

**PERANCANGAN BUKU *TRAVEL GUIDE* WISATA BELANJA GROSIR PAKAIAN DI
KOTA SURABAYA BERBASIS FOTOGRAFI SEBAGAI SARANA INFORMASI
INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA**

1)Maula Hidayah 2) Darwin Yuwono Riyanto, S.T , M.Med.Kom 3) Dhika Yuan Yurisma, M.Ds.

ABSTRAK

The purpose of designing a city guide book wholesale clothing shopping Surabaya based photography as a means of information. To give an information about wholesale shopping city of Surabaya. Further studies conducted using qualitative research methods are observation, interviews, documentation, and literature. To obtain the data used and supports the creation of a shopping travel city guide book wholesale clothing Surabaya based photography as a means of information. Data were analyzed using multiple stages, namely data reduction, data presentation and conclusion. After analyzing the data, found a city guide book concept shopping wholesale clothing Surabaya based photography as a means of information. Keyword "Elegant", description "Elegant Elegant, neat, elegant, graceful, supple. The main concept of the book itself is a travel guide book wholesale clothing shopping Surabaya-based photography to illustrate the location, atmosphere, and photos of activities that are in the market. The concept of "Elegant" aims to illustrate the location, atmosphere, and photos of activities that are in the market.

Kata Kunci : Buku *Travel Guide*, Berbasis Fotografi, Wisata Belanja Grosir, Kota Surabaya.

Kota Surabaya sering dikenal sebagai Kota Pahlawan. Surabaya terletak di provinsi Jawa Timur dan Kota yang terkenal akan sejarah kepahlawanannya pada saat arek-arek Suroboyo yang memperjuangkan kemerdekaan. Nama Surabaya itu sendiri yang melambangkan 2 hewan yang merebutkan lahan (Widodo, 2004: 65-66). Surabaya adalah kota metropolitan terbesar kedua di Indonesia setelah Jakarta. Letak kota yang sangat strategis serta didukung infrastruktur yang memadai merupakan keunggulan utama yang dimiliki sehingga mampu berkembang pesat menjadi satu pusat kegiatan bisnis dan perdagangan terbesar di kawasan timur Indonesia yang tepatnya berada di provinsi Jawa Timur. Surabaya juga memiliki daya tarik sebagai kota yang mempunyai ekonomi sangat tinggi. Arus investasi baik dari dalam maupun luar negeri terus meningkat dan menasar pada sektor utama yang tumbuh pesat. Sehingga Surabaya kini telah menjelma menjadi daerah tujuan utama untuk investasi di Indonesia (surabaya.go.id, 25 Maret 2016).

Sebagian besar kota Surabaya juga dihuni oleh berbagai multi etnis dan berbagai

suku bangsa seperti suku Tionghoa, Jawa, Madura, Bali, Bugis, Sunda dan masih banyak lagi. Ada juga warga Negara asing yang telah menetap di Indosia sejak lama seperti Malaysia, Cina, India, Arab dan Eropa (www.eastjava.com, 27 Maret 2016).

Surabaya juga memiliki beberapa objek wisata yang bisa di kunjungi seperti contohnya adalah objek wisata sejarah masa lampau dan objek wisata kuliner kota Surabaya tetapi selain itu Surabaya juga memiliki tempat belanja pakaian yang murah dan bisa dijadikan peluang usaha kedepannya. Selain itu juga Surabaya menjadi pusat perbelanjaan di daerah Jawa Timur. Dengan memberikan informasi ke masyarakat di luar kota agar tahu bagaimana peluang usaha yang telah di berikan oleh kota Surabaya. karena sebagaian besar orang-orang hanya mengenal pusat belanja pakaian murah hanya Bandung dan Yogyakarta padahal di kota Surabaya sendiri juga ada banyak tempat-tempat pakaian murah seperti contohnya di P. Turi, Jembatan Merah P, Darmo Trade Center , Pasar Grosir Surabaya , P Atom, ITC mega grosir, P Genteng Surabaya, P Blauran.

Kenapa harus buku *travel guide*?, karena fungsi buku *travel guide* itu sendiri bertujuan untuk memberikan informasi mengenai beberapa hal yang menggambarkan suatu daerah yang ingin di kunjungi seseorang (Kohdyat, 1996: 10). Maka dengan adanya buku informasi panduan wisata (*travel guide*) tentang tempat wisata belanja pakaian di kota Surabaya di harapkan memberi informasi bagi masyarakat yang berada di luar kota dan para pendatang agar mengetahui selain sejarah dan wisata kuliner itu sendiri Surabaya juga memiliki wisata pakaian. Buku adalah sumber dari ilmu pengetahuan dimana melalui buku kita mendapatkan ilmu pengetahuan. (manfaat.co.id/manfaat-membaca-buku). Buku panduan wisata (*travel guide*) ini pada umumnya memberikan tentang informasi yang disusun secara singkat dan padat. Buku panduan ini lazimnya digunakan untuk sebuah sarana memeriksa atau menguji data agar membantu pemakaian dalam tugasnya. Melalui buku panduan wisata (*travel guide*) ini merupakan suatu cara yang efektif untuk menginformasikan dan memperkenalkan wisata belanja pakaian yang berada di kota Surabaya kepada masyarakat luar kota Surabaya agar tertarik untuk menjadikan destinasi wisata dan juga memperkenalkan pada seluruh masyarakat kota Surabaya.

