



TUGAS AKHIR - DV 184801

**PERANCANGAN *ENVIROMENTAL DESIGN*
EVENT PARADE SURABAYA JUANG DENGAN
KONSEP *FLASHBACK* PERANG 10 NOVEMBER**

**ARIEF RACHMAN GHAZALI
NRP 0831154000017**

Dosen Pembimbing
R. Eka Rizkiantono, S.Sn, M.s
NIP. 197612092003121001

Program Studi Desain Produk - Desain Komunikasi Visual
Fakultas Arsitektur, Desain, dan Perencanaan
Institut Teknologi Sepuluh Nopember
2019



TUGAS AKHIR – DV 184801

**PERANCANGAN *ENVIROMENTAL DESIGN EVENT*
PARADE SURABAYA JUANG DENGAN KONSEP
FLASHBACK PERANG 10 NOVEMBER**

ARIEF RACHMAN GHAZALI

NRP. 08311540000017

Dosen Pembimbing :

R. EKA RIZKIANTONO, S.Sn, M.Ds

NIP. 197612092003121001

**PROGRAM STUDI DESAIN PRODUK – DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS ARSITEKTUR, DESAIN, DAN PERENCANAAN
INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER
2019**



FINAL ASSIGNMENT – DV 184801

**ENVIROMENTAL DESIGN OF PARADE SURABAYA
JUANG WITH THE NOVEMBER 10th WAR
FLASHBACK CONCEPT**

ARIEF RACHMAN GHAZALI

NRP. 0831154000017

Counsellor :

R. EKA RIZKIANTONO, S.Sn, M.Ds

NIP. 197612092003121001

**INDUSTRIAL DESIGN PROGRAMME - VISUAL COMMUNICATION DESIGN
FACULTY OF ARCHITECTURE, DESIGN, AND PLANNING
INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER
2019**

LEMBAR PENGESAHAN
PERANCANGAN *ENVIROMENTAL DESIGN EVENT*
PARADE SURABAYA JUANG DENGAN KONSEP
***FLASHBACK* PERANG 10 NOVEMBER**

TUGAS AKHIR (DV 184801)
Disusun untuk Memenuhi Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Desain (S.Ds)
pada
Program Studi S-1 Desain Produk – Desain Komunikasi Visual
Fakultas Arsitektur, Desain, dan Perencanaan
Institut Teknologi Sepuluh Nopember

Oleh:
Arief Rachman Ghazali
NRP. 0831154000017

Surabaya, 01 Agustus 2019
Periode Wisuda 120 (September 2019)

Mengetahui,
Kepala Departemen Desain Produk



Ellya Zulaikha, S.T., M.Sn., Ph.D.
NIP. 19751014 200312 2001

Disetujui,
Dosen Pembimbing



R. Eka Rizkiantono, S.Sn., M.Ds.
NIP. 19761209 200312 1001

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya mahasiswa Program Studi Desain Produk – Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitektur Desain dan Perencanaan, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, dengan identitas:

Nama : **Arief Rachman Ghazali**

NRP : **0831154000017**

Dengan ini menyatakan bahwa laporan tugas akhir yang saya buat dengan judul **“PERANCANGAN ENVIRONMENTAL DESIGN EVENT PARADE SURABAYA JUANG DENGAN KONSEP FLASHBACK PERANG 10 NOVEMBER”** adalah:

1. Orisinal dan bukan merupakan duplikasi karya tulis maupun karya gambar atau sketsa yang sudah dipublikasikan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan atau tugas-tugas kuliah lain baik di lingkungan ITS, universitas lain ataupun lembaga-lembaga lain, kecuali pada bagian sumber informasi yang dicantumkan sebagai kutipan atau referensi atau acuan dengan cara yang semestinya.
2. Laporan yang berisi karya tulis dan karya gambar atau sketsa yang dibuat dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan data hasil pelaksanaan riset.

Demikian pernyataan ini saya buat dan jika terbukti tidak memenuhi persyaratan yang telah saya nyatakan di atas, maka saya bersedia apabila laporan tugas akhir ini dibatalkan.

Surabaya, 1 Agustus 2019

Yang membuat pernyataan



Arief Rachman Ghazali

0831154000017

PERANCANGAN *ENVIROMENTAL DESIGN*
EVENT PARADE SURABAYA JUANG DENGAN KONSEP
FLASHBACK PERANG 10 NOVEMBER

Arief Rachman Ghazali
0831154000017

Bidang Studi Desain Komunikasi Visual
Departemen Desain Produk
Fakultas Arsitektur, Desain, dan Perencanaan
Institut Teknologi Sepuluh Nopember

ABSTRAK

Parade Surabaya Juang merupakan puncak peringatan hari pahlawan di Kota Surabaya. Bertujuan menstranformasikan nilai-nilai kepahlawanan bagi warga kota khususnya pemuda. *Event* berbentuk parade menampilkan pertunjukan dengan tema perjuangan. Pengembangan *event* sudah mencapai taraf nasional, namun dengan konsep yang tidak berkembang belum cukup untuk memenuhi kebutuhan *branding* dimasa depan. Selain itu, belum adanya *environmental design* sebagai upaya pembentukan suasana berdampak pada kurangnya *experience* yang dirasakan pengunjung.

Pengumpulan data diperoleh dari hasil interview *stakeholder* dan observasi langsung. Metode perancangan menggunakan studi *experimental* untuk membuat alternatif desain, *depth interview* untuk mendapatkan feedback dan *posttest* untuk menguji kelayakan desain. Hasil analisa data kemudian dirumuskan menjadi masalah, lalu diformulasikan kebutuhannya. Dengan mengacu pada *value event* ditemukan konsep “*Flashback Perjuangan Perang 10 November*” yang mampu memberikan *experience* kepada pengunjung serta menceritakan peristiwa perang 10 November secara menarik dan berbeda.

Hasil akhir dari perancangan ini adalah sebuah konsep *place making* dengan bentuk eksibisi kontemporer. Konsep yang dirancang antara lain sistem area yang mencakup pembagian area, tema area, alur sirkulasi dan penempatan konten. Penyampaian konten informasi dilakukan dalam bentuk visual *story telling* didukung oleh beberapa media interaktif. Sebagai kebutuhan elemen visual juga dirancang identitas visual beserta turunannya. Dengan adanya perancangan ini diharapkan dapat memperkuat *branding event* Parade Surabaya Juang, meningkatkan daya tarik serta memberikan edukasi seputar perang 10 November kepada pengunjung.

Kata kunci: *Enviromental Design, Parade Surabaya Juang, Perang 10 November*

ENVIROMENTAL DESIGN OF PARADE SURABAYA JUANG WITH THE NOVEMBER 10th WAR FLASHBACK CONCEPT

Arief Rachman Ghazali
0831154000017

Visual Communication Design
Departement of Product Design
Faculty of Architecture, Design, and Planning
Institut Teknologi Sepuluh Nopember

ABSTRACT

Parade Surabaya Juang is the main event of the heroes day celebration in Surabaya City. The purpose is to transform value of heroism and nationalism for society especially youth. This event held in the form of parade with various performances which contains historical theme battle of Surabaya. Nowadays Parade Surabaya Juang has become one of national event in Indonesia, but with a concept which used now isn't enough to fulfill branding needs in the future. Moreover, the event has not environmental design to attract and give audiens experience.

The data obtained by interviews with event stakeholder and direct observation, The design method uses experimental studies to make alternative designs, depth interviews to get feedback and posttest to verify the feasibility of the design. The result of data analysis are formulated to be a problem and needs. By considering value of the event, the concept of "10 November war flashback" was found. This concept is capable to givea udiens experience and tell a history of 10 Nopember war in an unique and creative way.

The final result of this project is an place making in the form of contemporary exhibitions. The concepts that are designed include the system area that consist of area division, area theme, circulation flow and content placement. Information content is deliverd by visual story telling that used several interactive media. As a need for visual elements, visual identity is also designed. Through this project is expected to strengthen branding of the Parade Surabaya Juang event, increase attractiveness and educated audience about the history of 10 Nopember war.

Keywords: Enviromental Design, Parade Surabaya Juang, November 10 th war

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran ALLAH SWT, yang telah memberikan kekuatan dan rahmat-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan laporan Tugas Akhir dengan judul “Perancangan *Enviromental Design Event* Parade Surabaya Juang dengan Konsep *Flashback* Perang 10 November”. Keberhasilan penulis tak lepas dari bantuan banyak pihak. Penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua Orang Tua saya : Bapak Boedi Soedjalmo, Ibu Indriani Suherdina, Raissa Devy dan saudara-saudara lainnya, atas dukungan moral, finansial dan do`a-do`anya.
2. Bapak R. Eka Rizkiantono : selaku dosen pembimbing TA, Bapak Baroto Tavip : selaku dosen pembimbing konseptual, Ibu Putri dan Bapak Didit Prasetyo : Selaku dosen penguji, saya capkan terimakasih banyak atas bantuan, ilmu, saran dan masukan yang telah diberikan untuk perancangan tugas akhir saya.
3. Bapak Heri Lenthos selaku konseptor *event* Parade Surabaya Juang beserta komunitas *Roodebrug Soerabaja*, Ibu Ike dari Dinas Pariwisata Kota Surabaya sebagai pelaksana *event* dan Bapak Tomi Redianto selaku *project manager* EO Debindo atas kesediaannya untuk membantu saya dalam proses riset.
4. Despro ITS angkatan 15 sebagai rumah kedua saya selama masa perkuliahan, teman-teman seperjuangan DKV yang telah memberikan motivasi saya untuk menyelesaikan TA dan teman-teman interior yang membantu saya dalam proses perancangan.

Demikian laporan Tugas Akhir ini disusun ,semoga bermanfaat bagi penulis dan pembaca. Penulis terbuka atas saran, masukan dan kritik apabila ditemukan kekurangan dalam penulisan laporan Tugas Akhir ini.

Surabaya, 1 Agustus 2019

Penulis

DAFTAR ISI

SAMPUL.....	i
COVER	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Rumusan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Perancangan	3
1.5 Manfaat Perancangan	4
1.6 Ruang Lingkup.....	4
1.6.1 Luaran	4
1.6.2 Studi.....	4
1.7 Metode Perancangan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Studi Eksisting Terdahulu	7
2.1.1 Parade Surabaya Juang.....	7
2.2 Studi Komparator.....	9

2.2.1	Semanggi Kita	9
2.2.2	Pasar Seni ITB 2014	10
2.2.3	Basha Market Broadway	11
2.2.4	Analisa Komparator	12
2.3	Enviromental Design.....	13
2.4	Place Making.....	14
2.5	Eksibisi Kontemporer.....	15
2.5.1	Prinsip Ruang Eksibisi	17
2.5.2	Kebutuhan Ruang Eksibisi.....	19
2.6	Standar Ruang Eksibisi	24
2.7	Konstruksi dan Material.....	29
2.8	Visual Identity	33
2.8.1	Pengertian Visual Identity.....	33
2.8.2	Elemen Visual Identity.....	33
BAB III METODE PENELITIAN		38
3.1	Diagram Perancangan	38
3.2	Metode Pengumpulan Data	39
3.2.1	Data Primer.....	39
3.2.2	Data Sekunder.....	40
3.3	Hasil Penelitian	41
3.3.1	interview.....	41
3.3.2	Observasi.....	43
3.4	Analisa Data	44
3.4.1	Formulasi Masalah	44
3.4.2	Formulasi Kebutuhan	44
3.4.3	Positoning	45
3.4.4	Segmentasi Target	45
3.5	Metode Perancangan	46
3.5.1	Studi eksperimental.....	46

3.5.2	Depth interview	47
3.5.3	Posttest (Kuisisioner).....	48
BAB IV KONSEP DESAIN.....		50
4.1	Analisa Konsep	50
4.1.1	Deskripsi Perancangan.....	50
4.1.2	Stakeholder.....	50
4.1.3	Aspek Pengunjung.....	51
4.1.4	Penentuan Keyword.....	51
4.1.5	Studi dan Analisa Keyword.....	53
4.2	Kriteria Desain	55
4.2.1	Pembagian Area.....	55
4.2.2	Alur Sirkulasi.....	56
4.2.3	Penempatan Konten	57
4.2.4	Storytelling	58
4.2.5	Teknis Pelaksanaan	59
4.2.6	Eksibisi Kontemporer.....	59
4.2.7	Gaya Visual	69
4.2.8	Konten.....	70
4.2.9	Struktur dan Hirarki Konten.....	72
4.2.10	Visualisasi Objek Konten.....	73
4.2.11	Spesifikasi konten.....	74
4.2.12	Instalasi.....	77
4.2.13	Material.....	78
4.2.14	Warna	79
4.3	Konsep Desain	80
4.3.1	Eksibisi Kontemporer.....	80
4.3.2	Identitas Visual.....	82
4.4	Proses Desain	87
4.4.1	Studi Eksperimental.....	87
4.4.2	Depth Interview.....	99
4.4.3	Posttest (Kuisisioner).....	100

BAB V IMPLEMENTASI DESAIN.....	104
5.1 Desain Final.....	104
5.1.1 Eksibisi Kontemporer.....	105
5.1.2 Booth Pendukung	136
5.1.3 Media Promosi	138
5.1.4 Merchandise	138
5.1.5 Rancangan Pendapatan Anggaran	140
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	142
6.1 Kesimpulan.....	142
6.2 Saran	143

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.1 Common ground - Korea Selatan.....	2
Gambar 2.1.1 Studi tour kebangsaan	7
Gambar 2.1.2 teatrikal.....	8
Gambar 2.1.3 Parade Surabaya Juang.....	8
Gambar 2.2.1 Semanggi Kita.....	9
Gambar 2.2.2 Pasar seni.....	10
Gambar 2.2.3 Basha market.....	11
Gambar 2.3.1 Enviromental design	13
Gambar 2.5.1 Haluu world.....	16
Gambar 2.5.2 Suggested Approach	20
Gambar 2.5.3 Unstructure flow	21
Gambar 2.5.4 Directed Approach	21
Gambar 2.6.1 Standar jarak pengamat.....	24
Gambar 2.6.2 Kemampuan gerak anatomi manusisa.....	24
Gambar 2.6.3 Sudut pandang mata	25
Gambar 2.6.4 Sudut pandang mata samping	25
Gambar 2.6.5 Jarak Pengamat 1	26
Gambar 2.6.6 Jarak pengamat 2.....	26
Gambar 2.6.8 Jarak objek 1	27
Gambar 2.6.9 Jarak objek 2	27
Gambar 2.6.11 Besaran modul ruang 1	28
Gambar 2.6.12 Besaran modul ruang 2	28
Gambar 2.7.1 Octanorm floor system.....	31
Gambar 2.7.2 Modular panel	31
Gambar 2.7.3 Roder tent.....	32
Gambar 2.8.1 Logo gram	34
Gambar 2.8.2 Logo type	34
Gambar 2.8.3 Diagram warna.....	35
Gambar 2.8.4 Identitas visual	36
Gambar 3.1.1 Diagram Penelitian.....	38
Gambar 4.1.1 Diagram konsep	52

Gambar 4.1.2 Keyword.....	53
Gambar 4.2.1 Pembagian area	55
Gambar 4.2.2 Alur sirkulasi.....	56
Gambar 4.2.3 Penempatan konten	57
Gambar 4.2.4 Story telling.....	58
Gambar 4.2.5 Moodboard Area 1	60
Gambar 4.2.6 Moodboard Area 2	60
Gambar 4.2.7 Moodboard Area 3	61
Gambar 4.2.8 Moodboard Area 4	61
Gambar 4.2.9 Moodboard Area 5	62
Gambar 4.2.10 Moodboard Area 6	62
Gambar 4.2.11 Interaktivitas area 1	63
Gambar 4.2.12 Interativitas area 2	64
Gambar 4.2.13 Interaktivitas area 3	65
Gambar 4.2.14 Interaktivitas area 4	66
Gambar 4.2.15 Interaktivitas area 5	67
Gambar 4.2.16 Interaktivitas area 6	68
Gambar 4.2.17 Heroic realism style	69
Gambar 4.2.18 Buku literatur	70
Gambar 4.2.19 Pengelompokan konten	71
Gambar 4.2.20 Struktur dan hirarki konten	72
Gambar 4.2.21 Visualisasi objek	73
Gambar 4.2.22 Layout konten history	74
Gambar 4.2.23 Layout konten story 1	75
Gambar 4.2.24 Layout konten story 2	76
Gambar 4.2.25 Instalasi interaksi.....	77
Gambar 4.2.26 Instalasi display.....	77
Gambar 4.2.27 Warna identitas	79
Gambar 4.2.28 Warna ambient	79
Gambar 4.3.1 Sketsa 2D layout eksibisi	80
Gambar 4.3.2 Sketsa 3D eksibisi	80
Gambar 4.3.3 Blueprint eksibisi	81
Gambar 4.3.4 Sketsa alternatif logo.....	82

Gambar 4.3.5 Digitalisasi alternatif logo	83
Gambar 4.3.6 logo terpilih	83
Gambar 4.3.7 Logo primer.....	84
Gambar 4.3.8 Logo sekunder.....	84
Gambar 4.3.9 Supergrafis	85
Gambar 4.3.10 Ilustrasi.....	85
Gambar 4.3.11 Elemen grafis area 1.....	86
Gambar 4.3.12 Elemen grafis area 2.....	86
Gambar 4.3.13 Elemen grafis area 3.....	86
Gambar 4.4.1 experimental 1 area 1	87
Gambar 4.4.2 eksperimental 2 area 1	88
Gambar 4.4.3 eksperimental 1 area 2.....	89
Gambar 4.4.4 eksperimental 2 area 2.....	90
Gambar 4.4.5 eksperimental 1 area 3.....	91
Gambar 4.4.6 eksperimental 2 area 3.....	92
Gambar 4.4.7 eksperimental 1 area 4.....	93
Gambar 4.4.8 eksperimental 2 area 4.....	94
Gambar 4.4.9 eksperimental 1 area 5.....	95
Gambar 4.4.10 eksperimental 2 area 5.....	96
Gambar 4.4.11 eksperimental 1 area 6.....	97
Gambar 4.4.12 eksperimental 2 area 6.....	98
Gambar 5.1.1 Perspektif eksibisi	104
Gambar 5.1.2 Grafis area 1	105
Gambar 5.1.3 Potong tampak atas	106
Gambar 5.1.4 Potong tampak depan	107
Gambar 5.1.5 Potong tampak samping	107
Gambar 5.1.6 Tampak depan	108
Gambar 5.1.7 Tampak samping	108
Gambar 5.1.8 Perspektif area 1	109
Gambar 5.1.9 Grafis area 2	110
Gambar 5.1.10 Potong tampak atas	111
Gambar 5.1.11 Potong tampak depan	112
Gambar 5.1.12 Potong tampak samping	112

Gambar 5.1.13 Tampak depan	113
Gambar 5.1.14 Tampak samping	113
Gambar 5.1.15 Perspektif area 2	114
Gambar 5.1.16 Ambient area 3	115
Gambar 5.1.17 Potong tampak atas	116
Gambar 5.1.18 Potong tampak depan	117
Gambar 5.1.19 Potong tampak samping	117
Gambar 5.1.20 Tampak depan	118
Gambar 5.1.21 Tampak samping	118
Gambar 5.1.22 Perspektif area 3	119
Gambar 5.1.23 Grafis area 4	120
Gambar 5.1.24 Potong tampak atas	121
Gambar 5.1.25 Gartek depan	122
Gambar 5.1.26 Gartek samping	122
Gambar 5.1.27 Tampak depan	123
Gambar 5.1.28 Tampak samping	123
Gambar 5.1.29 Perspektif Area 4	124
Gambar 5.1.30 Ambient area 5	125
Gambar 5.1.31 Potong tampak atas	126
Gambar 5.1.32 Potong tampak depan	127
Gambar 5.1.33 Potong tampak samping	127
Gambar 5.1.34 Tampak depan	128
Gambar 5.1.35 Tampak samping	128
Gambar 5.1.36 Perspektif area 5	129
Gambar 5.1.37 Grafis area 6	130
Gambar 5.1.38 Potong tampak atas	131
Gambar 5.1.39 Potong tampak depan	132
Gambar 5.1.40 Potong tampak samping	132
Gambar 5.1.41 Tampak depan	133
Gambar 5.1.42 Tampak samping	133
Gambar 5.1.43 Perspektif area 6	134
Gambar 5.1.44 Tampak luar	135
Gambar 5.1.45 Desain tiket booth	136

Gambar 5.1.46 Desain merch booth	137
Gambar 5.1.47 poster dan flyer.....	138
Gambar 5.1.48 Scraft	139
Gambar 5.1.49 Postcard.....	139
Gambar 5.1.50 Pin	139

DAFTAR TABEL

Tabel 2.2.1 Anlisa komparator.....	12
Tabel 2.6.1 Standar jarak pengamat.....	24
Tabel 3.2.1 Protokol observasi.....	40
Tabel 3.3.1 Hasil AEIOU.....	43
Tabel 4.2.1 Spesifikasi teks	74
Tabel 4.2.2 Spesifikasi tipografi	74
Tabel 4.2.3 Spesifikasi teks	75
Tabel 4.2.4 Spesifikasi tipografi	75

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sebagai pengingat akan peristiwa pertempuran 10 November 1945, setiap tahun pemerintah Kota Surabaya mengadakan sejumlah rangkaian *event* peringatan hari pahlawan. Puncaknya adalah *event* Parade Surabaya Juang, Parade ini merupakan sebuah rekonstruksi sejarah perang 10 November dengan konsep arak-arakan (pawai). Bertujuan sebagai sarana mentransformasikan nilai-nilai kepahlawanan dan sikap nasionalisme bagi warga kota Surabaya maupun Indonesia khususnya para pemuda.

Parade ini dimeriahkan oleh berbagai elemen masyarakat, mulai dari barisan pelajar hingga veteran. Ciri khas parade ini terdapat pada pertunjukan teatrikal kolosalnya, teatrikal diperankan oleh renaktor-renaktor dari komunitas pecinta sejarah seluruh Indonesia. Cerita yang dibawakan seputar peristiwa perang 10 November seperti Sumpah Pregolan, Perobekan Bendera, Pejuang Madun, Perang Kedung Cowek dan sebagainya. Terdapat beberapa spot pertunjukan teatrikal diantaranya Tugu Pahlawan (*Opening*), Siola, Hotel Majapahit, Bambu Runcing, Polisi Istimewa, Taman Bungkul (*closing*). Dengan diselenggarakan dijalanan, maksud dari teatrikal ini ingin mengajak para penonton merasakan emosi dan suasana yang dibangun layaknya perang 10 November dimasa lampau.

Pada tahun 2019, Parade Surabaya Juang memasuki tahun ke-11 dimana brand sudah terbentuk dan cukup dikenal oleh warga Surabaya dan sekitarnya. *Event* ini akan menjadi *event* nasional dan juga berpotensi menjadi *event* bertaraf internasional. Namun dengan konsep yang tidak mengalami perkembangan yang signifikan atau cenderung sama tiap tahunnya, dirasa belum bisa memenuhi kebutuhan *branding event* dalam jangka waktu lama. Konsep yang diterapkan selama ini adalah *seeing is believing*, penyampaian pesan kepada pengunjung melalui media arak-arakan dan pertunjukan teatrikal. Pengunjung hanya dapat menyaksikan pertunjukan di sepanjang rute tanpa dilibatkan secara langsung. Hal ini menyebabkan pola *event* yang monoton dan kurang memberikan *experience*. Pada akhirnya antusias serta ketertarikan pengunjung terhadap *event* terutama para pemuda akan semakin berkurang.

Menurut pernyataan Retno Hariati selaku Kabid Destinasi Pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surabaya, *event* Parade Surabaya Juang akan diupayakan menjadi *event* Nasional¹. Dengan menjadi *event* Nasional Surabaya akan menjadi tuan rumah dalam penyelenggaraan peringatan hari pahlawan terbesar se-Indonesia. Maka dari itu dibutuhkan pengembangan konsep untuk menguatkan *branding* Parade Surabaya juang serta meningkatkan daya tarik pengunjung terutama pemuda dan wisatawan lokal. Selain itu *value event* sebagai sarana rekonstruksi sejarah dirasa masih belum cukup untuk mentransformasikan nilai-nilai kepahlawanan, dikarenakan konsep yang diterapkan sudah tidak efektif. *Image* Parade Surabaya Juang saat ini kerap dipersepsikan sebatas *event* hiburan semata, padahal sejatinya event ini berperan sebagai *reminder* bagi masyarakat khususnya remaja agar mengamalkan nilai-nilai perjuangan yang dianut para pendahulu.



Gambar 1.1.1 Common ground - Korea Selatan
(Sumber : www.visitkorea.or.id , 2019)

Salah satu upaya peningkatan *branding* adalah dengan konsep *place making*, konsep ini menciptakan ruang publik sebagai sarana interaksi antar masyarakat dan lingkungan dengan memanfaatkan ruang kosong. Contoh penerapan *place making* yang cukup sukses adalah *Common Ground* pada *branding* I.SEOUL.YOU di kota Seoul, Korea Selatan. *Common Ground* merupakan *public space* berkonsep urban, dibangun dengan sistem *pop up* (dapat berubah struktur dan berpindah tempat) berbahan dasar container pada ruang terbuka. Tempat ini berperan sebagai platform retail brand lokal yang fokus pada interaksi pengunjung demi menciptakan *value* bagi semua yang terlibat. Menurut survey, tempat ini mampu menarik minat wisatawan

^{1 1} <https://www.enciety.co/parade-surabaya-juang-jadi-event-nasional/>

lokal maupun mancanegara dan menjadi salah satu destinasi wisata yang wajib dikunjungi di Korea.

Berdasarkan permasalahan yang telah dikaji, penulis akan memperkuat *branding event* serta meningkatkan daya tarik melalui perancangan *environmental design* berupa *place making* pada salah satu spot ideal selama event berlangsung. *Place making* ini berbentuk *contemporary exhibition* dengan tema perang 10 November. Konsep utamanya adalah memberikan *experience* berupa *flashback* kemasa lampau melintasi rangkaian peristiwa dengan memasuki area tematik dalam eksibisi. Tiap area merepresentasikan satu peristiwa dalam perang 10 November, tema dari area merupakan visualisasi dari konten yang terkandung serta objek-objek didalamnya juga turut menyesuaikan. *What to say* yang ingin dibangun adalah mengenai makna perjuangan dimasa lampau maupun sekarang. Penulis juga merancang elemen-elemen visual (*visual identity*) yang menjadi bahan kebutuhan *contemporary exhibition* serta beberapa keperluan media promosi.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Belum adanya *environmental design* dalam event untuk memperkuat *branding* serta pemikat daya tarik pengunjung.
2. Event terkesan monoton karena tidak adanya pengembangan konsep baru dari tahun ke tahun.
3. Suasana yang terbentuk kurang memberikan *experience* kepada pengunjung.

1.3 Rumusan Masalah

Dengan mengacu dari latar belakang yang disampaikan, maka dirumuskan sebuah rumusan masalah sebagai berikut : “Bagaimana merancang *environmental design* untuk memperkuat *branding event* Parade Surabaya Juang dengan konsep *flashback* perang 10 November di Surabaya?”

1.4 Tujuan Perancangan

1. Memperkuat *branding event* Parade Surabaya Juang.
2. Meningkatkan daya tarik dan memperluas target pengunjung pada segmen remaja dan wisatawan lokal.

3. Memberikan edukasi kepada pengunjung berupa pengetahuan seputar sejarah perang 10 November.

1.5 Manfaat Perancangan

- Manfaat praktis
 - Sebuah konsep baru yang digunakan pemerintah Kota Surabaya untuk menciptakan *place making* dalam event Parade Surabaya Juang
 - Memberikan identitas *event* sehingga menimbulkan *differentiasi* dalam pembentukan *image*.
 - Sebagai media interaksi yang dapat memberikan *experience* kepada pengunjung sehingga meningkatkan daya tarik.
 - Menjadi sarana pembelajaran dan transformasi nilai kepahlawanan yang efektif.
- Manfaat keilmuan
 - Memperkaya penerapan ilmu desain komunikasi visual dibidang *environmental design* dalam ranah perancangan *place making* dalam suatu event.

1.6 Ruang Lingkup

1.6.1 Luaran

1. Konsep environmental desain yang akan diaplikasikan pada *place making* pameran kontemporer Parade Surabaya Juang, terdiri dari enam area dan terletak di Lapangan Balai Pemuda.
2. Video animasi berdurasi dua menit untuk memperlihatkan detail bagian tiap area mencakup *mood ambience* dan interaktivitasnya.
3. Simulasi digital dengan teknik *first person view* pada layar monitor untuk menunjukkan *experience* di dalam pameran kontemporer.
4. Kebutuhan *visual identity* dalam *environmental branding* seperti logo, warna, supergrafis, tipografi dan ilustrasi.
5. Pengaplikasian identitas visual pada media promosi dan *merchandise*.

1.6.2 Studi

1. Studi konten meliputi sejarah perang 10 November.
2. Studi eksisting mengenai pameran kontemporer.

3. Studi alur, konstruksi dan material desain pameran.
4. Studi *visual identity* untuk kebutuhan visual.
5. Studi media promosi yang diperlukan.

1.7 Metode Perancangan

1. Studi *experimental*

Studi Eksperimental adalah suatu metode penelitian yang di dalamnya ditemukan minimal satu variabel yang dimanipulasi untuk mempelajari hubungan sebab-akibat. Oleh karena itu, penelitian eksperimen erat kaitannya dalam menguji suatu hipotesis dalam rangka mencari pengaruh, hubungan, maupun perbedaan perubahan terhadap kelompok yang dikenakan perlakuan.

2. *Depth Interview*

merupakan metode pengumpulan data yang secara langsung kontak dengan partisipan dengan tujuan mengumpulkan informasi pertama tentang pengalaman, opini, tingkah laku dan persepsi dari partisipan itu sendiri. Hasil dari in depth interview digunakan sebagai studi dalam mengembangkan desain.

3. *Post test / Kuis*

suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analisis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik beberapa orang dalam masyarakat yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau oleh sistem yang sudah ada.

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Studi Eksisting Terdahulu

2.1.1 Parade Surabaya Juang

Parade Surabaya Juang adalah sebuah event yang dicetuskan oleh Komunitas Surabaya Juang sejak tahun 2009, adapun kegiatannya bertujuan untuk mntranformasikan nilai-nilai kepahlawanan dan semangat 10 November 1945 kepada generasi muda melalui media pawai kepahlawanan yang akan diikuti oleh para veteran TNI dan Polri serta dari berbagai komunitas dan organisasi kemasyarakatan di Surabaya.

Terdapat beberapa rangkaian acara dalam Parade Surabaya Juang, diantaranya :

1. Study tour kebangsaan (*heroic track*)



Gambar 2.1.1 Studi tour kebangsaan
(Sumber : www.roodebrugsoerabaia.com , 2019)

Surabaya Heroic Track 2018 merupakan kegiatan rutin tahunan yang digelar Pemerintah Kota Surabaya sebagai rangkaian dari peringatan Hari Pahlawan. Surabaya Heroic Track 2018 digelar selama lima hari dengan fasilitas lima bus tiap harinya. Ratusan peserta (pelajar SD-SMP-SMA) diajak untuk mengunjungi tempat bersejarah dalam pergerakan nasional.

2. Teater Sejarah (perobekan bendera)



Gambar 2.1.2 teatrikal

(Sumber : www.roodebrugsoerabaia.com , 2019)

Rekonstruksi perobekan bendera diadakan sejak tahun 2013, digelar untuk memperingati peristiwa atau insiden perobekan bendera biru Belanda oleh arek-arek Suroboyo, yang terjadi di Hotel Yamato atau yang kini dikenal Hotel Majapahit Surabaya pada tanggal 19 September 1945.

3. Parade Surabaya Juang (puncak)



Gambar 2.1.3 Parade Surabaya Juang

(Sumber : www.roodebrugsoerabaia.com , 2019)

Pawai bertemakan kepahlawanan yang menempuh jarak kurang lebih 6.5 km dengan rute Tugu Pahlawan sampai taman bungkul. Diikuti kurang lebih 6.000 peserta yang terdiri dari berbagai elemen masyarakat seperti pelajar, PNS, TNI dan lain lain. Menampilkan berbagai pertunjukan seperti drum band, paskibra, teatrikal, dll.

2.2 Studi Komparator

2.2.1 Semanggi Kita



Gambar 2.2.1 Semanggi Kita

(Sumber : Google Image , 2019)

Event Semanggi kita merupakan sebuah event pameran untuk merayakan hari kemerdekaan Indonesia sekaligus peresmian simpang susun Semangi sebagai salah satu infrastruktur penting di Jakarta. terdapat berbagai keunikan di dalam desain venue event tersebut. Mulai dari desain panggung yang terinspirasi oleh bentuk simpang susun Semanggi sampai dengan penggunaan corak daun semangi sebagai salah satu unsur *visual Identity*nya. Dalam pemilihan gaya desain, event ini mengadopsi gaya desain vernakular yang diaplikasikan kedalam media pendukung event seperti poster-poster yang dan instalasi yang terpampang. Selain itu konsep dalam event ini juga menyerap unsur kebudayaan setempat khususnya kebudayaan Betawi seperti Bajaj yang digunakan sebagai instalasi disalah satu sudut serta penggunaan alumunium sebagai sekat dan tempat untuk menempelkan poster.

2.2.2 Pasar Seni ITB 2014

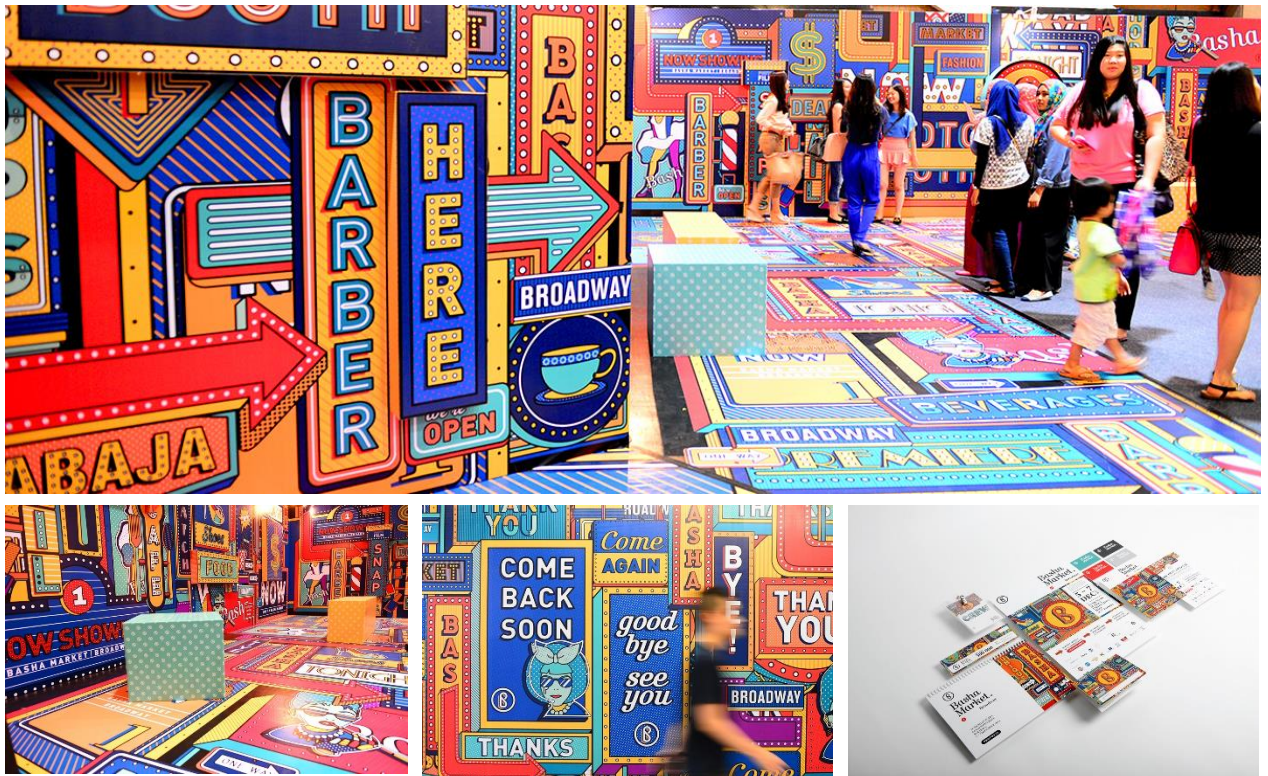


Gambar 2.2.2 Pasar seni

(Sumber : www.behance.net/tandymackenzie , 2019)

Pasar Seni ITB 2014 adalah event seni yang bertujuan untuk mengingatkan orang-orang tentang bagaimana perkembangan situs jejaring membangun komunitas. Ide visualisasi adalah untuk merayakan keunikan masing-masing individu yang tinggal di dunia mereka sendiri dengan menciptakan desain pop yang *outstanding*. Konsep dari event ini mengadaptasi kecenderungan visual situs jejaring sosial, komposisi pasar tradisional dan beragam tampilan Topeng tradisional Indonesia. *Visual language* dalam event ini dirasa sangat kuat, dapat dilihat dari banyaknya desain turunan yang tercipta dan dapat terintegrasi dengan baik pada saat diaplikasikan berbagai media pendukung event. Pemilihan warna primer yang mencolok sangat tepat sehingga menimbulkan kecenderungan visual dan diferensiasi antara event dengan lingkungan sekitar serta keputusan untuk mengawinkan gaya modern (pop) dan tradisional (dekoratif) dapat menunjukkan *image event* yang relevan dengan *valuenya*.

