

## PERANCANGAN *ENVIRONMENTAL GRAPHIC DESIGN* MUSEUM SEPULUH NOPEMBER SURABAYA SEGABAI PENDUKUNG PROGRAM SURABAYA *CITY TOUR*

Royyan Hidayat<sup>1)</sup> Muh. Bahrudin<sup>2)</sup> Thomas Hanandry D.<sup>3)</sup>  
S1 Desain Komunikasi Visual

Institut Bisnis dan Informatika STIKOM Surabaya Jl. Raya Kedung Baruk 98 Surabaya, 60298  
Email : 1) helloomroy@gmail.com, 2) muh.bahrudin@yahoo.com, 3) thomashanandrydst@gmail.com

**Abstract:** *The goal of the design of Environmental Graphic Design Museum Ten November Surabaya is as a supporting program of Surabaya City Tour tour. The study was conducted using qualitative research methods is to conduct in-depth understanding of the objects that can be done by observation, interviews, documentation and literature to obtain the data used to support the design of Environmental Graphic Design. Data were analyzed using several stages, namely data reduction, data presentation, and conclusion. From the data analysis found some keywords that refer to design communication strategies that will be used to reach the intended target audience. After analyzing the data, found a design concept or keyword of "Flashback" which has the meaning of a flashback. Description of the concept is intended that the visitors were able to identify an iconic design for a museum Ten November Surabaya in various media which include Environmental Graphic Design. Results of this scheme is to support the Surabaya City Tour tourist program which is a program owned by the tourist city of Surabaya as the town hero.*

**Keywords:** *History, Heroic, Flashback*

Menurut Harian Birawa, kota Surabaya belum menjadi tujuan favorit wisatawan, baik wisatawan domestik maupun mancanegara. Salah satu penyebabnya adalah kurangnya sarana dan prasarana dan paket wisata yang ditawarkan oleh pemerintah kota Surabaya. Kepala Disbudpar Jatim, Jarianto menyatakan bahwa banyak objek wisata Surabaya yang tidak terurus dengan baik (<http://harianbhirawa.co.id/47365-odtw-tak-enarik-usulkan-paket>).

Sunarmadji, selaku kepala bidang pengembangan objek daya tarik wisata menyatakan bahwa objek wisata yang ada di Surabaya bisa menggaet wisatawan. Sayangnya, wisatawan yang datang mengunjungi Surabaya tidak bisa berlama-lama, karena tidak adanya paket yang cukup menarik untuk membuat wisatawan betah di Surabaya.

Sunarmadji juga mengatakan bahwa sebenarnya pihak Disbudpar Kota Surabaya harus kreatif membuat paket wisata di kota Surabaya.

Apalagi Surabaya dikenal sebagai Kota Pahlawan yang mempunyai banyak sekali sejarah yang dapat di kenalkan kembali kepada masyarakat.

Tugu Pahlawan adalah salah satunya yang akan sering dikunjungi oleh para wisatawan. Hal ini terjadi dikarenakan bangunan ini merupakan berkumpulnya semua dokumentasi sejarah kota surabaya. Namun sayangnya kesiapan tempat yang ada pada gedung Tugu Pahlawan ini masih kurang layak untuk dapat dijadikan sebuah objek wisata yang baik dan nyaman bagi para wisatawan domestik ataupun mancanegara, dikarenakan tidak adanya sistem penyampai informasi yang baik sehingga

informasi yang ada di area tersebut tidak diperoleh dengan mudah oleh para pengunjung.

Kebutuhan akan adanya *Environmental graphic design* juga dapat meningkatkan kemudahan dan kenyamanan kepada para pengunjung suatu tempat yang mempunyai banyak struktur informasi.

## METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode kualitatif untuk mencari informasi dan menganalisis perancangan yang baik untuk diaplikasikan pada Museum Sepuluh Nopember Surabaya.

Metode kualitatif adalah metode yang lebih menekankan pada aspek pemahaman secara mendalam terhadap suatu masalah daripada melihat permasalahan untuk penelitian generalisasi. Metode penelitian ini lebih diutamakan dengan menggunakan teknik analisis mendalam *in-depth analysis*, yaitu mengkaji masalah secara kasus perkasus karena metodologi kualitatif yakni bahwa sifat suatu masalah satu akan berbeda dengan sifat masalah lainnya.