Jenis buku panduan wisata (*travel guide*) yang menggunakan teknik fotografi akan lebih menarik. Karena dengan menggunakan teknik fotografi terdapat foto-foto yang mengilustrasikan dan mendukung daya khayal dalam sebuah cerita. (www.infofotografi.com/blog). Disamping itu dalam buku fotografi terdapat teks tulisan yang telah di gabungkan dengan foto. Fotografi hasil karya yang di kerjakan menggunakan kamera, dan kebanyakan setiap kamera memiliki cara kerja yang sama dengan cara kerja mata manusia. Fotografi ini di susun berdasarkan beberapa karya fotografi *human interest* menjadi foto yang memiliki

METODE

Adapun penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengambil lokasi di pasar grosir Surabaya, Jawa Timur. Penelitian tugas akhir ini jika didasarkan pada metode analisis datanya termasuk penelitian kualitatif karena didasari oleh respon atau reaksi pada bentuk-bentuk dan verbal oleh pelihat atau khalayak sasaran dari perancangan buku *travel guide* wisata belanja grosir

ketertarikan akan pengabdian manusia, yang dapat dilihat dari berbagai sapek, seperti gaya hidup, kebiasaan dan berbagai macam hal yang berkaitan dengan manusia itu sendiri (Way, 2014: 9).

Rangkaian foto yang memiliki benang merah yang mengaitkan antara satu foto dengan yang lainnya. Bisa melalui subjek foto, gaya foto atau warna, komposisi, tempat dan topik yang sama. Didalam fotografi *human interest* menceritakan sebuah foto yang bertujuan menyampaikan pesan visual dengan pendekatan manusiawi dimana pengalaman personal fotografer dapat dirasakan oleh pengamat. Foto bisa dibuat di tempat dan subjek foto yang berbeda-beda tapi masih satu topik yang sama.

Dengan menggunakan penciptaan buku *travel guide* wisata belanja pakaian grosir di kota Surabaya berbasis fotografi sebagai sarana informasi, maka diharapkan akan memberi informasi bagi masyarakat yang berada di luar kota dan para pendatang agar mengetahui selain sejarah dan wisata kuliner itu sendiri Surabaya juga memiliki wisata pakaian grosir yang mempunyai potensi untuk membangun peluang usaha. Oleh karena itu, dengan adanya penciptaan buku *travel guide* wisata belanja pakaian di kota Surabaya berbasis fotografi diharap dapat menginformasikan bahwa kota Surabaya bukan hanya terkenal dengan kota sejarah dan kota wisata kuner saja melainkan Surabaya juga memiliki wisata belanja yang tidak kalah dengan kota-kota lainnya.

Sehingga dalam tugas akhir ini membuat buku *travel guide* wisata belanja grosir kota Surabaya untuk menginformasikan kepada para pendatang yang ada di kota Surabaya maupun yang berada di luar kota, di harapkan dapat memberikan dampak positif terhadap perkembangan dan meningkatkan daya tarik masyarakat yang berada di luar kota Surabaya.

pakaian di kota Surabaya berbasis fotografi sebagai sarana informasi

Di dalam metode penelitian kualitatif, lazimnya data dikumpulkan dengan beberapa teknik pengumpulan data kualitatif, yaitu; 1). Wawancara, 2). Observasi, 3). Dokumentasi, dan 4). Creative Brief.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, studi dokumentasi, studi literatur dan kepustakaan, creative brief, USP dan analisis SWOT yang sudah dilakukan dan dikumpulkan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Observasi merupakan suatu kegiatan yang mengamati dan mencatat secara sistematis dengan gejala yang terjadi dalam lingkungan masyarakat
2. Observasi ini dilakukan dengan cara mengamati lingkungan Pasar. Turi, Jembatan Merah, Darmo Trade Center, Pasar Grosir Surabaya, Pasar Atom, ITC mega grosir, Pasar Genteng Surabaya, P Blauran
3. Dalam penciptaan buku *travel guide* berbasis fotografi *essay* sebagai upaya memberitahukan bahwa kota Surabaya bukan hanya terkenal dengan sejarahnya saja namun ada potensi wisata belanja pakaian. Wawancara dilakukan dengan melalui informan dari pedagang di pasar turi, jembatan merah, darmo trade center, pasar grosir Surabaya, pasar atom, ITC mega grosir, Pasar genteng, Surabaya dan pasar blauran yang melakukan bisnis jual beli pakaian serta masyarakat umum yang dianggap mengetahui lebih dalam tentang kota Surabaya.

Dalam penciptaan buku *travel guide* berbasis fotografi *essay* sebagai upaya memberitahukan bahwa kota Surabaya bukan hanya terkenal dengan sejarahnya saja namun ada potensi wisata belanja pakaian. Wawancara dilakukan dengan melalui informan dari pedagang di pasar turi, jembatan merah, darmo trade center, pasar grosir Surabaya, pasar atom, ITC mega grosir, Pasar genteng, Surabaya dan pasar blauran yang melakukan bisnis jual beli pakaian serta masyarakat umum yang dianggap mengetahui lebih dalam tentang kota Surabaya.