2.2.3 Basha Market Broadway






Gambar 2.2.3 Basha market

(Sumber : www.behance.net/sciencewerk , 2019)

Basha Market merupakan bazaar tematik yang diadakan di Surabaya tiap tahunnya. Basha Market yang tertera disusung dengan tema “Broadway” ilustrasinya terinspirasi oleh pemandangan Broadway Street yang ramai dan penuh warna, dengan berfokus pada tipografi khas dengan tujuan menciptakan environment menyenangkan dan unik pada event tersebut. Dalam venue tersebut memang tidak adanya media interaksi namun yang menjadi perhatian adalah banyaknya sudut-sudut venue yang dapat dijadikan untuk objek foto bagi para pengunjung. Pemilihan bentuk instalasi yang cenderung simple namun *tercover* dengan visual maksimalis dapat memberikan kesan berbeda dan dapat menekan biaya produksi instalasi. Strategi promosi dari event ini mengacu pada perilaku pengunjung terhadap sosialmedia yang suka mengupload foto diri di tempat-tempat unik, Dari fenomena tersebut event ini merespon dengan menjadikan venue menjadi media utama dalam berkomunikasi dengan pengunjung.

2.2.4 Analisa Komparator

Tabel 2.2.1 Analisa komparator

Eksibisi	Semanggi Kita 	Pasar Seni ITB 2014 	Basha Market Broadway 
Konsep	Eksibisi untuk merayakan kemerdekaan Indonesia dan peresmian Simpang Susun Semanggi, menampilkan konten kebudayaan dan pembangunan	Ajang eksibisi karya mahasiswa FRSD ITB / pagelaran seni yang ditampilkan dalam bentuk festival, menampilkan berbagai pertunjukan dan wahana kreatif	Bazaar tematik yang dikemas layaknya eksibisi kontemporer dengan menjual <i>environment</i> yang memberikan <i>experience</i> sebagai bentuk promosi
Elemen Visual	Mengadaptasi bentukan Simpang Susun Semanggi dengan corak warna khas Betawi	Mengadaptasi kecenderungan visual situs jejaring 12system, komposisi pasar tradisional dan beragam tampilan Topeng tradisional Indonesia	Terinspirasi oleh pemandangan Broadway Street yang ramai dan penuh warna, dengan berfokus pada tipografi yang khas
Mood dan Ambience	Penggambaran Jakarta dengan pendekatan kebudayaan asli Betawi	Penggambaran 12system media dengan pendekatan kebudayaan tradisional Indonesia dan sebuah perayaan terhadap kebebasan berekspresi	Pembentukan suasana ceria, penuh warna layaknya berjalan-jalan menyusuri Broadway
Interaktivitas	Pengunjung dibebaskan untuk mengeksplor konten mengenai sejarah Simpang Susun Semanggi dan beberapa artwork yang dipamerkan	Pengunjung tidak hanya disuguhkan karya-karya dalam bentuk fisik namun juga dapat dilihat dengan media digital dengan System <i>scan barcode</i> .	Dalam eksibisi minim media interaksi namun yang menjadi perhatian adalah banyaknya sudut-sudut venue yang dapat dijadikan objek foto bagi para pengunjung

2.3 *Enviromental Design*

Enviromental design adalah proses menangani parameter lingkungan sekitarnya ketika menyusun rencana , program , kebijakan , bangunan , atau produk . Desain bijaksana klasik mungkin selalu dianggap faktor lingkungan , namun gerakan lingkungan dimulai pada tahun 1940-an telah membuat konsep lebih eksplisit².

Desain lingkungan juga dapat merujuk kepada seni terapan dan ilmu yang berhubungan dengan menciptakan lingkungan untuk manusia. Bidang ini meliputi arsitektur , geografi , perencanaan kota , arsitektur lansekap , dan desain interior . Desain lingkungan juga dapat mencakup bidang interdisipliner seperti pelestarian sejarah dan desain pencahayaan . Dalam hal lingkup yang lebih besar , desain lingkungan memiliki implikasi untuk desain industri produk : mobil inovatif , generator angin - listrik, peralatan surya - listrik , dan jenis lain dari peralatan bisa berfungsi sebagai contoh . Saat ini , istilah ini telah diperluas untuk diterapkan pada isu-isu ekologi dan keberlanjutan .



Gambar 2.3.1 Enviromental design
(Sumber : www.behance.net/kenloo , 2019)

² *Design and the public good : selected writings, 1930-1980. Cambridge, Massachusetts*

2.4 *Place Making*

Place making adalah sebuah filosofi, konsep, dan pendekatan yang memberi sinergi maksimal antara kualitas ruang dan kualitas manusia secara berimbang dalam perancangan dan evaluasi ruang yang dianggap gagal dalam penyelenggaraan ruang publik. Prinsip kerjanya adalah pendekatan berbasis pengguna yang mampu membantu warga kota merubah ruang publiknya menjadi tempat yang hidup dan menyenangkan untuk dikunjungi di waktu senggang³.

Prinsip *Place Making* menurut PPS (*Project for Public Spaces*) :

1. Komunitas adalah ahli

Orang-orang yang menggunakan ruang publik secara teratur memberikan perspektif dan wawasan paling berharga tentang bagaimana fungsi kawasan itu. Mereka juga dapat membantu mengidentifikasi masalah yang penting untuk dipertimbangkan dalam meningkatkan ruang.

2. Menciptakan tempat, bukan desain

Desain adalah komponen penting untuk menciptakan tempat, tetapi bukan satu-satunya faktor. Menyediakan akses dan menciptakan kegunaan aktif, peluang ekonomi, dan pemrograman seringkali lebih penting daripada desain.

3. Diciptakan bersama-sama

Ruang publik yang baik membutuhkan mitra yang menyumbangkan ide-ide inovatif, dukungan finansial atau politik, dan membantu merencanakan kegiatan.

4. Belum pernah dilakukan

Ketika orang mengira bahwa suatu ide tidak mungkin direalisasikan maka ide tersebut merupakan suatu inovasi yang belum pernah dilihat orang

5. Mengobservasi

Dengan memahami atau mempelajari suatu ruang kita dapat mengetahui bagaimana ruang itu digunakan dan peran ruang tersebut terhadap aktifitas masyarakat.

6. Mengembangkan visi

³ *What Is Placemaking?*” *Project for Public Spaces*, 2007, <https://www.pps.org/article/what-is-placemaking>

Visi untuk ruang publik membahas karakter, aktivitas, penggunaan, dan maknanya dalam komunitas. Visi ini harus didefinisikan oleh orang-orang yang tinggal atau bekerja di atau dekat ruang tersebut.

7. Bentuk mengikuti fungsi

Terlalu sering, orang berpikir tentang bagaimana mereka akan menggunakan ruang hanya setelah itu dibangun. Mengingat penggunaan aktif ketika merancang atau merehabilitasi ruang dapat menurunkan biaya dengan mencegah lansekap dan monumen yang tidak perlu dan mahal, serta berpotensi menghilangkan kebutuhan untuk memperbaiki ruang publik yang kurang digunakan.

8. Melakukan triangulasi

Konsep triangulasi berkaitan dengan menempatkan elemen di sebelah satu sama lain dengan cara yang mendorong aktivitas.

9. Memulai dengan tindakan sederhana

Tindakan sederhana dan jangka pendek dapat menjadi cara menguji ide dan mendorong orang lain tentang ide kita. Tindakan-tindakan ini memberikan fleksibilitas untuk memperluas ruang dengan bereksperimen, mengevaluasi dan menggabungkan hasil ke dalam langkah-langkah selanjutnya dan perencanaan jangka panjang.

10. Uang bukan masalah

Lokasi, tingkat aktivitas, dan visibilitas ruang publik dikombinasikan dengan keinginan untuk bekerja sama dengan mitra lokal dapat memperoleh sumber daya dari mereka yang terlibat untuk mengaktifkan dan meningkatkan ruang-ruang ini.

11. Tidak akan pernah selesai

Terus berkembang dan berubah menyesuaikan kebutuhan masyarakat dengan merespon isu yang berkembang disekitar secara efektif.

2.5 Eksibisi Kontemporer

Pameran (*exhibition*) adalah salah satu cara atau media penyebaran informasi, pengenalan sekaligus pemasaran suatu produk, baik bentuk gagasan maupun

barang. Pameran merupakan suatu kegiatan untuk menyebar luaskan informasi dan promosi yang ada hubungannya dengan penyelenggaraan konvensi atau yang ada kaitannya dengan pariwisata (Pendit, 1999:34). Kontemporer adalah sesuatu hal yang modern, yang eksis dan terjadi dan masih berlangsung sampai sekarang, atau segala hal yang berkaitan dengan saat ini. Jadi, pameran kontemporer adalah suatu media penyampaian gagasan kepada khalayak umum pada ruang pameran dengan konsep modern / mengikuti perkembangan zaman. Pameran ini bersifat temporer dengan waktu minimal 10 hari hingga 30 hari dan diselenggarakan di ruang publik.

Salah satu *contemporary exhibition* adalah *Public Show*, pameran ini ditujukan kepada masyarakat umum dan untuk memberikan penjelasan mengenai keberhasilan dari suatu kelompok atau negara dengan maksud menanamkan rasa kebanggaan. Misalnya perayaan hari jadi kota, festival dan sebagainya.



Gambar 2.5.1 Haluu world

(Sumber : www.oumagz.com , 2019)

2.5.1 Prinsip Ruang Eksibisi

1. *Unity dan Harmony*

Unity and harmony dapat diwujudkan melalui suatu kesatuan dimana semua elemen yang ada saling melengkapi dan berkesinambungan satu dengan yang lainnya sehingga menghasilkan komposisi yang seimbang yang membentuk suatu ruang yang harmonis dan mampu mewadahi aktivitas penghuni.

2. Keseimbangan

Unsur Balance atau keseimbangan yang dimaksudkan merupakan suatu langkah perancangan dari elemen pembentuk ruang yang membentuk susunan yang harmonis, tidak berat sebelah, dan tidak menonjol hanya pada satu elemen saja, namun semua komponen harus balance/seimbang. *Style* keseimbangan terbagi 3 yaitu: Simetris, Asimetris, dan Radial

3. *Focal Point*

Focal point yang dimaksud merupakan sebuah aksen di dalam ruangan yang mampu menjadi daya tarik tersendiri dan menjadi pusat perhatian dalam ruangan. hal itu dapat diwujudkan melalui furniture, dinding, maupun elemen-elemen lain yang mampu menjadi aksen focal point.

4. Ritme

Ritme dapat didefinisikan sebagai semua pola pengulangan tentang visual. Dapat berbentuk corak / pattern, penggunaan material dan tata letak objek.

5. Detail

Dalam konteks perancangan ruang, detail sangat diperlukan dalam hal penentuan lighting, konten, sistem grafis, tata letak objek, ukuran yang presisi pada suatu objek maupun elemen *additional* sehingga dapat menambah estetika dalam ruang.

6. Skala dan Proporsi

Skala dan Proporsi merupakan bagian yang sangat penting dalam perancangan ruang dalam/interior karena berkaitan dengan dimensi dan bentuk ruang. Proporsi adalah perbandingan atau ratio antara panjang dengan lebar atau volume atau tinggi dengan lebar yang terdapat dalam ruang atau bidang. Proporsi yang baik dapat menimbulkan suatu kesatuan dan keseimbangan yang menyenangkan.

Salah satu faktor yang memengaruhi kualitas arsitektur adalah kualitas skala. Skala dalam arsitektur menimbulkan kualitas yang membuat sebuah bangunan terlihat sesuai besarnya bagi kebutuhan pemakai/manusia. Skala ditentukan bukan hanya oleh aktifitas yang dilakukan dalam bangunan itu tetapi juga oleh banyaknya manusia yang ikut dalam kegiatan tersebut. dalam perancangan ruang dalam, skala manusia menjadi patokan dalam standarisasi ruang.

7. Warna

Pengalaman ruang diawali oleh penginderaan atau rangsangan. Salah satu rangsangan tersebut adalah warna. Oleh karena itu, keputusan penerapan warna dalam ruang berpengaruh terhadap kegiatan fisik dan mental. warna akan sangat mempengaruhi kondisi dan suasana ruang. terkadang ruang mencerminkan kepribadian si penghuni, dan secara psikologis, warna sangat berdampak pada emosional penghuni. pemilihan warna-warna tertentu pada setiap ruang didasarkan atas cerminan kepribadian, kesenangan, dan faktor-faktor lain yang berpengaruh.

8. Pencahayaan

Aspek lighting atau pencahayaan merupakan komponen vital dalam perencanaan ruang, karena memberi pengaruh sangat luas serta menimbulkan efek-efek tertentu. Dengan pengetahuan mengenai cahaya seorang ruang dalam dapat mengembangkan kreativitasnya dalam memberikan kesan-kesan tertentu pada ruang dengan menanggapi efek-efek dan keuntungan-keuntungan lain dari system pencahayaan. Perancangan ruang dalam, terutama yang berfungsi di malam hari tidak ada yang lebih menonjol dan lebih banyak kemungkinan kreativitas yang dapat dicapai selain dari pencahayaan.

2.5.2 Kebutuhan Ruang Eksibisi

1. Tata letak (*Layout*)

Lay out atau denah merupakan tata letak suatu benda atau bangunan yang menjadi satu kesatuan display yang dilihat dari tampak atas. Terdapat 2 macam *layout* ruang, yaitu :

- a. Site Plan (lay out makro) : rencana tata letak tempat diselenggarakannya pameran berdasarkan hubungan dan pencapaian dengan bangunan yang sudah ada, apabila pameran diadakan pada lebih dari satu bangunan.
- b. Floor plan (lay out mikro) : rencana tata letak sejumlah stand pameran di dalam tempat penyelenggaraan pameran (di dalam hall).

Aspek-aspek standar *layout* :

- *Aisle / Gangway* - Besaran standar 3m x 3m
- *circulation Flow* - standar 40% dari luar area, flow pengunjung
- *Accessibility* - Electrical treatment (50 cm dari existing wall), Emergency exit, urinoir, loading dock, signage space untuk mengantisipasi kebakaran kabel,
- *Zoning* - Pengelompokkan stand berdasarkan besarnya stand, konten, produk

2. Dinding

Dinding atau sekat berfungsi sebagai pembatas antar ruang dan penataan alur dalam sebuah eksibisi. Menurut Ching (1996), ketika sebuah dinding membentuk batas dari suatu ruangan dinding tersebut akan memberikan bentuk serta berperan penting dalam menentukan karakter ruangan. Dinding yang stabil, akurat dan simetris dapat memberikan kesan formal sementara dinding yang tidak teratur akan memberikan kesan dinamis.

3. Alas (lantai)

Menurut Ching (1996) di dalam bukunya *Ilustrasi Desain Interior*, lantai merupakan bagian terbesar dari luas permukaan ruang sehingga bahan lantai yang dipilih memperhatikan fungsi, durabilitas dan estetikanya. Selain itu lantai juga menyalurkan kualitas fisiknya secara langsung terhadap pengguna yang mengakibatkan adanya perhatian khusus dalam pemilihan material lantai.

4. Objek (*Visual Art*)

Menurut Oswald Kulpe, seni pengelihatian (*visual art*) dibagi menjadi dua⁴, yaitu :

a. Seni dua dimensi :

- Seni dua dimensi tanpa gerak, misalnya seni lukis dan gambar.
- Seni dua dimensi dengan gerak, misalnya seni film dan kembang api.

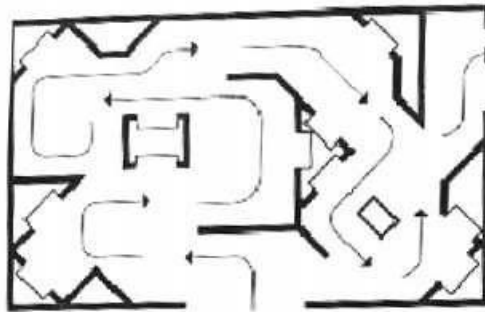
b. Seni tiga dimensi :

- Seni tiga dimensi tanpa gerak, misalnya seni pahat dan ukiran.
- Seni tiga dimensi dengan gerak, misalnya seni tari dan pantonim musik.
- Seni integralyang memadukan unsur permukaan dan bentuk, misalnya arsitektur dan pertamanan.

5. Sistem Sirkulasi

Menurut Dean (1996) perancangan tempat pameran termasuk memamerkan benda bersejarah ataupun informasi di dalam museum memiliki tiga pendekatan yang dapat digunakan. Beberapa pendekatan tersebut adalah :

a. *Suggested Approach*



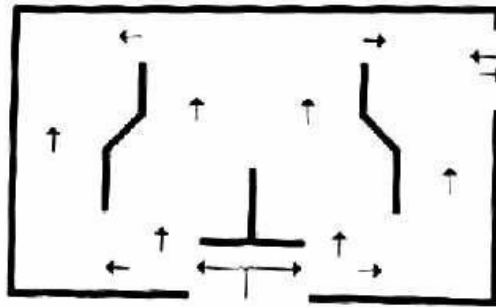
Gambar 2.5.2 Suggested Approach

(Sumber : Museum Exhibition: Theory and Practice, 2019)

Suggested-approach adalah bentuk sirkulasi pada pameran dimana pengunjung diarahkan ke suatu area namun juga diberi kebebasan untuk memilih jalan yang lain.

⁴ Sulistianto, H. Seni Budaya. Jakarta : Grafindo Media Utama, 2006

b. *Unstructure flow*

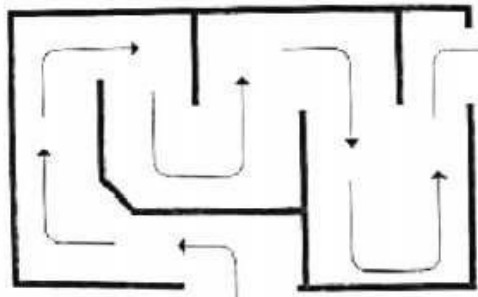


Gambar 2.5.3 *Unstructure flow*

(Sumber : Museum Exhibition: Theory and Practice, 2019)

Unstructure Flow merupakan bentuk sirkulasi pada pameran dimana pengunjung dapat bergerak bebas ke arah manapun tanpa adanya batasan.

c. *Directed Approach*



Gambar 2.5.4 *Directed Approach*

(Sumber : Museum Exhibition: Theory and Practice, 2019)

Directed approach adalah sirkulasi pengunjung pada pameran dimana pameran tersebut telah dirancang sedemikian rupa dengan satu alur.

6. Sistem Pemandu (*guide*)

Pemandu Display Pameran adalah pelayan/pemandu/pemberi informasi kepada pengunjung pada stand-stand pameran secara elektronik dengan suara dan *display* lampu sebagai penunjuk yang dipasangkan pada setiap *stand* pameran. Bentuk suara yang dihasilkan adalah berupa informasi-informasi mengenai maksud dan tujuan dari setiap *stand* yang dipamerkan kepada pengunjung. Sehingga tidak diperlukan tenaga manusia lagi untuk menerangkan/menginformasikan terhadap pengunjung.

7. Sistem Penghawaan

Penghawaan merupakan salah satu faktor kenyamanan yang dapat dirasakan langsung oleh pengguna, seawam apapun pengguna tersebut. Ia akan dapat merasakan secara langsung kenyamanan yang ditimbulkan oleh faktor penghawaan ini. Pengguna akan merasa tidak nyaman berada dalam sebuah ruang bila ruang tersebut terlalu panas atau terlalu dingin. Titik kenyamanan manusia secara umum adalah berkisar antara 22°C sampai dengan 24°C. Seperti halnya pada penerangan, dalam penghawaan ini juga dikenal apa yang disebut dengan penghawaan alami dan penghawaan buatan atau artifisial. Pencapaian penghawaan alami yang baik perlu didukung dengan adanya ventilasi dan bukaan-bukaan yang optimal pada sebuah ruang. Keadaan tersebut sedikit banyak akan berpengaruh pada bentuk visual elemen lain dari desain interior ruang tersebut. (Pile 1990).

8. Sistem Pencahayaan

Menurut Lawson (1996) dalam pameran, tata cahaya digunakan untuk menciptakan stimulasi visual. Sedangkan lampu general digunakan untuk menyeimbangkan latar supaya mencegah timbulnya glare. Tingkat cahaya yang digunakan juga dipengaruhi darimana obyek yang akan dilihat, kurang lebih 500-1000 lux. Untuk obyek 3d, penggunaan spotlight dan track lighting dapat membantu menimbulkan bayangan yang diinginkan. Untuk mengurangi efek merusak dari cahaya pada obyek pameran seperti lukisan atau material organik, besar iluminasi cahaya harus dibawah 150 lux dan 100 lux untuk obyek berupa kertas artikel. Kualitas visual dari suatu objek menjadi salah satu faktor yang penting dalam menyampaikan informasi mengenai bentuk, warna, tekstur, dan pengaruh-pengaruh yang timbul bagi yang melihatnya. Pencahayaan buatan tidak hanya difungsikan sebagai penerangan biasa namun juga dapat digunakan untuk menciptakan suatu tatanan order dan relevansi dalam lingkungan dimana aktivitas berlangsung. Sistem pencahayaan buatan antara lain⁵ :

⁵ Juliatmika, W. "Signifikan Pencahayaan Buatan Pada Perancangan Interior Galeri". *Jurnal Desain Interior* 1:1. (2014) : 38/46

1. **General Lighting** : sistem pencahayaan umum, merata di semua ruangan.
2. **Localized Lighting (Free Standing Up Lighter)** : seperti *general lighting*, sistem ini mempunyai penataan khusus untuk mendukung aktivitas di area tertentu.
3. **General Lighting** dan **Localized Lighting** : sistem ini merupakan gabungan dari sistem *general lighting* dan *localized lighting*.
4. **Ambient Light** : sistem penerang yang sinarnya dibuat merata (*difuse*).
5. **Accent Light** : penerang yang sinarnya berfungsi sebagai aksent.
6. **Task Light** : Penerangan yang sinarnya bertujuan fungsional.
7. **Effect Light** : Sistem penerangan yang menyerupai *accent light*, tetapi obyek dan cahaya itu sendiri menjadi pusat perhatian.
8. **Architecture Light** : Sistem yang memanfaatkan cahaya sebagai media pendukung olahan atau karya arsitektur (*structural light*).
9. **Decorative Light** : Sistem penerangan yang mempunyai bentuk sekaligus sebagai unsur dekoratif interior.

9. Sistem Akustik

Akustik ruang terdefinisi sebagai bentuk dan bahan dalam suatu ruangan yang terkait dengan perubahan bunyi atau suara yang terjadi. Akustik sendiri berarti gejala perubahan suara karena sifat pantul benda atau objek pasif dari alam. Menurut Mc Gowan (2004), untuk ruangan yang kecil hingga medium tingkat kebisingan yang ada adalah 25 sementara untuk galeri yang besar dapat mencapai 30.

10. Sistem Kelistrikan

Untuk mendukung kebutuhan listrik selama pameran yang digelar, diperlukan instalasi kelistrikan yang memadai, baik dari segi kebutuhan maupun keamanannya. Dalam penyediaan daya listrik, sumber utama berasal dari PLN yang tersedia pada tapak, sedangkan sumber sekunder berasal dari Generator Set. Menurut Mc Gowan (2004), terdapat beberapa sistem distribusi listrik seperti :

- | | |
|---------------------------------|--------------------------------------|
| a) <i>Poke Through Systems</i> | c) <i>Raised Access Floor System</i> |
| b) <i>Cellular Deck Systems</i> | d) <i>Flat Cable Wiring System</i> |

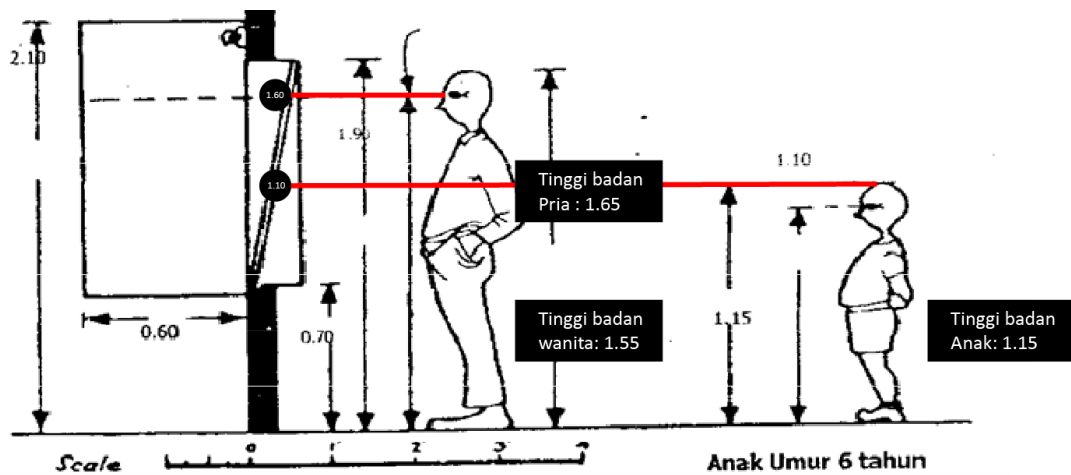
2.6 Standar Ruang Eksibisi

- **Standar jarak pengamat terhadap objek**

Tinggi rata-rata manusia Indonesia sehingga pandangan mata dapat mencakup objek yang dilihat dalam posisi nyaman. - Standar jarak pengamat terhadap objek.

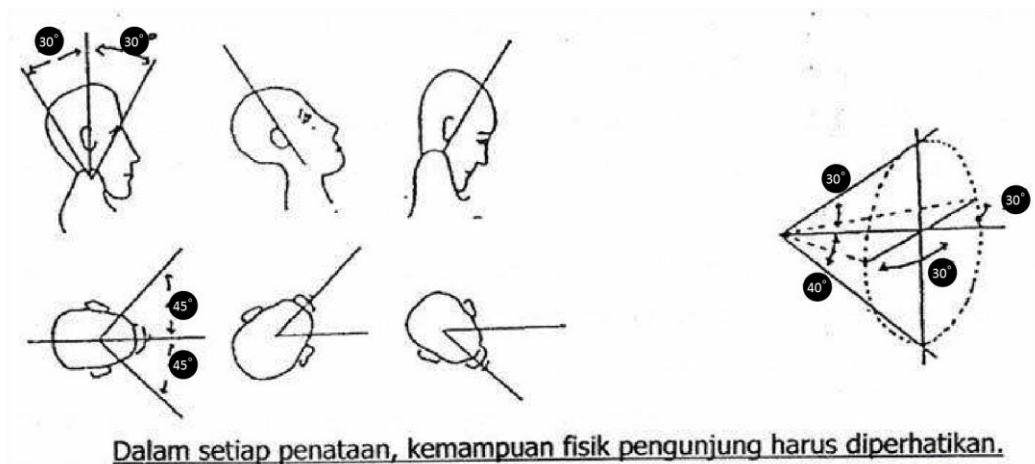
Tabel 2.6.1 Standar jarak pengamat

Variabel	Tinggi rata-rata	Tinggi rata-rata pandangan mata
Pria	165 cm	160 cm
Wanita	155 cm	150 cm
Anak-anak	115 cm	110 cm



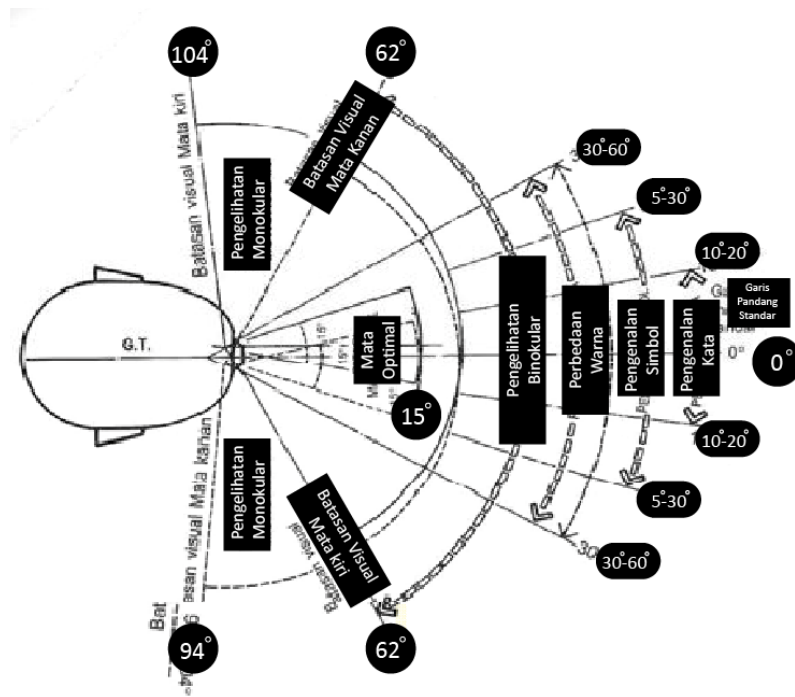
Gambar 2.6.1 Standar jarak pengamat

(Sumber: Dimensi manusia dan ruang interior, 2019)



Gambar 2.6.2 Kemampuan gerak anatomi manusia

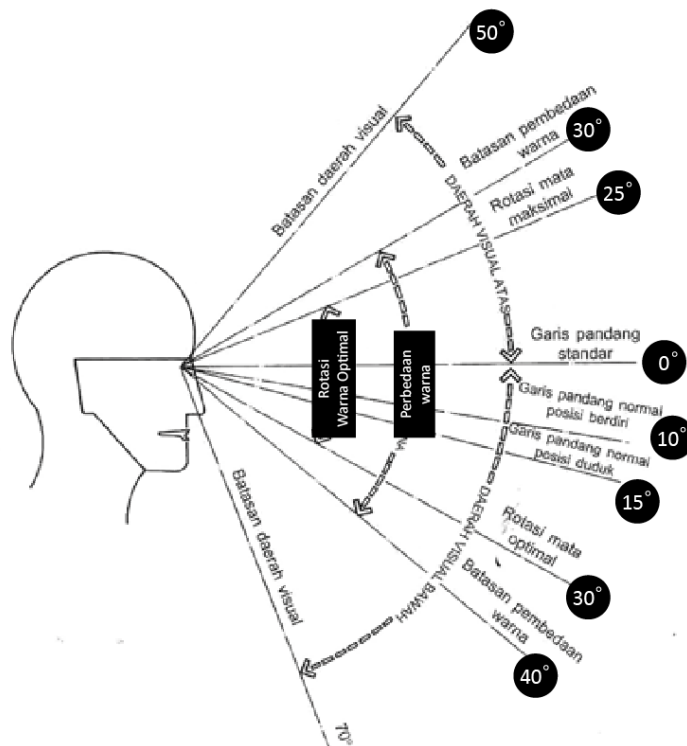
(Sumber: Sumber: Dimensi manusia dan ruang interior, 2019)



DAERAH VISUAL DALAM BIDANG HORIZONTAL

Gambar 2.6.4 Sudut pandang mata

(Sumber: Sumber: Dimensi manusia dan ruang interior, 2019)



DAERAH VISUAL DALAM BIDANG VERTIKAL

Gambar 2.6.3 Sudut pandang mata samping

(Sumber: Sumber: Dimensi manusia dan ruang interior, 2019)

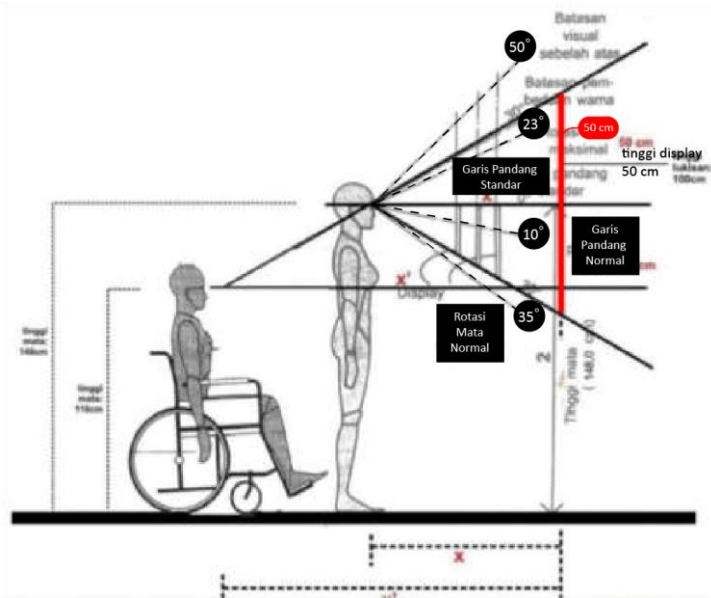
- **Jarak Pengamat dan jarak objek**

Jarak pengamat = $\frac{1}{2} X$ (tinggi lukisan/ $\tan 30^\circ$)

Jarak antar lukisan = (jarak pengamat) $\times \tan 45^\circ$ X (tinggi lukisan)

(data arsitek, J. Paneri, 1979.)

a. Jarak pengamat objek konten berukuran kecil [ukuran 50cm x 50cm]



Jarak lukisan dengan pengamat [orang normal]

$$X \sin 30^\circ / \sin 60^\circ = (1/2 \text{ t.lukisan}) / X$$

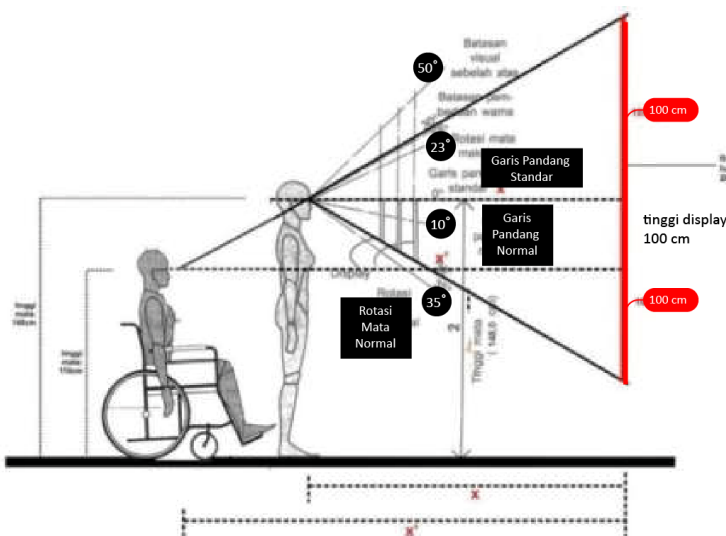
$$X \sin 30^\circ / \sin 60^\circ = 25 \text{ cm} / X$$

$$X = 43,3 \text{ cm} > 44 \text{ cm}$$

Gambar 2.6.5 Jarak Pengamat 1

(Sumber: Sumber: Dimensi manusia dan ruang interior, 2019)

b. Jarak pengamat objek konten berukuran sedang [ukuran 100cm x 100cm]



Jarak lukisan dengan pengamat [orang normal]

$$X \sin 30^\circ / \sin 60^\circ = (1/2 \text{ t.lukisan}) / X$$

$$X \sin 30^\circ / \sin 60^\circ = 50 \text{ cm} / X$$

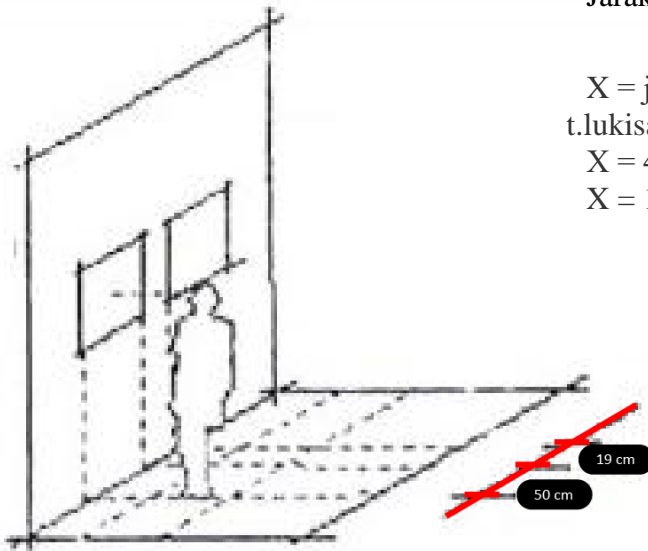
$$X = 86.6 \text{ cm} > 87 \text{ cm}$$

Gambar 2.6.6 Jarak pengamat 2

(Sumber: Sumber: Dimensi manusia dan ruang interior, 2019)

- **Jarak antar objek**

a. Jarak objek konten berukuran kecil [ukuran 50cm x 50cm]



Jarak antar objek konten

$$X = \text{jarak pengamat} \times \text{tg}45^\circ - (1/2 \text{ t.lukisan})$$

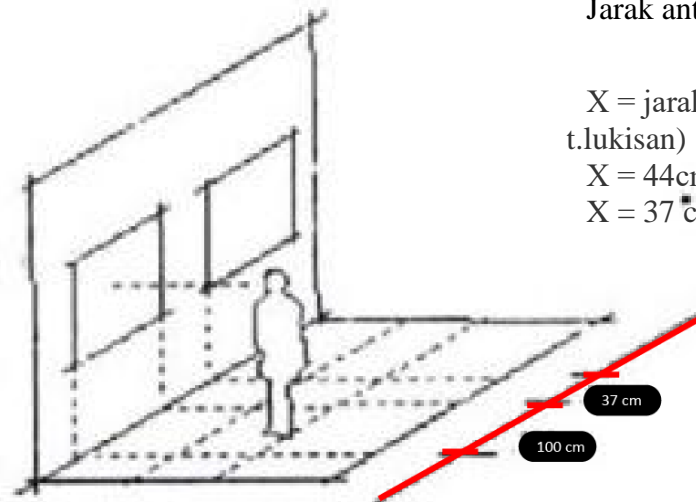
$$X = 44 \text{ cm} \times \text{tg}45^\circ - (25\text{cm})$$

$$X = 19 \text{ cm}$$

Gambar 2.6.7 Jarak objek 1

(Sumber: Sumber: Dimensi manusia dan ruang interior, 2019)

b. Jarak objek konten berukuran sedang [ukuran 100cm x 100cm]



Jarak antar objek konten

$$X = \text{jarak pengamat} \times \text{tg}45^\circ - (1/2 \text{ t.lukisan})$$

$$X = 44\text{cm} \times \text{tg}45^\circ - (50\text{cm})$$

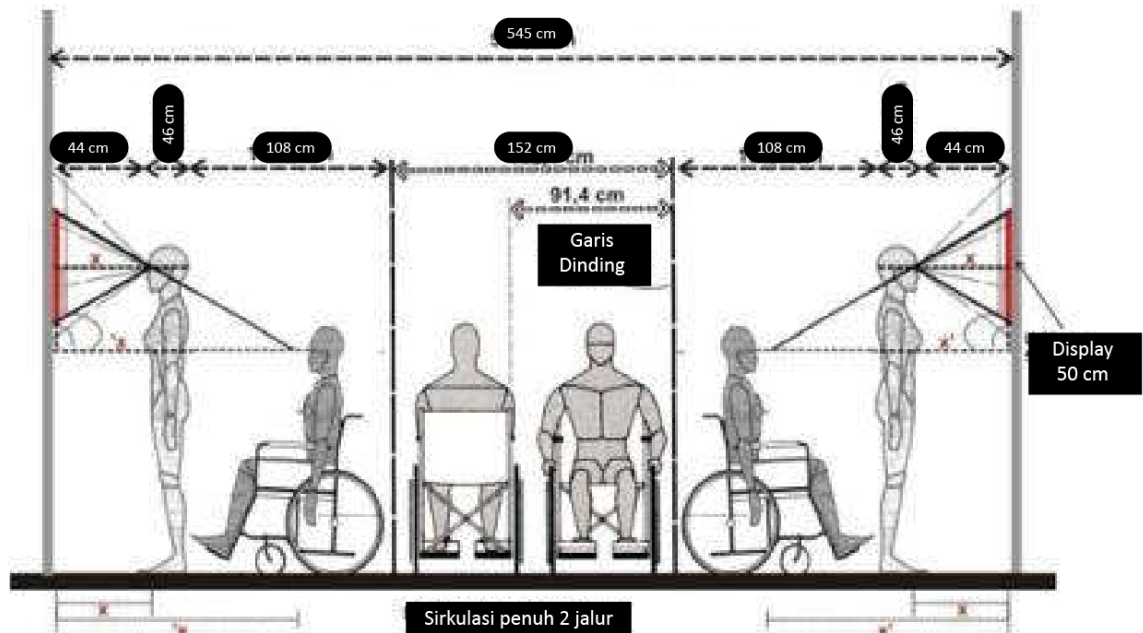
$$X = 37 \text{ cm}$$

Gambar 2.6.8 Jarak objek 2

(Sumber: Sumber: Dimensi manusia dan ruang interior, 2019)

- **Besaran modul ruang eksibisi**

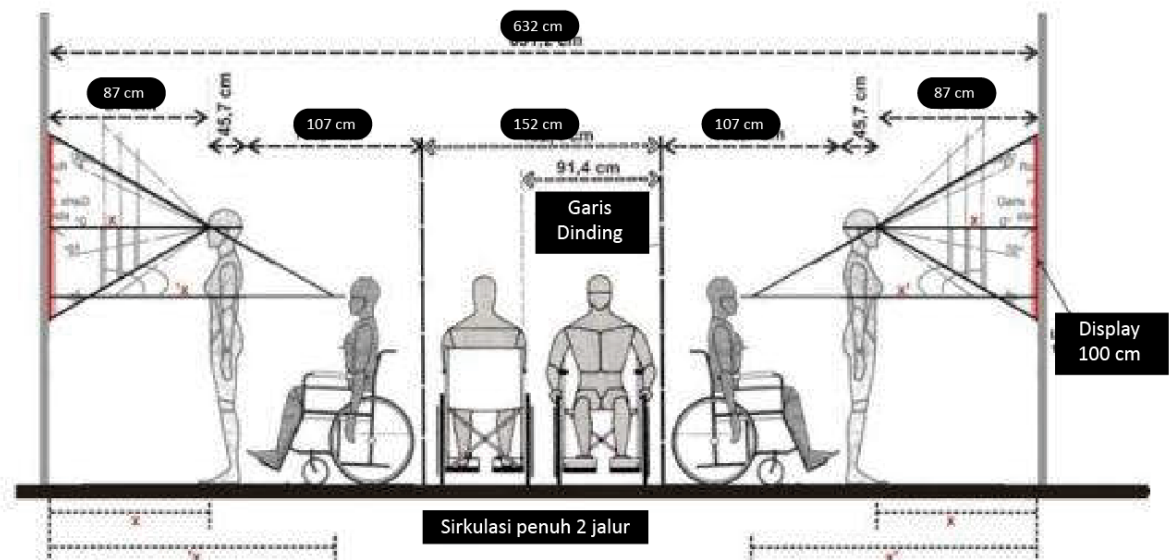
a. Ruang eksibisi dengan objek konten berukuran kecil [ukuran 50 cm x 50 cm]



Gambar 2.6.9 Besaran modul ruang 1

(Sumber: Sumber: Dimensi manusia dan ruang interior, 2019)

b. Ruang eksibisi dengan objek konten berukuran sedang [ukuran 100 cm x 100 cm]



Gambar 2.6.10 Besaran modul ruang 2

(Sumber: Sumber: Dimensi manusia dan ruang interior, 2019)

2.7 Konstruksi dan Material

1. Instalasi

- *Knock Down*

Knockdown atau yang lebih dikenal dengan *stand* bongkar pasang merupakan struktur yang dapat dipakai berulang kali karena dapat disimpan kembali setelah digunakan. Struktur jenis ini memiliki elemen desain tetap seperti misalnya rak, meja konter, *knockdown backdrop* yang termasuk aset perusahaan dan akan selalu dipakai di setiap acara.