Menurut (Sugiono, 2009:15), metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositifisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, pengambilan sample sumber dan data dilakukan secara purposive dan snowball, teknik pengumpulan data dilakukan dengan triangulasi (gabungan) analisis data bersifat induktif / kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna daripada generalisasi.

### Teknik Pengumpulan Data

Data yang diperoleh memiliki peranan yang penting untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi dalam perancangan *environmental* Museum Sepuluh Nopember Surabaya, sehingga diperlukannya data yang akurat dan dapat dipertanggung jawabkan. Data ini digunakan untuk mengetahui konsep awal yang akan digunakan untuk perancangan *environmental* Museum Sepuluh Nopember Surabaya.

### Teknik Analisis Data

Moleong (2006:248), adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain. Selanjutnya di cari kaitannya antara data yang satu dengan yang lainnya dalam proses sintesisasi.

Selanjutnya, berdasarkan hasil analisis data tersebut selesai dilaksanakan, maka dibuat beberapa rancangan *environmental* Museum Sepuluh Nopember

Surabaya yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan.

## KONSEP DAN PERANCANGAN

### Analisis Kompetitor

Pada bab ini lebih terfokus kepada metode yang digunakan dalam perancangan karya, observasi data serta teknik pengolahannya dalam perancangan *Environmental Graphic Design* Museum Sepuluh Nopember Surabaya sebagai pendukung program wisata Surabaya City Tour.

### 1. Museum Sepuluh Nopember Surabaya

Museum Sepuluh Nopember dibagi menjadi 2 area yang dikelola oleh UPTD Monumen Tugu Pahlawan. Sesuai dengan namanya, area Tugu Pahlawan disebut sebagai museum luar yang didalamnya terdapat monumen Tugu Pahlawan itu sendiri, dan beberapa koleksi berupa diorama, relief dan koleksi alat militer lainnya. Sementara dalam perancangan ini yang menjadi subyek perancangan adalah area kompleks Museum Sepuluh Nopember Surabaya.

Berdasarkan observasi dan wawancara yang telah dilakukan di Museum Sepuluh Nopember pada tanggal 27 Mei 2015 kepada Bapak Mt. Agus selaku kepala pengelola Museum Sepuluh Nopember Surabaya, bahwa museum ini termasuk dalam kategori museum khusus yang dibawah pengawasan pemerintah kota Surabaya (wawancara pengelola museum).

Dari hasil observasi, studi eksisting yang didapatkan berupa data-data tertulis, media informasi berupa *leaflet* dan wawancara dari pihak Museum Sepuluh Nopember Surabaya. Kemudian untuk studi eksisting kompetitor, didapatkan dari data berupa file dan dokumentasi termasuk artikel-artikel sebagai pendukung analisis yang berada di lapangan.

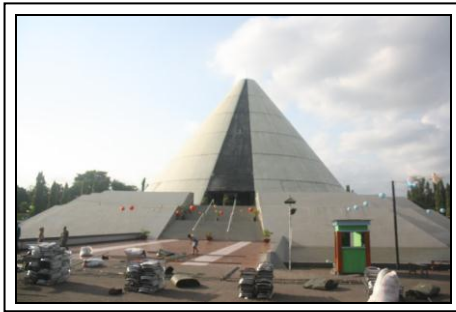


Gambar 1 Leaflet Meseum Sepuluh Nopember (Sumber: Dokumen Museum Sepuluh Nopember, 2015)

## 2. MONJALI (Monumen Yogya Kembali)

Monumen Yogya Kembali merupakan salah satu museum sejarah perjuangan kemerdekaan Republik Indonesia yang terdapat di kota Yogyakarta dan dikelola oleh Departemen Kebudayaan dan Pariwisata.

Dipilihnya nama “Yogya Kembali” dengan pengertian yang luas, berfungsinya Pemerintah Republik Indonesia dan sebagai tetenger peristiwa sejarah ditarik mundurnya tentara Belanda dari Ibukota Yogyakarta pada tanggal 29 Juni 1949 dan kembalinya Presiden Soekarno, Wakil Presiden, Pimpinan Negara yang lain pada tanggal 6 Juli 1949 di Yogyakarta (Monumen Yogya Kembali, 2000:1).



