

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

Untuk mendukung pembuatan buku ini, maka berbagai teori dan konsep yang relevan dirancang secara sistematis sehingga pembuatan buku ini lebih kuat dan ilmiah.

#### **1.1 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 keheroismanya 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 kepemimpinan 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.

## **1.2 Pengertian Cagar Budaya**

Cagar budaya adalah warisan budaya bersifat kebendaan berupa Benda Cagar Budaya, Bangunan Cagar Budaya, Struktur Cagar Budaya, Situs Cagar Budaya, dan Kawasan Cagar Budaya di darat dan di air yang perlu dilestarikan keberadaannya karena memiliki nilai penting bagi sejarah, ilmu pengetahuan, pendidikan, agama, dan kebudayaan. Benda Cagar Budaya adalah benda alam atau benda buatan manusia, baik bergerak maupun tidak bergerak, berupa kesatuan atau kelompok, atau bagian-bagiannya, atau sisa-sisanya yang memiliki hubungan erat dengan kebudayaan dan sejarah perkembangan manusia. Bangunan Cagar Budaya adalah susunan binaan yang terbuat dari benda alam

atau benda buatan manusia untuk memenuhi kebutuhan ruang berdingding dan tidak berdingding, maupun beratap (UUD RI NO 11, 2010: 2).

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 mempunyai 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).

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 kemusnahan 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 factor manusia, alam dan hayati dengan cara perawatan dan pengawetan.

### 1.3 Pengertian Monumen

Kata monumen berasal dari bahasa latin “monumental”, yang secara harfiah berarti meningkatkan. Kata ini berkembang menjadi “mnemon”, mnemonikos yang dalam bahasa inggris menjadi mnemonic, berarti sesuatu untuk membantu mengingat. Pengertian monumen dalam arsitektur berarti sifat perancangan tinggi yang dapat dicapai oleh perancang untuk dapat membangkitkan kenangan atau kesan yang mudah terlupakan (Mustopo, 2005: 64 ). Pada monumen melekat dua hal. Satu, sebuah kenangan kolektif akan sebuah waktu atau sebuah peristiwa. Dua, kekekalan. Kata kolektif mengandung ambiguitas, karena kolektivitas selamanya hegemonik, selalu ada pihak yang memegang control dan ada yang tersisih. Meninjau pengalaman empiris di

Indonesia, monumen adalah ekpresi atau kehendak dari pemegang hegemoni untuk menegaskan kekuasaan atau kekuatan dari kekuasaan tersebut.

Karena itu, monumen pertama-tama didirikan untuk menguasai ruang, bukan hanya ruang, melainkan ruang public dalam batas-batas geometris dan geografis yang teraplikasi dalam desain tata ruang kota, tetapi juga ruang yang dialami sehari-hari oleh khalayak, yakni ruang dalam kehidupan sosial mereka.

Jika monumen adalah sebuah upaya untuk melupakan fana, maka di dalam monumen lalu disiratkan nilai-nilai yang setiap saat mampu mengunggah, mengetuk dan menggetarkan hati nilai-nilai universal yang diyakini oleh hampir semua umat manusia di bumi ini, seperti keberanian, kekuatan, kepahlawanan, keramahan, dan kesopanan. Penanaman nilai-nilai universal tersebut selain untuk mengekalkan kekuasaan, juga sebuah pendekatan persuasif untuk menghimpun kolektivitas (Armand, 2011; 133-134 ).