- Partisi

Struktur partisi merupakan struktur yang dibuat dengan menggunakan rangkaian partisi standar seperti partisi dengan frame (*shell scheme R8/Maxima*). Sistem partisi standar ini menggunakan sistem *knockdown*, namun memang diperuntukkan khusus untuk struktur desain pameran yang bersifat massal. Bentuknya yang sederhana dengan sewa yang terjangkau menjadi salah satu keunggulannya. Namun dengan biaya tambahan kita dapat *upgrade* model partisi ini dengan model yang lebih menarik.

- Spesial Desain

Struktur spesial desain merupakan konsep struktur yang paling pertama kali digunakan oleh perusahaan-perusahaan yang mengikuti pameran atau exhibition. Konsep ini merupakan konsep yang paling memenuhi segala kebutuhan peserta suatu pameran atau exhibition. Disebabkan banyak keunggulan-keunggulan yang didapat dengan menggunakan konsep spesial desain. Struktur ini memungkinkan untuk mengeksplorasi bentuk sehingga dapat menarik minat pengunjung

2. Struktur

- Membran

Membran yang digunakan untuk rangkaian pameran biasanya dikenal dengan istilah *tension fabric display*. Konstruksi ini berupa kain besar dan dilengkapi dengan tiang aluminium di kedua sisinya sebagai penyangga. Membran ini umumnya bergambar desain representasi perusahaan dan menjadi latar belakang pada ruang pameran sederhana yang dapat dilengkapi lampu di bagian atasnya. Sedangkan ukuran yang digunakan dapat disesuaikan dengan ukuran stand.

- Pop-Up

Umumnya *pop-up display* juga disebut dengan *pull-up display* atau *portable display*. Hampir sama seperti membran, *pop-up* juga berfungsi sebagai *backdrop* pada booth pameran. Tetapi secara grafis, *pop-up* terdiri dari beberapa panel yang digantung secara vertikal dan kemudian disatukan untuk membentuk grafis yang lebih besar, bukan satu rangkaian utuh.

- Sistem Rangka

Sistem rangka (*truss system*) umumnya digunakan untuk pameran yang berukuran besar dan memungkinkan untuk penggunaan berbagai desain. Sistem ini dibangun dengan menggunakan besi atau aluminium dan memiliki konstruksi yang lebih tahan lama dibanding jenis rangkaian lain. Sistem rangka membutuhkan tahapan desain yang lebih beragam, seperti menyiapkan lantai khusus hingga pemanfaatan elemen desain yang lebih bervariasi seperti misalnya rak. Sistem rangka dapat dimanfaatkan juga sebagai elemen untuk display gantung. Nilai lebih pun juga dapat ditambahkan dengan mengaplikasikan layar besar di antara sistem rangka.

- Hybrid

Desain rangkaian *hybrid* merupakan tampilan modern dengan menggunakan sistem fleksibilitas yang mudah digunakan. Sistem *hybrid* ini didominasi dengan logam, dye cut panel, lampu LED, podium grafis dan dilengkapi dengan meja konter. Pada umumnya desain yang menggunakan model *hybrid* memiliki dominan garis lengkung.

3. Alas

Alas pada eksibisi outdoor maupun indoor biasanya menggunakan OCTANORM *Floor System*. Alas ini menggunakan beberapa material umumnya kayu, penyusunanya seperti puzzle dengan menambahkan kuncian kaki dipermukaan bawah. Ketahananya dapat mencapai 750 – 2000 kg tergantung jumlah kaki-kaki yang dipasang. Kelebihan lainnya adalah kita dapat mengatur ketinggian alas dengan menaik turunkan kaki-kakinya. ketinggiannya dapat mencapai 4-9 kaki, sehingga memungkinkan untuk membangun kosntruksi tingkat maupun tangga.



Gambar 2.7.1 Octanorm floor system
(Sumber: www.octanorm.com , 2019)

4. Sekat

Sekat pada eksibisi temporer yang membutuhkan ketahanan lama biasanya menggunakan system *modular panel wall system* ini berbentuk seperti partisi namun menggunakan bahan triplek/multiplek pada permukaanya dan rangka berbahan besi/kayu. Sistem ini memungkinkan untuk dibentuk sesuai kebutuhan eksibisi dan dikonfigurasiakan dibeberepa tata letak, (dinding dapat dibuat dalam bentuk "L", "X", "T", "Z"). Selain fleksibel dinding pada sistem ini mudah di bangun dan dapat di paku maupun dicat untuk kebutuhan desain.



Gambar 2.7.2 Modular panel
(Sumber : Google Image, 2019)

5. Atap

Sebagai pelindung akan cuaca ekshibi yang pelaksanaanya diluar ruangan menggunakan berbagai macam tenda. Namun untuk ekshibi skala besar biasa menggunakan tenda berjenis roder atau tenda hangar. Tenda Roder ini pembuatannya dapat dimodifikasi sedemikian rupa sehingga dapat disesuaikan dengan kebutuhan. Tenda ini memiliki spesifikasi tinggi sisi kanan dan kiri 4 meter, panjang tidak terbatas, dengan kelipatan antara tiang 5 meter.



Gambar 2.7.3 Roder tent
(Sumber : Google Image, 2019)

2.8 Visual Identity

2.8.1 Pengertian Visual Identity

Identitas visual adalah identitas yang berkaitan dengan citra atau image yang dipertahankan oleh perusahaan atau identitas lain sebagai jembatan untuk menyatukan berbagai konteks, audience, bagi perusahaan tersebut . simbolisasi ciri khas yang mengandung diferensial dan mewakili citra organisasi, Identitas dapat berasal dari sejarah, filosofi, visi/cita-cita, misi/fungsi, tujuan, strategi atau program. Dalam perancangan ini obyek entitas adalah sebuah event .Secara sederhana identitas visual terdiri dari beberapa elemen atau atribut di dalamnya, mulai dari pemilihan nama sebagai langkah awal, logo, tipografi, warna khas, serta images atau elemen gambar pendukung. (Rustan, 2010)

Tahapan penilaian dalam konteks identitas perusahaan disebut dengan *identity mix*, yang terdiri dari :

1. Visual : logo tipografi, warna, kemasan, seignage, bangunan
2. Komunikasi : iklan, *customer service*, *public relation*
3. Behaviour : *corporate value*, *corporate culture*, norma

Sedangkan, definisi visual menurut KBBI adalah dapat dilihat dengan indra penglihat (mata). Jadi identitas visual adalah sistem komunikasi visual yang membentuk identitas suatu perusahaan (entitas). Identitas visual tidak dibentuk oleh logo saja, namun juga dibentuk oleh elemen-elemen pendukungnya.

2.8.2 Elemen Visual Identity

1. Logo

Logo merupakan sebuah simbol yang dirancang untuk mewakili karakter dan menjadi identitas dari sebuah perusahaan. Logo merupakan bentuk ekspresi dan bentuk visual dari konsepsi perusahaan, produk, organisasi, maupun institusi serta merupakan simbol visual yang memiliki bentuk yang berasal dari nilai strategis perusahaan yang bersangkutan. (Jefkins, 1995:367).

Menurut John Murphy dan Michael Rowe (seperti dikutip Perdana, 2007, h. 13) satu fungsi utama dari logo ialah untuk mengidentifikasi produk, jasa atau perusahaan.

Logo bukan hanya sekedar nama tetapi juga:

- Mengidentifikasi suatu perusahaan.
- Membedakan dari produk atau organisasi yang lain.
- Mengkomunikasikan informasi seperti keaslian, nilai dan kualitas.
- Menambah nilai.

Logo merupakan suatu desain yang spesifik, baik berupa simbol atau huruf tertulis. Ada beberapa jenis logo yang diantaranya yaitu:

1. *Logo Gram*

Dalam buku yang berjudul *Membangun Citra Perusahaan* karangan Santosa (2002) menyimpulkan, *Logo gram* adalah simbol ekspresi yang divisualkan secara grafis, dapat berupa objek tertentu atau huruf, dapat divisualkan secara kongkrit atau abstrak.



Gambar 2.8.1 Logo gram
(Sumber : Google Image, 2019)

2. *Logo Type*

Dalam buku yang berjudul *Mendesain Logo* karangan Suriyanto Rustan (2009) menyimpulkan, *Logo type* adalah tulisan nama entitas yang didesain secara khusus dengan menggunakan teknik lettering atau memakai jenis huruf tertentu. Jadi awalnya logotype adalah berupa tulisan saja.



Gambar 2.8.2 Logo type
(Sumber : Google Image, 2019)

3. Warna

Teori karakter desain menurut Eisseman (2002), warna merupakan metode yang paling tepat dalam usaha penyampaian pesan dan tujuan. Warna adalah bagian dari proses pelengkapan dari identitas. Warna juga mendorong dan bekerja secara bersamaan dengan seluruh arti, simbol, dan konsep pemikiran yang abstrak. Warna mengekspresikan fantasi, mengingat kembali waktu, tempat dan memproduksi keindahan/reaksi secara emosional.

Umumnya ada dua macam warna pada identitas visual, yaitu warna pada logo dan warna untuk *corporate*. Ada kalamya *corporate color* yang digunakan dalam aplikasi - aplikasi desain menggunakan warna pada logo, namun ada juga yang memperluas jangkuan area warnanya.



Gambar 2.8.3 Diagram warna
(Sumber : Wikipedia, 2019)

Teori Brewster adalah teori yang menyederhanakan warna yang ada di alam menjadi 4 kelompok warna. Keempat kelompok warna tersebut, yaitu: warna primer, sekunder, tersier, dan warna netral. Teori ini pertama kali dikemukakan pada tahun 1831. Kelompok warna ini sering disusun dalam lingkaran warna brewster. Lingkaran warna brewster mampu menjelaskan teori kontras warna (komplementer), split komplementer, triad, dan tetrad.

4. Tipografi

Tipografi dalam *visual identity* dibagi menjadi dua macam, yaitu : tipografi dalam logo (*lettermarks*) dan tipografi yang digunakan dalam media-media aplikasi logo (*corporate typeface / corporate typography*). Rustan juga menambahkan bahwa untuk letter marks keunikan menjadi hal yang paling utama dalam logo. Sedangkan pada *corporate typeface* lebih bertujuan untuk menjaga kesatuan desain (*unity*) antar media-media atau aplikasi desain perusahaan. Tidak lupa juga harus sesuai dengan fungsi-fungsi tipografi pada umumnya, yaitu penyampai informasi harus nyaman dibaca dengan segala kriterianya seperti *legible, read able*, dan lain-lain (Rustan,2009:78).

5. Elemen Gambar

Elemen gambar berguna untuk memperkuat kesan terhadap kepribadian brand. Yang termasuk dalam elemen gambar di sini adalah foto, artworks, infographics, dan lain-lain. Kadangkala dalam identitas visual penciptaan elemen visual lain seperti background atau *cropping image*. Berfungsi untuk memperkuat identitas dengan menambah keunikannya, sehingga secara visual brand lebih mudah dikenali. Selain itu backgroundjuga menciptakan *unity/kesatuan* (Rustan 2009;82).



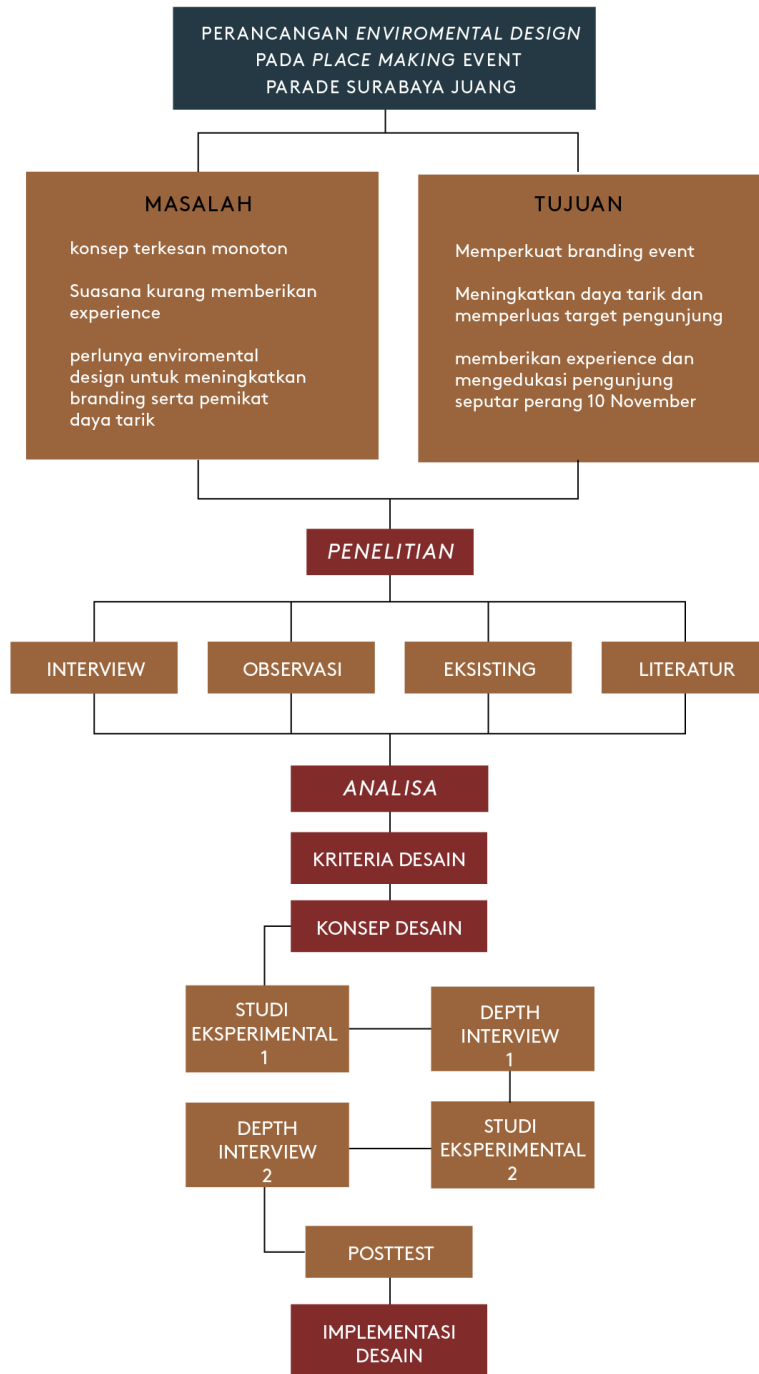
Gambar 2.8.4 Identitas visual

(Sumber : www.behance.net/sciencewerk , 2019)

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Diagram Perancangan



Gambar 3.1.1 Diagram Penelitian
(Sumber : Rega , 2019)

3.2 Metode Pengumpulan Data

3.2.1 Data Primer

1. Interview

Penulis melakukan interview ke pihak yang bersangkutan terhadap event antara lain, Penyelenggara event (Pemerintah Kota Surabaya) dan pelaksana (komunitas Surabaya Juang). Interview yang dilakukan penulis untuk mengetahui maksud tujuan penyelenggaraan event serta pengembangan konsep, kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi.

Protokol Interview 1 : Penyelenggara event (Dinas Pariwisata Kota Surabaya)

Narasumber	Ibu Ike (Kepala Bidang Destinasi Pariwisata)
Waktu	8 November 2018
Tempat	Dinas Pariwisata Kota Surabaya (Siola)
Fokus Penelitian	Maksud dan tujuan penyelenggaraan event
Pertanyaan	<ol style="list-style-type: none">1. Bagaimana latar belakang diselenggarakannya event Parade Surabaya Juang?2. Apa maksud dan tujuan diselenggarakannya event ini?3. Apa value yang ingin disampaikan kepada masyarakat?4. Adakah rencana pengembangan event kedepannya?

Protokol Interview 2 : Pelaksana event (Komunitas Surabaya Juang)

Narasumber	Heri Lenthoo (Konseptor event)
Waktu	20 November 2018
Tempat	Taman Budaya (Jl.Genteng Kali No.85)
Fokus Penelitian	Pengembangan konsep, kebutuhan dan permasalahan event
Pertanyaan	<ol style="list-style-type: none">1. Konsep seperti apa yang digunakan dalam pelaksanaan event Parade Surabaya Juang?2. Adakah pengembangan konsep yang dilakukan untuk kedepannya?3. Apa saja kebutuhan yang diperlukan untuk mengembangkan event?4. Apa permasalahan yang kerap terjadi saat pelaksanaan?

2. Observasi

Penulis melakukan observasi pada tanggal 10 November 2018 saat event Parade Surabaya berlangsung di depan Gedung Siola, Surabaya. Observasi ini dilakukan untuk menganalisa masalah utama yang digunakan sebagai bahan kebutuhan. Observasi yang digunakan adalah observasi AEIOU yang terdiri dari Analisa *Activity*, *Environment*, *Interaction*, *Object* dan *User*.

Tabel 3.2.1 Protokol observasi

No	Parameter	Target Penelitian
1	Activities	Untuk mengetahui aktifitas apa saja yang dilakukan pengunjung saat event berlangsung
2	Environment	Untuk mengetahui dimana event di selenggarakan, keterjangkauan dan tingkat kenyamanan pengunjung
3	Interaction	Untuk mengetahui interaksi apa yang terjadi antara pengunjung dengan event
4	Objects	Untuk mengetahui objek apa yang menjadi identitas dan daya tarik dalam pelaksanaan event
5	User	Untuk mengetahui segmentasi pengunjung yang belum tercapai maupun segmen baru yang memiliki potensi

3.2.2 Data Sekunder

1. Studi Eksisting

Penulis melakukan studi eksisting terkait pelaksanaan event Parade Surabaya Juang pada tahun-tahun sebelumnya melalui dokumentasi foto dan video. Studi ini digunakan penulis untuk menganalisa *interest*, identitas dan *tone and manner* event.

2. Studi Literatur

Membaca buku-buku literatur, *e-book*, jurnal dan thesis terkait penyelenggaraan event, *environmental design*, *Place making* dan desain pameran sebagai pengetahuan dasar perancangan. Membaca artikel online dan surat kabar dengan topik Parade Surabaya Juang untuk memperoleh data. Selanjutnya dilengkapi oleh landasan teori yang mampu menunjang penelitian perancangan ini.

3.3 Hasil Penelitian

3.3.1 interview

Interview 1 : Penyelenggara event (Dinas Pariwisata Kota Surabaya)

Narasumber	Ibu Ike (Kepala Bidang Destinasi Pariwisata)
Waktu	8 November 2018
Tempat	Dinas Pariwisata Kota Surabaya (Siola)
Fokus Penelitian	Maksud dan tujuan penyelenggaraan event
Jawaban	<p>1. Bagaimana latar belakang diselenggarakannya event Parade Surabaya Juang?</p> <p>Adanya indikasi kurangnya pengetahuan tentang Surabaya Kota Pahlawan bagi pelajar pada tahun 2010, lantas diselenggarakan event ini sekaligus sebagai puncak peringatan Hari Pahlawan yang jatuh pada tanggal 10 November.</p> <p>2. Apa maksud dan tujuan diselenggarakannya event ini?</p> <ul style="list-style-type: none">– Surabaya sebagai Kota Pahlawan perlu dikuatkan lagi dalam penumbuhan nilai-nilai kepahlawanan– Memperingati Hari Pahlawan 10 November dan menggelorakan kembali semangat kepahlawanan untuk menumbuhkan jiwa nasionalisme– Memberi wadah masyarakat untuk mengekspresikan semangat kepahlawanan dan menanamkan jiwa kepahlawanan kepada generasi muda sebagai penerus bangsa <p>3. Apa value yang ingin disampaikan kepada masyarakat?</p> <p>Value yang ingin disampaikan adalah sebuah rekonstruksi peristiwa perang 10 November yang kental akan nilai-nilai kepahlawanan dan perjuangan</p> <p>4. Adakah rencana pengembangan dari Pemkot untuk Parade Surabaya Juang kedepannya?</p> <p>Pada tahun 2019 event ini menjadi event nasional dan diupayakan pada tahun 2020 menjadi event berskala internasional</p>

Interview 2 : Pelaksana event (Komunitas Surabaya Juang)

Narasumber	Heri Lenthoo (Konseptor event)
Waktu	20 November 2018
Tempat	Taman Budaya (Jl.Genteng Kali No.85)
Fokus Penelitian	Pengembangan konsep, kebutuhan dan permasalahan event
Jawaban	<p>1. Konsep seperti apa yang digunakan dalam pelaksanaan event Parade Surabaya Juang?</p> <p>Parade menggunakan konsep <i>seeing is believing</i> dimana transformasi nilai lewat indra pengelihatan (pertunjukan). Masyarakat menyaksikan pertunjukan disepanjang rute yang ditentukan dan peserta parade berjalan menempuh rute tersebut.</p> <p>2. Adakah pengembangan konsep yang dilakukan untuk kedepanya?</p> <p>Pengembangan yang selama ini dilakukan hanyalah perubahan tema dan penambahan pertunjukan. Pernah diusulkan konsep <i>place making</i> dengan tema “pekan pahlawan” dimana berbagai kegiatan peringatan hari pahlawan diselenggarakan dalam suatu tempat selama sehari-hari.</p> <p>3. Apa saja yang dibutuhkan dalam pengembangan event?</p> <p>Untuk mengembangkan event dalam skala nasional atau bahkan internasional tentunya dibutuhkan <i>branding</i> yang kuat agar pengunjung mempunyai loyalitas untuk datang dan menjaga keberlangsungan event. Selain itu diperlukan konsep baru agar tiap tahun pelaksanaan event tidak monoton sehingga dapat meningkatkan daya tarik dan memperluas segmentasi target.</p> <p>4. Apa permasalahan yang kerap terjadi dalam event ini?</p> <p>Permasalahan yang kerap terjadi paling banyak saat parade berlangsung, antusiasme pengunjung kadang mengganggu jalanya pertunjukan dan menghambat arak-arakan. Banyak pengunjung yang melanggar batas untuk sekedar berfoto padahal dapat membahayakan dirinya sendiri. Minimnya fasilitas pendukung juga mempengaruhi kualitas event.</p>

3.3.2 Observasi

Metode ini dilakukan pada saat event Parade Surabaya Juang berlangsung dengan menggunakan jenis observasi AEIOU untuk mengetahui formulasi permasalahan dan formulasi kebutuhan yang diperlukan dalam pembuatan konsep desain. Berikut hasil analisa penulis dengan metode AEIOU dengan tema observasi “konsep pertunjukan event” :

Tabel 3.3.1 Hasil AEIOU

No	Parameter	Target Penelitian
1	Activities	<ul style="list-style-type: none">– Pengunjung memenuhi bahu jalan secara bertumpukan– Pengunjung menunggu parade tanpa kepastian waktu– Pengunjung mendokumentasikan pertunjukan tanpa memperhatikan keselamatan
2	Environment	<ul style="list-style-type: none">– Pertunjukan dilakukan di jalanan– Area menonton tidak kondusif– Suasana ramai sesak– Waktu pelaksanaan pagi menjelang siang
3	Interaction	<ul style="list-style-type: none">– Pengunjung berfoto dengan peserta parade dan alusista– Pemeran pertunjukan memberikan jargon kemerdekaan diikuti pengunjung– Pengunjung merasakan suasana tembak menembak dan ledakan
4	Objects	<ul style="list-style-type: none">– Alusista– Persenjataan– Atribut pejuang– Alat dokumentasi
5	User	<ul style="list-style-type: none">– Pengunjung didominasi oleh warga kota separuh baya– Peserta parade terdiri dari veteran, TNI, Pelajar, PNS dan Renaktor

3.4 Analisa Data

3.4.1 Formulasi Masalah

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, ditemukan berbagai masalah yang kemudian dikelompokkan melalui metode observasi AEIOU. Masalah yang dianalisa antara lain *Activity, Environment, Interaction, Object* dan *User*.

Aktifitas pengunjung hanya sekedar menonton pertunjukan saja tanpa dilibatkan secara langsung, hal ini mengakibatkan minimnya interaksi pengunjung berdampak pada kurangnya *experience*. Antusiasme pengunjung terhadap pertunjukan justru dapat merugikan kedua pihak, yang pertama pengunjung yang menerobos pembatas dapat terluka karena pertunjukan menggunakan beberapa senjata asli, kedua pemeran teatrical yang terganggu akibat aktifitas dokumentasi pengunjung yang terlalu dekat.

Environment tempat pertunjukan berlangsung juga kurang ideal, terjadi penumpukan pengunjung di bahu jalan sehingga pengunjung yang dibelakang tidak dapat melihat dengan jelas. Objek pertunjukan berupa pertunjukan teatrical dan sebagainya juga kurang menyampaikan nilai-nilai kepahlawanan. Pengunjung didominasi oleh warga kota separuh baya, padahal target utama event ini adalah para pemuda dan wisatawan local.

3.4.2 Formulasi Kebutuhan

Melalui metode observasi AEIOU permasalahan yang telah diuraikan akan dirumuskan menjadi bahan kebutuhan. Kebutuhan ini yang akan digunakan sebagai dasar acuan perancangan. Parade Surabaya membutuhkan konsep baru yang belum pernah dilakukan sebelumnya. Konsep yang dimaksud bukanlah konsep dari segi pertunjukan, namun bagaimana cara pengunjung dapat masuk dalam kegiatan rekonstruksi dengan *environmental design*.

Salah satu cara untuk melibatkan pengunjung melalui konsep *Place Making* yang berbentuk eksibisi kontemporer. Eksibisi dalam event Parade Surabaya Juang memerlukan pembentukan suasana perang 10 November. Selain untuk menambah daya tarik dan *experience*, lewat pembentukan suasana juga dapat mendukung tujuan event yakni mentransformasikan nilai kepahlawanan. Kebutuhan yang paling banyak ada pada isi eksibisi, yang pertama menyangkut kebutuhan tema tiap area yang dapat

merepresentasikan konten yang disampaikan. Kedua, kebutuhan instalasi untuk mendukung kegiatan rekonstruksi yang terdiri dari instalasi *interaction* dan *display*.

Berikutnya adalah kebutuhan eksibisi kontemporer dari segi konten. Konten yang disampaikan merupakan edukasi seputar sejarah perang 10 November yang cukup kompleks dan banyak. Maka dari itu eksibisi ini memerlukan penyampaian konten yang berbeda dan atraktif. Tidak hanya melalui papan tulisan saja, namun dengan berbagai media interaktif lainnya. Selain itu kebutuhan akan media promosi juga turut diperhatikan, pemilihan media promosi harus disesuaikan dengan segmentasi pengunjung. kebutuhan terakhir ditinjau dari segi pengunjung menyangkut kenyamanan, keamanan dan kemudahan informasi.

3.4.3 Positioning

Enviromental design Parade Surabaya Juang diposisikan sebagai *Place Making* event dengan bentuk eksibisi kontemporer yang bertemakan pertempuran 10 November. Desain eksibisi ini merupakan sebuah upaya dalam menarik antusiasme pengunjung dan memperkuat branding event yang membutuhkan pembaharuan konsep.

Eksibisi kontemporer ini berperan sebagai sarana interaksi event kepada pengunjung untuk berbagai value transformasi nilai-nilai kepahlawanan, edukasi sejarah perang 10 November dan *experience* pengunjung berupa rekonstruksi peristiwa sejarah.

3.4.4 Segmentasi Target

Event Parade Surabaya Juang sejatinya diperuntukan untuk umum, namun perancangan eksibisi kontemporer lebih dispesifikasikan pada kategori remaja akhir dengan rentan usia 18 - 25 tahun (menurut WHO). Pembatasan usia bertujuan untuk menentukan perancangan desain yang sesuai dengan kebutuhan pengunjung. Selain itu pembatasan usia didasari oleh konten yang disampaikan, yakni mengenai peperangan yang notabnya mengandung unsur-unsur kekerasan, pembunuhan dan sadism. Usia remaja akhir dinilai sudah layak untuk menerima konten tersebut dan mampu bertanggung jawab atas konten yang diterima. Segmentasi target terbagi menjadi :

- ***Demography***

Berusia 18 – 25 tahun, laki-laki dan perempuan, menempuh Pendidikan perkuliahan atau sudah bekerja, mencukup ekonomi menengah keatas.

- ***Geographic***

Surabaya dan sekitarnya.

- ***Psychographic***

Para pemuda yang masih memiliki jiwa nasionalisme dan ketertarikan akan sejarah, sudah memiliki rasa tanggung jawab atas dirinya dan lingkungan sekitar, selalu ingin mencoba hal-hal baru. rela mengeluarkan biaya lebih untuk mengikuti sebuah event, aktif bersosial media, suka memperbaharui social media dengan memosting foto.

- ***Behavioral***

Mempunyai kebiasaan suka berpergian dengan kelompoknya ketempat-tempat hits yang memiliki keunikan dan experience. Selalu mengabadikan momen dengan berfoto bersama dengan background tempat tersebut lalu membaginya lewat sosial media.

3.5 Metode Perancangan

3.5.1 Studi eksperimental

Setelah melakukan observasi, penulis melakukan eksperimen *environmental design* pada *place making* event. Pada tahap ini penulis menciptakan konsep desain untuk menjawab permasalahan hasil temuan dengan mengacu pada tujuan event. Studi eksperimental yang dilakukan penulis diantaranya pembuatan *layout*, alur, *story telling* dan tema tiap area dalam eksibisi. Metode ini dilakukan sebanyak 2 tahap, tahap pertama penulis merancang dan mengembangkan konsep desain. Selanjutnya tahap kedua dilakukan dengan merevisi desain hasil *feedback* depth interview.

3.5.2 Depth interview

Depth Interview digunakan untuk mendapatkan *feedback* dari orang yang berpengalaman pada bidang tertentu, pada perancangan ini penulis melakukan depth interview kepada orang yang berpengalaman dalam bidang event *place making* yakni *event planner / event organizer*. Penulis melakukan Depth Interview dengan membawa hasil studi eksperimental berupa sketsa ataupun desain komprehensif. Tahap ini bertujuan untuk mengetahui pandangan ahli mengenai konsep yang telah dibuat, menyangkut teknis dan non teknis perancangan. Penulis melakukan metode ini sebanyak 2 tahap, yaitu :

1. Event Planner and Management (Debindo)

Protokol Depth Interview	
Tujuan	Konsultasi hasil studi eksperimen 1
Narasumber	Tomi Redianto (Project Manager Debindo)
Pertanyaan	<ul style="list-style-type: none">– Apakah letak <i>Pop Up Museum</i> sudah sesuai dengan penyelenggaraan event Parade Surabaya Juang?– Apakah layout <i>Pop Up Museum</i> (dalam segi ukuran maupun alur) sudah ideal ?– Apakah konten / informasi didalam sudah memenuhi kebutuhan pengunjung?– Apakah tingkat kenyamanan dan keamanan pengunjung sudah memenuhi standar?– Apa yang dapat ditambahkan atau dikurangi dalam rancangan desain area?

2. Event Planner and Management (Debindo)

Protokol Depth Interview	
Tujuan	Konsultasi hasil studi eksperimen 2
Narasumber	Tomi Redianto (Project Manager Debindo)
Pertanyaan	<ul style="list-style-type: none">– Apakah dari hasil studi eksperimental kedua yang telah direvisi telah sesuai dengan tanggapan dan masukan yang dimaksud?– Adakah faktor diluar desain yang harus diperhatikan, menyangkut pelaksanaan?

3.5.3 *Posttest* (Kuisisioner)

Kuisisioner disebarakan kepada target pengunjung *event* sesuai dengan segmentasi untuk menguji kesesuaian tema ,kesan visual, manfaat media dan estetika tiap area pada eksibisi kontemporer. Pada tahap ini merupakan pengujian eksperimental terakhir sebelum rancangan desain dieksekusi.

Target Kuisisioner	: Laki-laki dan perempuan berumur 15-25 tahun
target kuisisioner	: ± 50 responden
Skala Penelitian	: (1) Sangat Kurang (2) Kurang (3)Cukup Baik (4) Baik (5) Sangat Baik

Konten Pertanyaan

1. Identitas Responden :
 - Usia
 - Gender
 - Tempat tinggal
 - Penghasilan perbulan
2. Tanggapan Responden :
 - *Apakah area ini (meliputi objek-objek, konten, wahana dan grafis) sudah merepresentasikan peristiwa perang 10 November?*
 - *Apakah Area ini sudah memberikan kesan heroik dan sesuai dengan tema perjuangan?*
 - *Apakah area ini dapat menjadi media pembelajaran perang 10 November dan transformasi nilai-nilai kepahlawanan?*
 - *Apakah area ini mempunyai konsep yang unik sehingga menarik untuk dikunjungi ?*

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

BAB IV

KONSEP DESAIN

4.1 Analisa Konsep

4.1.1 Deskripsi Perancangan

Perancangan *Enviromental Design* sebagai *Place Making* event Parade Surabaya Juang merupakan sebuah upaya memperkuat branding event dan meningkatkan daya Tarik pengunjung yang dilakukan untuk mendukung tujuan penyelenggaraan event sebagai media transformasi nilai—nilai kepahlawanan kepada masyarakat.