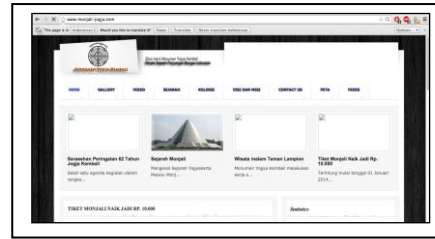
Gambar 2 Bangunan MONJALI  
(Sumber: Hasil Dokumentasi Peneliti, 2015)



Gambar 3 Bangunan dan Koleksi Monjali  
(Sumber: Hasil Dokumentasi Peneliti 2015)

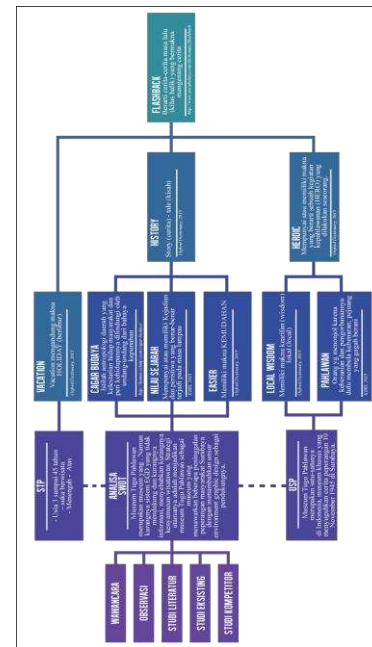
Monumen ini dibangun dan diresmikan terlebih dahulu daripada Museum Sepuluh Nopember Surabaya dan tentunya beberapa media promosinya termasuk desain environment pada tempat wisata didalamnya pun telah dirancang terlebih dahulu.

Adanya logo yang ada pada website resminya pula memperkuat *image* dari Monumen Yogya Kembali, hingga saat ini identitas Monumen Yogya Kembali mampu memberikan kesan baik pada wisatawan domestik maupun asing.



Gambar 4 Tampilan Website MONJALI  
(Sumber: <https://www.monjali-jogja.com>)

### Analisis Keyword/Konsep



Gambar 5 Analisis *Keyword* dari pengumpulan hasil penelitian  
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2015)

Pemilihan kata kunci atau keyword dalam perancangan *Environmental Graphic Design* Museum Sepuluh Nopember Surabaya “*Flashback*”. Pemilihan kata tersebut berdasarkan hasil analisis dari beberapa teknik pengumpulan data seperti wawancara, *depth interview*, observasi, SWOT, dan STP. Pemilihan keyword tersebut ditetapkan berdasarkan acuan terhadap analisis data yang telah dilakukan sebelumnya.

### Perencanaan Kreatif

#### 1. Tujuan kreatif

Perencanaan Environment yang dibutuhkan oleh Museum Sepuluh Nopember meliputi *wayfinding*, *sign system*, *signage*, *guide book* sesuai acuan yang telah ditentukan.

Perancangan Environment nantinya akan diselaraskan dan didasarkan pada *keyword* yang telah didapatkan sebelumnya yaitu “Flashback”. Dengan adanya *keyword* ini diharapkan akan memberikan kesesuaian dalam segi visual dengan tampilan Environment desain Museum Sepuluh Nopember dalam upaya pendukung program wisata Surabaya City Tour. “Flashback” didapatkan dari hasil analisis SWOT yang telah dilakukan, yang mana sumber data analisis SWOT diperoleh dari data wawancara, observasi, STP, studi literatur, studi eksisting, dan studi kompetitor yang sudah melalui proses reduksi sehingga muncul sebuah konsep “Flashback” sebagai dasar acuan dalam perancangan *Environmental Graphic Design* Museum Sepuluh Nopember Surabaya sebagai pendukung program Surabaya City Tour.

## 2. Strategi Kreatif

Pada perancangan *Environmental Graphic Design* Museum Sepuluh Nopember Surabaya menggunakan *Unique Selling Proposition* (USP), karena strategi ini menggunakan perbedaan karakteristik fisik atau atribut produk yang lebih unik dibandingkan dengan pesaing. Yang penting memberikan manfaat kepada konsumen dan tidak bisa digantikan oleh pesaing (Suyanto, 2005:77). Dalam hal ini untuk mengangkat sisi keunikan yang dimiliki oleh Museum Sepuluh Nopember Surabaya digunakan pendekatan persuasif kepada masyarakat, pendekatan persuasif tersebut dapat melalui komunikasi verbal dan visual sebagai upaya untuk mengajak wisatawan untuk berkunjung, belajar serta bersama-sama melestarikan sejarah budaya dengan cara berwisata ke Museum Sepuluh Nopember Surabaya.