#### **1.4 Pengertian Pelestarian**

Pelestarian, dalam Kamus Bahasa Indonesia ( Eko, 2006:88 ) berasal dari kata dasar *lestari*, yang artinya adalah tetap selama-lamanya tidak berubah. Kemudian, dalam kaidah penggunaan Bahasa Indonesia, penggunaan awalan ke- dan akhiran -an artinya digunakan untuk menggambarkan sebuah proses atau upaya ( kata kerja ). Jadi berdasarkan kata kunci *lestari* ditambah awalan ke- dan akhiran -an, maka yang dimaksud pelestarian adalah upaya untuk membuat sesuatu tetap selama-lamanya tidak berubah dan dapat didefinisikan sebagai upaya untuk mempertahankan sesuatu agar tetap sebagaimana adanya. Merujuk

pada definisi pelestarian dalam Kamus Bahasa Indonesia tersebut, maka dapat ditemukan kesimpulan bahwa yang dimaksud pelestarian cagar budaya adalah upaya untuk mempertahankan agar cagar budaya tetap dipertahankan sebagaimana adanya.

### **1.5 Kajian Tentang Buku**

Buku adalah sumber ilmu pengetahuan dan sumber pembangun watak bangsa (Muktiono, 2003:2). Buku dapat dijadikan pula sebagai sarana informasi untuk memahami sesuatu dengan mudah. Dalam masyarakat, buku untuk anak-anak umumnya adalah buku bergambar, karena anak-anak lebih mudah memahami buku tersebut dengan banyak gambar dari pada tulisan, sedangkan orang dewasa lebih fleksibel untuk memahami apa yang ada pada buku walaupun tanpa gambar sekalipun (Muktiono, 2003:76).

Buku merupakan koleksi paling umum yang dihimpun perpustakaan. Pengertian buku adalah terbitan yang membahas informasi tertentu disajikan secara tertulis sedikitnya 64 halaman tidak termasuk halaman sampul, diterbitkan oleh penerbit atau lembaga tertentu, serta ada yang bertanggung jawab terhadap isi yang dikandungnya (Darmono, 2002: 65).

Pemanfaatan buku sebagai media informasi sudah sangat umum. Sebagaimana yang dikutip dari eniklopedia bebas ([www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)), jenis-jenis buku antara lain :

#### **1. Buku Fiksi**

Jenis buku ini merupakan salah satu jenis buku yang paling banyak diterbitkan didunia. Adapun kisah dibalik cerita adalah sebuah fiksi / tidak

berdasarkan kehidupan nyata. Contoh dari buku fiksi adalah : Novel, novel grafis ataupun komik.

## 2. Buku Non Fiksi

Dalam kepustakaan jenis-jenis buku non fisik banyak digunakan sebagai buku-buku referensi ataupun juga ensiklopedia. Adapun beberapa jenis buku non fiksi antara lain adalah : buku sekolah, buku jurnalistik, atlas, album, laporan tahunan, dan sebagainya.

Sehingga berdasarkan pernyataan diatas, buku ini adalah salah satu buku non fiksi, karena buku non fiksi digunakan sebagai buku referensi, dimana sifat dari pembuatan buku ini adalah sebagai buku referensi, yang menyuguhkan informasi monumen-monumen bersejarah yang ada di kota Surabaya.

### 1.5.1 Struktur Buku

#### 1. Cover

Merupakan bagian terpenting pada perwajahan buku karena bagian ini harus dapat mengundang perhatian pembeli untuk tertarik membeli suatu buku. Bagian ini dibagi menjadi:

##### a. *Front Cover* ( Cover Depan )

Berisikan Nama Pengarang, Nama Editor, Nomor Edisi, dan Judul Buku. *Front Cover* biasanya memuat fotografi atau ilustrasi yang mencerminkan buku tersebut.

b. *Back Cover* ( Cover Belakang )

Biasanya memuat foto pengarang dan juga mandatoris seperti quotes ataupun barcode dan juga logo penerbit. Berbicara tentang *cover*, judul buku akan di letakkan di *cover* depan, judul merupakan bagian terpenting dari sebuah buku, karena melalui judul inilah, pembaca akan memutuskan untuk terus melihat dan membaca semua pesan ataukah akan mengalihkan perhatiannya.