Perancangan ini dilakukan berdasarkan permasalahan yang ditemukan penulis meliputi, tidak adanya pengembangan konsep baru, sehingga event terkesan monoton dan pentingnya *enviromental design* bagi event Parade Surabaya Juang untuk memperkuat *branding* event serta pemikat daya tarik pengunjung. Melalui perancangan ini penulis bermaksud untuk merancang envirometal design berupa desain eksibisi kontemporer beserta kebutuhan elemen-elemen visual seperti identitas visual dan media promosi.

4.1.2 Stakeholder

Pengambilan keputusan konsep desain pada perancangan ini mengacu pada tujuan dan kebutuhan event yang diperoleh dari hasil interview dan observasi kepada pihak yang bersangkutan terhadap event antara lain, Penyelenggara event (Pemerintah Kota Surabaya) dan pelaksana (komunitas Surabaya Juang). *Enviromental Design* yang dihasilkan harus mampu menyampaikan pesan dan maksud dari pihak penyelenggara sesuai dengan *value* yang terkandung.

Penentuan tujuan diperoleh dengan meninjau visi dan misi yang dibuat oleh penyelenggara event (Pemerintah Kota Surabaya). Sedangkan kebutuhan event diperoleh dengan mengevaluasi konsep terdahulu yang dirancang oleh konseptor atau pelaksana event (Komunitas Surabaya Juang) dan menganalisa pengembangan yang akan dilakukan ditahun selanjutnya.

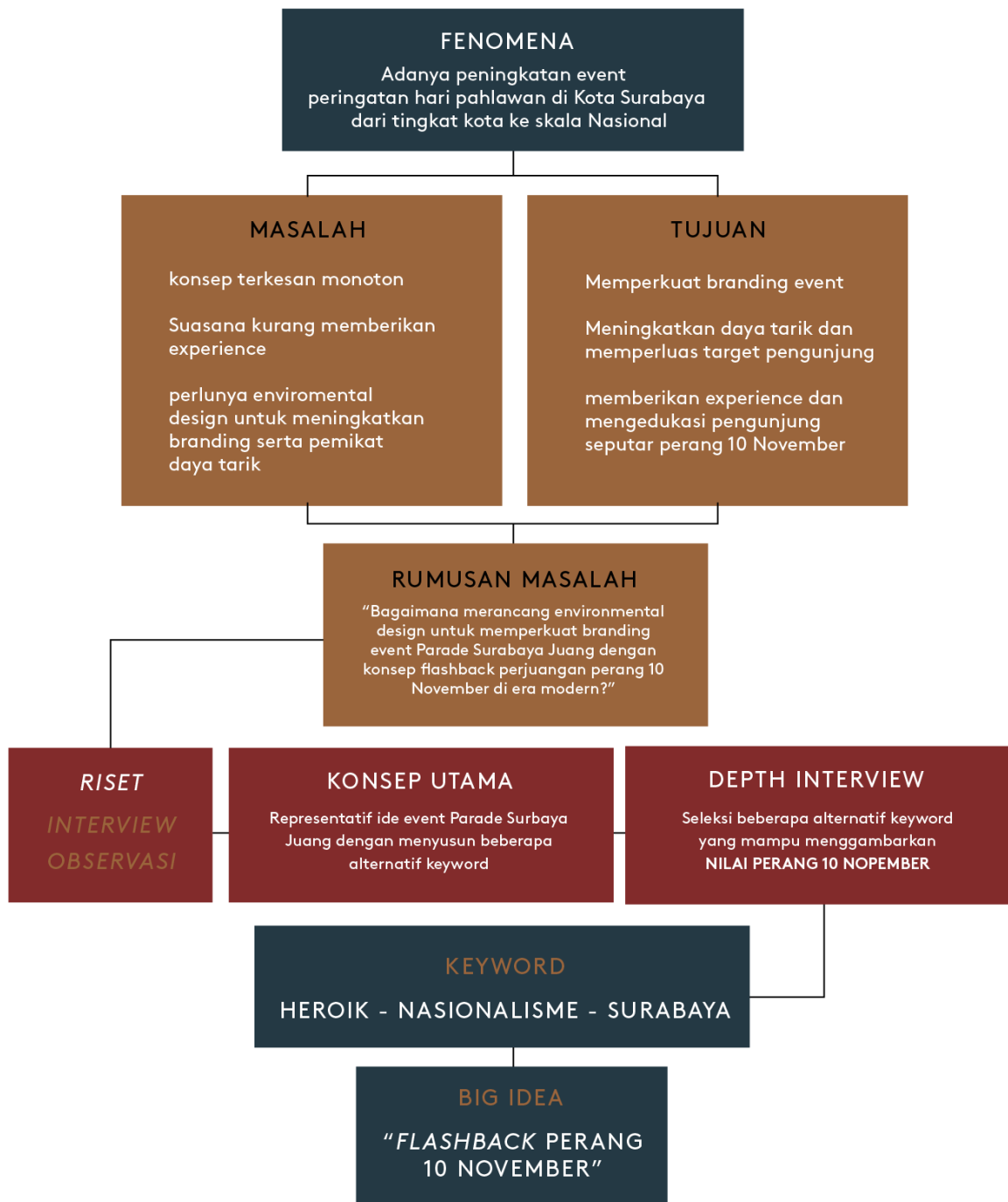
4.1.3 Aspek Pengunjung

Perancangan *Environmental Design* memperhatikan segmentasi pengunjung yang disasar agar sesuai dengan karakteristiknya. Walau diperuntukan untuk masyarakat umum, taretet utama Parade Surabaya Juang adalah segmen remaja, karena penanaman nilai-nilai kepahlawanan paling vital saat ini ada pada segmen tersebut.

Beberapa hal yang menjadi perhatian dalam penentuan konsep desain terkait aspek pengunjung yang pertama adalah nilai experience yang terdiri atas : *Activity* (aktivitas pengunjung), *Environment* (tema area), *Interaction* (Interkasi pengunjung), *Object* (konten,instalasi) dan *User* (pengunjung). Yang kedua adalah nilai teknis, mencangkup alur sirkulasi, durasi masuk, harga tiket, regulasi / ketentuan dan keamanan.

4.1.4 Penentuan *Keyword*

Keyword ditentukan berdasarkan *value event* dan benak yang ingin di tanamkan kepada masyarakat. *Event* Parade Surabaya Juang memerlukan pembentukan suasana dan identitas melalui *environment design* untuk memberikan experience kepada pengunjung serta menceritakan peristiwa perang 10 November secara menarik dan berbeda, sehingga mampu menstransformasikan nilai-nilai kepahlawanan. Untuk mewujudkan konsep diatas *keyword* yang dipilih adalah *flashback* perang 10 November. Arti kata *keyword* “*flashback* perang 10 November” adalah membangun suasana peristiwa masa lampau untuk menceritakan kembali perang 10 November dengan sentuhan modern atau disebut dengan gaya kontemporer demi menanamkan nilai kepada target audiens (remaja).



Gambar 4.1.1 Diagram konsep
(Sumber : Rega , 2019)

4.1.5 Studi dan Analisa *Keyword*

Pada tahap ini *keyword* akan dibreakdown untuk menentukan parameter pada perancangan. Ide utama dari perancangan ini “*flashback* perang 10 November” adalah untuk menanamkan nilai-nilai perjuangan para pahlawan menghadapi perang 10 November di Surabaya sebagai contoh sikap menghadapi tantangan di kehidupan sekarang. Berikut penjabaran arti *keyword*:



Gambar 4.1.2 *Keyword*
(Sumber : Rega , 2019)

1. Heroik

Dalam kamus Heroik atau kepahlawanan disebutkan, bahwa pahlawan adalah pejuang yang gagah berani, orang yang menonjol karena keberaniannya dalam menghadapi pertempuran. Sedangkan sifat heroic adalah representasi dari sikap berani berkorban demi membela kebenaran.

Bentuk implementasi kata “Heroik” pada eksibisi kontemporer :

- Penyampaian kisah-kisah heroik di tiap area sesuai dengan kronologis perang 10 November, seperti kisah perobekan bendera yang dilakukan oleh arek-arek Surabaya, perampasan senjata di Gedung Don Bosco, Pemberontakan di jembatan merah, Penolakan ultimatum Mansergh
- Penggunaan grafis dengan style *Heroic realism* dengan berbagai foto-foto pejuang dan beberapa jargon kemerdekaan
- Wahana semi militer dengan konsep rekonstruksi peristiwa heroik seperti wahana perobekan bendera, jembatan merah dan medan perang

2. Nasionalisme

Nasionalisme adalah paham kebangsaan dari masyarakat suatu negara yang memiliki kesadaran dan semangat cinta tanah air dan bangsa yang ditunjukkan melalui sikap dan tingkah laku individu atau masyarakat.

Bentuk implementasi kata “Nasionalisme” pada eksibisi kontemporer :

- Penyampaian cerita pertempuran mempertahankan kemerdekaan Indonesia sebagai bentuk rasa cinta tanah air, seperti pertempuran fase 1 dan pertempuran fase 2 di Surabaya
- Penyampaian masing-masing peristiwa pertempuran dengan grafis, video mapping, instalasi serta objek-objek pendukung lainnya
- Media interaktif sebagai sarana aspirasi pengunjung terhadap makna perjuangan, serta penerapan atribut merah putih dan anti kolonialisme pada sudut-sudut area

3. Surabaya

Surabaya merupakan salah satu kota paling berperan dalam upaya mempertahankan kemerdekaan. Pertempuran di Surabaya merupakan pertempuran antara pejuang Indonesia melawan pasukan Sekutu yang terjadi setelah kemerdekaan Indonesia yakni pada tanggal 10 November 1945, didaulat sebagai salah satu pertempuran terbesar dan terberat dalam sejarah Revolusi Nasional Indonesia. Julukan kota pahlawan diberikan presiden Soekarno kepada kota ini karena peristiwa tersebut.

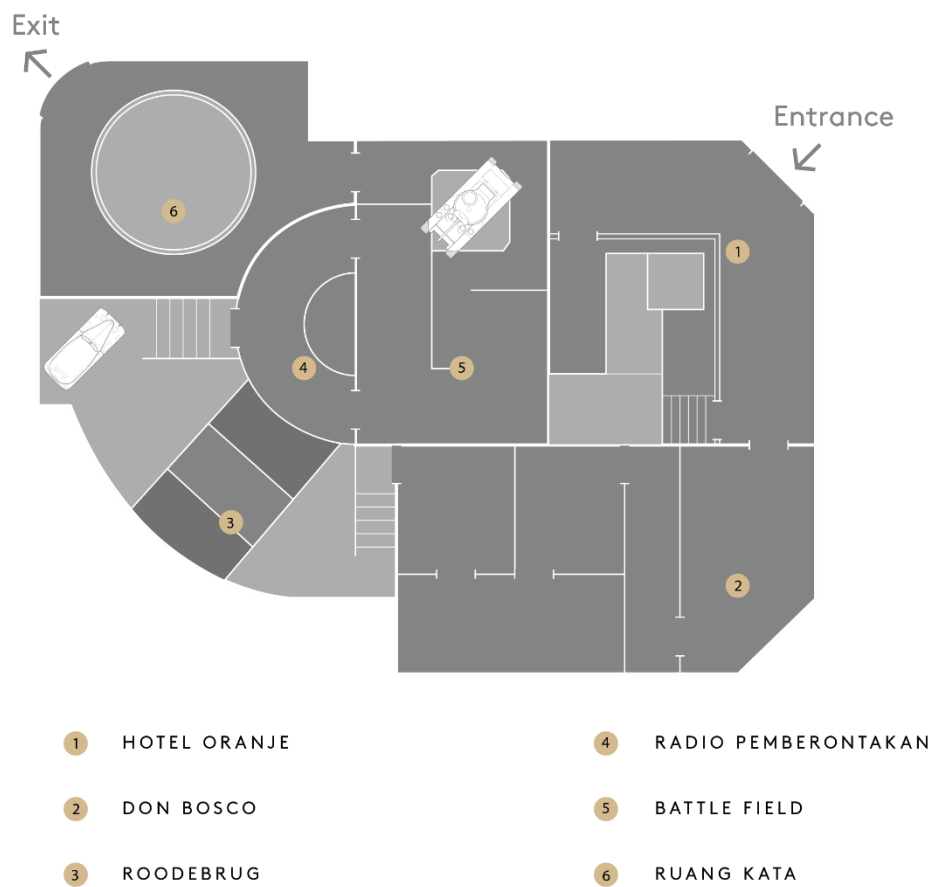
Bentuk implementasi kata “Surabaya” pada eksibisi kontemporer :

- Mengadaptasi beberapa ikon bangunan di Surabaya untuk dijadikan tema area dan instalasi utama pada desain eksibisi, seperti : Hotel Oranje, Don Bosco, Jembatan Merah dan Radio pemberontakan
- Penyampaian konten informasi mengenai tempat-tempat ikonik perang 10 November yang dijadikan tema area seperti diatas
- Kriteria pahlawan yang diangkat pada eksibisi merupakan pahlawan yang berjuang pada perang Surabaya saja

4.2 Kriteria Desain

4.2.1 Pembagian Area

Pembagian area berdasarkan alur sejarah perang 10 Nopember terbagi menjadi 6 area, yakni Hotel Oranje, Don Bosco, Jembatan Merah, Radio pemberontakan, Medan Perang dan Ruang kata. Secara garis besar konten yang disampaikan berisi awal mula pemicu perang, klimaks hingga penyelesaian perang 10 November.

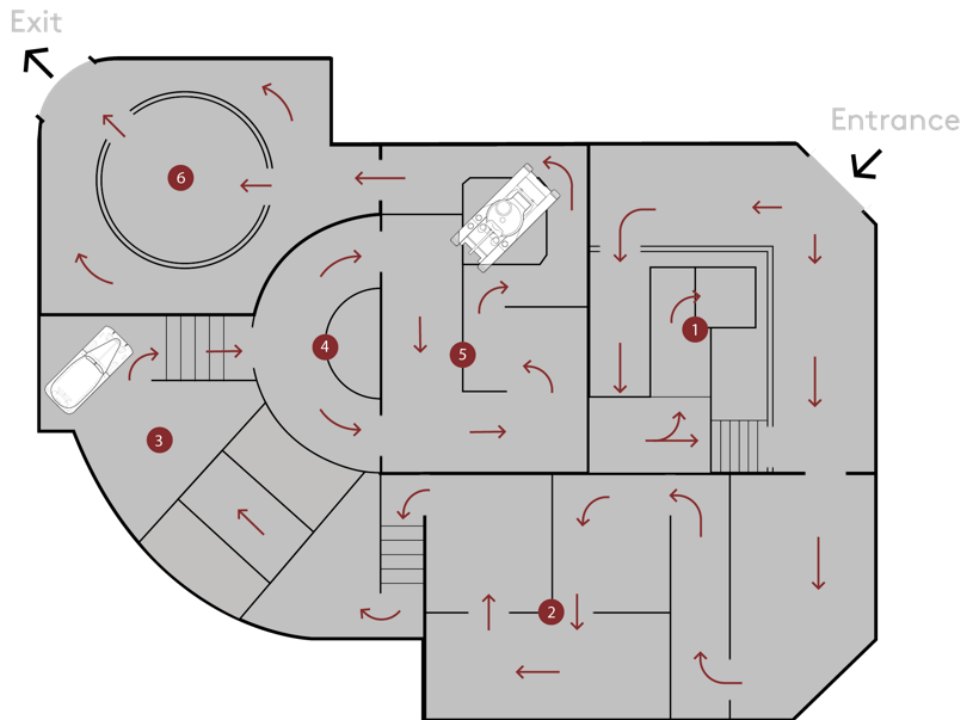


Gambar 4.2.1 Pembagian area

(Sumber : Rega , 2019)

4.2.2 Alur Sirkulasi

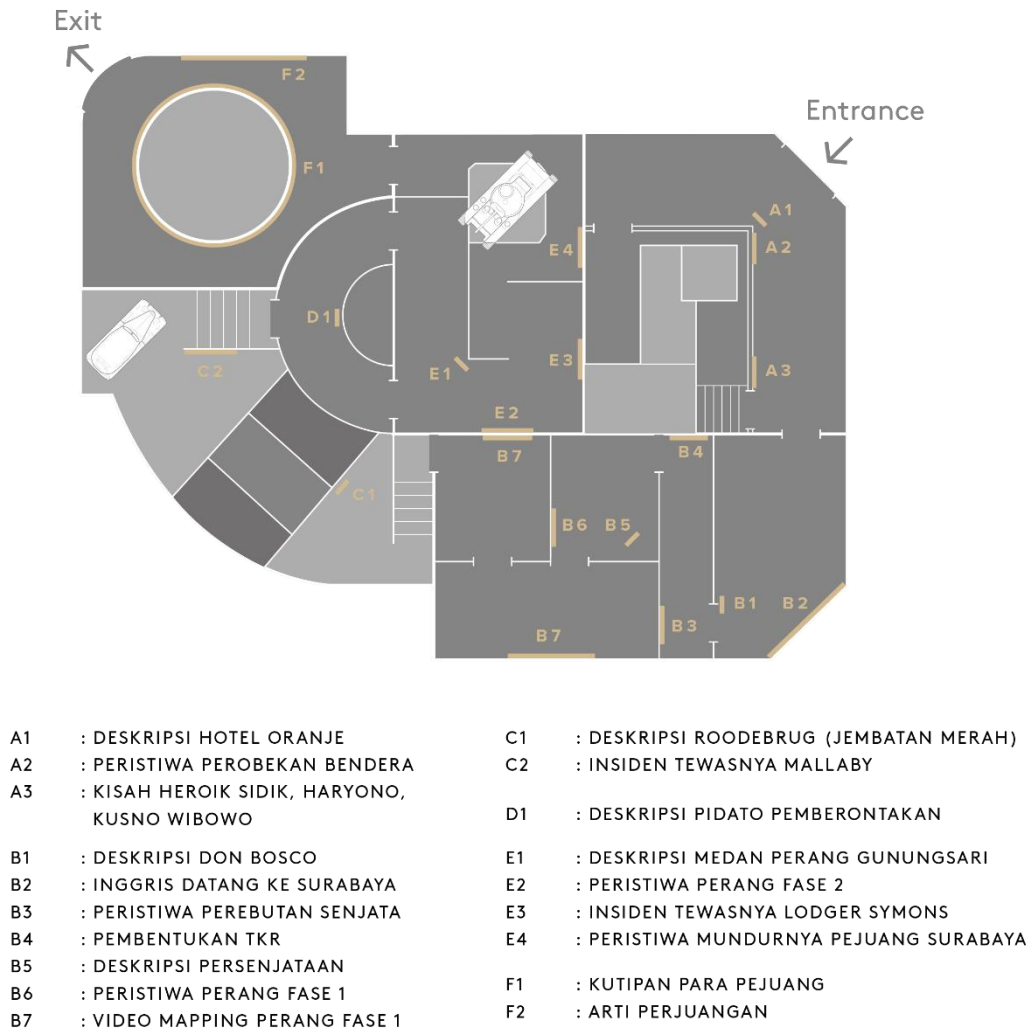
Alur pada pameran kontemporer ini merupakan alur *directed approach*, yakni sirkulasi pengunjung pada pameran bersifat kaku dan mengarah pada satu jalur sesuai dengan perencanaan. Alur ditetapkan sesuai dengan kronologis *story telling* sehingga pengunjung dapat menerima runtutan informasi yang sama.



Gambar 4.2.2 Alur sirkulasi
(Sumber : Rega , 2019)

4.2.3 Penempatan Konten

Penempatan konten disesuaikan dengan alur dan tema tiap area, konten sendiri terdiri dari konten *history* dan *story*. Konten berbentuk tulisan, objek maupun video atau audio.



Gambar 4.2.3 Penempatan konten

(Sumber : Rega , 2019)

4.2.4 Storytelling

Storytelling disesuaikan dari hasil observasi melalui tinjauan literatur buku “Surabaya Dimana Kau Sembunyikan Nyali Kepahlawanannya” dan interview dengan Ady Setiawan sebagai pengarang buku tersebut. Latar waktu cerita tepatnya mulai dari 19 September 1945 (awal pemicu perang) hingga akhir bulan November 1945 (penyelesaian perang), sedangkan latar tempatnya ada di sekitar Surabaya. Konsep *storytelling* disajikan secara kronologis, berurutan dari peristiwa tiap peristiwa. Secara garis besar terbagi menjadi 3 bagian yakni: Awal pemicu perang, Pertengahan, Klimaks atau penyelesaian.



PEROBEKAN BENDERA	PERANG FASE 1	PERANG JEMBATAN MERAH
Deskripsi Hotel Oranje Peristiwa Perobekan Bendera Kisah Heroik Sidik, Haryono, Kusno Wibowo	Deskripsi Don Bosco Inggris Datang Ke Surabaya Peristiwa Perebutan Senjata Pembentukan TKR Peristiwa Perang Fase 1	Deskripsi Roodebrug (Jembatan Merah) Insiden Tewasnya Mallaby
ULTIMATUM MANSERGH	PERANG FASE 2	PASCA KEMERDEKAAN
Deskripsi Medan Perang Peristiwa Perang Fase 2 Tewasnya Lodger Symons Peristiwa Mundurnya Pejuang Surabaya	Deskripsi Ultimatum Mansergh Pidato Pemberontakan	Kutipan Pejuang Arti Perjuangan

Gambar 4.2.4 Story telling

(Sumber : Rega , 2019)

4.2.5 Teknis Pelaksanaan

Parade Surabaya Juang diselenggarakan pada hari minggu tanggal 10 November 2019, pameran kontemporer berada di lapangan tengah Gedung Balai Pemuda, Surabaya. Pameran kontemporer dibuka mulai tanggal 28 Oktober sampai 30 November (1 bulan) dengan jam operasional mulai jam 3 sore hingga 9 malam untuk hari biasa, sedangkan mulai pukul 10 pagi hingga 8 malam. Adapun ketentuan memasuki Pop Up museum adalah sebagai berikut :

Ketentuan Pelaksanaan	Ketentuan Pengunjung
<ul style="list-style-type: none">- Harga tiket masuk Rp 40.000 /orang- Tiket hanya dapat dibeli ditempat- 1 kloter terdiri dari 10-15 orang- Batasan waktu tiap area 10-15 menit- Bersifat <i>one way</i> (tidak diperbolehkan kembali ke area sebelumnya)- Selama didalam diwajibkan mamatuhi aturan yang tertera- Terdapat <i>guide</i> pada tiap area, pengunjung menjalankan intruksi dari <i>guide</i>	<ul style="list-style-type: none">- Disarankan 13 tahun keatas- Disarankan dibawah 60 tahun- Tidak menderita penyakit jantung- Tidak sedang mengandung- Disarankan mengenakan pakaian pejuang- Tidak diperkenankan mengenakan sandal / sepatu berhak tinggi- Tidak diperkenankan mengenakan rok

4.2.6 Eksibisi Kontemporer

Suasana yang dibentuk menyesuaikan konsep “*flashback* perang 10 November”, pengunjung dibawa kemasa lampau untuk melintasi alur peristiwa sejarah perang 10 Nopember. Berikut adalah acuan kriteria desain pameran kontemporer pada tiap area :

A. Mood dan Ambience

1. AREA 1 :

Area pertama menceritakan kejadian *Het Vlag incident* yang terletak di Hotel Oranje. *Mood* dan *ambience* yang dibangun merepresentasikan kemegahan atau kemewahan sebagai kesan pertama dalam pameran. Penentuan *mood* berdasarkan konten yang dimuat yakni sebagai peristiwa penting awal pemicu perang 10 November. Untuk menggambarkan *mood* tersebut pada area ini didominasi oleh warna emas dan ornamen grafis yang elegan.



Gambar 4.2.5 Moodboard Area 1

(Sumber : Rega , 2019)

2. AREA 2 :

Area kedua menceritakan peristiwa perebutan senjata pada perang fase 1 berlatar gudang senjata Don Bosco. *Mood* dan *ambience* yang dibentuk merepresentasikan penjajahan dengan menambahkan ruang persenjataan dan atribut-atribut kolonialisme di beberapa titik, serta pembangunan suasana mencekam dengan memainkan pencahayaan redup dalam interior. Selain itu, terdapat video mapping yang menggambarkan ketidak seimbangan kekuatan melawan pihak Sekutu dengan sudut pandang pejuang.



Gambar 4.2.6 Moodboard Area 2

(Sumber : Rega , 2019)

3. AREA 3 :

Area 3 menceritakan perang yang menewaskan AWS Mallaby dengan latar belakang Roode Brug (Jembatan Merah). *Mood* dan *ambience* merepresentasikan kekacauan pasca perang yang terjadi disekitar Jembatan Merah. Untuk menggambarkan mood tersebut disekitar area terdapat puing-puing, peluru berserakan, persenjataan dan penambahan efek api dan asap. Sebagai *focal point* bagian tengah area ini diberi warna merah yang bermakna pertumpahan darah.



Gambar 4.2.7 Moodboard Area 3

(Sumber : Rega , 2019)

4. AREA 4 :

Area 4 bercerita tentang pidato heroik Bung Tomo menanggapi ultimatum Mansergh di radio pemberontakan. *Mood* dan *ambience* merepresentasikan suasana terdesak karena ultimatum yang diberikan pihak sekutu. Untuk memberikan suasana tersebut didalam area dipenuhi ultimatum yang menggantung seolah-olah berterbangan, dijatuhkan melalui instalasi pesawat pada atas area. Keadaan genting diciptakan melalui suara pidato Bung Tomo yang disiarkan melalui speaker-speaker pada instalasi patung.



Gambar 4.2.8 Moodboard Area 4

(Sumber : Rega , 2019)

5. AREA 5 :

Area 5 menceritakan perang fase2 berlatar area pertempuran di Gunungsari dengan medan parit pertahanan. *Mood* dan *ambience* merepresentasikan semangat perjuangan didalam medan tempur. Pembangunan suasana berbentuk medan parit dengan alur berupa labirin. Ditambahkan juga beberapa objek tempur seperti kantung pasir, kawat berduri, puing-puing pesawat dengan *focal point* instalasi tank. Untuk menambah kesan mencekam ditambahkan sensor suara ledakan di beberapa titik beserta efek api dan asap yang menutupi alur.



Gambar 4.2.9 Moodboard Area 5

(Sumber : Rega , 2019)

6. AREA 6 :

Area 6 merupakan *closing* dari rangkaian alur eksibisi. Berisi tentang makna perjuangan, terdapat foto dan kutipan para tokoh di panel-panel melingkar dan diselubungi warna serba merah putih. *Mood* dan *ambience* bernuansa kemerdekaan Indonesia dengan memberikan sentuhan *tone* merah putih diseluruh ruangan serta beberapa atribut bendera dengan *focal point* bendera merah putih yang dikelilingi oleh rangkaian panel ilustrasi pejuang dengan bentuk melingkar. Untuk menambah kesan nasionalisme disediakan media aspirasi kepada pengunjung mengenai makna perjuangan lewat tulisan.



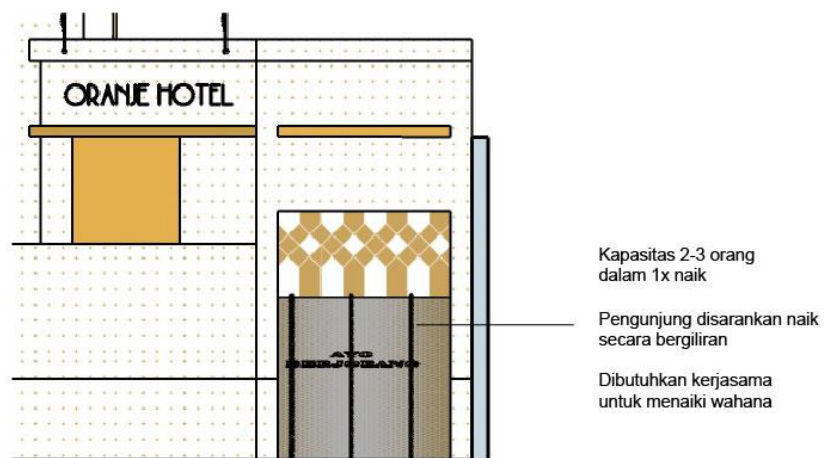
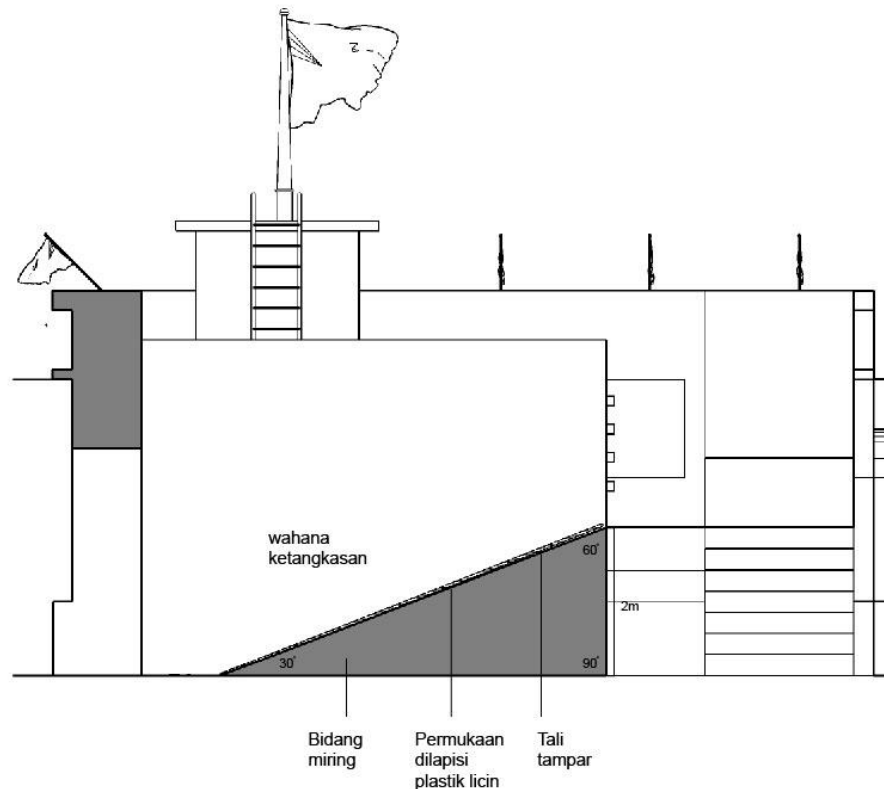
Gambar 4.2.10 Moodboard Area 6

(Sumber : Rega , 2019)

B. Interaktivitas

1. AREA 1 :

Interaktivitas pada Area 1 terinspirasi dari aksi pejuang dalam usaha merobek bendera dengan memanjat ke Menara hotel. Untuk mewujudkannya terdapat wahana ketangkasan berupa rintangan memanjat. Nilai kepahlawanan yang terkandung dalam interaktivitas tersebut adalah kegigihan dan kerjasama.



Gambar 4.2.11 Interaktivitas area 1
(Sumber : Rega , 2019)

2. AREA 2 :

Interaktivitas pada Area 2 terbagi menjadi 2. Interaktivitas yang pertama terdapat gudang persenjataan dimana pengunjung dapat memegang, mengangkat and mengokang objek tempur tersebut. Interaktivitas yang kedua terdapat *video mapping* dengan teknik *looping* yang ditembakkan pada 3 sisi dinding, lewat video tersebut diceritakan meletusnya perang fase 1 di kota Surabaya. Nilai kepahlawanan yang terkandung adalah rasa cinta tanah air (dibuktikan dengan sikap tidak rela bila tanah airnya dijajah) dan mental yang kuat menghadapi musuh tangguh.

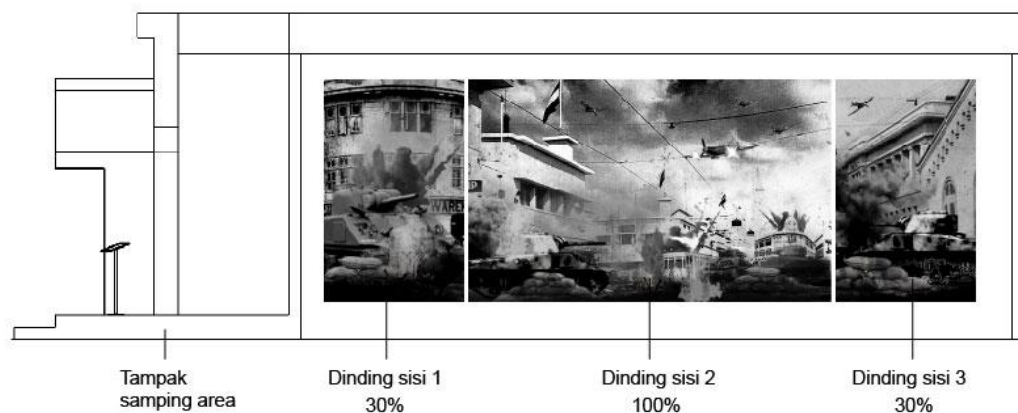
Interaktivitas 1 — persenjataan



Display senjata rampasan Jepang terdiri dari :

- senjata laras panjang
- senjata laras pendek
- peluru mortir
- bubuk mesiu

Interaktivitas 2 — video mapping

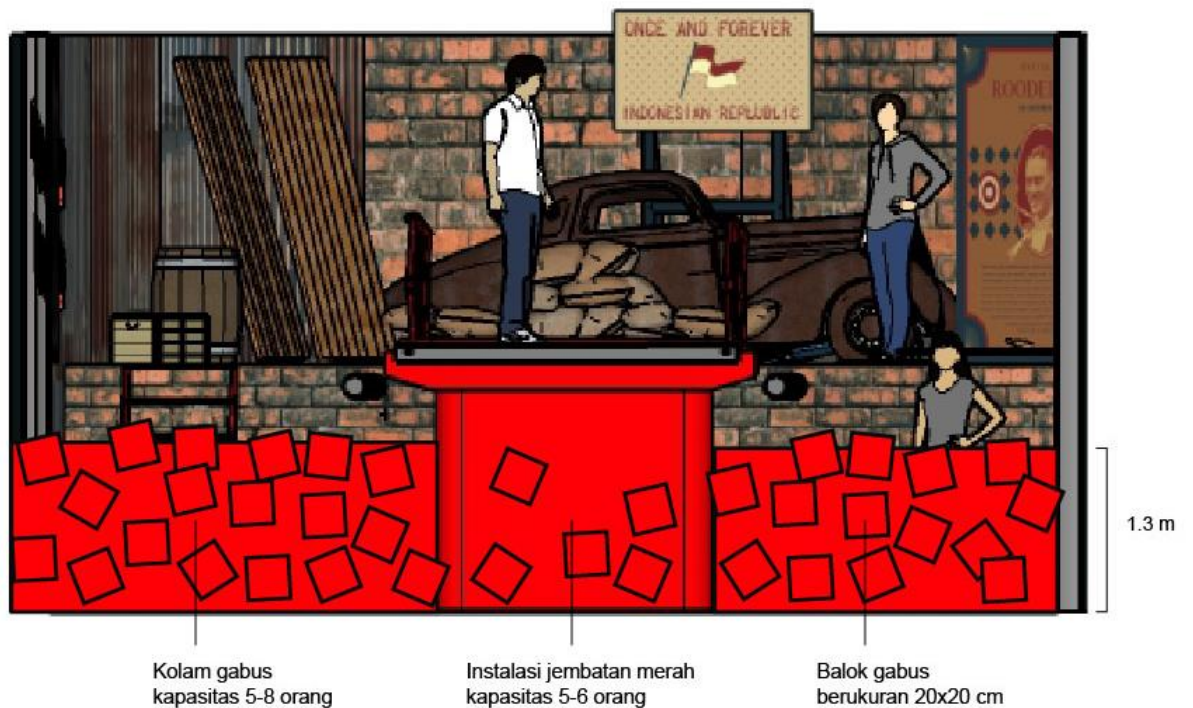


Gambar 4.2.12 Interativitas area 2

(Sumber : Rega , 2019)

3. AREA 3 :

Interaktivitas pada Area 3 terdapat dibawah instalasi jembatan merah berupa kolam balok yang merepresentasikan sungai Kalimas yang konon dahulu bewarna merah akibat pertumpahan darah. Pengunjung diberi misi untuk menyebrang dengan waktu sesingkat-singkatnya namun tidak diperbolehkan menyebrang lewat jembatan secara bersamaan, beberapa pengunjung harus menyebrang lewat sungai. Nilai kepahlawanan yang terkandung adalah rela berkorban dan tangkas.

