Fandy Tjiptono (2008: 211).

2. Targetting

Targetting menurut Fandy Tjiptono (2008: 211), merupakan proses mengevaluasi dan memilih satu atau beberapa segmen pasar yang dinilai menarik untuk dilayani dengan program pemasaran spesifik pemasaran.

3. Positioning

Menurut Rhenal Kasali (1998: 49) Positioning adalah suatu strategi untuk memasuki jendela otak konsumen. Positioning tidak dianggap penting selama barang-barang yang tersedia dalam suatu masyarakat tidak begitu banyak serta persaingan belum menjadi sesuatu yang penting dan positioning akan menjadi penting bilamana persaingan sudah sangat sengit.

2.10 Desain dan Layout

Dalam mendesign iklan atau apapun, selalu diwajibkan sebagai pendesign melakukan beberapa tahap agar hasil yang didapat merupakan hasil yang maksimal atau hasil yang diharapkan. Menurut Frank Jefkins dalam bukunya Periklanan edisi ketiga (Jefkins, 1997:243) Pertama, rancangan kasar (sering disebut dengan rough scribbles, scamp, atau visual) akan dirancang atau digambar

dengan menggunakan pensilatau pena, dan sejumlah rancangan kasar versi percobaan sampai berhasil mendapatkan dua atau tiga alternatif. Sebagai layout sementara, maka layout ini belum dilengkapi dengan artwork akhir, photograph, lettering, typesetting, atau type mark-up. Ilustrasi akan diwakili dengan menggunakan sketsa atau mungkin foto Polaroid atau foto-foto simpanan, dan pengkalimatkan akan ditunjukan dalam suatu kumpulan karakter huruf yunani.

2.10.1 Ilustrasi

Gambaran atau foto yang digunakan sebagai ilustrasi pada iklan mungkin berupa foto-foto berwarna dan gambar kuas, atau gambar garis. Rakhmat Supriyono (2010:169 – 171) mengatakan bahwa fungsi utama ilustrasi adalah untuk memperjelas teks dan sebagai *eye-catcher*. Ilustrasi dimaksudkan untuk memperjelas informasi atau pesan yang akan diinformasikan kepada khalayak.

Ilustrasi yang efektif umumnya memiliki kreteria sebagai berikut, yaitu:

1. Komunikatif, inovatif, mudah di pahami
2. Menggugah perasaan dan hasrat.
3. Ide baru baru, orisinil, bukan plagiat
4. Memiliki daya pukau yang kuat
5. Foto atau gambar memiliki kualitas baik

Jadi, ilustrasi dalam perencangan buku *city guide* (panduan wisata) ini dibuat untuk memperjelas dan mempermudah wisatawan membaca dan memahami informasi atau pesan yang akan disampaikan.

2.10.2 Tipografi

Tipografi adalah seni memilih jenis huruf, dari ratusan jumlah rancangan atau design jenis huruf yang tersedia; menggabungkannya dengan huruf yang berbeda; menggabungkan sejumlah kata sesuai dengan ruang yang tersedia; dan menandai naskah untuk proses typesetting, menggunakan ketebalan dan ukuran huruf yang berbeda. Berdasarkan fungsinya, huruf dapat dipilah menjadi dua jenis, yaitu huruf teks (*text type*) dan huruf judul (*display type*). Tipografi bertujuan bukan untuk membuat pembaca berdecak kagum dengan huruf yang dipilih, melainkan tipografi atau teks itu bertujuan untuk menyampaikan informasi atau pesan agar pembaca tertarik pada yang akan disampaikan. Jadi, dapat ditarik kesimpulan antara tipografi dan ilustrasi sangat penting dalam sebuah buku *city guide* (panduan wisata) ini.

2.10.3 Jenis Layout

1. Mondrian lay out

Mengacu pada konsep seorang pelukis belanda bernama piet mondrian, yaitu: penyajian iklan yang mengacu pada bentuk-bentuk square/landscape/portait, dimana masing-masing bidangnya sejajar dengan bidang penyajian dan memuat gambar/copy yang saling berpadu sehingga membentuk suatu komposisi yang konseptual.

2. Multi panel lay out

Bentuk iklan dimana dalam satu bidang penyajian dibagi menjadi beberapa tema visual dalam bentuk yang sama (square/double square semuanya).

3. Picture window lay out

Tata letak iklan dimana produk yang diiklankan ditampilkan secara close up. bisa dalam bentuk produknya itu sendiri atau juga bisa menggunakan model (*public figure*).

4. Copy heavy lay out

Tata letaknya mengutamakan pada bentuk copy writing (naskah iklan) atau dengan kata lain komposisi lay out nya didominasi oleh penyajian teks (copy).

5. Frame lay out

Suatu tampilan iklan dimana border/bingkai/frame-nya membentuk suatu naratif (mempunyai cerita).

6. Shilhoutte lay out

Sajian iklan yang berupa gambar ilustrasi atau teknik fotografi dimana hanya ditonjolkan bayangannya saja. penyajian bisa berupa text-rap/warna spot color yang berbentuk gambar ilustrasi atau pantulan sinar seadanya dengan teknik fotografi.

7. Type specimen lay out

Tata letak iklan yang hanya menekankan pada penampilan jenis huruf dengan point size yang besar. Pada umumnya hanya berupa head line saja.