Hal ini bertujuan agar wisatawan dapat dengan mudah mengerti informasi yang disampaikan dan juga membuat wisatawan bisa merasa nyaman dalam berwisata. Selain itu bentuk pada gedung Museum Sepuluh Nopember dapat dijadikan sebagai elemen desain utama yang dapat memberi kesan “Museum Sepuluh Nopember” pada rancangan *Environment Graphic Design* ini. Dari sini muncul sebuah komunikasi yang dapat mengajak pengunjung untuk lebih melekatkan ciri dari Museum Sepuluh Nopember di benak mereka sehingga apresiasi masyarakat terhadap Museum Sepuluh Nopember semakin kuat.

## 1. Ilustrasi

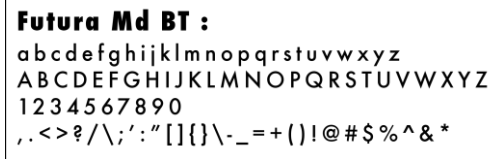
Desain ilustrasi tersebut akan diterapkan pada semua media perancangan *Environmental Graphic Design* meliputi *Way finding*, *Sign system*, *Signage* dan *Guide Book*. Desain yang ditampilkan tidak lepas dari strategi *Unique Selling Positioning* yang dibahas

sebelumnya. Tujuannya yaitu untuk menonjolkan kilas balik (*Flashback*)

## 2. Tipografi

Untuk pemilihan *typeface* yang di aplikasikan pada beberapa media nantinya didasarkan sebuah pertimbangan kesesuaian jenis *typeface* dengan konsep yang diusung, kemudian pemilihan *typeface* ini dipengaruhi oleh faktor *legibility* dan *readability*. Oleh karena itu untuk pemilihan jenis *typeface* untuk media *Environmental Graphic Design* menggunakan jenis *san serif* untuk mengarah ke generalisasi dan bersifat modern.

Pemilihan jenis *typeface san serif* pada media Environment berdasarkan pertimbangan bahwa jenis huruf sans serif adalah jenis huruf yang tidak memiliki garis-garis kecil dan bersifat solid. Jenis huruf seperti ini lebih tegas, bersifat fungsional dan lebih modern. Contoh font yang digolongkan kepada sans serif adalah : Helvetica (1957), Arial, Futura, Avant Garde, Bitstream Vera Sans, Century Gothic dan lain sebagainya



**Futura Md BT :**  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 1234567890  
 . , < > ? / \ ; ' : " [ ] { } \ \_ = + ( ) ! @ # \$ % ^ & \*





Gambar 6 Typeface “Futura”  
 (Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2015)

## 3. Warna (visual)

Dalam pemilihan warna di setiap media *Environment Graphic Design* Museum Sepuluh Nopember Surabaya, tidak terlepas dari konsep SWOT yang beberapa poin mengarah kepada sejarah yang lebih tepatnya pada sejarah peperangan 10 november 1945 di Surabaya (Indonesia).

Warna adalah tentang menyampaikan informasi penting kepada konsumen anda (yang mungkin, selanjutnya, berhubungan dengan kecantikan atau keindahan yang menyenangkan. Warna memicu respon yang sangat spesifik dalam sistem saraf pusat dan korteks otak (Gobe, 2005:83). Sebagai objek wisata yang merupakan penginggalan sejarah, museum Sepuluh Nopember tidak lepas dari unsur-unsur kepahlawanan, momentum, perjuangan bangsa Indonesia dan kemerdekaan. Oleh karena itu dipilihlah warna merah dan putih untuk menunjukkan identitas bangsa Indonesia. Terdapat 2 warna merah yang dijadikan acuan warnanya yaitu merah terang dan merah marun. Sedangkan menurut psikologis warnanya sendiri, merah memiliki arti keberanian, semangat, kekuatan dan warna putih memiliki arti kesucian, kesederhanaan. Selain itu warna merah dan putih merupakan identitas bendera bangsa Indonesia

yang berwarna merah putih. Ditambahkan pula warna abu-abu sebagai tambahan element warna pada media desain Environmental, warna abu-abu memiliki arti ketenangan dan keteguhan.