Analisa SWOT merupakan cara untuk mengidentifikasi faktor-faktor secara sistematis untuk mengevaluasi kekuatan (*Strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*) dalam perancangan buku *travel guide* wisata belanja pakaian grosir di kota Surabaya berbasis fotografi. SWOT yang di temukan

adalah adalah wisata belanja grosir di kota surabaya sangat berpotensi sebagai objek wisata belanja yang memiliki potensi untuk berbisnis. sebagian masyarakat kota surabaya dan sebagian kecil dari masyarakat luar kota surabaya yang tahu. Dengan demikian, buku ini dapat menjadi sarana media promosi wisata *travel guide* belanja pakaian grosir di Surabaya

Keyword

Dalam perancangan buku *travel guide* wisata belanja pakaian grosir di kota Surabaya berbasis fotografi diperlukan beberapa proses penelitian agar dapat ditemukan suatu *keyword* untuk acuan desain yang akan digunakan dalam perancangan buku fotografi ini

Kata kunci yang ditemukan adalah elegan dari beberapa pencarian yang telah dirangkum dari hasil observasi, wawancara, studi kompetitor, STP dan analisis SWOT, elegan yang didefinisikan oleh Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah elok, rapi, anggun, lemah gemulai, luwes.

Dari hasil *keyword* studi kompetitor maka didapatkan kesimpulan konsep Murah, dimana definisi murah menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah lebih rendah daripada harga yang dianggap berlaku di pasaran. Pernyataan murah diambil dari hasil studi kompetitor yang isinya (Pasar Kapasan adalah salah satu pasar yang menjual grosir pakaian murah di kota surabaya). Dari hasil observasi diambil dari (Resiko yang di hadapi oleh pengunjung adalah tempat yang ramai dan berdesak-desakan) menghasilkan *keyword* ramai yang berfinisi serba giat atau bisa disebut juga sibuk.

Dari hasil wawancara dan analisis SWOT kekuatan (*Strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*) ditemukan kata kunci unik yang bermakna tersendiri dalam bentuk atau jenisnya. Hasil tersebut telah di rangkum dari penjelasan wawancara yang berisi (pasar kapasan adalah tempat belanja yang menguntungkan Bagi para pemilik usaha pakaian atau distro), dan hasil analisis SWOT (untuk memacu dayatarik bagi para wisatawan yang ingin belanja dalam bentuk grosir).

keyword yang telah ditemukan berdasarkan data dari studi kompetitor, observasi, wawancara, analisis SWOT, dan STP ditemukan kata kunci yang pertama dari hasil pencarian kata kunci Studi Kompetitor dan observasi ditemukan kata meriah yang memiliki arti Dari kata riah yang berarti ramai yang bersifat suka ria (kebesaran, kemuliaan, dan sebagainya), dan kedua adalah hasil dari pencarian kata kunci wawancara, analisis SWOT, dan STP yaitu KASUAL yang berarti corak yang sederhana: *untuk memunculkan kasual, dipilih secara khusus dan diperuntukkan menambahkan warna agar terlihat menarik.*

STP *Segmentasi, Target, Positioning* didapatkan kata kunci pasar Kapasan diperuntukkan bagi kalangan umum yang ingin belanja grosir dari kisaran umur 18 sampai 40 tahun. Dapat disimpulkan dari kalimat tersebut STP yang ditemukan adalah masyarakat yang telah memiliki sudut pandang dan cara pemikiran yang matang. Hasil dari pencarian *keyword* dari wawancara, analisis SWOT, dan STP ditemukan kata elegan yang memiliki arti Elok, rapi, anggun, lemah gemulai, luwes (KBBI 2016), *kata kunci ini ditemukan berdasarkan dari studi kompetitor, observasi, wawancara, analisis SWOT dan hasil STP yang telah di ambil beberapa brainstorming yang telah dikerucutkan dengan hasil keyword yaitu "Elegan".*

Perancangan Karya

Konsep perancangan karya adalah rangkaian yang didasarkan melalui konsep yang telah ditemukan yang bertujuan sebagai tahapan dalam melakukan suatu karya yang telah di *breakdown* sedemikian rupa agar mudah untuk mengimplementasikan karyanya nanti, konsep perancangan buku *travel guide* wisata belanja pakaian grosir di kota Surabaya berbasis fotografi

Strategi Kreatif

Headline dan Sub Headline

Headline yang digunakan untuk merancang buku fotografi wisata grosir pakaian di kota Surabaya adalah "Wisata belanja murah Surabaya". Pemilihan headline tersebut diambil dari keterkaitan dengan buku berisi tentang kesederhanaan

dari pasar yang penuh dengan berbagai kegiatan serta menjelaskan seperti lokasi, suasana dalam pasar, dan di sekitar kawasan pasar agar semua wisatawan mengetahui tempat lokasi, kegiatan, dan apa saja barang yang dijual di pasar tersebut. Dan sub headline pada perancangan buku ini adalah "Wisata Belanja Murah Surabaya" dengan slogan "nikmati belanjamu" untuk menyampaikan bahwa di kota Surabaya juga memiliki wisata belanja grosir yang murah dan meriah untuk dikunjungi, dengan headline dan sub headline, diharapkan wisatawan yang gemar belanja grosir agar tertarik untuk berbelanja ke pasar kapasas.