8. Sircus lay out

Penyajian iklan yang tata letaknya tidak mengacu pada ketentuan baku komposisi gambar visualnya, bahkan kadang-kadang teks dan susunannya tidak beraturan.

9. Jumble lay out

Penyajian iklan yang merupakan kebalikan dari sircus lay out, yaitu komposisi beberapa gambar dan teksnya disusun secara teratur.

10. Grid lay out

Suatu tata letak iklan yang mengacu pada konsep grid, yaitu desain iklan tersebut seolah-olah bagian per-bagian (gambar atau teks) berada di dalam skala grid.

11. Bleed lay out

Sajian iklan dimana sekeliling bidang menggunakan frame (seolah-olah belum dipotong pinggirnya).

12. Vertical panel lay out

Tata letaknya menghadirkan garis pemisah secara vertical dan membagi lay out iklan tersebut.

13. Alphabet inspired lay out

Tata letak iklan yang menekankan pada susunan huruf atau angka yang berurutan atau membentuk suatu kata dan diimprovisasikan sehingga menimbulkan kesan narasi (cerita).

14. Angular lay out

Penyajian iklan dengan susunan elemen visualnya membentuk sudut kemiringan, biasanya membentuk sudut antara 40-70 derajat.

15. Informal balance lay out

Tata letak iklan yang tampilan elemen visualnya merupakan suatu perbandingan yang tidak seimbang.

16. Brace lay out

Unsur-unsur dalam tata letak iklan membentuk letter l (l-shape). Posisi bentuk l nya bisa tebalik, dan dimuka bentuk l tersebut dibiarkan kosong.

17. Two mortises lay out

Penyajian bentuk iklan yang penggarapannya menghadirkan dua inset yang masing-masing memvisualkan secara diskriptif mengenai hasil penggunaan/detail dari produk yang ditawarkan.

18. Quadran lay out

Bentuk tampilan iklan yang gambarnya dibagi menjadi empat bagian dengan volume/isi yang berbeda. misalnya kotak pertama 45%, kedua 5%, ketiga 12%, dan keempat 38% (mempunyai perbedaan yang menyolok apabila dibagi empat sama besar).

19. Comic strips lay out

Penyajian iklan yang dirancang secara kreatif sehingga merupakan bentuk media komik, lengkap dengan captions nya.

20. Rebus lay out

Susunan lay out iklan yang menampilkan perpaduan gambar dan teks sehingga membentuk suatu cerita.(<http://pengantarperiklanan.blogspot.com>)

2.11 Studi Eksisting

2.11.1 Perancangan Buku Wisata Religius di Surabaya Melalui Media Fotografi

Perancangan yang dilakukan oleh David Goenawan, dilakukan untuk menunjukkan tempat-tempat wisata yang suci dan sakral di Surabaya. Perancangan buku wisata ini ditujukan juga bukan hanya untuk wisatawan dalam negeri saja tetapi juga wisatawan manca negara yang berkunjung ke Indonesia khususnya Surabaya. Tema yang digunakan di dalam perancangan ini adalah religius dan berkesan menyegarkan yang membuat orang dapat merasakan kesakralan dan kesucian tempat-tempat ibadah tersebut, dan teknik fotografi yang dapat menampilkan dan menonjolkan kesan sejuk, menenangkan jiwa dan penuh keagungan.

Pada perancangan buku ini menggunakan gaya desain *modern* dan *simplicity* dengan memberikan *whitespace* yang cukup. Dan jenis font yang digunakan adalah Franklin Gothic Book dan Franklin Gothic Demi Condensat. Penyajian buku panduan wisata ini dibuat menyerupai sebuah *photobook* yang di dalam buku tersebut sebagian besar isinya adalah foto-foto disertai keterangan mengenai foto-foto tersebut sebagai pelengkapnya dan buku ini terdiri dari 64 halaman.



Gambar 2.1 Cover Perancangan Buku Wisata Religius di Surabaya Melalui Media Fotografi



Gambar 2.2 Isi dari Perancangan Buku Wisata Religius di Surabaya Melalui Media Fotografi

2.11.2 Perancangan Buku Wisata Kota Tua Jakarta Sebagai Media Informasi

Yohanes Teguh Prabowo, melakukan perancangan berupa buku wisata kota tua Jakarta sebagai media informasi. perancangan ini bertujuan memberikan informasi bagi mereka yang tidak mengetahui keadaan serta lokasi Kota Tua Jakarta, dan informasi objek wisata kota tua ini disampaikan melalui media foto yang mendukung yang disertai penjelasan atau sebuah narasi.

Fokus perancangan ini kepada keunikan dan kekayaan budaya yang dimiliki oleh Jakarta, yang dapat diketahui dan melalui riset bahwa Kota Tua Jakarta memiliki arsitektur unik dan menarik untuk dikunjungi. *Target market* yang dituju oleh perancang yaitu para wisatawan baik domestik maupun mancanegara yang sedang mencari informasi mengenai alternatif daerah tujuan wisata.

Gaya desain yang digunakan adalah minimalis (*simplicity*) dan tidak menggunakan ornamen karena ingin lebih menonjolkan pada foto. Dan buku ini lebih banyak berisi foto daerah-daerah objek wisata di Kota tua. Dimana foto mengalami *cropping* dan *editing*.



Gambar 2.3 Cover Perancangan Buku Wisata Kota Tua Jakarta
Sebagai Media Informasi

STIKOM SURABAYA

STIKOM SURABAYA