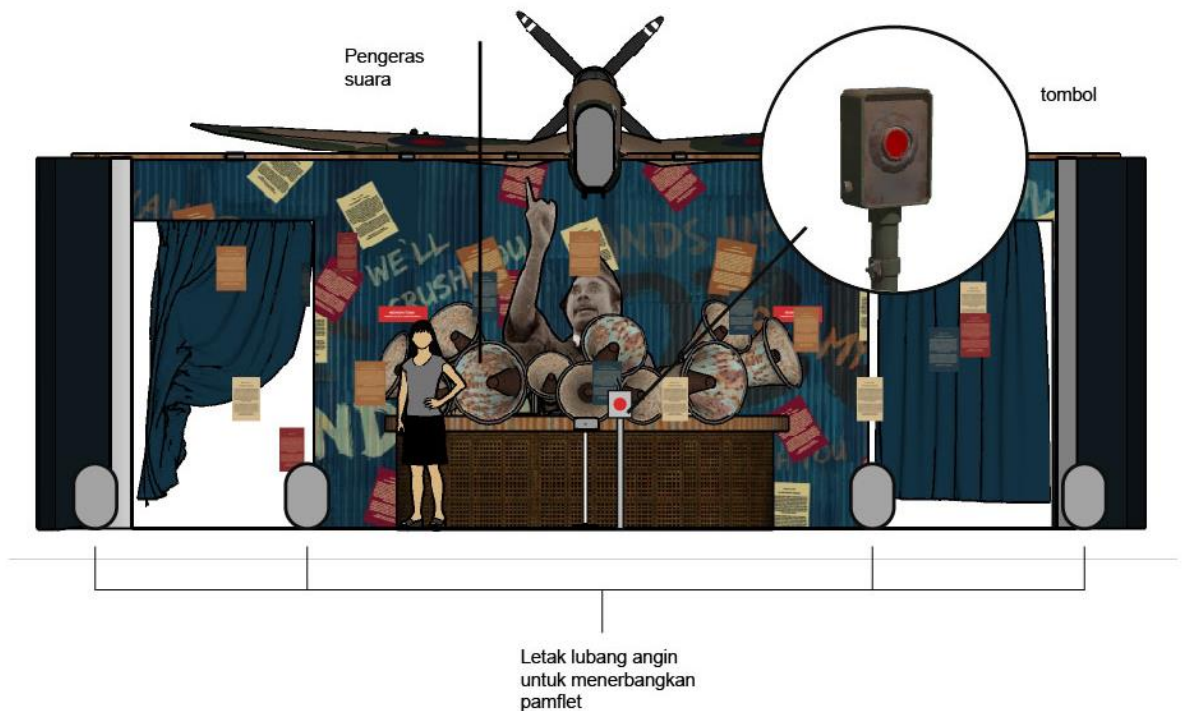


Gambar 4.2.13 Interaktivitas area 3

(Sumber : Rega , 2019)

4. AREA 4 :

Interaktivitas pada Area 4 menggambarkan kegentingan ultimatum Mansergh kepada warga Surabaya. Suasana tersebut diwujudkan melalui suara pidato Bung Tomo dan pamflet-pamflet berserakan. Untuk mengaktifkan interaktivitas pengunjung diwajibkan untuk menekan tombol ditengah area, tombol akan mengeluarkan suara rekaman pidato dan menyalakan kipas angin untuk menerbangkan pamflet. Nilai kepahlawanan yang terkandung adalah keberanian menghadapi ancaman.

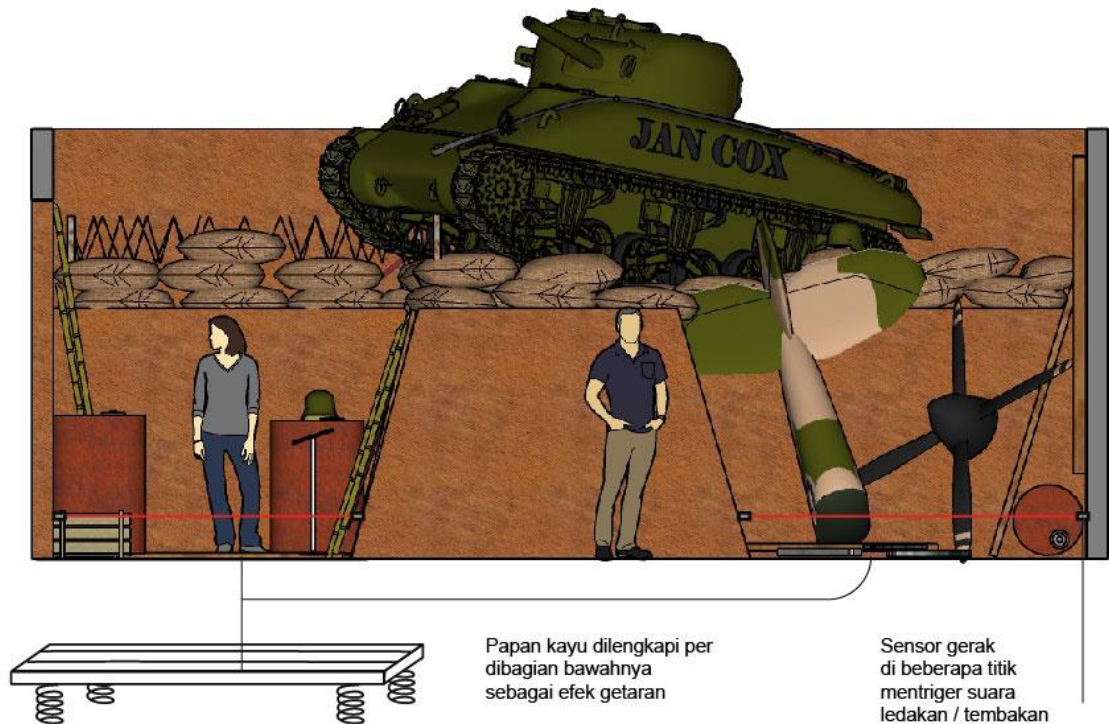


Gambar 4.2.14 Interaktivitas area 4

(Sumber : Rega , 2019)

5. AREA 5 :

Interaktivitas pada Area 5 menggambarkan suasana puncak pertempuran, terdapat sensor gerak yang mengaktifkan suara ledakan / tembakan di beberapa sudut area. Kemudian ditambahkan efek getar lewat papan kayu yang diberi per pada bagian bawahnya. Nilai kepahlawanan yang terkandung adalah semangat dan pantang menyerah menembus medan pertempuran.



Gambar 4.2.15 Interaktivitas area 5

(Sumber : Rega , 2019)

6. AREA 6 :

Interaktivitas pada Area 6 mengajak pengunjung untuk mengapresiasi bentuk perjuangan, baik perjuangan yang dilakukan pahlawan dalam mempertahankan kemerdekaan, maupun perjuangan pemuda menghadapi era modern. Nilai kepahlawanan yang terkandung adalah saling menghargai dan sikap nasionalisme.



Gambar 4.2.16 Interaktivitas area 6

(Sumber : Rega , 2019)

4.2.7 Gaya Visual

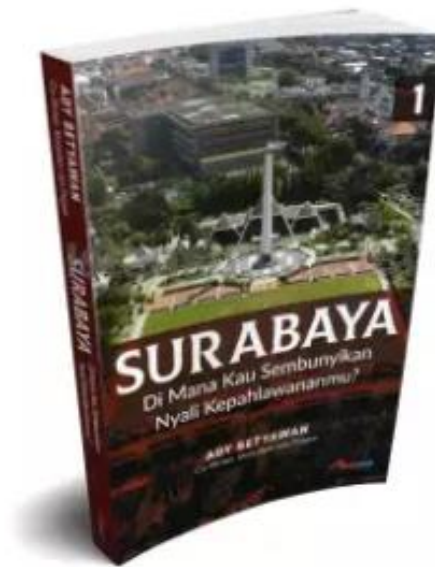
Gaya visual yang diterapkan pada perancangan ini mengacu pada gaya *Heroic Realism* yang berkembang pada masa perang dunia ke-2 berlangsung sebagai alat propaganda rezim komunisme Uni Soviet terhadap NAZI. Karakteristiknya mudah diidentifikasi (*to the point*) objek utama berupa tokoh pahlawan atau simbol nasionalisme, kalimat yang terpampang bersifat provokasi dan menggunakan jenis font tebal dan jelas. Alasan dipilihnya style ini untuk menunjukkan kesan perjuangan dan *flashback*. Style ini akan diterapkan pada *visual identity* ekshibisi kontemporer beserta media promosinya.



Gambar 4.2.17 Heroic realism style
(Sumber : Google Image , 2019)

4.2.8 Konten

Perancangan ini berisi konten yang menceritakan kronologi peristiwa perang 10 November dengan mengacu pada buku berjudul **“Surabaya Dimana Kau Sembunyikan Nyali Kepahlawanannya?”** karya Adi Setyawan dan Marjoelin Van Paage. Terdapat beberapa sumber referensi buku yang membahas tentang kronologi perang 10 November, namun penulis memilih buku ini sebagai acuan karena merupakan hasil kolaborasi dan riset yang dilakukan oleh kedua belah pihak yang terlibat (Indonesia dan Sekutu/Belanda). Maka dalam buku ini dicantumkan 2 versi cerita dari dua sudut pandang pihak yang bertempur.



Gambar 4.2.18 Buku literatur
(Sumber : Google Image , 2019)

Dalam buku ini terdapat *timeline* kronologi perang 10 November dari awal pemicu sampai dengan klimaks. Beberapa peristiwa dijelaskan secara terperinci menurut latar terjadinya hingga mengungkap beberapa penggalan cerita yang kerap kali tidak sesuai dengan kenyataan atau disimpang siurkan, sehingga khalayak umum kurang mengetahui kebenaran peristiwa tersebut.

Agar informasi yang disampaikan efektif dan mudah dipahami, konten informasi dikelompokkan dan diurutkan berdasarkan runtutan sejarah. Pengelompokan ini juga bertujuan untuk menyamaratakan treatment desain yang akan diterapkan pada masing-masing area. Berikut pembagian konten berdasarkan informasinya :

1. Konten History :

Konten ini memberikan informasi mengenai sejarah yang terjadi di tempat ikonik atau sebuah objek pada perang 10 November. Tempat ikonik dan objek tersebut diimplementasikan pada tema dan objek dalam area.

2. Konten Story :

Konten ini menjelaskan detail kronologis kejadian-kejadian yang terjadi pada tempat ikonik berdasarkan sejarah perang 10 November. Konten ini juga mengungkap fakta menarik yang belum banyak diketahui oleh masyarakat.

	PEROBEGAN BENDERA	PERANG FASE 1	PERANG JEMBATAN MERAH	ULTIMATUM MANSERGH	PERANG FASE 2	PASCA KEMERDEKAAN
HISTORY	Deskripsi Hotel Oranje	Deskripsi Don Bosco Deskripsi Persenjataan	Deskripsi Roode Brug	Deskripsi Ultimatum Mansergh	Deskripsi Medan Perang	Deskripsi Kutipan para pejuang
STORY	Perobekan Bendera Kisah Heroik Sidik, Haryono, Kusno Wibowo	Inggris datang Perebutan senjata Pembentukan TKR Perang fase 1 Gencatan senjata	Insiden tewasnya Mallaby	Pidato pemberontakan	Perang fase 2 Mundurinya pejuang Tewasnya Lodger Symons	Makna Perjuangan

Gambar 4.2.19 Pengelompokan konten
(Sumber : Rega , 2019)

4.2.9 Struktur dan Hirarki Konten

Agar informasi yang disampaikan efektif dan mudah dipahami, konten informasi dikelompokkan dan diurutkan berdasarkan runtutan sejarah. Pengelompokan ini juga bertujuan untuk menyamaratakan treatment desain yang akan diterapkan pada masing-masing area.

ALUR PERANG 10 NOVEMBER			
	AWAL PEMICU PERANG	MASA PERTENGAHAN PERANG	PENYELESAIAN PERANG
TEMA AREA	1. HOTEL ORANJE 2. DON BOSCO	1. ROODE BRUG 2. RADIO PEMBERONTAKAN	1. MEDAN TEMPUR 2. MERAH-PUTIH
PERISTIWA	1. Perobekan bendera 2. Perang Fase 1	1. Perang Jembatan Merah 2. Ultimatum Mansergh	1. Perang Fase 2 2. Pasca Kemerdekaan
KONTEN + MEDIA	1. - Deskripsi Hotel Oranje [SIGN STAND] - Peristiwa Perobekan Bendera [STICKER WALL] - Kisah Heroik Sidik, Haryono dan Kusno Wibowo [STICKER WALL]	1. - Deskripsi Roodebrug (Jembatan Merah) [SIGN STAND] - Insiden Tewasnya Mallaby [POSTER]	1. - Deskripsi Medan Perang Gunungsari [SIGN STAND] - Peristiwa Perang Fase 2 [STICKER WALL] - Tewasnya Lodger Symons [POSTER] - Mundurnya Pejuang Surabaya [POSTER]
	2. - Deskripsi Don Bosco [SIGN STAND] - Inggris Datang Ke Surabaya [POSTER] - Peristiwa Perebutan Senjata [POSTER] - Pembentukan TKR [POSTER] - Deskripsi Persenjataan [SIGN STAND] - Peristiwa Perang Fase 1 [VIDEO MAPPING]	2. - Deskripsi Ultimatum Mansergh dan Pidato [SIGN STAND] - Pidato Pemberontakan [AUDIO]	2. - Kutipan Para Pejuang [PANEL] - Arti Perjuangan [STICKER WALL]

Gambar 4.2.20 Struktur dan hirarki konten

(Sumber : Rega , 2019)

4.2.10 Visualisasi Objek Konten

Sebagai pelengkap tema area, pada perancangan ini dibuat wahana atau objek-objek pendukung. Objek-objek tersebut berasal dari keyword yang terkandung pada konten paragraf. Berikut merupakan daftar objek yang terdapat pada seluruh area :

		KEYWORD	OBJECT
AWAL PEMICU PERANG	AREA 1	HOTEL ORANJE	Instalasi replica Hotel Oranje berukuran 1:1/2 sebagai vocal point pada area 1
		PEROBEGAN BENDERA	Wahana semi militer (berupa ritangan memanjat) dalam replica untuk merekonstruksi peristiwa perobekan bendera
	AREA 2	DON BOSCO	Instalasi replica Gedung Don Bosco sebagai tampak luar ruang indoor pada area 2
		PEREBUTAN SENJATA	Ruangan bunker yang berisi persenjataan ram-pasan Sekutu
		PERANG FASE 1	Video Mapping menampilkan peperangan Surabaya
PERTENGAHAN PERANG	AREA 3	JEMBATAN MERAH	Replika jembatan merah sebagai penghubung alur area
		SUNGAI KALIMAS	Wahana balok gabus sebagai representative warna merah sungai
		TEWASNYA MALLABY	Bangkai mobil buick sebagai ikon insiden tewasnya Mallaby
	AREA 4	BUNG TOMO	Patung Bung Tomo dengan gestur berpidato sebagai vocal point area 4
		ULTIMATUM	Coretan dinding dan ultimatum betebaran di seluruh area
PENYELESAIAN PERANG	AREA 5	PARIT	Sekat berbentuk menyerupai parit-parit
		PERSENJATAAN	Tank M4 Sherman, senapan dan bambu runcing
		TEWASNYA LODGER	Replika puing-puing pesawat Spitfire
	AREA 6	PAHLAWAN	Ilustrasi pahlawan beserta kutipan-kutipannya
		MAKNA PERJUANGAN	Tembok interaktif sebagai media aspirasi pengunjung terhadap arti perjuangan

Gambar 4.2.21 Visualisasi objek

(Sumber : Rega , 2019)

4.2.11 Spesifikasi konten

1. Konten *History* :

- Spesifikasi teks :

Tabel 4.2.1 Spesifikasi teks

	Label Judul	Label Penjelasan
Jumlah Kata	1-3 kata	50-75 kata
Jenis	Kata benda	Paragraf deskriptif
Ukuran	36 pt	16 pt
Leading	70% - 150% tinggi karakter	150% tinggi karakter
kerning	1-5 kata per baris	20 – 30 kata perbaris
Allignment	Align left	Justify

- Spesifikasi tipografi :

Tabel 4.2.2 Spesifikasi tipografi

Title Text	Sub Tittle Text	Body Text
Butler Bold	-	Chapaza Regular

- Spesifikasi layout :



Gambar 4.2.22 Layout konten history

(Sumber : Rega , 2019)

2. Konten Story :

- Spesifikasi teks :

Tabel 4.2.3 Spesifikasi teks

	Label Judul	Label Penjelasan
Jumlah Kata	1-5 kata	20-50 kata
Jenis	Kata benda	Paragraf naratif
Ukuran	60 pt – 72 pt	36-48 pt
Leading	70% - 150% tinggi karakter	150% tinggi karakter
kerning	1-3 kata per baris	10-15 kata perbaris
Allignment	Justify	Justify

- Spesifikasi tipografi :

Tabel 4.2.4 Spesifikasi tipografi

Title Text	Sub Title Text	Body Text
Messenger	American type writer	inconsolata
Stencil	Chapaza Regular	
Chapaza Bold		

- Spesifikasi layout :

1. Poster Content



Gambar 4.2.23 Layout konten story 1
(Sumber : Rega , 2019)

2. Sticker Wall Content

1 : 1

<p>Judul konten</p> <p>Sub Judul</p> <p>Residen Soedirman (Residen Daerah Surabaya Pemerintah RI) masuk ke Hotel Yamato dikawal Sidik dan Hariyono. Sebagai perwakilan RI dia berunding dengan Mr. Ploegman dan kawan-kawannya dan meminta agar bendera Belanda segera diturunkan dari gedung Hotel Yamato. Dalam perundingan ini Ploegman menolak untuk menurunkan bendera Belanda. Perundingan berlangsung memanas, Ploegman mengeluarkan pistol, dan terjadilah perkelahian dalam ruang perundingan. Ploegman tewas dicekik oleh Sidik, yang kemudian juga tewas oleh tentara Belanda yang berjaga-jaga dan mendengar letusan pistol Ploegman, sementara Soedirman dan Hariyono melarikan diri ke luar Hotel Yamato. Sebagian pemuda berebut naik ke atas hotel untuk menurunkan bendera Belanda. Hariyono yang semula bersama Soedirman kembali ke dalam hotel dan terlibat dalam pemanjatan tiang bendera dan bersama Koesno Wibowo berhasil menurunkan bendera Belanda, merobek bagian birunya, dan menggereknya ke puncak tiang bendera kembali sebagai bendera Merah Putih.</p>	<p>JUDUL KONTEN</p> <p>SUB JUDUL</p> <p>Residen Soedirman (Residen Daerah Surabaya Pemerintah RI) masuk ke Hotel Yamato dikawal Sidik dan Hariyono. Sebagai perwakilan RI dia berunding dengan Mr. Ploegman dan kawan-kawannya dan meminta agar bendera Belanda segera diturunkan dari gedung Hotel Yamato. Dalam perundingan ini Ploegman menolak untuk menurunkan bendera Belanda. Perundingan berlangsung memanas, Ploegman mengeluarkan pistol, dan terjadilah perkelahian dalam ruang perundingan. Ploegman tewas dicekik oleh Sidik, yang kemudian juga tewas oleh tentara Belanda yang berjaga-jaga dan mendengar letusan pistol Ploegman, sementara Soedirman dan Hariyono melarikan diri ke luar Hotel Yamato. Sebagian pemuda berebut naik ke atas hotel untuk menurunkan bendera Belanda. Hariyono yang semula bersama Soedirman kembali ke dalam hotel dan terlibat dalam pemanjatan tiang bendera dan bersama Koesno Wibowo berhasil menurunkan bendera Belanda, merobek bagian birunya, dan menggereknya ke puncak tiang bendera kembali sebagai bendera Merah Putih.</p>
---	---

4 : 3

JUDUL KONTEN		
SUB JUDUL		
<p>Residen Soedirman (Residen Daerah Surabaya Pemerintah RI) masuk ke Hotel Yamato dikawal Sidik dan Hariyono. Sebagai perwakilan RI dia berunding dengan Mr. Ploegman dan kawan-kawannya dan meminta agar bendera Belanda segera diturunkan dari gedung Hotel Yamato. Dalam perundingan ini Ploegman menolak untuk menurunkan bendera Belanda. Perundingan berlangsung memanas, Ploegman mengeluarkan pistol,</p>	<p>Residen Soedirman (Residen Daerah Surabaya Pemerintah RI) masuk ke Hotel Yamato dikawal Sidik dan Hariyono. Sebagai perwakilan RI dia berunding dengan Mr. Ploegman dan kawan-kawannya dan meminta agar bendera Belanda segera diturunkan dari gedung Hotel Yamato. Dalam perundingan ini Ploegman menolak untuk menurunkan bendera Belanda. Perundingan berlangsung memanas, Ploegman mengeluarkan pistol,</p>	<p>Residen Soedirman (Residen Daerah Surabaya Pemerintah RI) masuk ke Hotel Yamato dikawal Sidik dan Hariyono. Sebagai perwakilan RI dia berunding dengan Mr. Ploegman dan kawan-kawannya dan meminta agar bendera Belanda segera diturunkan dari gedung Hotel Yamato. Dalam perundingan ini Ploegman menolak untuk menurunkan bendera Belanda. Perundingan berlangsung memanas, Ploegman mengeluarkan pistol,</p>

Gambar 4.2.24 Layout konten story 2

(Sumber : Rega , 2019)

4.2.12 Instalasi

Berdasarkan fungsinya instalasi dalam pameran kontemporer terbagi menjadi dua, yaitu :

1. *Interaction*

Instalasi yang dapat berinteraksi langsung dengan pengunjung, memanfaatkan panca indra dan alat gerak untuk merangsang suatu aktivitas demi menimbulkan experience. Terdiri dari media audio visual dan wahana fisik dengan bentuk menyesuaikan tema.

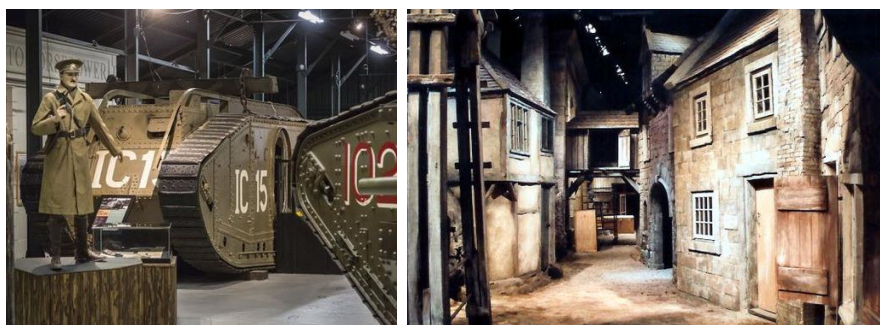


Gambar 4.2.25 Instalasi interaksi

(Sumber : Rega , 2019)

2. *Display*

Instalasi ini berfungsi sebagai objek utama atau pembentuk ruang, bertujuan membangun suasana dan mempercantik area.



Gambar 4.2.26 Instalasi display

(Sumber : Rega , 2019)

4.2.13 Material

Material yang digunakan dalam perancangan mengacu pada tema perang dunia 2 yang cenderung industrialis. Style ini mengekspos material seperti logam, batu bata, kayu pada tampilannya serta menggunakan bahan daur ulang sebagai elemennya. Berikut merupakan material-material yang digunakan pada perancangan pameran kontemporer:

- **Kayu**

Material ini digunakan sebagai rangka penunjang pada sekat maupun instalasi ringan, sedangkan olahan kayu berjenis triplek, multiplek dan MDF digunakan sebagai pelapis dinding dan alas di beberapa area. Alasan dipilihnya kayu karena mempunyai ketahanan yang cukup dalam waktu temporer, mudah dibentuk menyesuaikan pola dan fleksibel.

- **Metal**

Metal merupakan material yang memiliki kekuatan dan daya tahan paling tinggi, karena kebanyakan metal berjenis hollow dan aluminium digunakan sebagai rangka utama pada konstruksi instalasi dan sekat dalam pameran. Jenis metal lainya seperti seng digunakan sebagai pelapis sekat di beberapa area.

- **Plastik**

Elemen plastic yang digunakan berbentuk pipa, vinyl dan flexi. Pipa menjadi salah satu kombinasi dalam pembuatan rangka pada instalasi. Vinyl yang digunakan adalah sticker dan flexi berupa banner untuk finishing pada dinding sekat maupun konten informasi. Material ini dipilih karena mudah dan cepat jika diaplikasikan pada suatu bidang.

- **Kain**

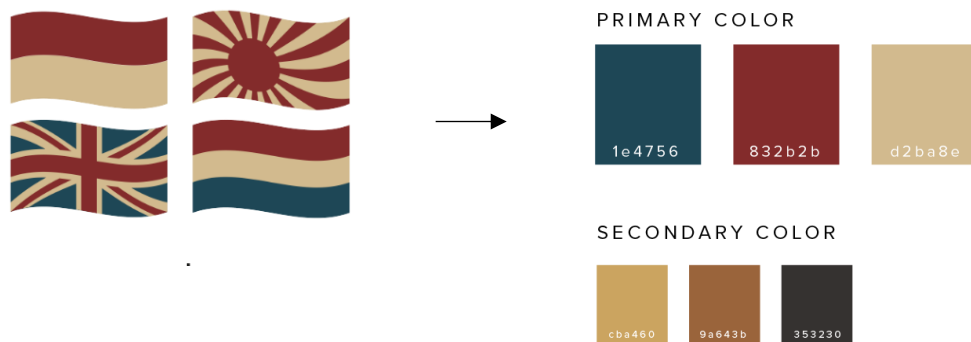
Material ini banyak digunakan sebagai elemen dekorasi seperti bendera, selambu pada interior area. Selain menambahkan kesan estetik kain juga menggantikan peran pintu sebagai penghubung area agar terkesan lapang.

4.2.14 Warna

Warna pada perancangan pameran kontemporer digunakan untuk membedakan area sekaligus membentuk emosi. Terdapat 2 kategori warna yang diperlukan pada perancangan ini, yakni :

1. Warna Identitas :

Sesuai dengan tema perang 10 November, pemilihan warna memberikan identitas dan kesan *flashback*. Tone warna yang digunakan mengadaptasi identitas warna bendera keempat pihak yang terlibat dalam peperangan tersebut. Indonesia, Inggris, Belanda dan Jepang.



Gambar 4.2.27 Warna identitas

(Sumber : Rega , 2019)

2. Warna Ambient :

Warna ambient merupakan warna-warna / tekstur dalam ruang yang digunakan untuk membentuk emosi pengunjung. Warna ambient dapat diciptakan melalui penggunaan cat dinding, banner/siker pelapis, material serta komposisi pencahayaan. Pemilihan warna ambient dipilih berdasarkan kesesuaian tema dan kenyamanan pengunjung.

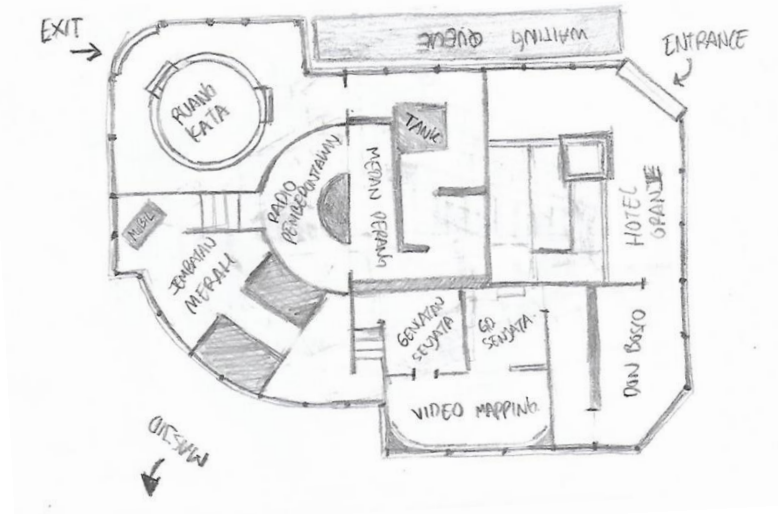


Gambar 4.2.28 Warna ambient

(Sumber : Rega , 2019)

4.3 Konsep Desain

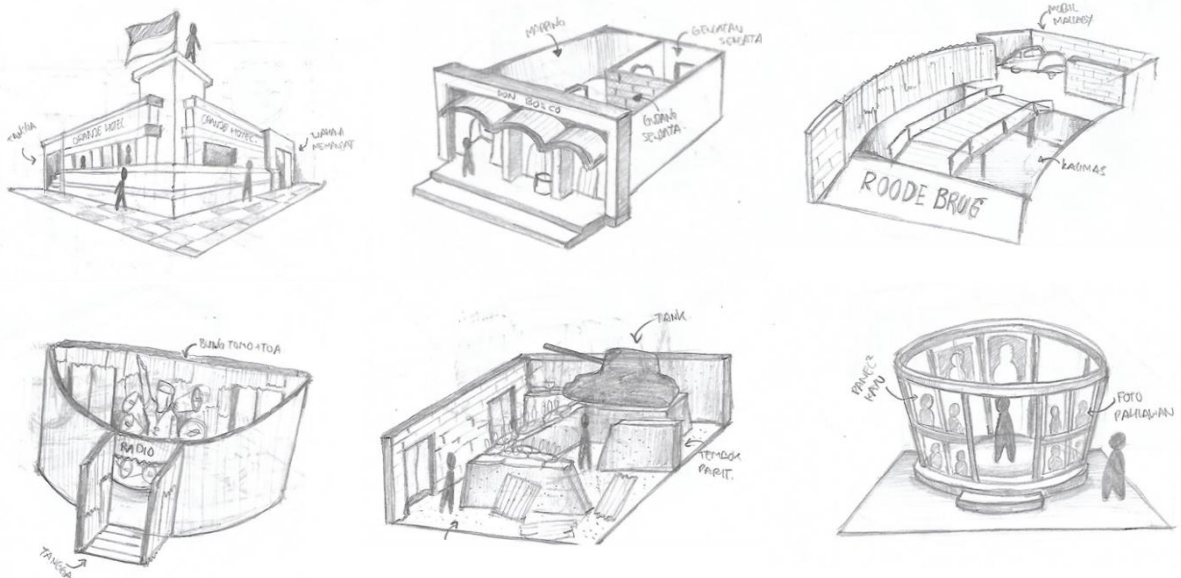
4.3.1 Eksibisi Kontemporer



Gambar 4.3.1 Sketsa 2D layout eksibisi

(Sumber : Rega , 2019)

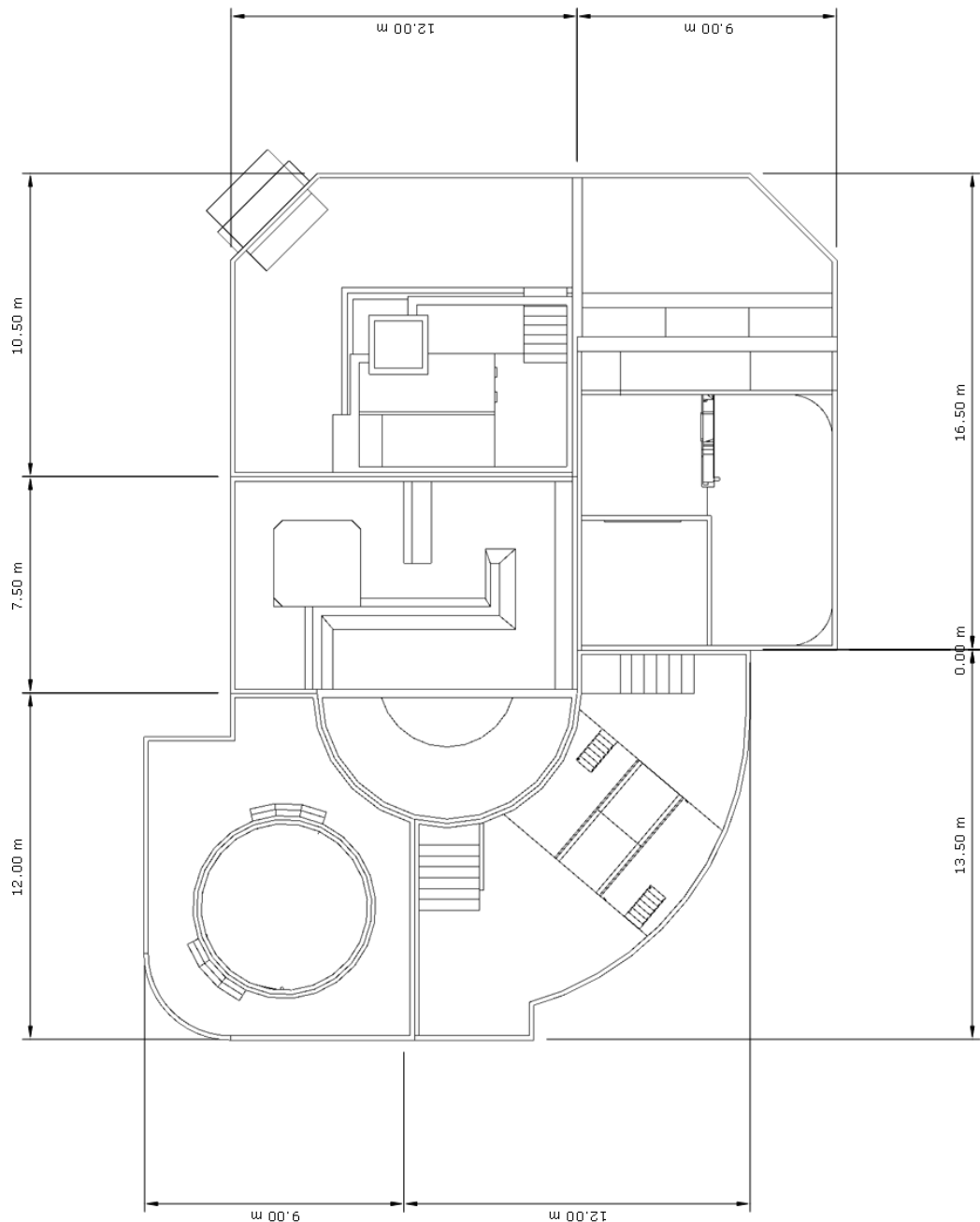
Eksibisi kontemporer terdiri dari 6 area yang memiliki tema berbeda. Bentuk area mengadaptasi bentuk latar peristiwa terjadi dengan mempertimbangkan mood ambience serta interaktivitasnya. Berikut merupakan konsep desain tiap area:



Gambar 4.3.2 Sketsa 3D eksibisi

(Sumber : Rega , 2019)

Untuk mempermudah peletakan objek dan pembagian area, layout pameran kontemporer dibuat versi *blueprint*-nya. Ukuran total pameran kontemporer 24x30 m dengan tempat lapangan Balai Pemuda kurang lebih 30x60m. Ukuran dari tiap area berbeda menyesuaikan objek yang terdapat didalamnya. Berikut merupakan *blueprint* dari pameran kontemporer:



Gambar 4.3.3 *Blueprint* pameran

(Sumber : Rega , 2019)

4.3.2 Identitas Visual

Sebelum merancang *visual identity* penulis telah melakukan interview kepada konseptor event untuk meminta kriteria yang diinginkan, kriteria tersebut diantaranya:

- Dapat menunjukkan sisi kepahlawanan
- Dapat menggambarkan perjuangan
- Dapat merepresentasikan kota Surabaya
- Mudah dipahami oleh masyarakat
- Bersifat universal (tidak merujuk ke gender tertentu)
- Tidak mengandung kekerasan (gestur)
- Tidak menyinggung pihak yang terlibat perang
- Boleh menggunakan ejaan lama (d disesuaikan dengan tema)

A. Logo

Penulis membuat beberapa alternatif sketsa logo yang mengacu pada kriteria yang diberikan oleh konseptor dan sesuai dengan konsep *keyword* yang telah dibentuk, berikut beberapa sketsa alternatif logo:



Gambar 4.3.4 Sketsa alternatif logo
(Sumber : Rega , 2019)

Berikutnya adalah proses digitalisasi dari semua alternatif logo, bertujuan untuk mengetahui gambaran akhir masing-masing logo. Berikut hasil dari proses digitalisasi :



Gambar 4.3.5 Digitalisasi alternatif logo
(Sumber : Rega , 2019)

Logo pada perancangan ini menggunakan elemen yang diambil dari objek-objek representatif Parade Surabaya Juang seperti atribut-atribut pejuang, perlengkapan tempur, bendera dan penyederhanaan bangunan-bangunan bersejarah. Dari beberapa alternative logo, konseptor event menentukan 4 logo yang sudah sesuai dan berpotensi untuk diaplikasikan. Berikut keempat logo terpilih :



Gambar 4.3.6 logo terpilih
(Sumber : Rega , 2019)

Logo ditentukan melalui seleksi dari keempat alternative dengan memperhatikan beberapa faktor *originality*, *simplicity*, *legibility*, *memorability*, *timeless*, *versatility* dan *appropriaty*. Dari beberapa alternative dipilihlah logo sebagai berikut yang dinilai telah memenuhi beberapa fator diatas :



Gambar 4.3.7 Logo primer
(Sumber : Rega , 2019)

Logo Parade Surabaya Juang memiliki 2 versi. Versi utama digunakan sebagai logo identitas pada event, sedangkan logo sekunder digunakan sebagai logo pada eksibisi kontemporer. Letak perbedaanya, logo versi kedua ditambahkan kalimat “Medan Tempur” yang merepresentasikan tema eksibisi kontemporer.



Gambar 4.3.8 Logo sekunder
(Sumber : Rega , 2019)

B. Supergrafis

Setelah logo terpilih penulis merancang supergrafis sebagai pelengkap identitas. Konsep supergrafis pertama terinspirasi dari gaya desain *Heroic Realism* yang banyak digunakan pada poster-poster propaganda masa itu.