1. Ukuran dan Halaman Buku

- a. Jenis Buku : Buku Pembelajaran
- b. Dimensi Buku : 20 cm x 20 cm
- c. Jumlah Halaman : 24 halaman
- d. Gramature Isi Buku : 160 gr
- e. Gramature Cover : 260 gr
- f. Finishing : Hardcover dan laminasi glossy

Dalam perancangan buku ini, dipilih ukuran buku *medium* dengan panjang 20cm x lebar 20cm. Hal ini dilakukandengan mempertimbangkan ukuran yang sesuai, serta memudahkan penempatan foto serta tulisan dengan perbandingan 70% berbanding 30%. Perbandingan lainnya dengan menggunakan ukuran dan perbandingan ini karena *legibility* (keterbacaan, sifat mudah dibaca) yang di utamakan, untuk menghindari kebosanan saat membaca buku tersebut.

2. Bahasa

Bahasa yang digunakan dalam buku wisata belanja grosir kota surabaya adalah Bahasa Indonesia. Bahasa Indonesia dipilih karena merupakan bahasa resmi bagi bangsa Indonesia, dengan memilih bahasa Indonesia audiens dapat memahami dengan mudah dan mencerna apa yang telah dijelaskan dalam isi buku.

3. Layout

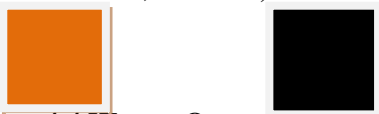
Jenis layout yang digunakan untuk perancangan buku ini adalah dengan *Mondrian layout* dengan diberikan sentuhan *Window Layout*. Jenis layout *Mondrian* yaitu layout yang memiliki desain asimetri dengan mengacu pada bentuk *square/landscape/portrait*, dimana masing-masing bidangnya memiliki penyajian yang

memuat gambar/tulisan yang saling berpadu sehingga membentuk suatu komposisi yang kanseptual menurut buku kusrianto dengan diselingi *window layout* tampilan dambar yang besar menjadi ciri utama tata letak ini, dan diikuti dengan headline, keterangan gambar hanya memiliki porsi yang kecil. Ide yang dipilih dan disempurnakan ke dalam bentuk layout kasar dan dikerjakan secara manual atau biasa disebut dengan sketsa layout. Setelah beberapa desain dipilih barulah digunakan acuan layout untuk dikerjakan dengan menggunakan *software* komputer.

6. Warna

a. Warna

Warna oranye, dan hitam adalah warna yang dominan memiliki makna yang sesuai dengan *Keyword* yang ada. Oranye melambangkan sosialisasi, keceriaan, kehangatan, segar, semangat dan energi (Anggraini S. dan Nathalia, 2014: 38). warna hitam memiliki sifat warna yang kuat dan percaya diri, penuh perlindungan, maskulin, elegan, dramatis dan misterius (Anggraini S. dan Nathalia, 2014: 38).



Gambar 4.4 Warna Oranye dan Hitam

Sumber : (Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Dengan dasar warna oranye dapat membuat produk akan terlihat elegan. Maka dapat disimpulkan dari analisis penulis maka buku wisata belanja grosir kota surabaya berbasis fotografi ini menggunakan beberapa elemen warna yaitu oranye dan hitam. warna tersebut digunakan karena terkait pada *keyword* yang telah di tempukan yaitu “elegan” dari kata-kata ini dapat diuraikan bahwa “elegan” dilambangkan pada warna oranye dan hitam. Pemilihan warna diambil dari beberapa pendapat dari beberapa kawan dan asistensi kepada dosen pembimbing

b. Tipografi

Font yang digunakan dalam buku wisata pasar grosir pakaian kota surabaya berbasis fotografi ini untuk headline menggunakan font “MAGNIFICENT” pemilihan font

tersebut jenis serif yang mempunyai kaki atau sirip berbentuk lancip pada ujungnya. Huruf serif memiliki ketebalan dan ketipisan yang kontras pada garis-garis hurufnya, sehingga memiliki kemudahan baca yang cukup tinggi. Kaki-kaki berfungsi untuk memudahkan membaca teks kecil dengan carak baris yang sempit. Serif dapat memberikan kesan klasik, resmi dan elegan pada sebuah karya desain (Anggraini dan Nathalia, 2014: 58).

ABCDEFGHIJKLMOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890(!@#%&^*())

Gambar 4.5 FONT MAGNIFICENT

Sumber : (Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Sedangkan untuk isi konten atau isi setiap halaman dalam buku ini menggunakan font “GARAMONT” karena kensistensi yang akan dibuat dalam buku ini, sekaligus karakter dari pemilihan font tersebut jenis serif yang mempunyai kaki atau sirip berbentuk lancip pada ujungnya. Huruf serif memiliki ketebalan dan ketipisan yang kontras pada garis-garis hurufnya, sehingga memiliki kemudahan baca yang cukup tinggi. Kaki-kaki berfungsi untuk memudahkan membaca teks kecil dengan carak baris yang sempit. Serif dapat memberikan kesan klasik, resmi dan elegan pada sebuah karya desain (Anggraini dan Nathalia, 2014: 58). Pemilihan font diambil berdasarkan dari beberapa pendapat dari beberapa kawan dan asistensi kepada dosen pembimbing.

ABCDEFGHIJKLMOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890(!@#%&^*())

Gambar 4.6 FONT GARAMONT

Sumber : (Hasil Olahan Peneliti, 2016)

4.6 Strategi Media

Strategi media adalah siasat atau kebijakan dan langkah-langkah yang dilakukan untuk mencapai tujuan dalam proses brand awareness, strategi media dibentuk oleh targer audience dengan paduan media yang terdiri dari pilihan media yang digunakan nantinya

agar mampu menjadi bagian dari acara pameran.

media yang digunakan dalam perancangan karya ini dibagi menjadi 2(dua) bagian, yaitu media utama dan media pendukung. Media utama dari perancangan ini adalah bagian yang diutamakan yaitu buku *travel guide* wisata belanja pakaian grosir kota Surabaya berbasis fotografi. Media pendukung dari perancangan adalah Pembatas bab, Poster, Kaos, Stiker, dan Gantungan kunci yang bertujuan untuk membantu publikasi media utama.

1. Buku wisata belanja pakaian grosir kota Surabaya berbasis fotografi
Buku ini sebagai acuan dalam proses *brand awareness* nantinya dan sebagai media utama yang akan digunakan dalam proses strategi media. Ukuran yang diimplementasikan pada ukuran buku ini adalah 20cm x 20cm. Cover dari buku ini decetak dengan menggunakan *hard cover* dengan laminasi doff untuk memberikan kesan menarik pada buku. Jenis kertas yang digunakan pada cover adalah *art paper full colour*, dan pada isi menggunakan kertas *art paper* ukuran 150grm *full colour* dua sisi. Dengan minimal isi buku 24 halaman
2. Media Pendukung
 - a. Pembatas Bab
Bertujuan untuk memisahkan antar bab dan memperindah halaman agar memunculkan kesan yang enak dilihat dan rapi.
 - b. Poster
Poster adalah media pendukung yang berperan sebagai media propaganda dan pelengkap untuk mendapatkan perhatian dari para audiens.
 - c. Kaos
Media ini digunakan untuk mendapatkan perhatian dan rasa keingin tahuan kepada para audiens.
 - d. Stiker
Media ini juga berperan dalam promosi untuk mengkomunikasikan pesan-pesan tertentu seperti menjelaskan ajakan, himbauan, dan petunjuk.
 - e. Gantungan Kunci
Gantungan kunci ini berperan sebagai media promosi secara tidak langsung karena media ini diharapkan memberi

rasa keingin tahuan terhadap para audiens yang telah melihatnya.

4.6.1 Alternatif Sket Desain

Alternatif sket desain ini dapat dilihat pada gambar 4.5 dan cover terpilih pada 4.6, dalam hal ini penulis menggunakan punggung buku hanya memberikan headline “Wisata belanja murah Surabaya” dan tagline “nikmati belanjamu” bertujuan untuk mempermudah pencarian ketika buku di tumpuk, karena isi pada buku menggunakan ukuran kertas 150grm, menjadikan ketebalan buku kurang dari satu centimeter dikhawatirkan tidak mencukupi untuk teks pada punggung buku nantinya, adapun diberikan teks pada punggung buku nantinya font akan terlihat kecil.

1. Sket Cover Buku



Gambar 4.7 Sketsa Alternatif Desain Layout Cover Buku

Sumber : (Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Gambar 4.6 terdapat empat gambar alternatif desain sket layout diantaranya adalah jenis modrian layout, alternatif ini dibutuhkan untuk mendapatkan hasil cover buku yang nantinya dijadikan sebagai acuan desain layout cover yang sesuai dengan keyword yang telah dipilih. Sketsa yang telah terpilih adalah desain alternatif layout cover nomer 1 dapat dilihat pada gambar 4.6. Desain cover ini nantinya akan dijadikan acuan dari semua media pendukung lainnya, karena media buku tersebut adalah media utama.



Gambar 4.8 Desain Layout Cover Buku Terpilih

Sumber : (Hasil Olahan Peneliti,2016)

Hasil desain sket cover di atas diperoleh dari hasil asistensi dengan dosen pembimbing, dimana dari empat alternatif desain sket tersebut dipilih satu untuk dijadikan acuan desain cover buku *travel guide* wisata belanja grosir kota Surabaya.

2. Desain sket layout isi buku



Gambar 4.9 Sketsa Desain layout isi buku

Sumber : (Hasil Olahan Peneliti,2016)

Desain sket layout isi buku ini nantinya ada beberapa sketsa, seperti pada gambar 4.7 dan 4.8. Karena untuk menghemat halaman pada laporan maka hanya mencantumkan 8 desain layout, dan sketsa ini nantinya akan menjadi acuan desain pada implementasi karya pembuatan buku *travel guide* wisata belanja kota Surabaya.

3. Desain sket poster

Desain sket poster yang menggunakan ukuran 43cm x 32cm, poster dicetak menggunakan bahan kertas art paper ukuran 210grm. media poster ini

bertujuan untuk bagian dari visualisasi buku tetapi dengan media luar ruangan sketsa poster dapat di lihat pada gambar 4.10.



Gambar 4.10 Sketsa Desain Poster

Sumber : (Hasil Olahan Peneliti,2016)

4. Sketsa desain kaos



Gambar 4.11 Sketsa Desain Kaos

Sumber : (Hasil Olahan Peneliti,2016)

Desain sket kaos pada gambar 4.11 tersebut memberikan penjelasan yang digunakan untuk mendapatkan perhatian dan rasa keingintahuan kepada para audiens.