	<b>MERAH TERANG</b> (C:6 - M:91 - Y:100 - K:1) (R:223 - G:61 - B:37)
	<b>MERAH MARUN</b> (C:13 - M:99 - Y:95 - K:3) (R:206 - G:35 - B:43)
	<b>PUTIH</b> (C:0 - M:0 - Y:0 - K:0) (R:255 - G:255 - B:255)
	<b>ABU-ABU</b> (C:0 - M:0 - Y:0 - K:90) (R:65 - G:64 - B:66)

Gambar 7 Pantone Warna

(Sumber: Identitas Logo Museum Sepuluh Nopember)

#### 4. Identitas

Untuk identitas pada perancangan *Environmental Graphic Design* Museum Sepuluh Nopember Surabaya dapat diintegrasikan dari keunikan yang ada pada bangunan dan karakter lokasi. Pada bagian arsitektur yang menjadi ciri utama bangunan ini ada pada bagian atap gedung yang berbentuk piramida. Pada bagian interior, desain museum Sepuluh Nopember memiliki ciri pada bentuk langit-langit dan dinding di tiap lantai yang berbentuk persegi dan bentuk segitiga.



Gambar 8 Interior Bangunan Bagian Dalam Museum (Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2015)

#### 5. Logo

Logo merupakan sebuah identitas dalam sebuah produk, jasa ataupun perusahaan. Pada perancangan logo Museum Sepuluh Nopember Surabaya sebelumnya sudah terdapat logo paten. Secara visual logo Museum Sepuluh Nopember merupakan *simplify* dari bentuk bangunan Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember Surabaya.



Gambar 9 Bentuk Logo Museum Sepuluh Nopember Surabaya

(Sumber: Dokumen Museum, 2015)

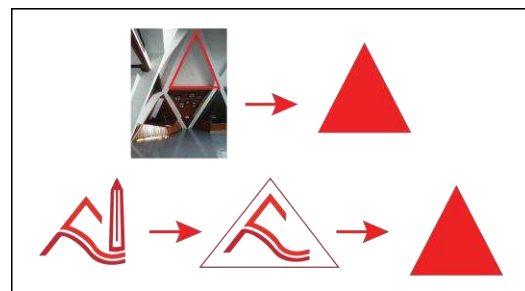
#### 6. Komposisi

Dalam perancangan ini, peneliti akan memetakan keberadaan *Environmental Graphic Design* Museum Sepuluh Nopember Surabaya mulai dari peletakan hingga pengkategorian tiap elemen. Dilihat dari pembagian jenis *Environmental*nya terdapat 3 bagian yang akan dibangun yaitu Wayfinding, Sign system, Signage. Pada tiap objek perancangan ini mempunyai fungsi dan tujuannya masing-masing sehingga perlu di rancang pula komposisi (tata letak) agar berfungsi secara maksimal sesuai dengan keberadaan tiap koleksi baik di luar area museum maupun didalam museum.

#### Identitas Bentuk

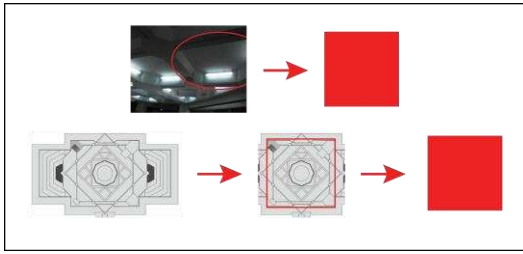
Bentuk yang mudah untuk diidentifikasi dari Museum Sepuluh Nopember Surabaya adalah bentuk bangunan dan desain interiornya

1. Bentuk Segitiga. Hal ini dapat dibuktikan dari visual bangunannya dan desain interior pada lantai dua dan bentuk logo.