Gambar 4.3.9 Supergrafis
(Sumber : Rega , 2019)

Ilustrasi digunakan sebagai pelengkap identitas visual, ilustrasi menggambarkan bangunan-bangunan bersejarah dan objek ikonik pada perang tersebut. Pengaplikasian ilustrasi banyak digunakan pada media



Gambar 4.3.10 Ilustrasi
(Sumber : Rega , 2019)

C. Elemen Grafis Eksibisi

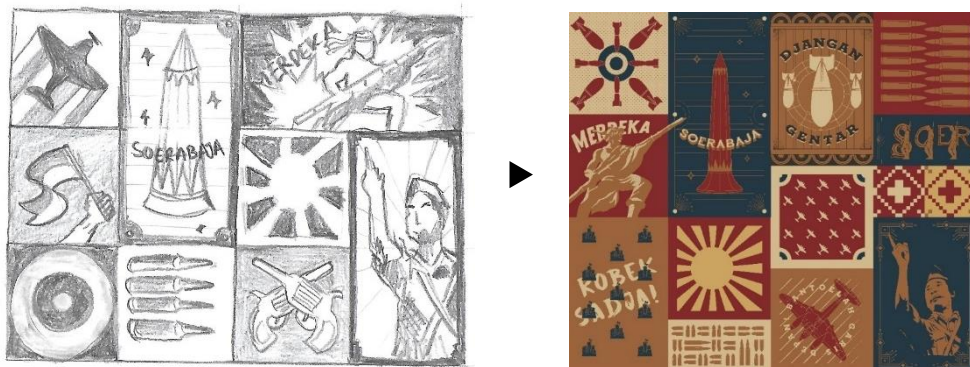
Beberapa area dalam eksibisi membutuhkan elemen grafis sebagai salah satu elemen pembangun mood dan ambience. Elemen grafis turut disesuaikan dengan isi konten informasi yang disampaikan pada area tersebut. Berikut merupakan sketsa dan desain final dari elemen grafis yang diaplikasikan kedalam area :

- Konsep elemen grafis area 1



Gambar 4.3.11 Elemen grafis area 1
(Sumber : Rega , 2019)

- Konsep elemen grafis area 2



Gambar 4.3.12 Elemen grafis area 2
(Sumber : Rega , 2019)

- Konsep elem grafis area 6



Gambar 4.3.13 Elemen grafis area 3
(Sumber : Rega , 2019)

4.4 Proses Desain

4.4.1 Studi Eksperimental

1. Area 1 : Hotel Oranje

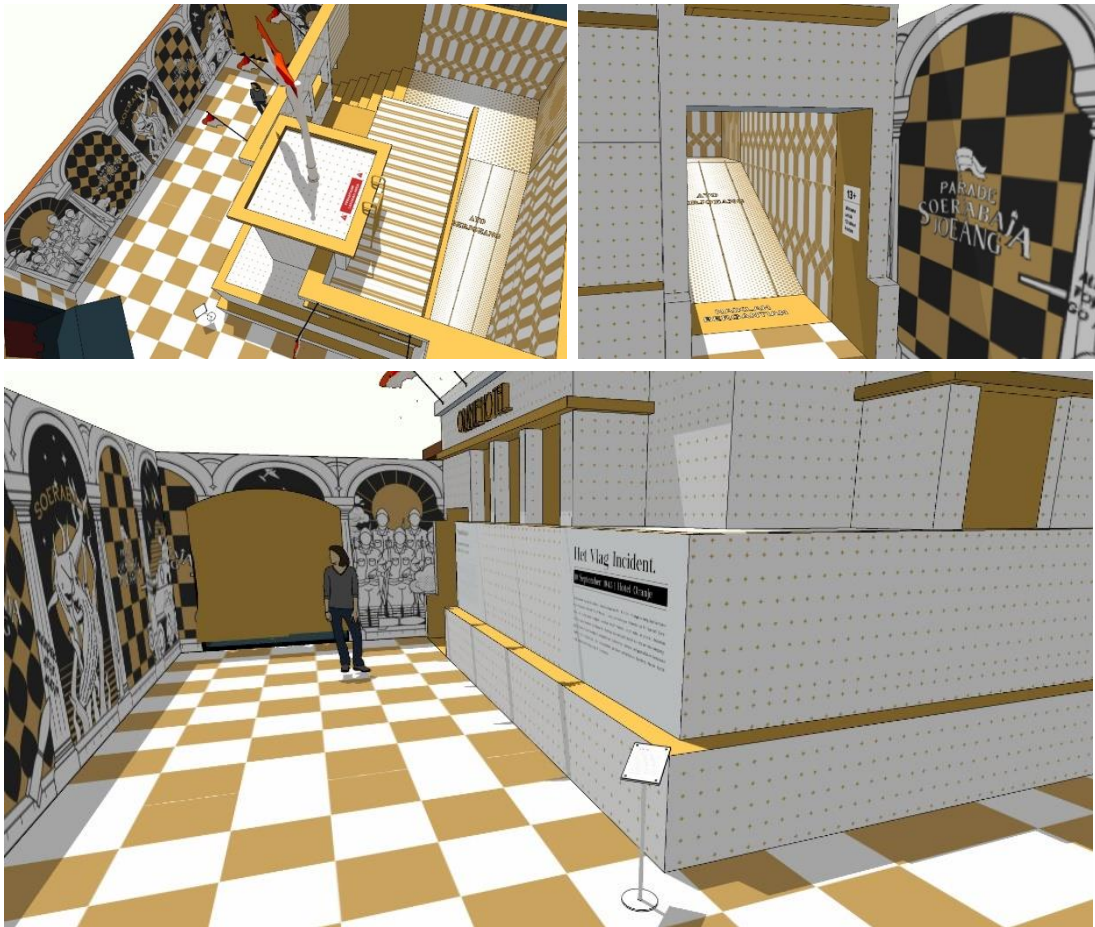
Ruangan pertama menceritakan kejadian *Het Vlag incident* yang berlatar di Hotel Oranje. Didalam ruangan ini terdapat instalasi replika Hotel Oranje yang dilengkapi wahana ketangkasan sebagai media motorik bagi pengunjung.



Gambar 4.4.1 experimental 1 area 1
(Sumber : Rega , 2019)

Eksperimental	1
Revisi dari pakar	<ul style="list-style-type: none">- Tembok terkesan kosong, perlu ditambahkan sedikit grafis agar mengimbangi grafis sekelilignya- Area terlalu kering, bisa ditambahkan tanaman sebagai pemanis- Perlu ditambahkan informasi tata cara bermain dalam wahana melalui video atau tulisan- Perlu ditambahkan deskripsi mengenai sejarah Hotel Oranje

Hasil Revisi :



Gambar 4.4.2 eksperimental 2 area 1

(Sumber : Rega , 2019)

Eksperimental	2
Perbaikan	<ul style="list-style-type: none"> - Penambahan grafis pada tembok instalasi Hotel Oranje - Penambahan sign regulasi mengenai ketentuan cara bermain wahana - Penambahan content stand yang berisi deskripsi Hotel Oranje

2. Area 2 : Don Bosco

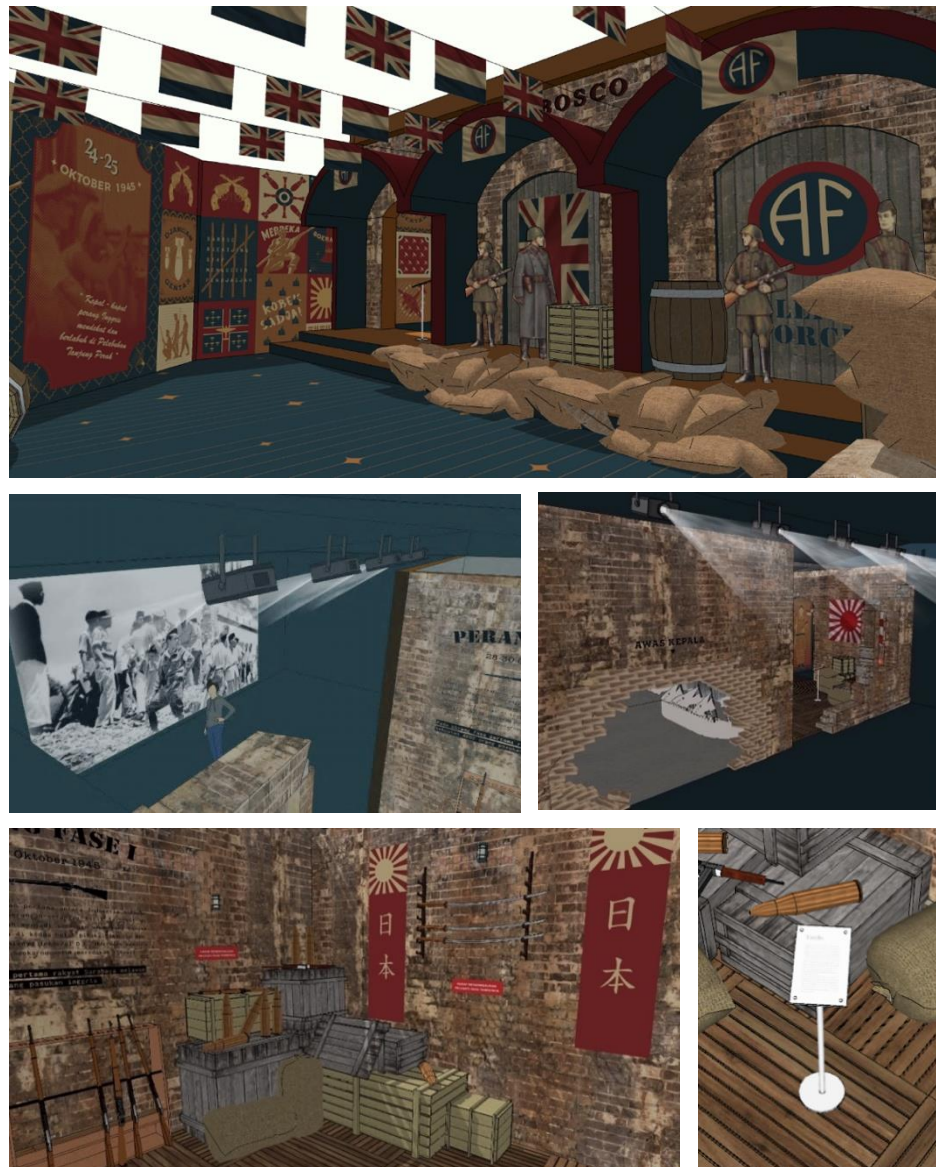
Ruangan kedua menceritakan peristiwa perebutan senjata dan perang fase 1 melawan tentara sekutu dengan latar belakang gudang senjata Don Bosco. Pengunjung dapat berinteraksi dengan senjata dan alat tempur lainnya, didalamnya juga terdapat video mapping yang memutarakan film dokumentar prang Surabaya. Terdapat 4 bagian pada area Don Bosco, yakni : Lorong, Ruang gudang persenjataan, Ruang video mapping peperangan dan Ruang gencatan senjata.



Gambar 4.4.3 eksperimental 1 area 2
(Sumber : Rega , 2019)

Eksperimental	1
Revisi dari pakar	<ul style="list-style-type: none"> - Diteras bangunan terlihat kosong, perlu ditambahkan objek-objek untuk memaksimalkan luas area - Identitas tentara sekutu pada area ini belum ditampilkan - Penambahan keterangan mengenai rampasan senjata Jepang - Konsep video mapping dengan media kain tidak efektif, justru menghambat alur pengunjung

Hasil Revisi :



Gambar 4.4.4 eksperimental 2 area 2

(Sumber : Rega , 2019)

Eksperimental	2
Perbaikan	<ul style="list-style-type: none"> - Penambahan manekin prajurit dan atribut Sekutu berupa bendera-bendera di sekitar area - Penambahan identitas Jepang pada ruang persenjataan menginformasikan senjata bertipe Jepang - Penambahan deskripsi tempat / objek melalui konten stand - Konsep video mapping ditembakkan pada media dinding

3. Area 3 : Jembatan Merah

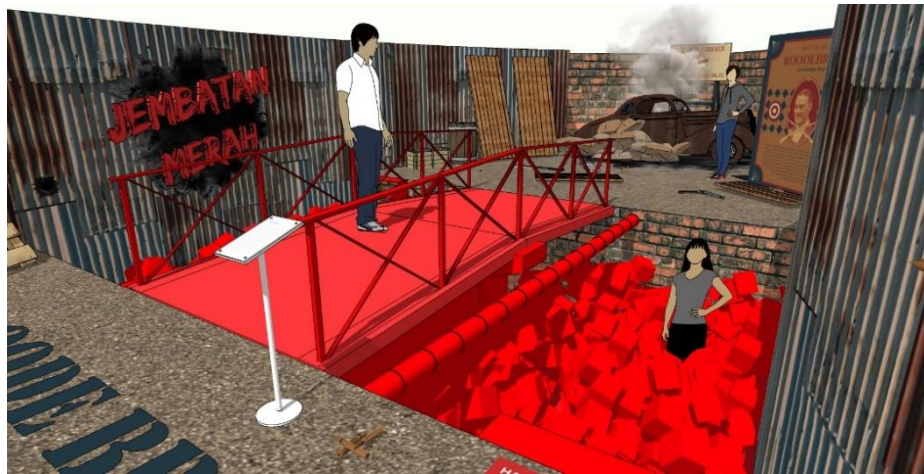
Area 3 menceritakan perang yang menewaskan AWS Mallaby dengan latar belakang *Roode Brug* (Jembatan Merah). Didalamnya terdapat replika jembatan merah, objek-objek pendukung lainnya mwnggambarkan suasana pasca perang perang seperti bangkai mobil buick, karung pasir, rongsokan dan sebagainya.



Gambar 4.4.5 eksperimental 1 area 3
(Sumber : Rega , 2019)

Eksperimental	1
Revisi dari pakar	<ul style="list-style-type: none"> - Instalasi utama tidak merepresentasikan jembatan merah sehingga mengurangi awareness pengunjung - <i>Space</i> dibawah jembatan tidak memberikan experience, sebaiknya dibuat wahana yang dapat menggambarkan sungai Kalimas - Suasana paska perang belum terlihat, masih terlalu bersih dan kosong - Bisa ditambahkan objek-objek tempur seperti senjata, peluru berserakan atau jika memungkinkan bubuk mesiu - Objek kerangka mobil Mallaby bisa didramatisir lagi dengan menggunakan efek asap

Hasil Revisi :



Gambar 4.4.6 eksperimental 2 area 3
(Sumber : Rega , 2019)

Eksperimental	2
Perbaikan	<ul style="list-style-type: none"> - Perubahan bentuk instalasi Jembatan Merah - Penambahan wahana kolam balok yang merepresentasikan Kalimas - Penambahan puing-puing sisa pertempuran berupa peluru berserakan dan senjata - Penambahan efek asap dibelakang bangkai mobil Mallaby

4. Area 4 : Radio Pemberontakan

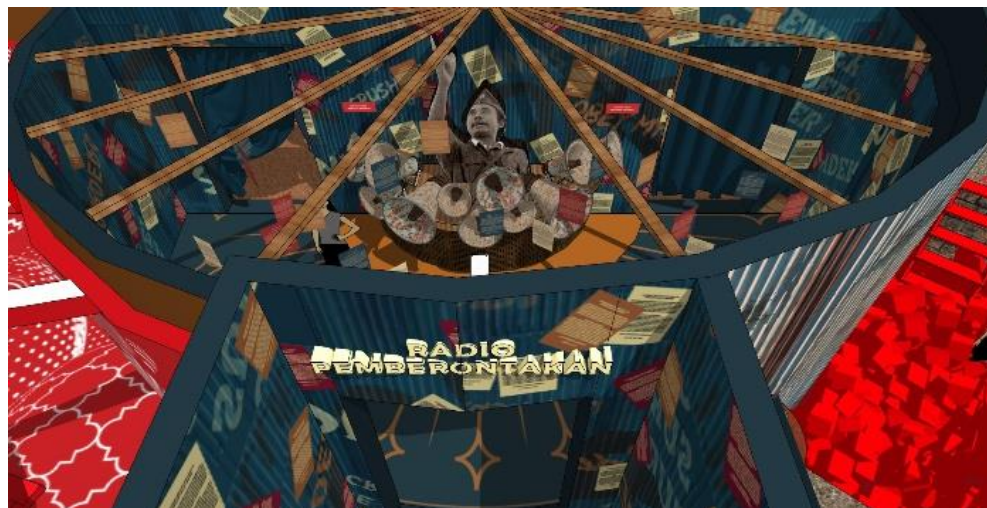
Area 4 bercerita tentang pidato heroik Bung Tomo menanggapi ultimatum Mansergh di radio pemberontakan. Didalam ruangan terdapat patung Bung Tomo di kelilingi oleh pengeras suara. Dinding-dinding dipenuhi oleh ultimatum berupa coretan-coretan dan pamflet-pamflet berserakan.



Gambar 4.4.7 eksperimental 1 area 4
(Sumber : Rega , 2019)

Eksperimental	1
Revisi dari pakar	<ul style="list-style-type: none"> - Pidato berupa suara sebaiknya didukung oleh video berisikan isi dari pidato - Agar lebih focus sebaiknya ditambahkan peredam suara di area tersebut - Untuk menambah suasana, ultimatum berupa pamflet-pamflet dapat digantung pada atap-atap area - Perlu diinformasikan mengenai. Radio pemberontakan

Hasil Revisi :



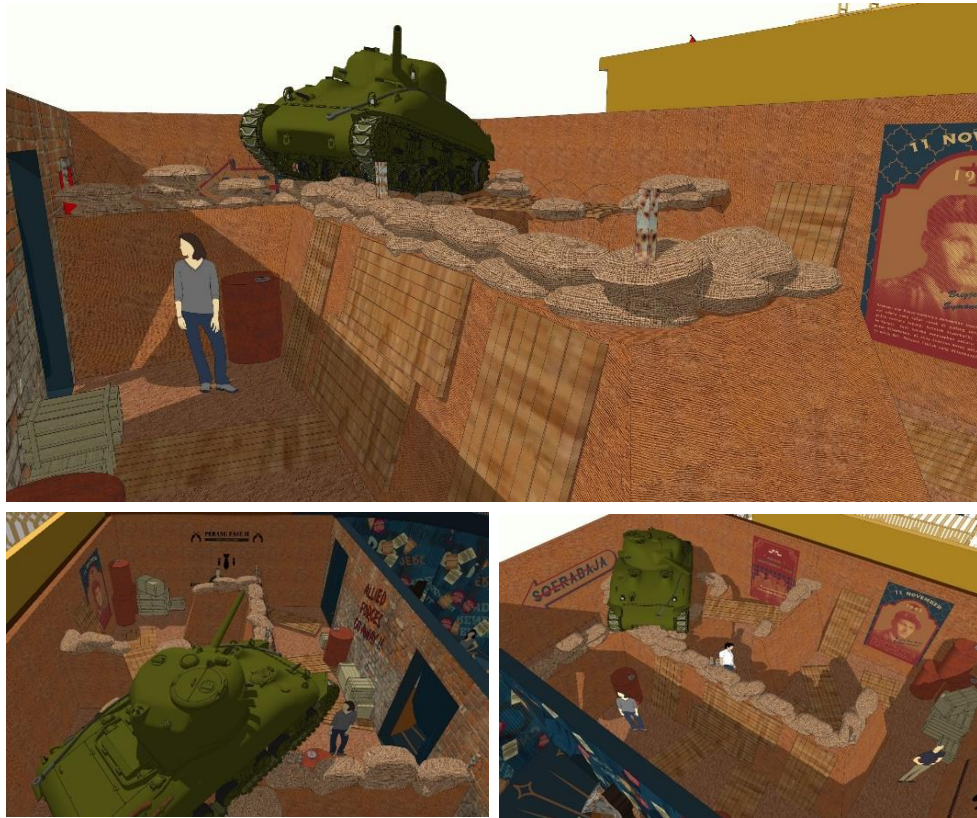
Gambar 4.4.8 eksperimental 2 area 4

(Sumber : Rega , 2019)

Eksperimental	2
Perbaikan	<ul style="list-style-type: none">- Penambahan deskripsi radio pemberontakan pada konten stand- Penambahan ultimatum-ultimatum yang digantung pada atap-atap area

5. Area 5 : Medan Perang

Area 5 menceritakan puncak peperangan yang menyebabkan para pejuang harus bertahan di garis akhir, berlatar area pertempuran di Gunungsari dengan medan parit . terdapat replika tank M4 Sherman dan objek tempur lainnya.



Gambar 4.4.9 eksperimental 1 area 5
(Sumber : Rega , 2019)

Eksperimental	1
Revisi dari pakar	<ul style="list-style-type: none"> - Tembok terlalu kosong, perlu ditambahkan coretan-coretan jargon kemerdekaan khas Surabaya - Pada konten tewasnya Rodger Symon bisa diperkuat dengan instalasi puing-puing pesawat Spitfire - Senjata pada area perang terlalu sedikit dan belum ditambahkan bambu runcing sebagai senjata ikonik kala itu - Instalasi tank M4 Sherman dapat ditambahkan informasi mengenai sejarah tank bernama “JAN COX”

Hasil Revisi :



Gambar 4.4.10 eksperimental 2 area 5
(Sumber : Rega , 2019)

Eksperimental	2
Perbaikan	<ul style="list-style-type: none"> - Penambahan coretan-coretan jargon kemerdekaan khas Surabaya di sekeliling area - Penambahan instalasi puing-puing pesawat Spitfire di dekat konten tewasnya Rodger Symon - Penambahan objek senjata bertipe british dan bamboo runcing - Penambahan konten sejarah tank berjudul “JAN COX”

6. Area 6 : Ruang Kata

Area 6 merupakan *closing* dari rangkaian alur eksibisi. Ruangan ini bercerita mengenai nilai-nilai perjuangan apa yang dapat ditransformasikan kedalam kehidupan pengunjung. Berisi tentang makna perjuangan, terdapat foto dan kutipan para tokoh di panel-panel melingkar dan diselimuti warna serba merah putih.



Gambar 4.4.11 eksperimental 1 area 6
(Sumber : Rega , 2019)

Eksperimental	1
Revisi dari pakar	<ul style="list-style-type: none"> - Grafis pada area kurang sesuai dengan tema dan dirasa terlalu ramai - Focal point pada objek utama kurang terlihat, bisa dimeriahkan dengan bendera-bendera - Area bisa dibuat lebih interkatif dengan mengajak pengunjung untuk menuliskan persepsinya mengenai makna perjuangan - Pahlawan yang diangkat sebaiknya merupakan yang berjasa pada lingkup perang 10 November

Hasil Revisi :



Gambar 4.4.12 eksperimental 2 area 6

(Sumber : Rega , 2019)

Eksperimental	2
Perbaikan	<ul style="list-style-type: none"> - Penambahan media interaktif pada tembok berupa media penyampaian persepsi pengunjung terhadap makna perjuangan - Penambahan bendera pada langit-langit area

4.4.2 Depth Interview

1. Depth Interview 1

Hasil Depth Interview	
Tujuan	Konsultasi hasil studi eksperimen 1
Narasumber	Tomi Redianto (Project Manager Debindo)
Hasil	<ul style="list-style-type: none"> – <i>Apakah letak Place Making sudah sesuai dengan penyelenggaraan event Parade Surabaya Juang?</i> Letak eksibisi di Balai Pemuda sudah memenuhi kriteria, jika dilihat dari keterjangkauan pengunjung letak ini sudah strategis mengingat lokasinya berada di tengah kota – <i>Apakah layout Pop Up Museum (dalam segi ukuran maupun alur) sudah ideal ?</i> Cukup ideal, karena bersifat <i>directed approach</i> minim terjadi penghambatan pada alur eksibisi. Letak pintu masuk dan keluar juga dibuat terpisah untuk mencegah penumpukan pengunjung di satu titik. Yang perlu diperhatikan lagi adalah letak antri dan loket tiket – <i>Apakah konten / informasi didalam sudah memenuhi kebutuhan pengunjung?</i> Sudah cukup padat dan menarik dalam penyampaiannya, namun perlu ditambahkan deskripsi tiap area mengingat keenam area memiliki temanya masing-masing. – <i>Apakah tingkat kenyamanan dan keamanan pengunjung sudah memenuhi standar?</i> Kenyamanan yang harus diperhatikan lagi diantaranya sistem penghawaan, sistem pencahayaan dan sistem akustik. Keamanan pengunjung dapat di ciptakan melalui pemilihan material yang aman dan penambahan sign mengenai larangan atau regulasi. – <i>Apa yang dapat ditambahkan atau dikurangi dalam rancangan desain area?</i> (sudah dicantumkan dalam revisi studi experimental)

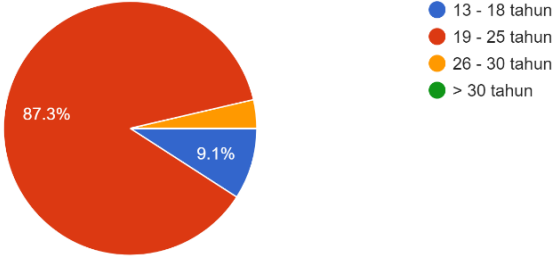
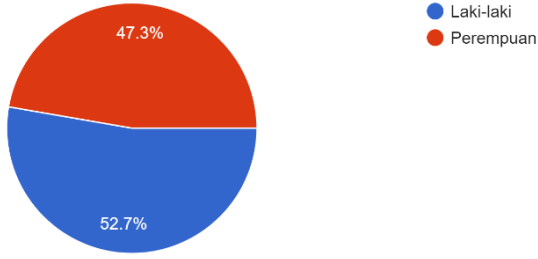
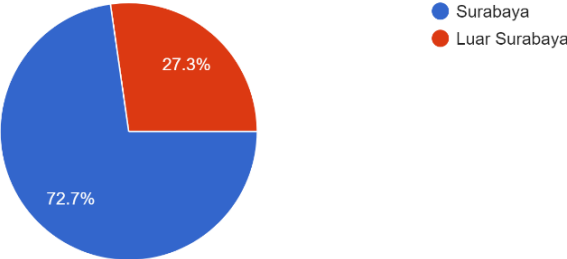
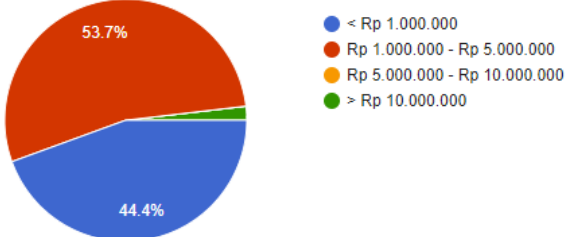
2. Depth interview 2

Hasil Depth Interview	
Tujuan	Konsultasi hasil studi eksperimen 2
Narasumber	Tomi Redianto (Project Manager Debindo)
Hasil	<ul style="list-style-type: none">– <i>Apakah dari hasil studi eksperimental kedua yang telah direvisi telah sesuai dengan tanggapan dan masukan yang dimaksud?</i> Sudah sesuai dengan masukan pakar, sebaiknya langkah selanjutnya yang harus dilakukan adalah pengujian hasil desain kepada segmen pengunjung. Hal itu dapat dilakukan melalui metode kuisisioner dengan objek desain komperhensif tiap area, kuisisioner diperlukan untuk mengetahui opini dan antusiasme pengunjung terhadap desain eksibisi– <i>Adakah faktor diluar desain yang harus diperhatikan, menyangkut pelaksanaan?</i> Yang perlu diperhatikan lebih lanjut adalah teknis pelaksanaan meyangkut ketentuan peraturan, jadwal operasional eksibisi dan <i>ticketing</i>. Booth-booth pendukung seperti <i>ticketing</i>, merchandising juga harus diperhitungkan demi kelancaran event. Pemilihan material disarankan yang sesuai dengan keperluan, untuk memangkas biaya material dapat dapat menggunakan daur ulang.

4.4.3 Posttest (Kuisisioner)

Untuk menentukan tolak ukur keberhasilan konsep pada perancangan *main media*. Penulis membuat kuisisioner yang ditujukan calon pengunjung. Didalam kuisisioner ini sebanyak 55 responden menanggapi hasil prototype dari rancangan eksibisi kontemporer. Adapun pertanyaan yang diajukan terdiri dari identitas responden dan skala nilai tiap area dalam eksibisi. Berikut hasil kuisisioner yang didapat:

A. Identitas Responden

Usia	Gender
 <p>Usia rata-rata responden berada pada range 19-25 tahun (87.3%)</p>	 <p>Jenis kelamin responden didominasi oleh laki-laki (52.7%)</p>
Tempat tinggal	Penghasilan perbulan
 <p>Tempat tinggal rata-rata responden berasal dari Kota Surabaya (72.7%)</p>	 <p>Penghasilan perbulan responden berada pada range I juta – 5 juta/bulan (53.7%)</p>

B. Tanggapan Responden

Tanggapan responden mengenai nilai tiap area dengan pertanyaan sebagai berikut :

1. Apakah area ini (meliputi objek-objek, konten, wahana dan grafis) sudah merepresentasikan peristiwa perang 10 November?
2. Apakah Area ini sudah memberikan kesan heroik dan sesuai dengan tema perjuangan?
3. Apakah area ini dapat menjadi media pembelajaran perang 10 November dan transformasi nilai-nilai kepahlawanan?
4. Apakah area ini mempunyai konsep yang unik sehingga menarik untuk dikunjungi ?

Dengan skala nilai :

- a) Sangat Kurang b) Kurang c) Cukup Baik d) Baik e) Sangat Baik

Penghitungan

Penghitungan kuisioner menggunakan metode skala Likert. Skala Likert merupakan metode skala bipolar yang mengukur baik tanggapan positif ataupun negatif terhadap suatu pernyataan. Empat atau lima skala pilihan juga kadang digunakan untuk kuesioner skala Likert yang memaksa orang memilih salah satu kutub karena pilihan “netral” tak tersedia.

$Y = \text{skor tertinggi likert} \times \text{jumlah responden}$
$X = \text{skor terendah likert} \times \text{jumlah responden}$
Rumus index : % = Total Skor / Y x 100

Skala penilaian :

0%-10%	= Sangat Kurang
10%-20%	= Kurang
20%-30%	= Cukup
30%-40%	= Baik
40%-50%	= Sangat Baik

Hasil Kuisioner

1. Area 1 : Hotel Oranje

Menurut hasil perhitungan skala likert area 1 memperoleh nilai

Kesesuaian tema : 42.6 % (Sangat baik)

Kesan visual : 43.8 % (Sangat baik)

Manfaat media : 42.6 % (Sangat baik)

Estetika : 45 % (Sangat baik)

2. Area 2 : Don Bosco

Menurut hasil perhitungan skala likert area 1 memperoleh nilai

Kesesuaian tema : 42.4 % (Sangat baik)

Kesan visual : 43.4 % (Sangat baik)

Manfaat media : 42.2 % (Sangat baik)

Estetika : 45 % (Sangat baik)

3. Area 3 : Jembatan Merah

Menurut hasil perhitungan skala likert area 1 memperoleh nilai

Kesesuaian tema : 41 % (Sangat baik)

Kesan visual : 36.2 % (baik)
Manfaat media : 42.2 % (Sangat baik)
Estetika : 43 % (Sangat baik)

4. Area 4 : Radio Pemberontakan

Menurut hasil perhitungan skala likert area 1 memperoleh nilai

Kesesuaian tema : 42.2 % (Sangat baik)
Kesan visual : 44 % (Sangat baik)
Manfaat media : 42.6 % (Sangat baik)
Estetika : 43.4 % (Sangat baik)

5. Area 5 : Medan Perang

Menurut hasil perhitungan skala likert area 1 memperoleh nilai

Kesesuaian tema : 43.2 % (Sangat baik)
Kesan visual : 45.2 % (Sangat baik)
Manfaat media : 42.8 % (Sangat baik)
Estetika : 40.2 % (Sangat baik)

6. Area 6 : Ruang Kata

Menurut hasil perhitungan skala likert area 1 memperoleh nilai

Kesesuaian tema : 41 % (Sangat baik)
Kesan visual : 40.8 % (Sangat baik)
Manfaat media : 41.8 % (Sangat baik)
Estetika : 44 % (Sangat baik)

Dari hasil kuisioner yang telah dilakukan penulis, diperoleh hasil dari 50 responden ditunjukkan dengan diagram-diagram diatas dengan rata-rata penghitungan skala Likert 40%-45%, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Desain tiap area sudah dapat merepresentasikan latar peristiwa perang 10 November
2. Tiap area mampu memberikan kesan heroic serta sesuai dengan tema perjuangan
3. Konten yang dikandung dapat disampaikan kepada pengunjung secara efektif dan bermanfaat
4. Konsep eksibisi cukup unik dan mempunyai daya tarik yang tinggi bagi pengunjung

Kesimpulan diatas menunjukkan bahwa konsep eksibisi sudah layak dan dapat diterima oleh masyarakat.

BAB V

IMPLEMENTASI DESAIN

5.1 Desain Final

Setelah melalui beberapa tahap eksperimental, perbaikan dan pengujian terhadap ahli maupun calon pengunjung, penulis menetapkan desain final yang akan diimplementasikan pada desain environmental event Parade Surabaya Juang. Secara garis besar desain final terbagi menjadi desain utama dan pendukung. Desain utama melingkupi desain tiap area, konten informasi dan objek pelengkap pada pameran kontemporer. Sedangkan desain pendukung berupa beberapa media promosi untuk pelaksanaan event.



Gambar 5.1.1 Perspektif pameran

(Sumber : Rega , 2019)

5.1.1 Eksibisi Kontemporer

1. Area 1 : Hotel Oranje

Hotel Oranje bercerita mengenai insiden perobekan bendera yang menjadi pemicu perang 10 November. Area ini berisi instalasi replika Hotel Oranje, pengunjung dibebaskan untuk mengeksplor area hingga puncak instalasi melalui rintangan memanjat. konten yang terpampang berisikan deskripsi sejarah latar dan alur cerita sejarah peristiwa tersebut.