4.6.2 Alternatif Digital

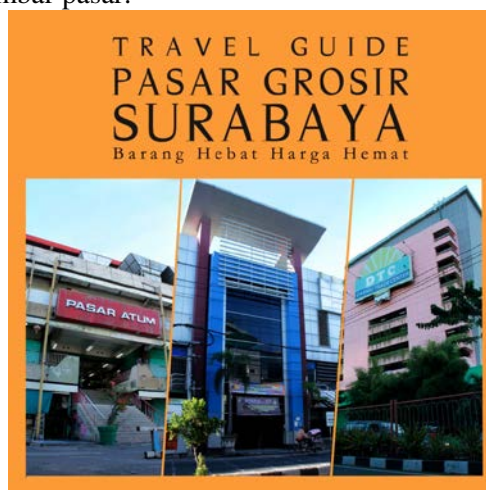
1. Desain Cover



Gambar 4.12 Alternatif Digital Desain Cover Depan

Sumber : (Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Pada gambar diatas ditampilkan 6 alternatif digital desain cover depan pada buku “Travel Guide Pasar Grosir Surabaya”. Alternatif desain yang mengacu pada sketsa yang terpilih sesuai *keyword* yang dijadikan sebagai acuan desain digital pada cover buku. Alternatif digital tersebut terdapat perbedaan mulai dari layout, penempatan gambar, dan warna dan bentuk foto atau gambar pasar.



Gambar 4.13 Digital Desain Cover Depan Yang Terpilih

Sumber : (Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Hasil digital desain cover di atas diperoleh dari hasil asistensi dengan dosen pembimbing, dimana dari empat

alternatif desain sket tersebut dipilih satu untuk dijadikan acuan desain cover buku *travel guide* wisata belanja grosir kota Surabaya.

4.7 Implementasi Desain

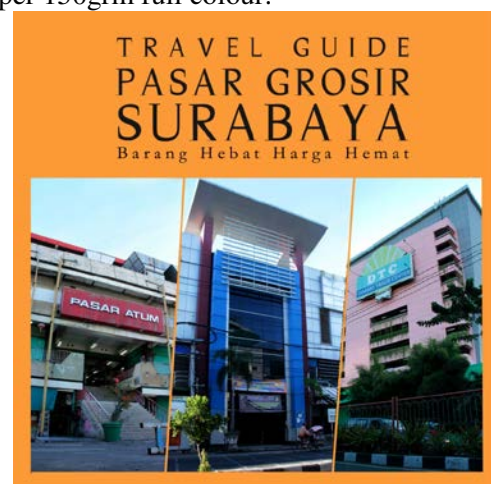
Dari sketsa desain yang telah dibuat pada masing-masing media utama dan media pendukung, maka akan akan terpilih satu desain sebagai acuan untuk semua media maupun pembuatan buku *travel guide* pasar grosir berbasis fotografi dengan desain cover sebagai acuan dari semua media nantinya dan media utama serta media pendukung antara lain sebagai berikut:

4.7.1 Implementasi Buku Travel Guide

Pertimbangan pemilihan media ini adalah sesuai dengan judul laporan, dimana media yang digunakan adalah media buku, buku ini nantinya seperti halnya buku *travel guide* lainnya dimana setiap destinasi wisata akan menunjukkan peta dan lokasi sekitar wisata, akan tetapi buku *travel guide* ini juga akan menunjukkan beberapa informasi setiap pasar .

1. Cover Depan Buku

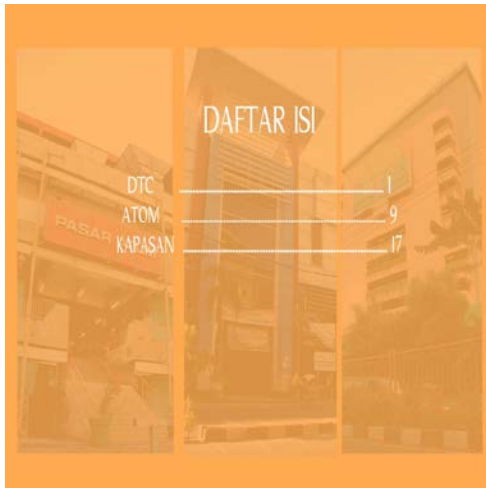
Media ini diimplementasikan menggunakan ukuran 20cm x 20cm, Cover buku ini dicetak dengan menggunakan *hardcover* untuk memberikan kesan elegan pada cover buku. dengan sistem cetak *offset full colour*, dan pada isi menggunakan art paper 150grm full colour.