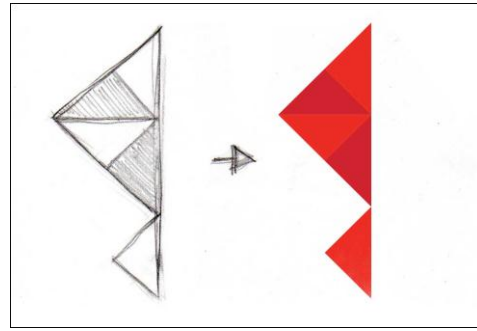
Gambar 10 Identifikasi Bentuk Segitiga (Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2015)

2. Bentuk persegi. Pada bentuk ini dapat diidentifikasi dari desain interior langit-langit pada lantai satu dan bentuk bangunan dari perspektif atas.



Gambar 11 Identifikasi Bentuk Persegi  
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2015)

Proses berikutnya adalah perancangan sketsa bentuk desain visual *Environment Graphic Design* Museum Sepuluh Nopember Surabaya berdasarkan kata kunci *Flashback* dan identifikasi diatas. Melalui proses ini peneliti mampu merancang keselarasan antara konsep dan identifikasi. Dan berikut adalah tahapan peneliti dalam proses perancangan *Environmental Graphic Design* Museum Sepuluh Nopember mulai dari *Sketch*, *Rough design* hingga *Final Design*.

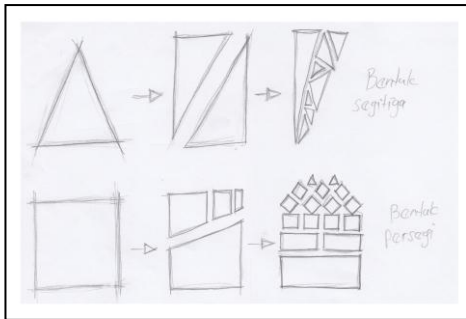


Gambar 14 Bentuk *Final Design*  
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2015)

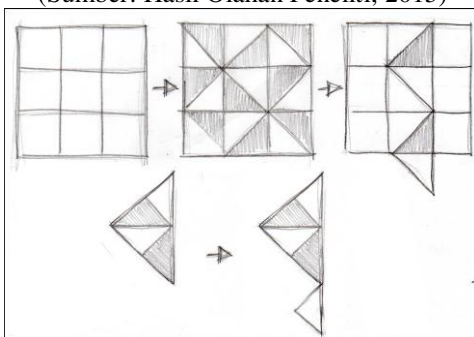
Konsep *keyword* pada perancangan *Environmental Graphic Design* ini adalah *Flashback* yang bermakna kilas balik, dari tampilan desain yang telah dimunculkan dari bentuk tersebut bertujuan agar audien mampu mengidentifikasi bahwa desain tersebut milik Museum Sepuluh Nopember Surabaya yang berimbas agar audien mengingat kembali pada Museum Sepuluh Nopember dan mengingat atmosfer yang dimunculkannya.

Untuk semua element Environment yang dirancang oleh peneliti, unsur yang digunakan adalah kedua bentuk identifikasi yaitu bentuk segitiga dan persegi agar mampu memunculkan atmosfer dari Museum Sepuluh Nopember Surabaya. Dengan begitu para pengunjung (*audience*) mampu merasakan identitas dari perancangan *Environmental Graphic Design*.

Berikut adalah hasil dari bentuk *Environmental Graphic Design* yang dirancang oleh peneliti untuk Museum Sepuluh Nopember Surabaya dapat dilihat pada gambar



Gambar 12 Bentuk *Sketch*  
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2015)



Gambar 13 Bentuk *Rough*  
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2015)



Gambar 15 Hasil Implementasi Bentuk *Environmental Graphic Design* Museum Sepuluh Nopember Surabaya  
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2015)

## IMPLEMENTASI DESAIN

### 1. Area Luar

#### - Sign Road

Salah satu bentuk *Environment* yang terletak di jalan yang fungsinya sebagai penunjuk arah lokasi (Museum Sepuluh Nopember Surabaya) agar para pengunjung mampu mengidentifikasi keberadaan objek dan dapat mengidentifikasi desain tersebut milik Museum Sepuluh Nopember Surabaya



Gambar 16 Hasil Desain *Sign Road* Pada Jalan Bubutan, Pengampon dan Sekitar Area Museum (Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2015)

#### - Sign Lokasi dan Wayfinding

Bentuk *Environment* yang berfungsi sebagai penanda lokasi area museum dan penunjuk arah koleksi.