2. Halaman Pengantar Buku

a. Halaman Judul ( *halaman ii* )

Halaman ini berisi judul buku, nama pengarang, dan juga penerbit.

b. Halaman Dedikasi ( *halaman iii* )

Halaman ini berisi judul buku, nama pengarang, dan juga penerbit.

c. Halaman Pra Kata

Berisikan tentang kata pengantar yang dibuat oleh editor, ataupun orang yang mempunyai hubungan dengan pengarang dalam pembuatan buku.

d. Daftar Isi

Merupakan halaman penting dalam penulisan buku non fiksi, dikarenakan akan memuat isi-isi setiap halamannya.

e. Kata Pengantar

Berisikan kata pengantar oleh pengarang yang ditujukan kepada pembaca.

f. Halaman Persembahan

Berisikan ucapan syukur ataupun terimakasih pengarang kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyelesaian buku ini.

3. Halaman Isi

a. Pendahuluan

Dalam penulisan buku non fiksi pada halaman ini yang dijelaskan pertama kali adalah pendahuluan yang tertuju ke topik.

b. Kesimpulan

Merupakan kesimpulan dari seluruh isi buku.

c. Tentang Pengarang

Berisikan Biodata Penulis, Riwayat Hidup, serta pas foto penulis.

### 1.6 Layout

Menurut Tom Lincy dalam buku (Kusrianto, 2007: 277), prinsip layout yang baik adalah yang selalu memuat 5 prinsip utama dalam desain, yaitu proporsi, keseimbangan, kontras, irama dan kesatuan. Dalam penerapan perancangan ini desain layout menjadi landasan untuk dijadikan acuan dasar dalam memberikan panduan dalam mendesain layout dari perancangan buku monumen bersejarah di kota Surabaya. Untuk mengatur layout, di perlukan pengetahuan akan jenis-jenis layout. Berikut adalah jenis-jenis layout pada media cetak, baik brosur, majalah, iklan maupun pada buku.

1. Mondrian Layout

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 Layout

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

3. Picture Window Layout

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 Layout

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

5. Frame Layout

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

6. Shilhoutte Layout

Sajian iklan yang berupa gambar ilustrasi atau tehnik fotografi dimana hanya ditonjolkan bayangannya saja. Penyajian bisa berupa Text-Rap atau

warna spot color yang berbentuk gambar ilustrasi atau pantulan sinar seadanya dengan tehnik fotografi.

7. Type Specimen Layout

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

8. Sircus Layout

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

9. Jumble Layout

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

10. Grid Layout

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 Layout

Sajian iklan dimana sekeliling bidang menggunakan frame (seolah-olah belum dipotong pinggirnya). Catatan: Bleed artinya belum dipotong menurut pas cruiss (utuh) kalau Trim sudah dipotong.

12. Vertical Panel Layout

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

13. Alphabet Inspired Layout

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 Layout

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

15. Informal Balance Layout

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

16. Brace Layout

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 Layout

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

18. Quadran Layout

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 Script Layout

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

#### 20. Rebus Layout

Susunan layout iklan yang menampilkan perpaduan gambar dan teks sehingga membentuk suatu cerita.

### 1.6.1 Proporsi

Proporsi adalah kesesuaian antara ukuran halaman dengan isinya (Kusrianto, 2007: 277). Penerapan teori ini dalam perancangan buku papertole monumen di kota Surabaya, sebagai salah satu media bagi visualisasi sebuah konsep dalam penerapan perbandingan ukuran yang digunakan untuk menentukan penataan visual, keseimbangan visual demi membentuk proporsi yang sesuai.

### 1.6.2 Keseimbangan

Keseimbangan merupakan suatu pengaturan agar penempatan dalam suatu halaman memiliki efek seimbang (Kusrianto, 2007: 279). Keseimbangan dalam perancangan ini membantu membentuk sebuah proporsi visual yang sesuai, yang bertujuan untuk memberikan elemen-elemen visual yang memiliki kesan nyaman untuk di terapkan pada perancangan buku monumen bersejarah.