Gambar 4.14 Digital Desain Cover Depan

Sumber : (Hasil Olahan Peneliti, 2016)

2. Daftar isi



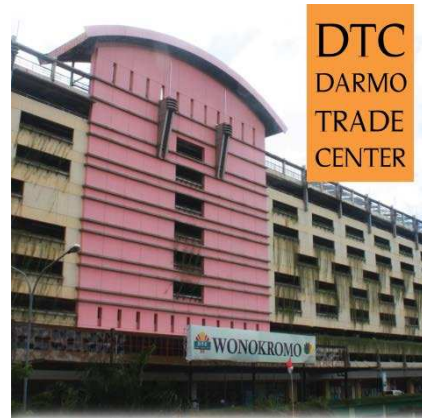
Gambar 4.15 Daftar Isi

Sumber : (Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Daftar isi ini diupayakan untuk mempermudah pembaca dalam mencari informasi yang dibutuhkan. Dengan adanya daftar isi, pembaca dapat memilih apa yang akan dilihat halaman setiap destinasi dari wisata belanja yang diinginkan Pembatas Bab

3. Pembatas Bab

Pembatas bab ini bertujuan sebagai pemisah antar halaman isi bab dengan yang lainnya dan akan memunculkan kesan yang enak dilihat dan rapi. Desain batas bab diambil dari beberapa pendapat atau usulan dengan kawan dan asistensi kepada dosen pembimbing.



**DTC
DARMO
TRADE
CENTER**



**PASAR
ATUM**



**PASAR
KAPASAN**

Gambar 4.16 Desain Pembatas Bab
Sumber : (Hasil Olahan Peneliti, 2016)

a. Digital desain isi buku



Gambar 4.17 Halaman 1-8

Sumber : (Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Pada halaman 1 menjelaskan tentang sejarah singkat dan beberapa penjelasan mengenai Pasar DTC itu sendiri, halaman 2 akan menjelaskan tentang lokasi dari pasar, dan halaman 3-8 akan menjelaskan tentang kegiatan yang ada di pasar.



Gambar 4.18 Halaman 9-16

Sumber : (Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Pada halaman 9 menjelaskan tentang sejarah singkat dan beberapa penjelasan mengenai Pasar ATOM itu, pada halaman 10 akan menjelaskan tentang lokasi dari pasar, dan halaman 11-16 akan menjelaskan tentang kegiatan apa saja yang ada di pasar ATOM.



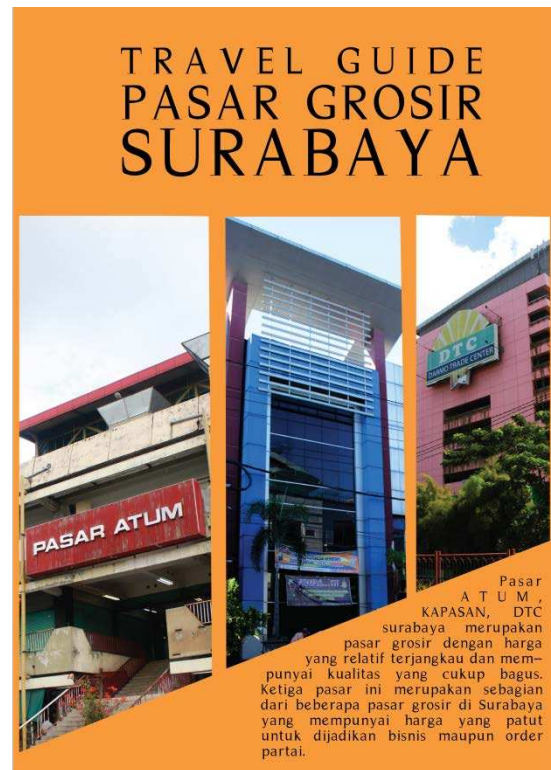
Gambar 4.19 Halaman 17-24

Sumber : (Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Pada halaman 17 menjelaskan tentang sejarah singkat dan beberapa penjelasan mengenai Pasar Kapasan itu, pada halaman 18 akan menjelaskan tentang lokasi pasar dan sekitarnya, dan halaman 19-24 akan menjelaskan tentang kegiatan apa saja yang ada di pasar Kapasan. Dari semua isi buku diambil dari beberapa pendapat atau usulan dengan kawan dan asistensi kepada dosen pembimbing.

4.7.2 Implementasi Desain Media Pendukung

a. Poster



Gambar 4.20 Implementasi Desain Poster

Sumber : (Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Pada poster ini akan menggambarkan 3 pasar yang akan dibahas dalam isi dari buku *travel guide* buku wisata belanja agar menciptakan suasana hangat dan enak dipandang terhadap poster tersebut. Hasil poster ini diambil dari beberapa pendapat atau usulan dengan kawan dan asistensi kepada dosen pembimbing.

b. Kaos



Gambar 4.21 Implementasi Desain Kaos

Sumber : (Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Desain sket kaos pada gambar 4.22 tersebut memberikan penjelasan yang digunakan untuk mendapatkan perhatian dan rasa keingintahuan kepada para audiens.

c. Stiker



Gambar 4.22 Implementasi Desain Stiker
Sumber : (Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Stiker di desain seperti pada gambar 4.23 secara audiens langsung audiens telah informasikan bahwa adanya pasar grosir di kota Surabaya dengan ukuran stiker 13cm x 8cm. Desain stiker diambil dari beberapa pendapat atau usulan dengan kawan dan asistensi kepada dosen pembimbing dan pemilihan dari beberapa alternatif.

d. Pembatas Buku



Gambar 4.23 Desain Pembatas Buku
Sumber : (Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Desain pembatas Buku bertujuan agar menjadi media yang sering digunakan untuk mempermudah para pembaca yang mempersingkat pencarian halaman setelah membaca halaman tersebut di kemudian hari. Media ini didapat dari beberapa usulan serta asistensi kepada dosen pembimbing dan dipilih dari beberapa alternatif.

e. Desain Gantungan Kunci

Desain gantungan kunci ini berbentuk bulat bertujuan untuk menarik perhatian secara tidak langsung untuk melihat media ini dan memberikan kesan menarik maka dari itu gantungan dicetak berbentuk bulat. Desain gantungan kunci diambil dari beberapa pendapat atau usulan dengan kawan dan asistensi kepada dosen pembimbing dan pemilihan dari beberapa alternatif.