Gambar 17 Hasil Desain *Sign Lokasi dan Wayfinding* Pada Area Museum Sepuluh Nopember Surabaya (Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2015)

#### - Signage Koleksi Patung dan Relief

Bentuk *Environment* yang berfungsi sebagai konten informasi tentang koleksi Museum Sepuluh Nopember Surabaya yang berada di area kompleks Tugu pahlawan



Gambar 18 Hasil Desain *Signage* Untuk Koleksi Patung, Relief Dalam Bentuk *Standing Sign* (Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2015)

#### - Sign Fasilitas Umum

*Sign* yang dibuat untuk mengidentifikasi fasilitas umum untuk para pengunjung Museum Sepuluh Nopember yang berada di area kompleks Tugu Pahlawan Surabaya



Gambar 19 Hasil Desain *Sign Fasilitas Umum* Yang Terdapat Di Area Luar Museum Sepuluh Nopember Surabaya Meliputi Area Parkir, Kantor, Toilet, Ruang Informasi

(Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2015)

### 2. Area Lantai 1 Museum Sepuluh Nopember

#### - Sign Loket

Bentuk *Environment* yang dibuat untuk mempermudah pengunjung mengidentifikasi lokasi masuk Museum Sepuluh Nopember Surabaya.



Gambar 20 Hasil Desain *Sign* Loker Masuk Pada Museum Sepuluh Nopember Surabaya (Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2015)

**- Wayfinding**

Salah satu penunjuk arah yang fungsinya untuk membantuk para *audience* menemukan jalan agar tidak tersesat.



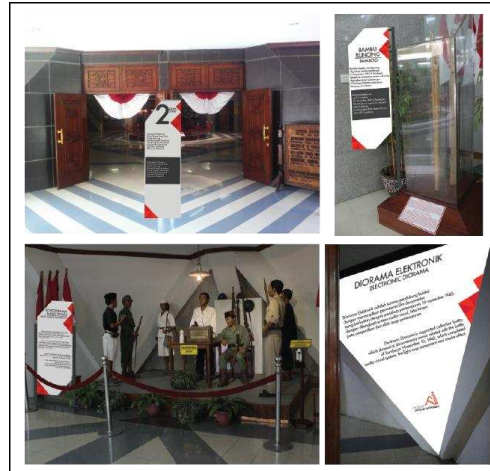
Gambar 21 Hasil Desain *Wayfinding* Area Luar Lantai 1 (Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2015)



Gambar 22 Hasil Desain *Wayfinding* Bagian Dalam Lantai 1 (Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2015)

**- Sign Koleksi**

Sign yang berfungsi sebagai sarana komunikatif untuk para pengunjung yang datang berkunjung ke Museum Sepuluh Nopember Surabaya.



Gambar 23 Hasil Desain *Sign* Koleksi Lantai 1 (Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2015)

**- Sign Area**

fungsi dari bagian Environment ini adalah menandai sebuah area yang berbeda dari lingkungan sekitar.



Gambar 24 Hasil Desain *Sign* Area – Lokasi Diorama Elektronik Area Lantai 1 Museum Sepuluh Nopember Surabaya (Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2015)

**- Sign fasilitas umum**

Bentuk Environment yang berfungsi sebagai penanda lokasi fasilitas umum pada lantai 1





Gambar 25 Hasil Desain *Sign* Fasilitas Umum Area Lantai 1 Museum Sepuluh Nopember Surabaya Bagian Dalam – Perpustakaan dan Souvenir (Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2015)

### 3. Area Lantai 2 Museum Sepuluh Nopember

- Wayfinding

Bentuk penunjuk arah untuk menuju area lantai 2 Museum Sepuluh Nopember Surabaya bagian dalam



Gambar 26 Hasil Desain *Wayfinding* Area Lantai 2 (Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2015)

- Sign Area

fungsi dari bagian Environment ini adalah menandai sebuah area yang berbeda dari lingkup sekitar



Gambar 27 Hasil Desain *Sign* Area – Lokasi Diorama Statis Area Lantai 2 Museum Sepuluh Nopember Surabaya (Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2015)

- Signage Koleksi

Bentuk *Environment* yang berfungsi sebagai konten informasi tentang koleksi Museum Sepuluh Nopember Surabaya yang berada di area kompleks Tugu pahlawan



Gambar 28 Hasil Desain *Sign* Koleksi Diorama Statis Pada Area Lantai 2 Museum Sepuluh Nopember Surabaya (Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2015)



Gambar 29 Hasil Desain *Sign* Koleksi Senjata Pada Area Lantai 2 Museum Sepuluh Nopember Surabaya (Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2015)

### 4. Buku Guiding Area

Buku ini berfungsi sebagai guide pasif untuk para pengunjung dalam berwisata ke Museum Sepuluh Nopember Surabaya.