### **1.6.3 Kontras / Fokus**

Saat mengamati suatu visual, terdapat elemen-elemen yang ditekankan untuk menampilkan kekuatan pada elemen visual. Jika dalam satu elemen-elemen tersebut sama-sama bersifat menguatkan, maka akhirnya tidak ada satupun materi di halaman itu yang menguatkan untuk menjadi fokus utama (Kusrianto, 2007: 280). Kekuatan fokus utama sebagai penekanan pada suatu visual ini dijadikan sebagai panduan dalam yang berguna untuk menentukan fokus utama visual yang menjadi kekuatan dari perancangan buku monumen bersejarah di kota Surabaya.

### **1.6.4 Irama**

Irama adalah pola perulangan, penggunaan pola warna maupun motif yang diulang dengan irama tertentu merupakan salah satu prinsip penyusunan layout. Dengan mengulang-ulang pola, akan memperoleh irama yang dapat mengikuti alur dan mempublikasikan ciri-ciri pada keseluruhan desain layout yang disusun (Kusrianto, 2007: 281). Menentukan sebuah irama untuk memberikan ciri khas pada desain layout yang disusun adalah upaya untuk memperoleh keseimbangan dan proporsi yang sesuai yang dapat dijadikan media pendukung untuk menentukan fokus utama pada desain layout perancangan buku monumen bersejarah di kota Surabaya.

### **1.6.5 Unity / Kesatuan**

Prinsip kesatuan adalah hubungan antara elemen-elemen desain yang semula berdiri sendiri-sendiri serta memiliki ciri sendiri yang disatukan menjadi sesuatu yang baru dan memiliki fungsi baru yang utuh ( Kusrianto, 2007: 281 ). Gerald A. Silver dalam bukunya *Graphic Layout And Design*, menyarankan agar elemen-elemen yang ditata memperoleh unity dan kontras yang mudah ditangkap oleh mata pembaca. Kesatuan adalah penghubung dari keseluruhan elemen desain yang disatukan, dalam perancangan buku monumen bersejarah di kota Surabaya penerapan kesatuan adalah sebagai ujung pengulangan yang dijadikan arah tujuan konsep yang akan diterapkan.

## **1.7 Unsur-Unsur Desain**

Dalam perancangan buku monumen di kota Surabaya, pembahasan tentang desain layout berperan dalam memberikan pengarahan tentang pengaturan layout halaman sebuah buku. Desain layout mengacu pada unsur-unsur desain yang terdiri dari Garis, Warna, sehingga unsur-unsur desain juga memiliki peran dalam memberikan acuan untuk unsur-unsur desain yang akan dijadikan satu kesatuan dalam penyusunan desain layout perancangan buku monumen di kota Surabaya.

### **1.7.1 Garis ( Line )**

Garis adalah elemen visual yang dapat dipakai dimanapun dengan tujuan untuk memperjelas dan mempermudah pembaca (Supriyono, 2010:58). Garis

merupakan salah satu unsur desain untuk terbentuknya sebuah gambar. Garis memiliki sifat-sifat yang dapat memiliki arti atau kesan.

1. Garis Tegak, memiliki kesan kuat, kokoh, tegas dan hidup.
2. Garis Datar, memiliki kesan lemah, tidur, dan mati.
3. Garis Lengkung memiliki kesan lemah, lembut dan mengarah.
4. Garis Patah, memiliki kesan hati-hati dan cermat.
5. Garis Miring, memiliki kesan menyudutkan.
6. Garis Berombak, memiliki kesan yang berirama.

Sifat-sifat garis tersebut adalah acuan untuk desain layout yang dapat menjadi acuan untuk mendukung dan menentukan desain layout untuk perancangan buku monumen bersejarah di kota Surabaya.

### 1.7.2 Warna ( Color )

Warna merupakan unsur penting dalam obyek desain. Karena warna memiliki kekuatan yang mampu mempengaruhi citra orang yang melihatnya. Masing-masing warna mampu memberikan respon secara psikologis (Supriyono, 2010:58). Warna diyakini mempunyai dampak psikologis terhadap manusia. Dampak tersebut dapat dipandang dari berbagai macam aspek, baik aspek panca indera, aspek budaya dan lain-lain.