Gambar 4.24 Desain Gantungan Kunci
Sumber : (Hasil Olahan Peneliti, 2016)

SIMPULAN

Perancangan ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana merancang buku *travel guide* wisata belanja grosir murah kota surabaya berbasis fotografi sebagai sarana informasi bagi masyarakat dalam maupun luar kota surabaya yang sedang menetap di kota sirabaya. Kesimpulan yang dapat diambil dari perancangan ini adalah:

- Perancangan buku *travel guide* pasar grosir ini adalah salah satu upaya untuk menginformasikan kepada masyarakat kota Surabaya, masyarakat dari luar kota dan pendatang yang singgah di kota surabaya untuk mengetahui beberapa pasar grosir yang murah di kota surabaya.
- Konsep dari perancangan buku *travel guide* ini adalah “elegant. Deskripsi dari “elegant” adalah Elok, rapi, anggun, lemah gemulai, luwes. Konsep utama pada buku ini sendiri adalah buku *travel guide* wisata belanja grosir pakaian kota Surabaya berbasis fotografi dengan memberikan penjelasan lokasi, suasana, dan foto kegiatan yang ada didalam pasar. Konsep “elegant” dihadirkan untuk menanamkan persepsi masyarakat bahwa tidak semua pasar kotor dan kumuh.
- Perancangan diimplementasikan kedalam bentuk kreatif, dengan perancangan yang mengacuh pada teknik penginformasian pasar grosir

murah kepada masyarakat sebagai referensi wisata belanja murah di kota surabaya.

- d. Media pendukung yang digunakan pada perancangan ini meliputi, poster, stiker, kaos dan kartu nama. Media pendukung yang ada dan warna yang digunakan sesuai dengan *keyword* yang telah didapatkan.

SARAN

Adapun saran dari penciptaan buku *travel guide* wisata pakaian grosir kota surabaya adalah:

1. Memperdalam lagi detail informasi dan sajian foto sekaligus menambahkan penjelasan yang akurat agar pembaca juga dapat memahami dan memperoleh referensi dari membaca buku ini.
2. Memberikan perhatian khusus pada media pendukung yang digunakan agar dapat sesuai dengan segmentasi dan dapat dikenal oleh masyarakat luas. Sarana perancangan visual yang sudah dirancang diharapkan dapat diimplementasikan dengan baik.

RUJUKAN

Sumber Buku:

Budrillard, Jean P. 2004. Masyarakat Konsumsi. Diterjemahkan Oleh wahyunto. Yogyakarta: Kreasi Wacana.

Davenport, Alma. *The History of Photograpy*. London, 1996

Edward Inskeep. *Tourism Planning, London*, 1991

Ensiklopedia Nasional Indonesia. Jakarta : Balai Pustaka, 1998

Fandeli, Chafid. 1995. *Pengertian dan Kerangka Dasar Kepariwisataaan dalam Dasar-dasar Kepariwisataaan Alam* (ed. Chafid Fandeli). Yogyakarta: Liberty

Hizair. Kamus Lengkap Bahasa Indonesia. 2013. 20 Februari 2014

Kohdyat, H. *Sejarah Pariwisata dan perkembangannya di Indonesia*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia. 1996

Kotler, Philip & Amstrong, Gary. 2002. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, edisi kedua belas, Jilid 2*. Jakarta : Erlangga.

Marzuki. (2000). *Metodologi Riset*. Yogyakarta, UII Press.

Nugroho, R. Amien. *Kamus Fotografi*. Jakarta: Andi,2006.

Nugroho, Yulius Widi. *Jepret!* Yogyakarta: Familia, 2011.

Rustan, Surianto. 2009. *Mendesain Logo*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

_____. 2008. *Layout*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

Sugiarto, Atok. *Kamus Pinter Fotografer*. Jakarta: 12 Erlangga, 2009.

_____. *Paparazzi Memahami Fotografi Kewartawanan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2005.

Sigit, Suhardi 2007. *Marketing Praktis*. Cetakan Pertama. Yogyakarta:Penerbit Liberty.

Way, Wilsen. *human interest photography..* Jakarta. Anggota IKAPI. 2014.

Wijaya, Taufan. *Foto Jurnalistik Dalam Dimensi Utuh*. Klaten: CV. Sahabat, 2011

Yoeti, Oka A. 2000. Ekowisata : *Pariwisata Berwawasan Lingkungan Hidup*. Jakarta : PT. Pertja.

Yuliadewi, Lesie. "Mengenal Fotografi dan Fotografi Desain". *Nirmana* 1.1 (Januari 1999): 4

Web

www.surabaya.go.id/ diakses pada tanggal 25 Maret 2016

www.eastjava.com/tourism/surabaya/ina/about.html di akses pada tanggal 27 Maret 2016