Gambar 30 Hasil Desain *Layout* Buku *Guiding* Area Luar (Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2015)



Gambar 31 Hasil Desain *Layout* Buku *Guiding Area* Dalam  
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2015)



Gambar 31 Hasil Desain *Layout* Buku *Guiding Area* Fasilitas Umum  
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2015)

## KESIMPULAN

Suasana akan sejarah peperangan yang terjadi masih sangat dirasakan di beberapa tempat baik itu jalan, bangunan, dan monument sekalipun. *Environmental Graphic Design* pada area Museum Sepuluh Nopember Surabaya sangatlah dibutuhkan, sehingga para pengunjung yang datang untuk berwisata dapat mengerti konten koleksi yang ada dan hal terpenting adalah para pengunjung tidak tersesat ataupun bertanya pada individu yang lainnya. Oleh karena itu desain yang dirancang oleh peneliti sudah mampu mengantarkan dan menginformasikan konten yang ada pada Museum Sepuluh Nopember Surabaya.

## SARAN

Setelah perancangan *Environmental Graphic Design* ini selesai, diharapkan dapat membantu pihak Museum Sepuluh Nopember Surabaya untuk dapat membuat media informasi mengenai koleksi museum yang lebih terkonsep dan lebih terperinci dalam hal konten dan informasi.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Eissman, Leatrice. 2006. *Pantone Color : messages and Meaning*.
- Gobe, Marc. 2005. *Emotional Branding, Paradigma Baru Untuk Menghubungkan Merk Dengan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Gordon, Bob. 2010. *Graphic Design PocketEssential*.
- Harian Birawa. 2014. Edisi februari 10 Desember.
- Kusmiati A, Pudjiastuti S, & Suptandar P. 1997. *Teori Dasar Desain Komunikasi Visual*, Fakultas Seni Rupa & Desain, Universitas Trisakti.
- Kusmiati A, Pudjiastuti S, & Suptandar P. 1999. *Desain Komunikasi Visual*. Jakarta: Djambatan.
- Moleong, J.L. 2000. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Niron, Ilgin. 2009. *The Importance of Environmental Graphic Design in Human Life and Its Affection*. Turkey.
- Pujiyanto. 2002. MK. *Teori Periklanan*, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Seni Desain, Fakultas Sastra, Universitas Negeri Malang.
- Sugiono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Wawancara Kepala Bidang Promosi Disbudpar Surabaya (rabu 21 maret 2012).
- Wiley. 2007. *Signage and Wayfinding Design: Acomplete to Creating Environmental Graphic Design Systems*.

### Website:

[http://aliyahmuthoharoh-fib09.web.unair.ac.id/artikel\\_detail-70764-Umum-Teori%20Semiotika%20Charles%20S%20Pierce.html](http://aliyahmuthoharoh-fib09.web.unair.ac.id/artikel_detail-70764-Umum-Teori%20Semiotika%20Charles%20S%20Pierce.html) (diakses 3 april 2015).

<https://mariamichaelresearch.wordpress.com/2014/10/10/serifs-and-font-legibility/> (diakses 3 april 2015).

<http://id.wikipedia.org/wiki/Piktogram> (diakses 6 april 2015).

[http://omni.bus.ed.ac.uk/opsman/quality/SEM\\_black\\_r\\_un\\_11.htm](http://omni.bus.ed.ac.uk/opsman/quality/SEM_black_r_un_11.htm) (diakses 9 april 2015).

[http://aliyahmuthoharoh-fib09.web.unair.ac.id/artikel\\_detail-70764-Umum-Teori%20Semiotika%20Charles%20S%20Pierce.html](http://aliyahmuthoharoh-fib09.web.unair.ac.id/artikel_detail-70764-Umum-Teori%20Semiotika%20Charles%20S%20Pierce.html) (diakses 9 april 2015).