Rasa terhadap warna

1. Warna netral

Warna netral adalah warna-warna yang tidak lagi memiliki kemurnian warna atau dengan kata lain bukan merupakan warna primer maupun

sekunder. Warna ini merupakan campuran ketiga komponen warna sekaligus, tetapi tidak dalam komposisi tepat sama.

2. Warna kontras

Warna kontras adalah warna yang berkesan berlawanan satu dengan yang lainnya. Warna kontras bisa didapatkan dari warna yang bersebrangan (memotong titik tengah segitiga) terdiri atas warna primer dan warna sekunder. Tetapi tidak menutup kemungkinan pula membentuk kontras warna dengan mengolah nilai ataupun kemurnian warna, contoh warna kontras adalah merah dengan hijau, kuning dengan ungu, dan biru dengan jingga.

3. Warna panas

Warna panas adalah kelompok warna dalam rentang setengah lingkaran di dalam lingkungan warna mulai dari merah hingga kuning. Warna ini menjadi symbol, riang, semangat, marah dan sebagainya. Warna mengesankan jarak yang dekat. Tetapi justru barang yang mempunyai warna panas ini radiasi panasnya kecil.

4. Warna dingin

Warna dingin adalah kelompok warna dalam rentang setengah lingkaran di dalam lingkaran warna mulai dari hijau hingga ungu. Warna ini menjadi symbol kelembutan, sejuk, nyaman, dan sebagainya. Warna sejuk mengesankan jarak yang jauh. Tetapi justru barang yang mempunyai warna dingin ini radiasi panasnya besar.

Menurut E. Holzschlag dalam tulisannya "*Creating Color Scheme*" warna memiliki respon psikologis yang mampu ditimbulkan.

1. Merah, memiliki respon psikologi kekuatan, bertenaga, kehangatan, nafsu, cinta, agresifitas dan bahaya.
2. Biru, memiliki respon psikologi kepercayaan, konservatif, keamanan, teknologi, kebersihan dan perintah.
3. Hijau, memiliki respon psikologi alami, kesehatan, pandangan yang enak, kecemburuan dan pembaharuan.
4. Kuning, memiliki respon psikologi optimis, harapan, filosofi, ketidakjujuran, pengecut dan pengkhianatan.
5. Ungu, memiliki respon psikologi spiritual, misteri, keagungan, perubahan bentuk dan arogan.
6. Orange, memiliki respon psikologi energy, keseimbangan, dan kehangatan.
7. Coklat memiliki respon psikologi dapat dipercaya, nyaman, dan bertahan.
8. Abu-abu, memiliki respon psikologi intelek, futuristik, modis, kesenduan dan merusak.
9. Putih, memiliki respon psikologi kemurnian, suci, bersih, steril dan kematian.
10. Hitam, memiliki respon psikologi seksualitas, kemewahan, misteri, ketakutan dan keanggunan.

Warna tidak hanya dapat dilihat respon psikologis namun warna juga dapat dilihat dari tiga dimensi .

1. Hue

Berdasarkan hue, warna digolongkan menjadi tiga golongan, primer, sekunder, dan tersier.

2. Value

Dalam *value*, warna dinilai dari terang-gelapnya warna. Semua warna dapat dikurangi, diperlemah kekuatannya sehingga menjadi muda atau diperkuat kekuatannya menjadi lebih gelap.

3. Intensitas

Intensitas berarti tingkat kemurnian atau kejernihan warna. Intensitas warna memiliki intensitas penuh ketika tidak dipadukan dengan warna lain, berbanding sebaliknya, intensitas warna yang kurang menjadikan warna sedikit redup dan netral (Supriyono, 2010:77).