Konten informasi		Instalasi	
History	Story	Display	Interaktif
Deskripsi Hotel Oranje	- Perobekan bendera - Kisah heroik Sidik, Haryono dan Kusno Wibowo	Replika Hotel Oranje	- Wahana semi militer (<i>hiking</i>)

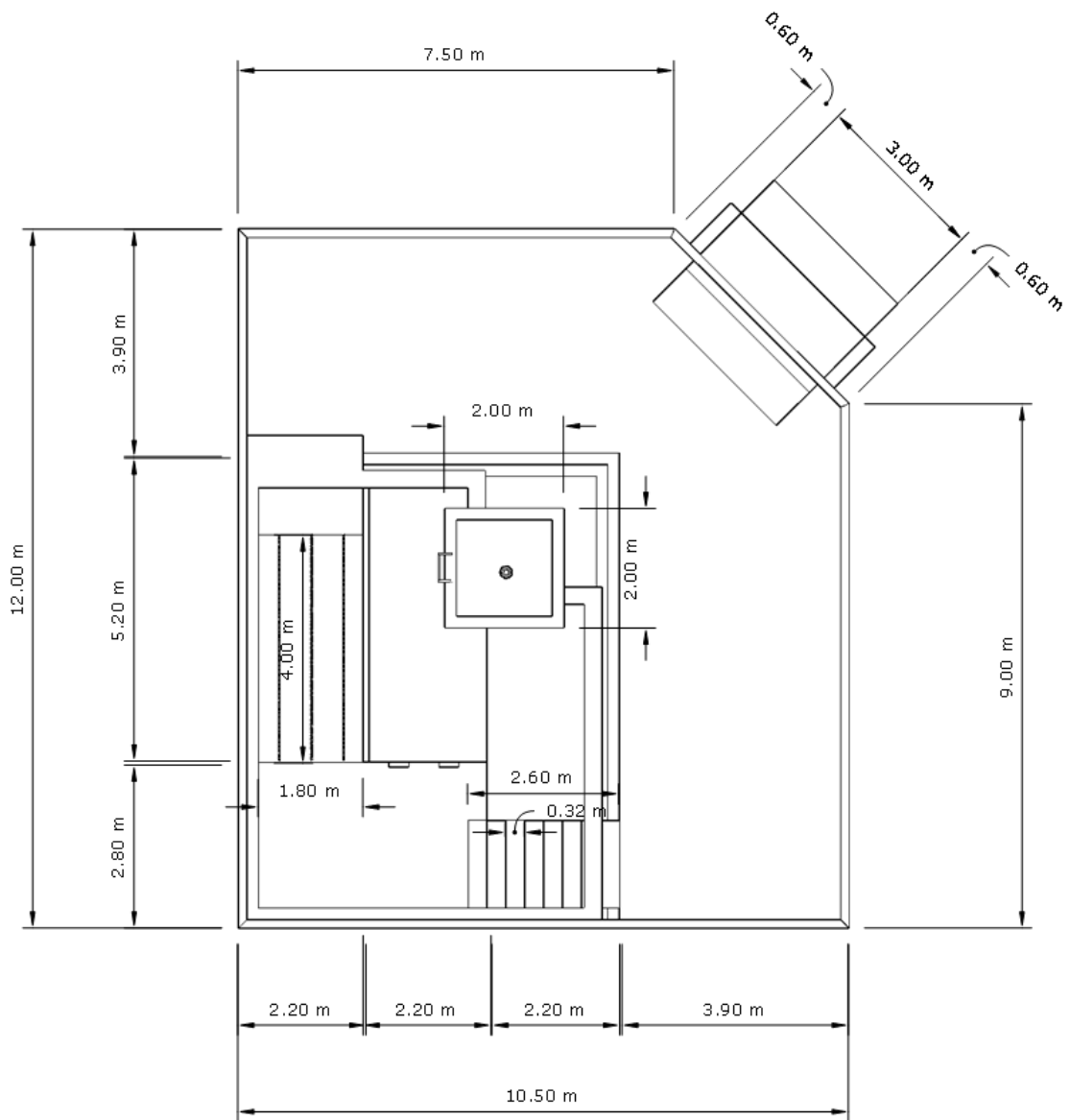
Unsur grafis



Gambar 5.1.2 Grafis area 1

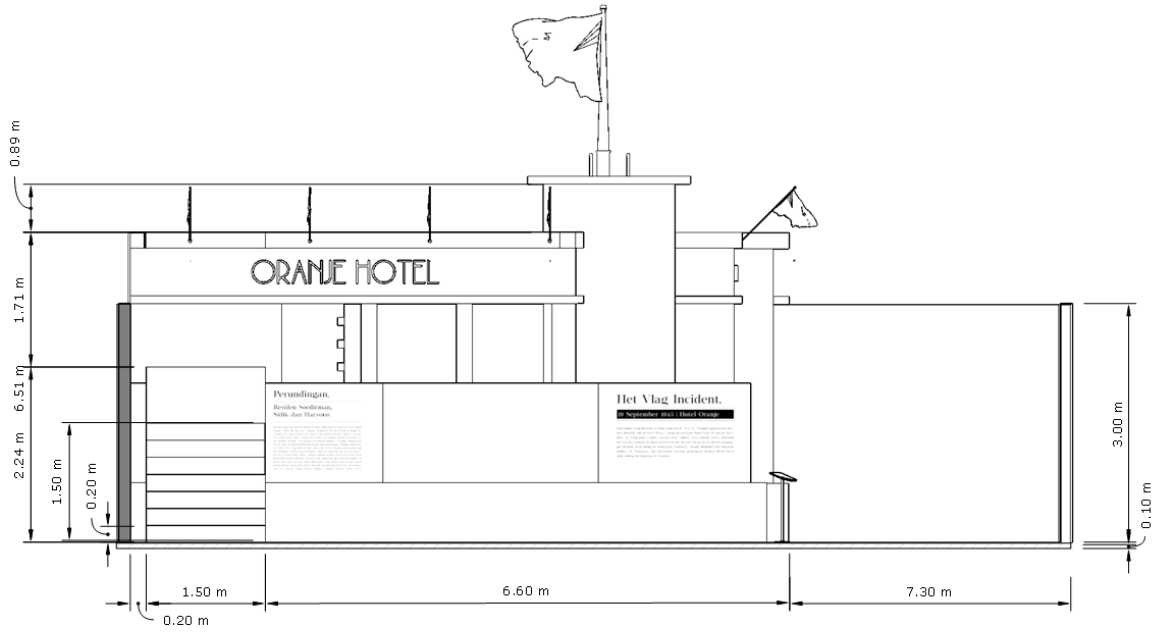
(Sumber : Rega , 2019)

Gambar Teknik

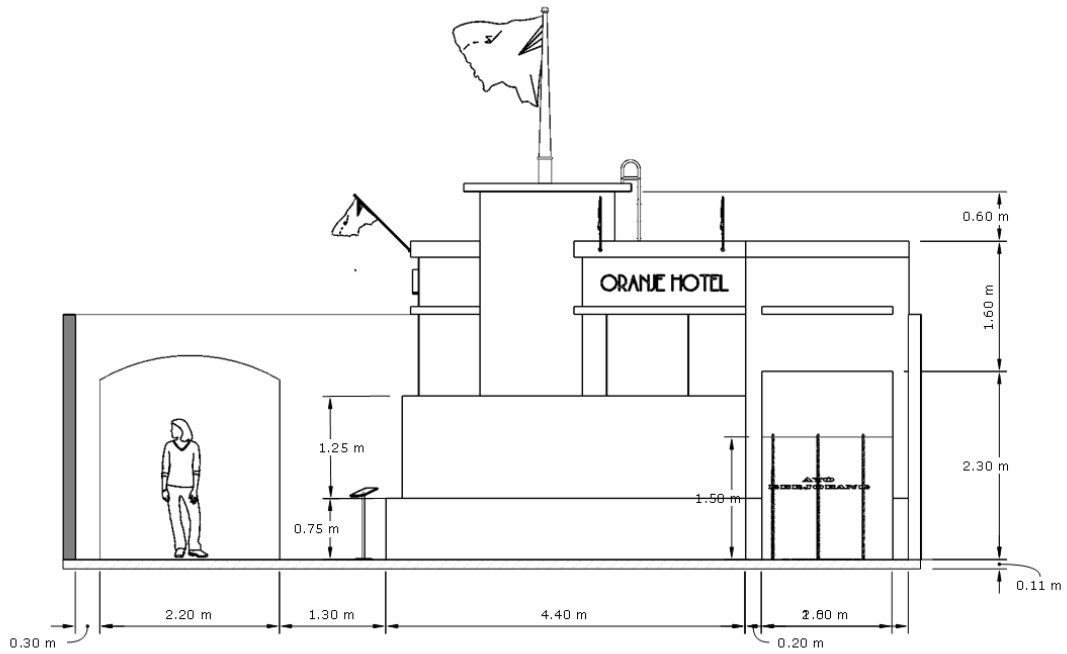


(Sumber : Rega , 2019)

Gambar 5.1.3 Potong tampak atas

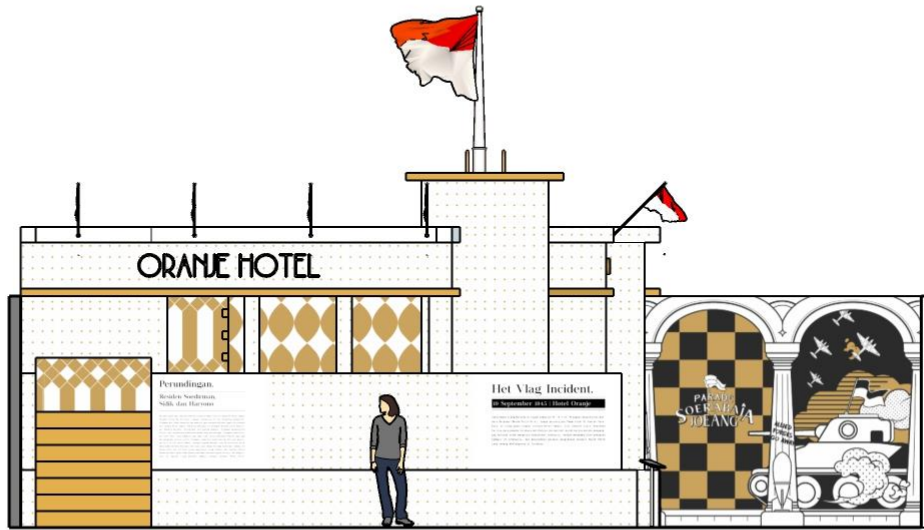


Gambar 5.1.4 Potong tampak depan
(Sumber : Rega , 2019)

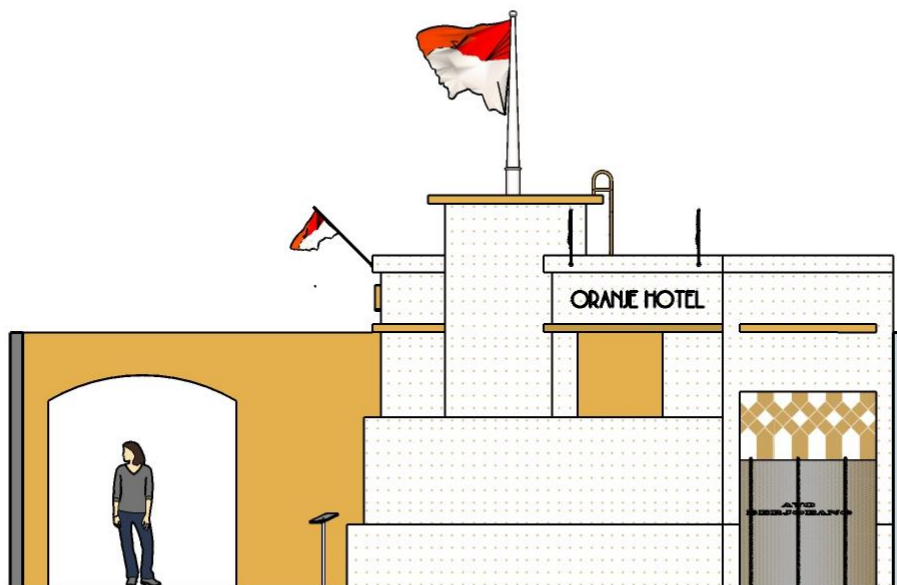


Gambar 5.1.5 Potong tampak samping
(Sumber : Rega , 2019)

Gambar Tampak

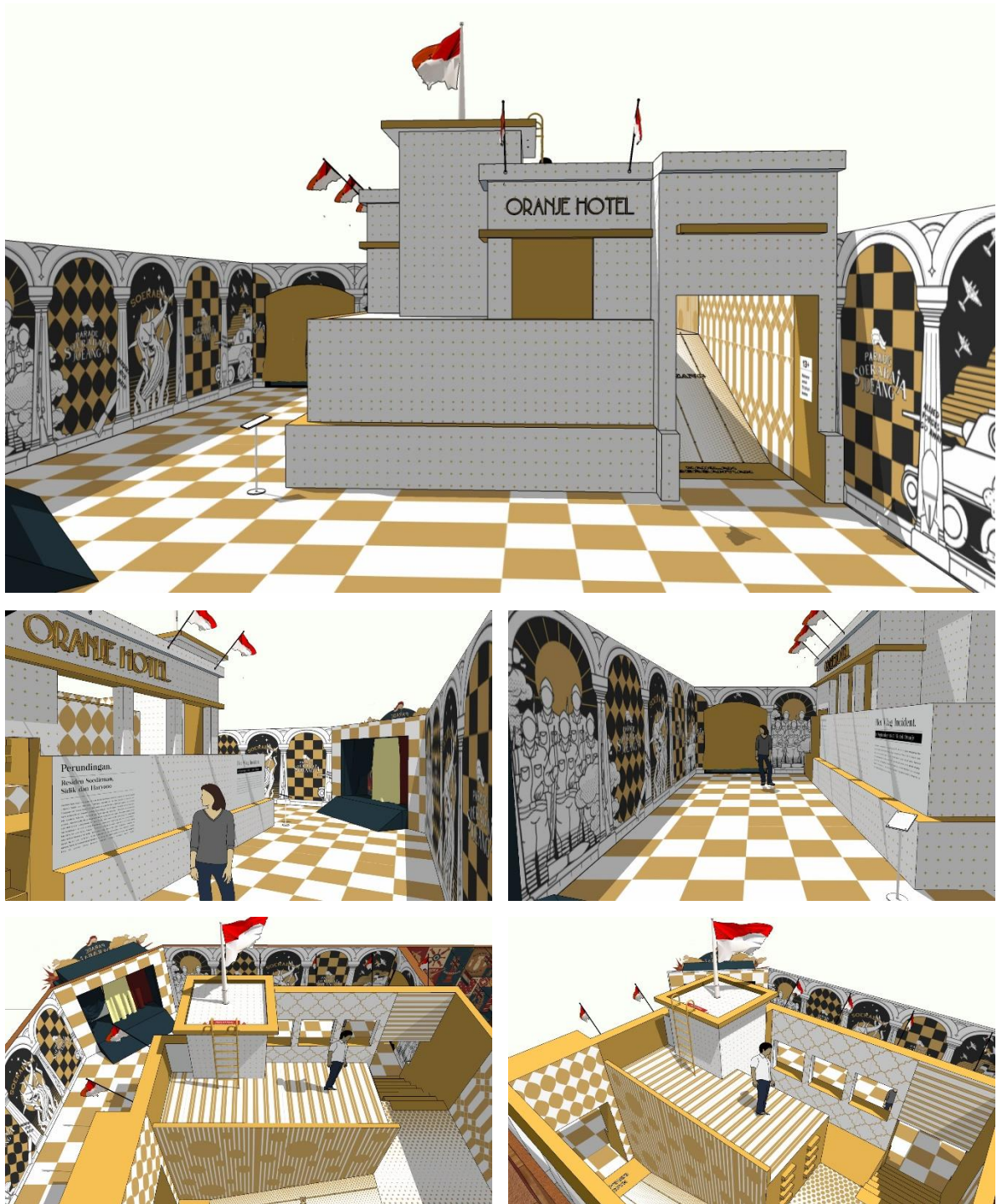


Gambar 5.1.6 Tampak depan
(Sumber : Rega , 2019)



Gambar 5.1.7 Tampak samping
(Sumber : Rega , 2019)

Gambar Perspektif



Gambar 5.1.8 Perspektif area 1
(Sumber : Rega , 2019)

2. Area 2 : Don Bosco

Don Bosco bercerita mengenai awal mula perang fase 1 sampai penyelesaiannya. Pada bagian luar digambarkan Don Bosco dikuasai sekutu dengan memperlihatkan beberapa identitas tentara sekutu. Pada bagian dalam terdapat beberapa ruang, ruang pertama berisi persenjataan rampasan tentara Jepang. Ruang selanjutnya merupakan ruang video mapping yang menceritakan perang fase 1. Ruang terakhir menceritakan gencatan senjata digambarkan lewat objek foto presiden Soekarno yang sedang berunding.

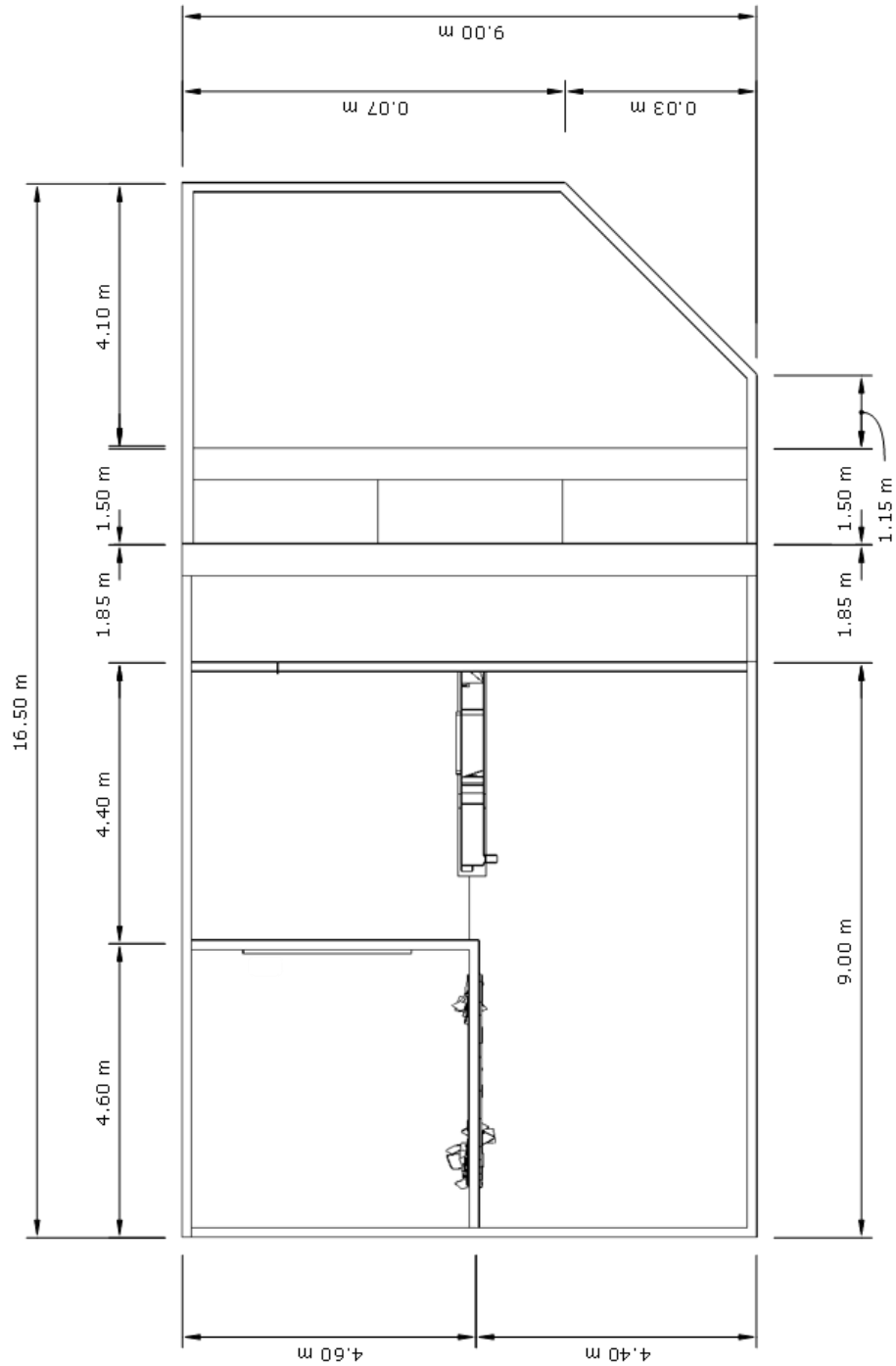
Konten informasi		Instalasi	
History	Story	Display	Interaktif
- Deskripsi Don Bosco - Deskripsi Persenjataan	- Inggris datang - Perang fase 1 - Perebutan senjata - Gencatan senjata - Pembentukan TKR	Replika Don Bosco	- Gudang senjata - Video Mapping

Unsur grafis



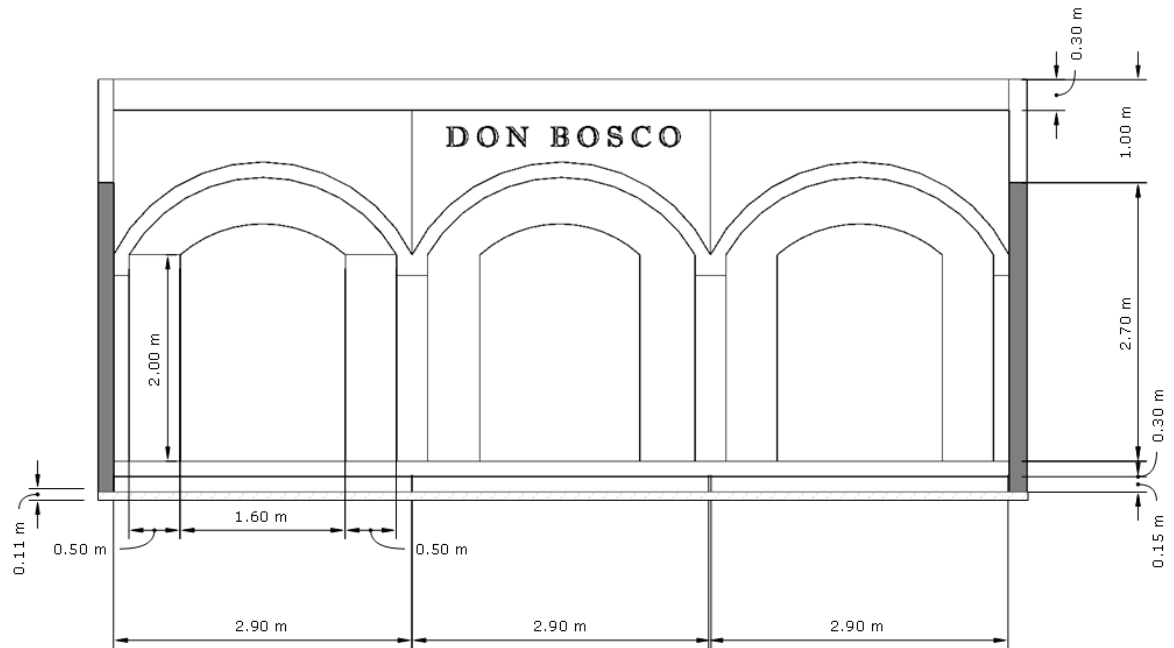
Gambar 5.1.9 Grafis area 2
(Sumber : Rega , 2019)

Gambar Teknik

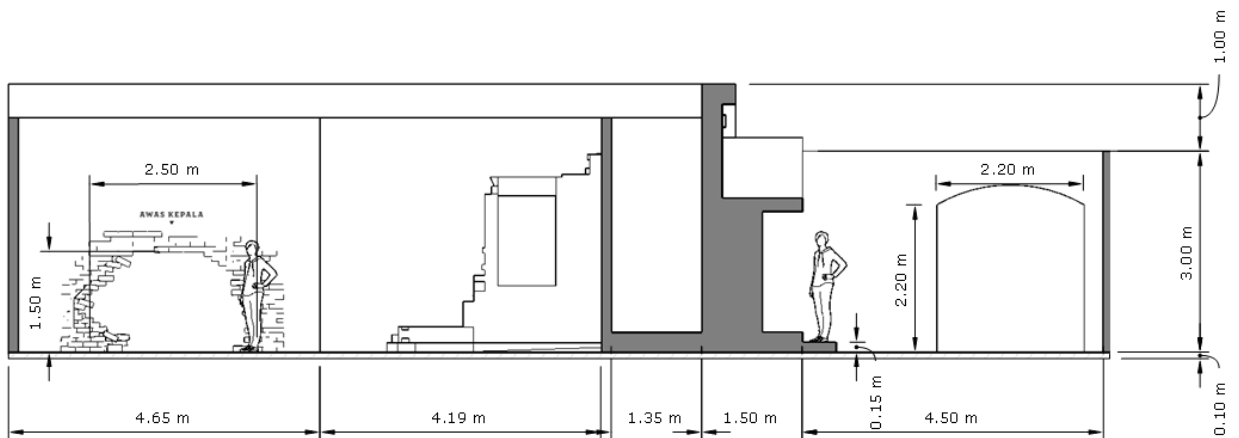


Gambar 5.1.10 Potong tampak atas

(Sumber : Rega , 2019)



Gambar 5.1.11 Potong tampak depan
(Sumber : Rega , 2019)

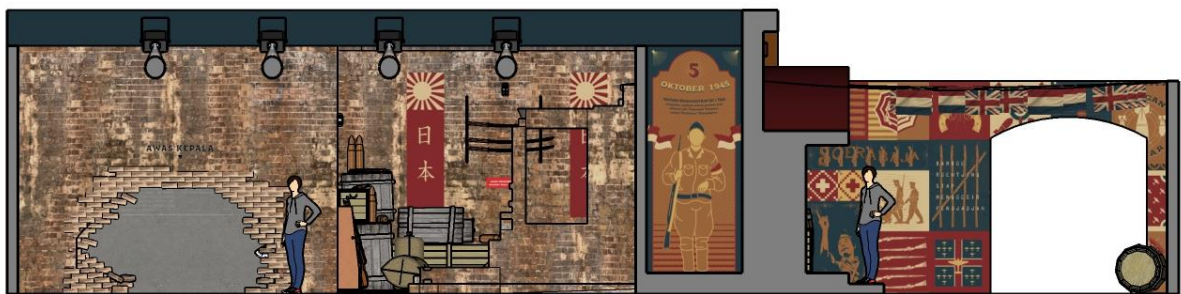


Gambar 5.1.12 Potong tampak samping
(Sumber : Rega , 2019)

Gambar Tampak



Gambar 5.1.13 Tampak depan
(Sumber : Rega , 2019)



Gambar 5.1.14 Tampak samping
(Sumber : Rega , 2019)

Gambar Perspektif



Gambar 5.1.15 Perspektif area 2
(Sumber : Rega , 2019)

3. Area 3 : Jembatan Merah

Area *Roodebrug* (Jembatan merah) menceritakan insiden tewasnya AWS Mallaby. Area ini menceritakan keadaan pasca perang disekitar Gedung Internatio, suasana tersebut digambarkan melalui puing-puing, peluru bertebaran, mobil AWS Mallaby yang hangus terbakar dan efek asap. Didalam area ini terdapat instalasi replika jembatan merah sebagai akses utama ke area selanjutnya, dibawah jembatan terdapat wahana kolam gabus yang merepresentasikan sungai Kalimas yang bewarna merah karena pertumpahan darah. Interaktivitas pada area ini pengunjung dapat bermain pada wahana tersebut.

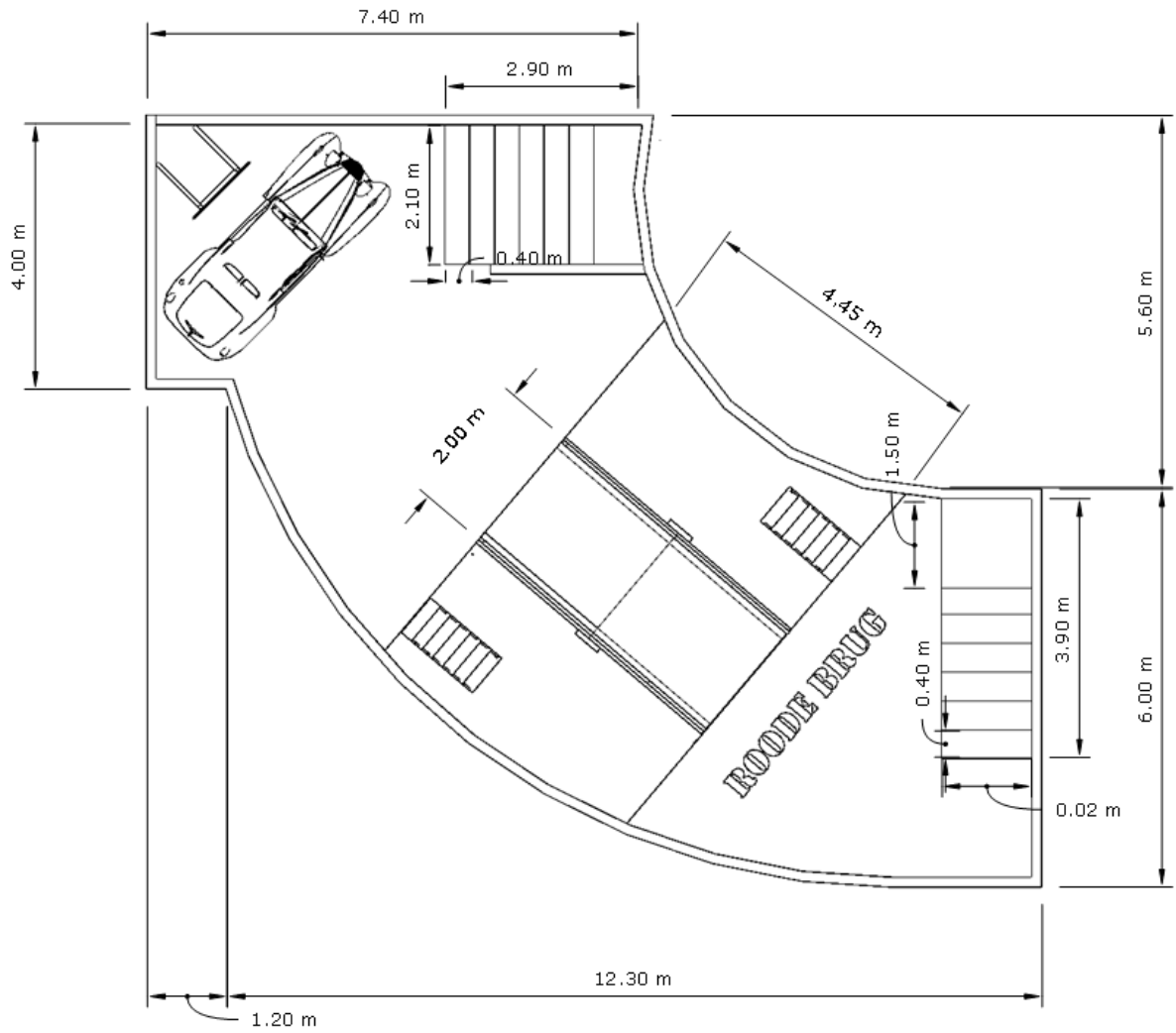
Konten informasi		Instalasi	
History	Story	Display	Interaktif
Deskripsi Jembatan Merah (<i>Roodebrug</i>)	Insiden tewasnya Mallaby	- Replika Jembatan Merah - Mobil AWS Mallaby	Kolam balok

Unsur warna ambient

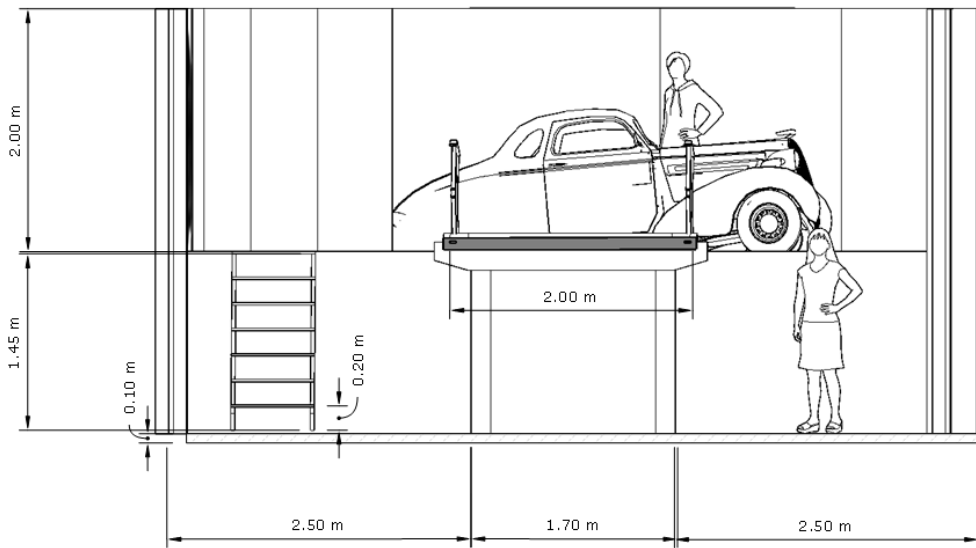


Gambar 5.1.16 Ambient area 3
(Sumber : Rega , 2019)

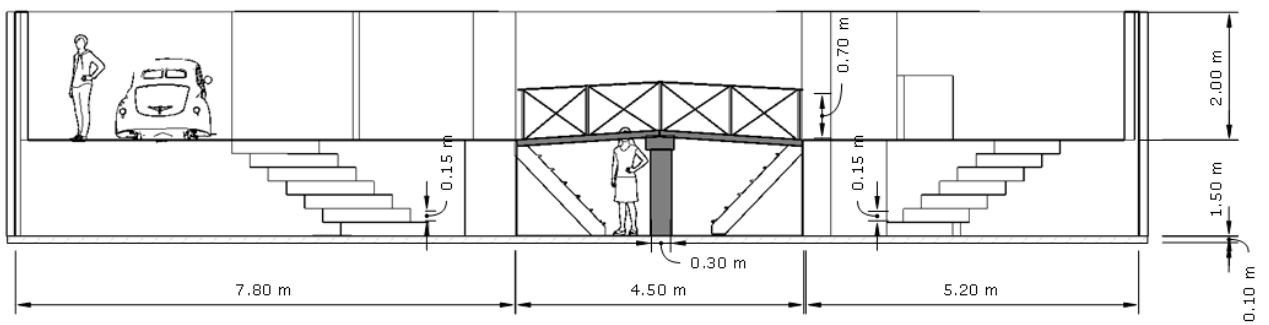
Gambar Teknik



Gambar 5.1.17 Potong tampak atas
(Sumber : Rega , 2019)



Gambar 5.1.18 Potong tampak depan
(Sumber : Rega , 2019)



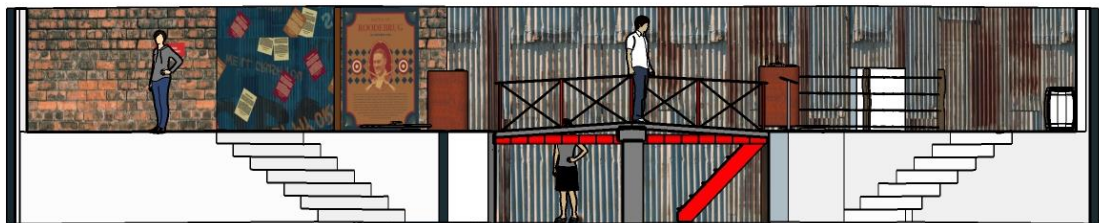
Gambar 5.1.19 Potong tampak samping
(Sumber : Rega , 2019)

Gambar Tampak



Gambar 5.1.20 Tampak depan

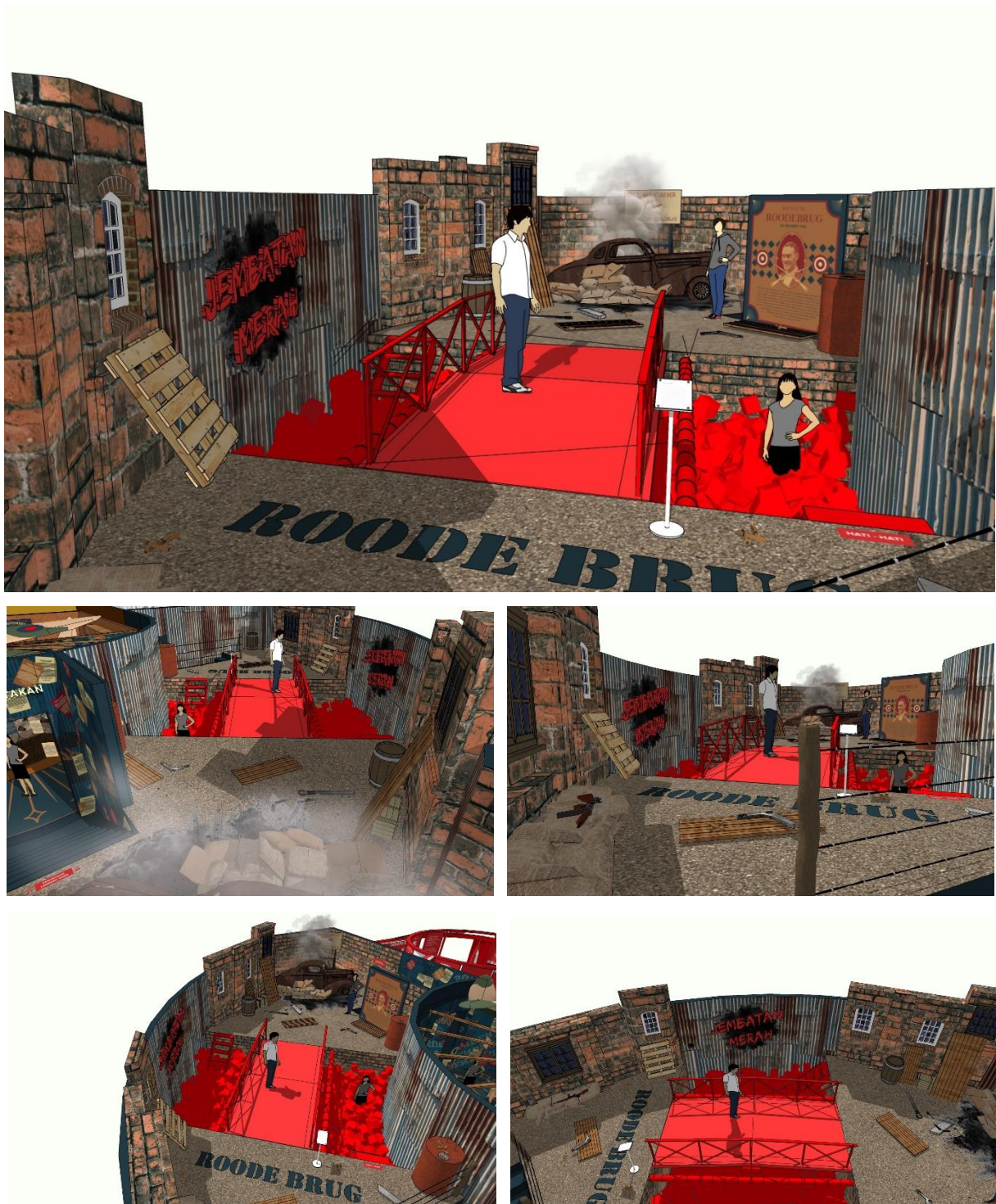
(Sumber : Rega , 2019)



Gambar 5.1.21 Tampak samping

(Sumber : Rega , 2019)

Gambar Perspektif



Gambar 5.1.22 Perspektif area 3
(Sumber : Rega , 2019)

4. Area 4 : Radio Pemberontakan

Radio Pemberontakan menceritakan pidato heroik Bung Tomo menanggapi ultimatum Mansergh. Untuk membangun suasana tersebut, di ruangan ini diputar rekaman pidato dan patung orasi Bung Tomo dilengkapi dengan speaker-speaker disekelilingnya. Ultimatum-ultimatum memenuhi ruang tertempel pada sekeliling tembok dan berterbangan pada langit-langit seolah-olah dijatuhkan dari pesawat.