## 1.8 Tipografi

Teks adalah bagian penting dalam desain, sehingga mempelajari ilmu yang mempelajari tentang huruf cetak sangatlah diperlukan dalam penyusunan sebuah desain. Ilmu yang mempelajari tentang teks adalah tipografi, tipografi didefinisikan sebagai suatu proses seni untuk menyusun bahan publikasi menggunakan huruf cetak dan merangkainya dalam sebuah komposisi yang tepat untuk memperoleh suatu tampilan yang dikehendaki.

Desain komunikasi visual tidak bisa lepas dari tipografi sebagai unsur pendukungnya. Karena rangkaian huruf dalam sebuah kata atau kalimat bisa berarti suatu makna yang mengacu pada sebuah gagasan dan memiliki kemampuan untuk menyampaikan suatu citra ataupun kesan secara visual ( Kusrianto, 2006:190 ).

Pemilihan jenis font diperlukan sebagai media pendukung, sehingga penerapan teori tipografi ini dapat menjadi sebuah pemahaman untuk menentukan jenis font yang akan diperlukan dalam perancangan buku monumen di kota Surabaya.

Menurut ( Rustan, 2011: 1-10 ) pengelompokan huruf sesuai garis besar antara lain :

1. Serif

Huruf jenis serif dapat dikenali memiliki kait yang terdapat diujung-ujungnya. Selain membantu keterbacaan, serif juga memudahkan saat diukir ke batu.

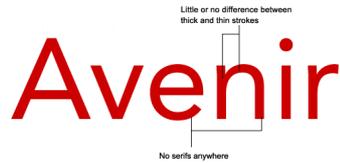


Gambar 2.1 Jenis Font Serif

Sumber : (www.desanstudio.com)

2. Sans Serif

Huruf jenis sans serif tidak memiliki kait yang terdapat diujung-ujungnya. Sans serif melambangkan kesederhanaan.



Gambar 2.2 Jenis Font Sans Serif

Sumber : (www.sitepoint.com)

### 3. Script

Jenis huruf ini juga sering disebut Kursif. Huruf ini menyerupai goresan tangan yang dikerjakan dengan pena, kuas atau pensil tajam dan biasanya miring ke kanan. Kesan yang ditimbulkan adalah sifat pribadi, akrab, keanggunan, dan kepuasan. Seperti halnya huruf jawa adalah salah satu contohnya.



Gambar 2.3 Jenis Font Script

Sumber : (www.cactusproject.com)

### 1.9 Teori Analisis SWOT

Menurut Ranguti dalam Marimin (2004: 58), analisis SWOT adalah suatu cara untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis dalam rangka merumuskan strategi perusahaan. 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 (*Opportunitie* 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 efesien.

1. *Strength*, untuk mengetahui kekuatan atau keunggulan jasa dan produk dibanding kompetitor. Dalam hal ini, bisa diartikan sebagai kondisi yang menguntungkan perusahaan tersebut.
2. *Weakness*, untuk mengetahui kelemahan jasa dan produk dibanding kompetitor. Dalam hal ini, kelemahan bisa diartikan sebagai suatu kondirisi yang merugikan perusahaan tersebut.
3. *Opportunity*, untuk mengetahui peluang pasar. Dalam hal ini diartikan sebagai suatu hal yang bisa menguntungkan jika dilakukan namun jika tidak diambil bisa merugikan, atau sebaliknya.
4. *Threats*, untuk mengetahui apa yang menjadi ancaman terhadap jasa dan produk yang ditawarkan.

#### **1.10 STP ( *Segmentasi, Targeting, Positioning* )**

Diungkapkan oleh Philip kotler (*Marketing 3.0: from Product to Customers to the Human Spirit. 2011.136*) menyatakan “ Perusahaan menawarkan produk unggulannya kepada masyarakat luas. Akan tetapi, untuk

mendapatkan keuntungan yang maksimal perusahaan harus memilih pasar apa yang ingin mereka layani.

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. *Targeting*

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.