Konten informasi		Instalasi	
History	Story	Display	Interaktif
Deskripsi Ultimatum Mansergh	Pidato Pemberontakan (Audio)	- Replika Patung Bung Tomo - Pesawat Spitfire	- Audio pidato - Pamflet beterbangan

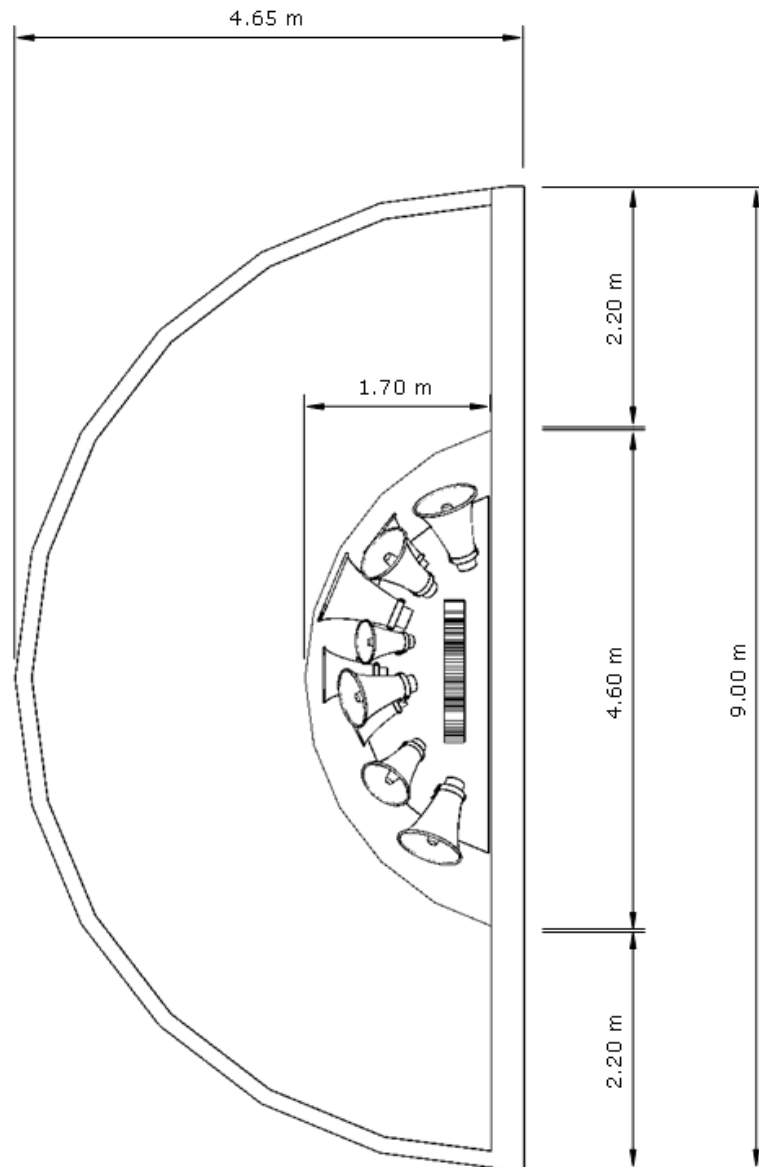
Unsur grafis



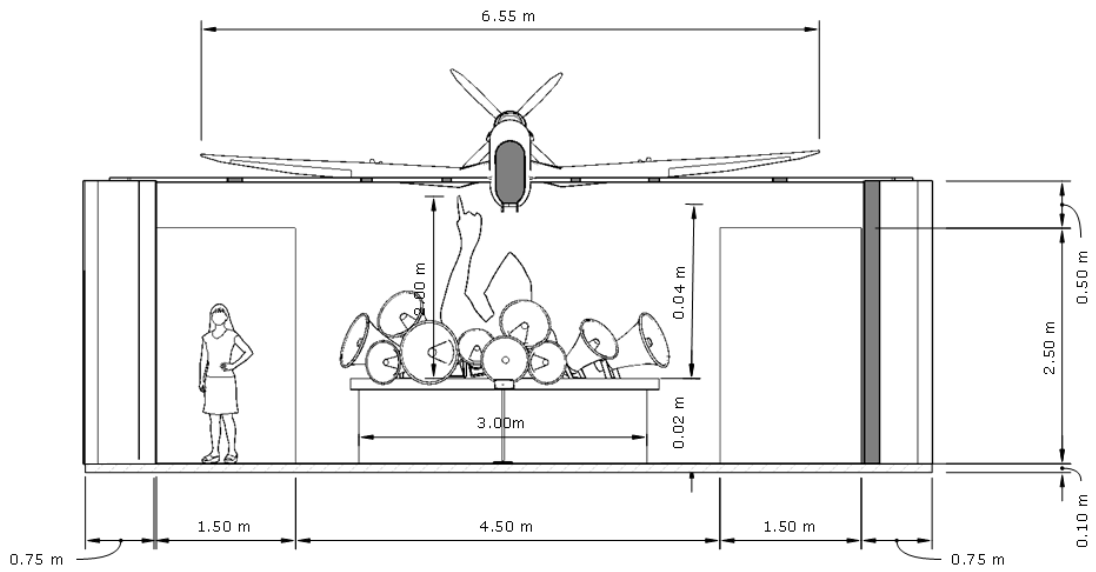
Gambar 5.1.23 Grafis area 4

(Sumber : Rega , 2019)

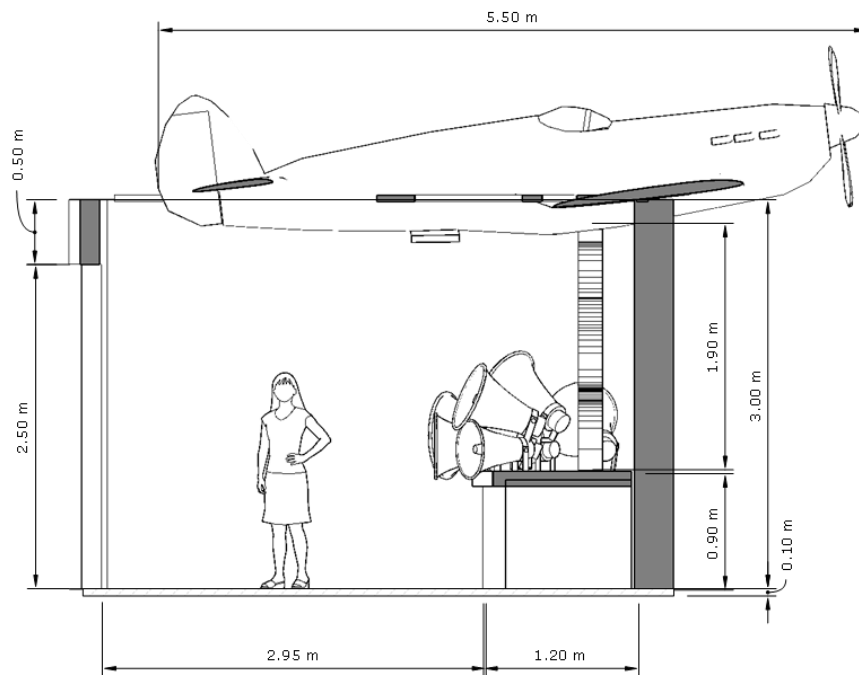
Gambar Teknik



Gambar 5.1.24 Potong tampak atas
(Sumber : Rega , 2019)



Gambar 5.1.25 Gartek depan
(Sumber : Rega , 2019)



Gambar 5.1.26 Gartek samping
(Sumber : Rega , 2019)

Gambar Tampak



Gambar 5.1.27 Tampak depan
(Sumber : Rega , 2019)



Gambar 5.1.28 Tampak samping
(Sumber : Rega , 2019)

Gambar Perspektif



Gambar 5.1.29 Perspektif Area 4
(Sumber : Rega , 2019)

5. Area 5 : Medan Perang

Area Medan Perang menggambarkan suasana perang fase 2 (perang puncak) yang berlatar pertahanan terakhir pejuang Surabaya (tepatnya di sekitar Gunungsari) dengan medan parit. Terdapat replika puing-puing pesawat Spitfire berserakan yang menandakan insiden tewasnya Jend. Lodger Symon. Selain itu juga terdapat instalasi Tank M4 Sherman yang menjadi senjata andalan tantara sekutu. Akhir perang dijelaskan mundurnya pejuang meninggalkan Surabaya.

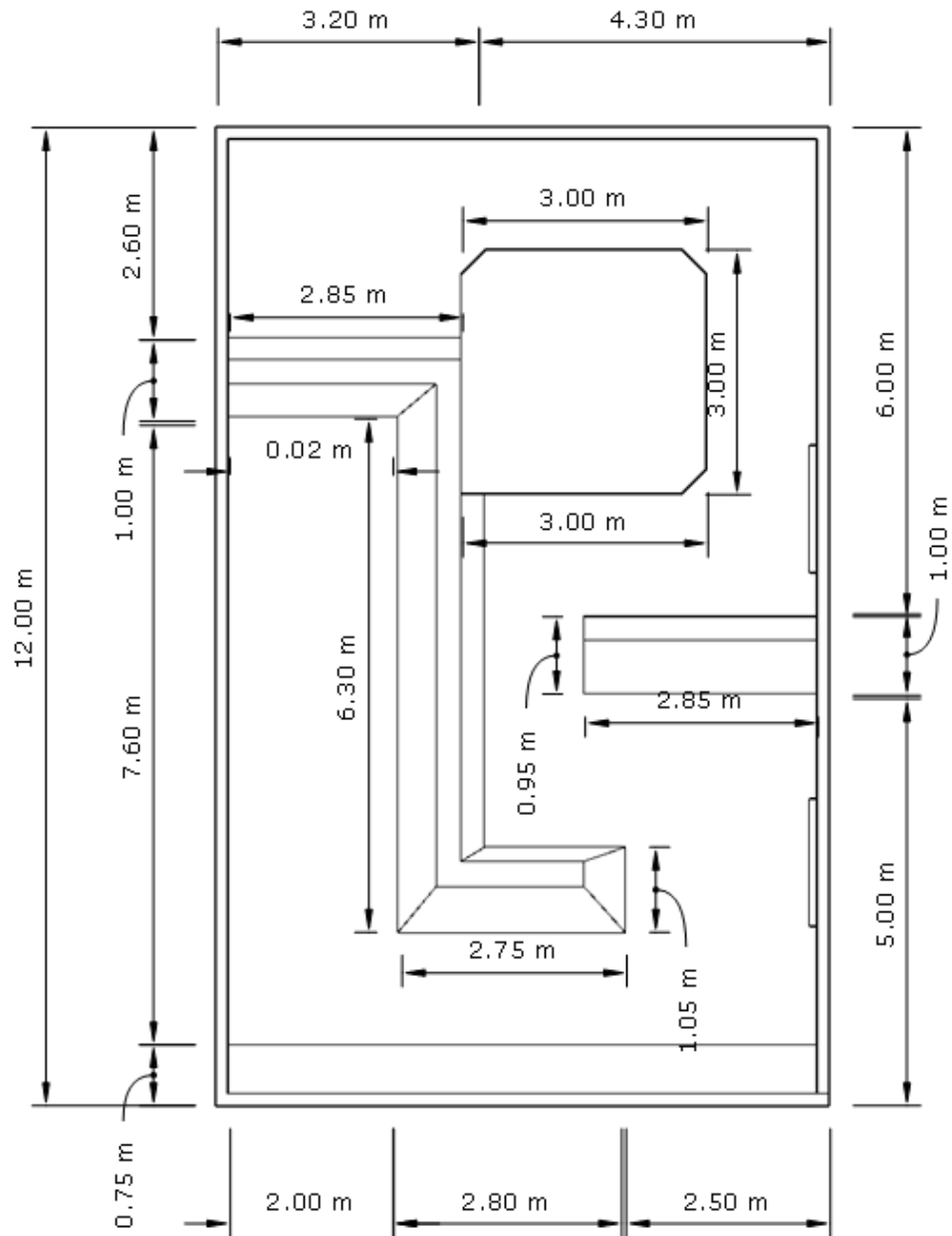
Konten informasi		Instalasi	
History	Story	Display	Interaktif
- Deskripsi Medan Perang - Penjelasan Tank Sherman	- Perang fase 2 - Tewasnya Jend. Lodger - Mundurnya Pejuang	- Replika tank M4 Sherman - Replika bangkai pesawat Spitfire	- Suara ledakan dan tembakan - Efek asap, api dan getar

Unsur warna ambient



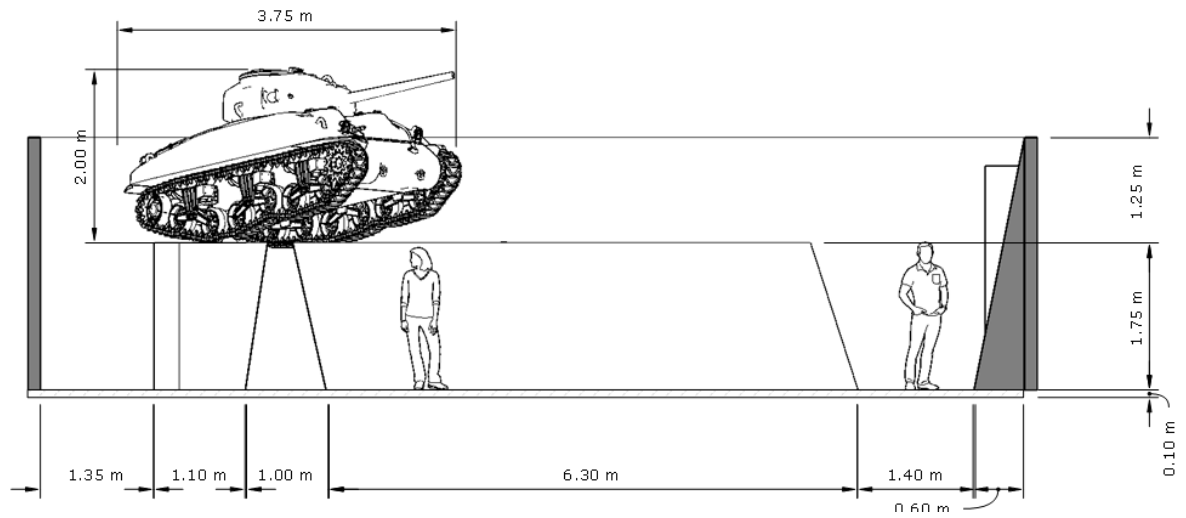
Gambar 5.1.30 Ambient area 5
(Sumber : Rega , 2019)

Gambar Teknik

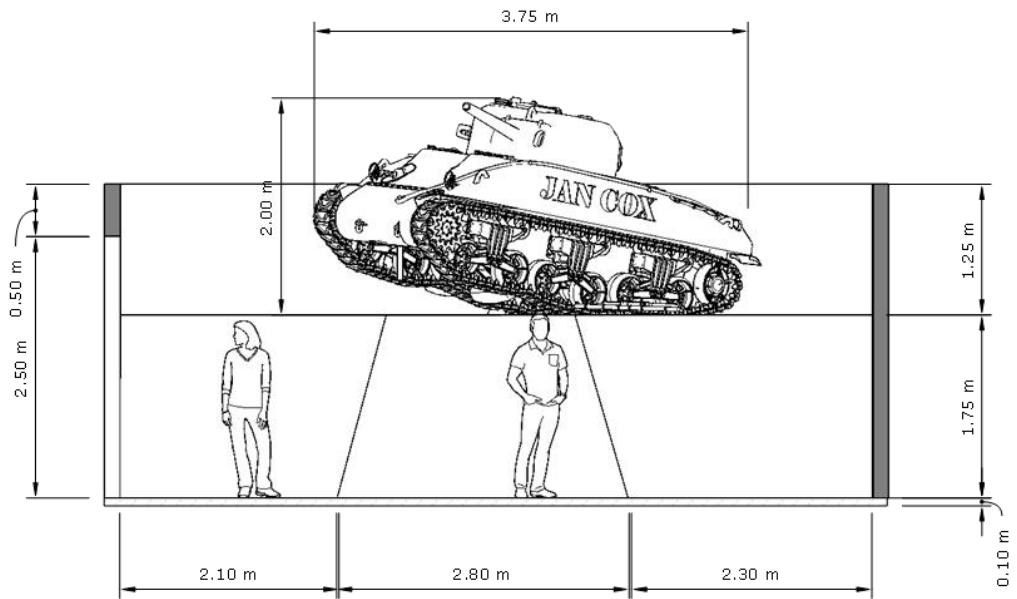


Gambar 5.1.31 Potong tampak atas

(Sumber : Rega , 2019)

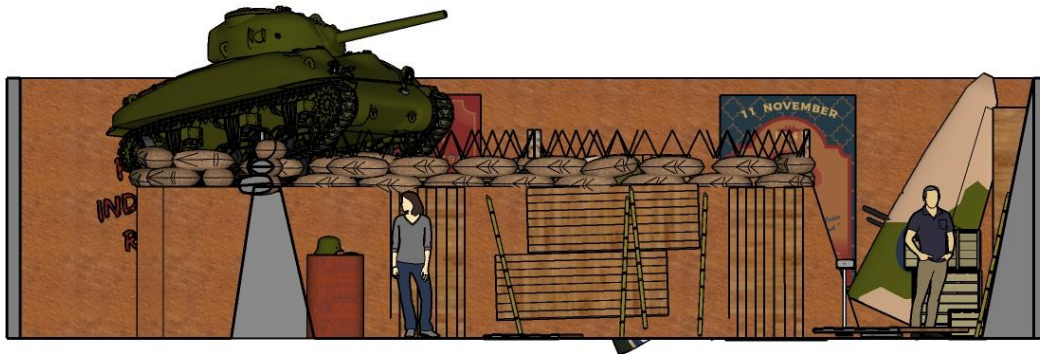


Gambar 5.1.32 Potong tampak depan
(Sumber : Rega , 2019)

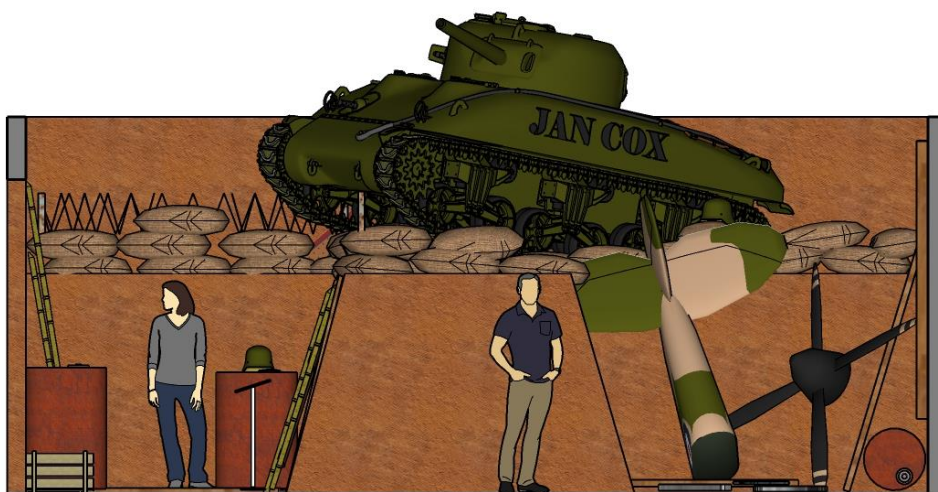


Gambar 5.1.33 Potong tampak samping
(Sumber : Rega , 2019)

Gambar Tampak



Gambar 5.1.34 Tampak depan
(Sumber : Rega , 2019)



Gambar 5.1.35 Tampak samping
(Sumber : Rega , 2019)

Gambar Perspektif



Gambar 5.1.36 Perspektif area 5
(Sumber : Rega , 2019)

6. Area 6 : Ruang Kata

Ruang Kata merupakan area penutup eksbisi, pada area ini disimpulkan bahwa perjuangan jaman dahulu dan masa sekarang berbeda. Untuk mendukung konsep tersebut terdapat kutipan-kutipan dan foto para pejuang khususnya yang bertempur di Surabaya. Interaktivitas pada area ini, pengunjung dapat menyalurkan aspirasi tentang perjuangan lewat tulisan pada sticky notes.

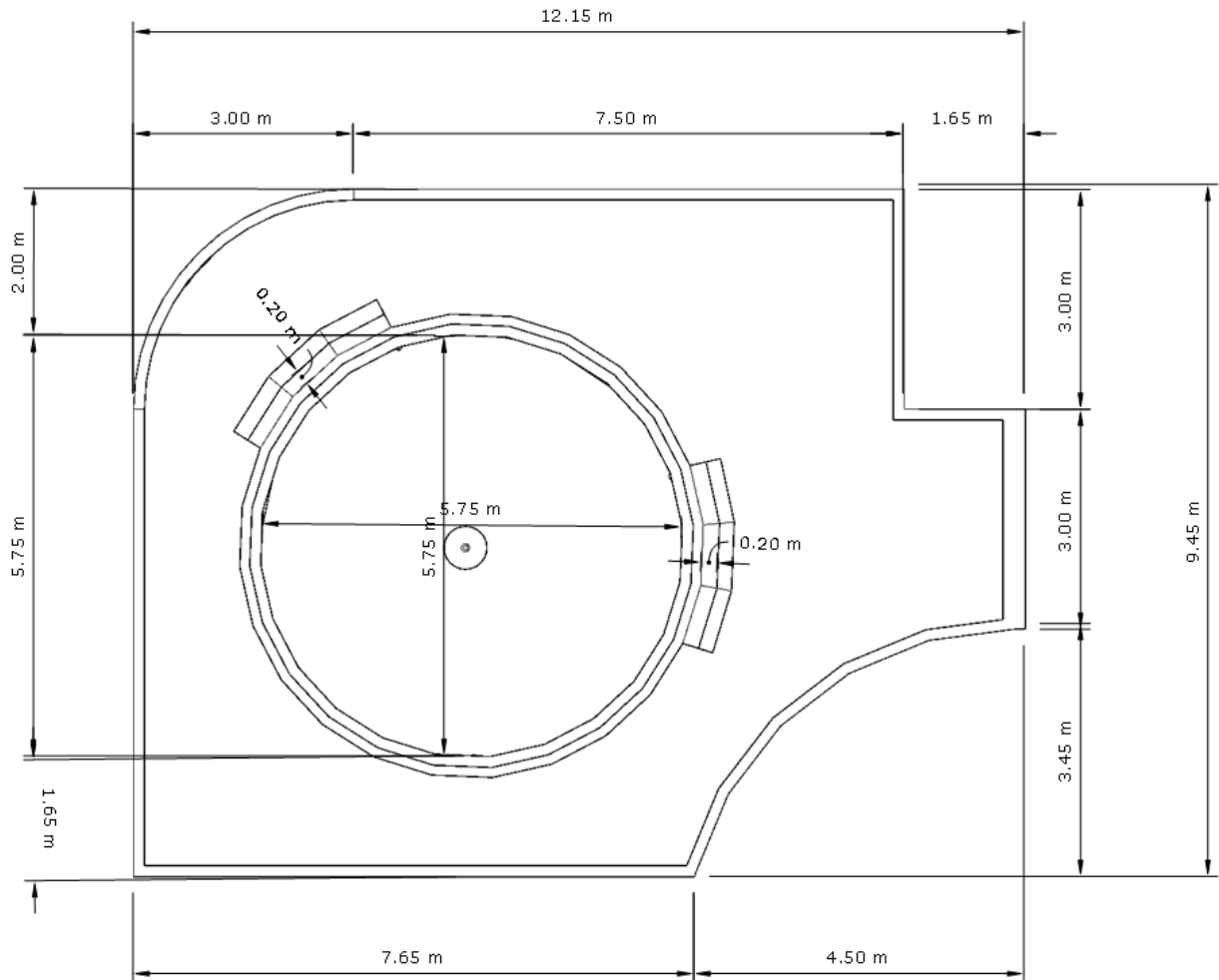
Konten informasi		Instalasi	
History	Story	Display	Interaktif
Deskripsi Kutipan Pejuang	Makna perjuangan	Panel Pahlawan	menulis <i>post it</i>

Unsur grafis

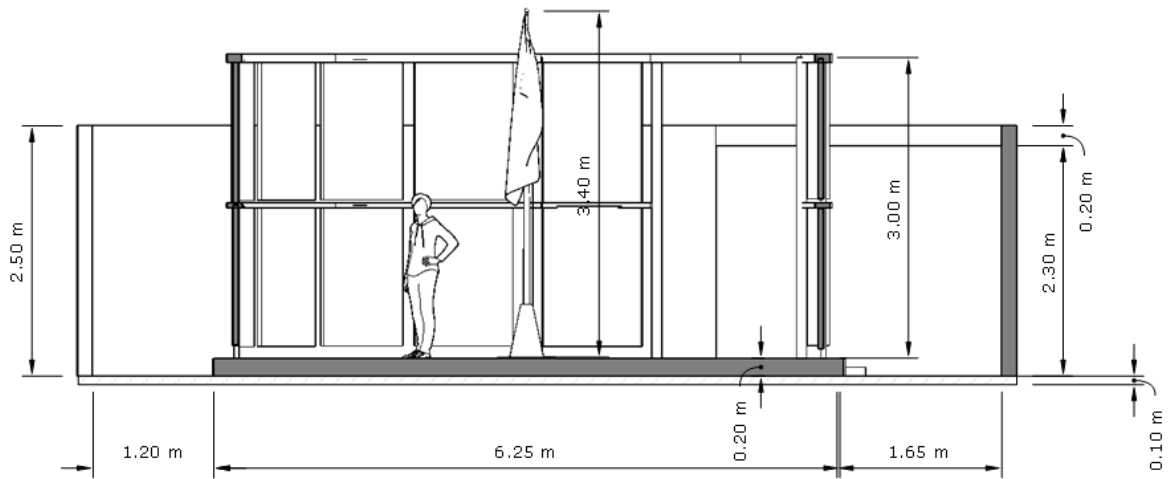


Gambar 5.1.37 Grafis area 6
(Sumber : Rega , 2019)

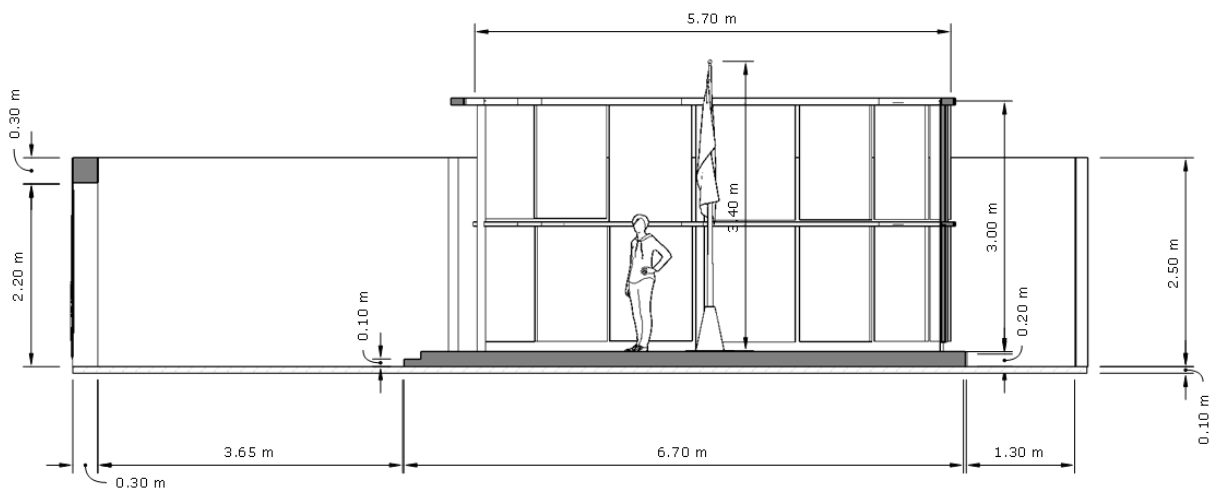
Gambar Teknik



Gambar 5.1.38 Potong tampak atas
(Sumber : Rega , 2019)



Gambar 5.1.39 Potong tampak depan
(Sumber : Rega , 2019)



Gambar 5.1.40 Potong tampak samping
(Sumber : Rega , 2019)

Gambar Tampak



Gambar 5.1.41 Tampak depan
(Sumber : Rega , 2019)



Gambar 5.1.42 Tampak samping
(Sumber : Rega , 2019)

Gambar Perspektif



Gambar 5.1.43 Perspektif area 6

(Sumber : Rega , 2019)

Tampak Luar



Gambar 5.1.44 Tampak luar

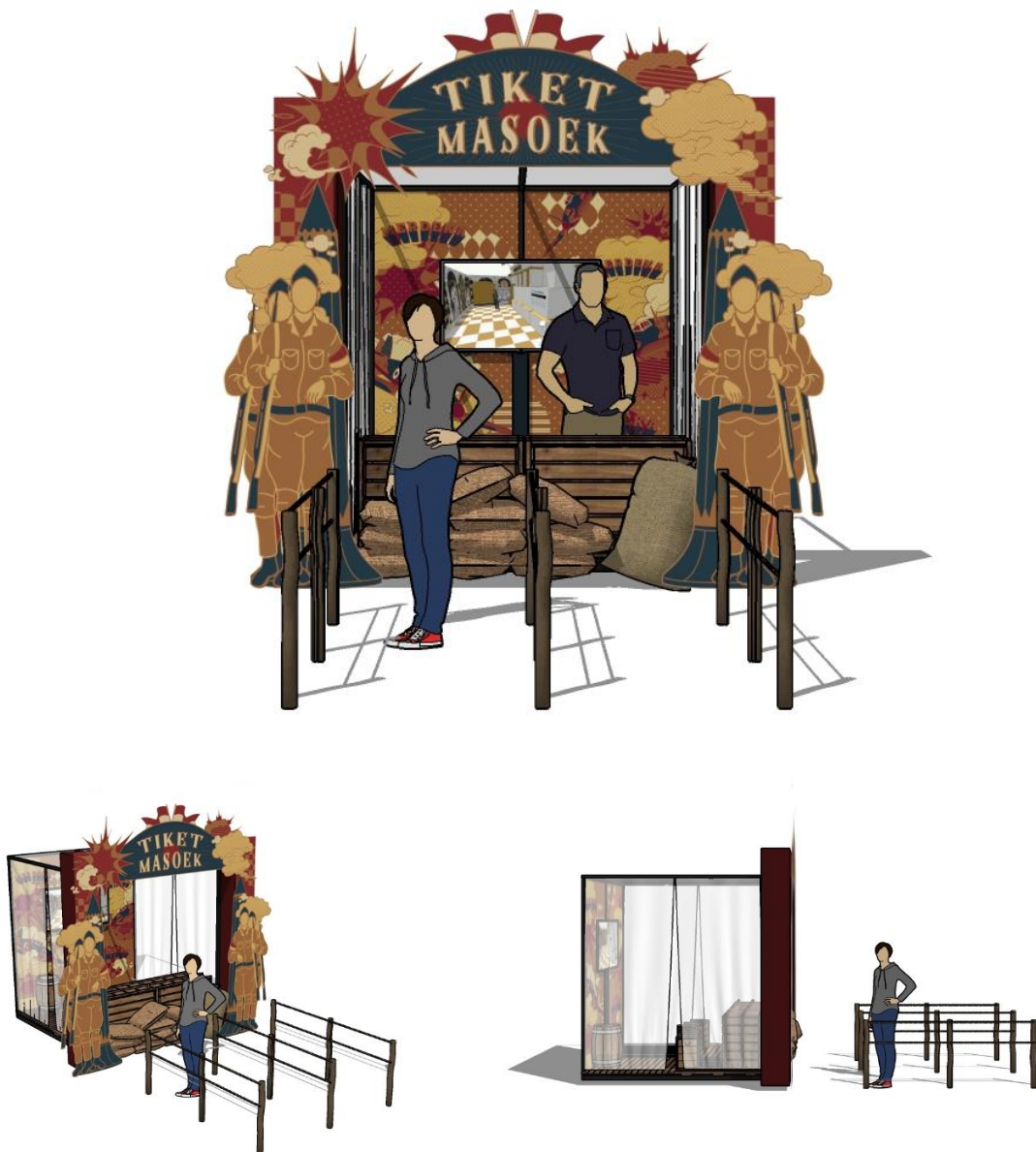
(Sumber : Rega , 2019)

Area pameran kontemporer terletak di luar ruangan (*outdoor*) maka dari itu diperlukan atap sementara berupa tenda. Tenda yang digunakan bertipe tenda roder berukuran besar yang sering digunakan untuk acara event. Rangka menggunakan aluminium dengan dilapisi membran polimer / terpal transparan. Untuk mengcover area pameran tenda roder berukuran kustom dengan tinggi penyangga 4 m dengan rentang tiap penyangga 5 m, tinggi dari tenda dapat mencapai 6-7 m. Penggunaan tenda bertujuan untuk melindungi area-area dari faktor cuaca mengingat pameran diadakan selama kurang lebih 1 bulan dan dapat menambah kenyamanan pengunjung.

5.1.2 Booth Pendukung

Kegunaan *booth* pendukung sebagai bagian dari teknis pelaksanaan untuk mempermudah pengunjung membeli tiket maupun *merchandise*. *Booth* pendukung terletak pada bagian indoor bangunan sebelah lapangan Balai Pemuda. Terdiri dari *Ticket Booth* dan *Merch Booth*.

Ticket Booth



(Sumber : Rega , 2019)

Gambar 5.1.45 Desain tiket booth

Merch Booth



(Sumber : Rega , 2019)

Gambar 5.1.46 Desain merch booth

5.1.3 Media Promosi

Sebagai kebutuhan promosi dibutuhkan beberapa desain yang mengajak masyarakat untuk datang ke eksibisi kontemporer Parade Surabaya Juang. Media promosi utama yang dirancang adalah poster, poster didesain dengan menggunakan aset dari identitas visual yang telah dirancang sebelumnya dan disebarakan melalui social media maupun dengan bentuk cetak. Poster memuat informasi tentang event, tempat, waktu dan persyaratan lainnya. Selain poster juga digunakan *flyer* sebagai bagian dari promosi.



Gambar 5.1.47 poster dan flyer

(Sumber : Rega , 2019)

5.1.4 Merchandise

Merchandise digunakan sebagai bagian dari strategi branding, selain itu juga dimanfaatkan untuk kegiatan promosi. Beberapa *merchandise* yang akan ditawarkan kepada pengunjung adalah scraft, pin dan post card. Desain *merchandise* sendiri merupakan turunan dari visual identitas yang telah dirancang sebelumnya.



Gambar 5.1.48 Scraft
(Sumber : Rega , 2019)



Gambar 5.1.49 Postcard
(Sumber : Rega , 2019)



Gambar 5.1.50 Pin
(Sumber : Rega , 2019)

5.1.5 Rancangan Pendapatan Anggaran

Spesifikasi daya tampung		Spesifikasi waktu kunjungan	
Keterangan	Jumlah	Keterangan	Jumlah
Daya tampung 1 area	15 orang	Estimasi 1 area	10 menit
Daya tampung 6 area	90 orang	Estimasi 6 area	60 menit
<i>1 jam eksibisi mendapat kunjungan sebanyak 90 orang</i>			

Hari kerja (Senin – Jumat)

Jam operasional 15.00 – 20.00 (5 jam)

Perkiraan jumlah pengunjung /hari : jumlah orang/jam x jam operasional/hari
: 90 x 5

Total jumlah pengunjung /hari : 450 orang

Total jumlah pengunjung /minggu : jumlah orang/jam x jumlah hari
: 450 x 5
: 2.250 orang

Hari Libur (Sabtu – Minggu)

Jam operasional 11.00 – 20.00 (10 jam)

Perkiraan jumlah pengunjung /hari : jumlah orang/jam x jam operasional
: 90 orang x 10 jam

Total jumlah pengunjung /hari : 900 orang

Total jumlah pengunjung /minggu : jumlah orang/jam x jumlah hari
: 900 x 2
: 1.800 orang

Total pengunjung 1 minggu : Pengunjung hari kerja + Pengunjung hari libur
: 2.250 orang + 1.800 orang
: 4.050

Perkiraan penghasilan 1 minggu : Total pengunjung 1 minggu x Harga tiket
: 4.050 x Rp 40.000
: Rp 162.000.000

Perkiraan penghasilan 1 bulan : Total penghasilan 1 minggu x jumlah minggu
: Rp 162.000.000 x 4
: Rp 648.000.000

Diatas merupakan perkiraan penghasilan (*income*) dari pelaksanaan eksibisi kontemporer selama 1 bulan. Total perkiraan penghasilan adalah Rp 648.000.000, jumlah tersebut telah *mengcover* anggaran biaya pelaksanaan yang diperkirakan mencapai Rp450.000.000.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Proses penelitian dan perancangan *Envirometal design* Parade Surabaya Juang yang telah dilakukan menghasilkan beberapa kesimpulan, yakni sebagai berikut :

- Perancangan *enviromental design event* parade Surabaya juang dengan konsep *flashback* perang 10 november mampu menjawab permasalahan terkait *branding*, pengembangan konsep dan pembangunan suasana. Dibuktikan dengan tanggapan positif stake holder saat *depth interview* dan hasil post test yang telah dilakukan.
- *Place making* berupa eksibisi kontemporer dirancang sesuai dengan kebutuhan para pengunjung yang menginginkan *experience* berupa suasana perang 10 Nopember dan keterlibatan secara langsung dalam kegiatan rekonstruksi.
- Dengan adanya eksibisi kontemporer pada event Parade Surabaya Juang dapat memperkuat *branding* dan meningkatkan antusiasme pengunjung khususnya para pemuda pada segmen remaja akhir.
- Secara keseluruhan *mood* eksibisi kontemporer telah merepresentasikan peristiwa perang 10 Nopember dan sesuai dengan konsep *flashback* perang 10 November.
- Penyampaian konten informasi dengan sistem *story telling* disampaikan melalui berbagai media sehingga menarik ,mudah dipahami, berbeda dengan eksibisi pada umumnya.
- Konsep interaktivitas dalam setiap area mengandung nilai-nilai kepahlawanan sehingga dapat mentransformasikan nilai-nilai tersebut kepada pengunjung.
- Area dengan tema visual paling menarik menurut responden adalah area 6 Ruang Kata yang dipenuhi visual serba merah-putih dilengkapi oleh objek-objek atau tulisan perjuangan.
- Area dengan interaktivitas paling berkesan menurut responden adalah area 4 Radio Pemberontakan yang bercerita tentang ultimatum Mansergh dan mengandung nilai keberanian.
- Area dengan *mood* dan *ambience* paling representatif menurut responden adalah area 5 Medan Perang yang bertemakan pertempuran dengan latar medan parit.

- Area dengan penyampaian konten informasi terfavorit menurut responden adalah area 2 Don Bosco yang menggunakan *video mapping* sebagai konten media.

–

6.2 Saran

Pada perancangan *envirometal design* Parade Surabaya Juang ini terdapat beberapa hal yang belum tercapai, diantaranya adalah :

- Perlu adanya teknis pembuatan eksibisi kontemporer lebih lanjut mencakup detail konstruksi, material bahan, sistem penghawaan, sistem pencahayaan, sistem akustik dan sistem kelistrikan. Teknis-teknis tersebut diserahkan kepada pihak profesional dibidangnya dalam proses pengerjaan.
- Realisasi dari perancangan ini nantinya perlu diimbangi dengan perawatan/*maintenance* secara rutin terhadap objek-objek dan instalasi pada tiap area, mengingat penyelenggaraan eksibisi kontemporer dilakukan ditempat terbuka dan dibuka untuk umum kurang lebih selama satu bulan.
- Pelaksanaan dari konsep eksibisi kontemporer pada perancangan ini membutuhkan kolaborasi dari pihak dengan disiplin ilmu berbeda seperti budayawan, komunitas, arsitek, desain grafis, desain interior, event planner (EO), vendor dan pihak *stake holder event* agar dapat terealisasi dengan baik dan bermanfaat bagi masyarakat luas.
- Pelaksanaan eksibisi kontemporer tidak dapat berjalan apabila tidak didukung oleh pihak penyelenggara dan pendukung event, maka dari itu perancangan ini membutuhkan dukungan dari Pemerintah Kota Surabaya dan pihak Sponsorship.
- Diperlukan strategi promosi yang tepat. Lewat komunikasi yang baik, informasi tentang adanya suatu *event* dapat sampai ke target yang dituju. Dengan demikian, *event* dapat dihadiri oleh *audience* yang tepat
- Mengingat *event* Parade Surabaya Juang diselenggarakan tiap tahunnya dibutuhkan pengembangan konsep eksibisi kontemporer untuk tahun-tahun berikutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku dan Jurnal

- Chermayeff, Serge. 1982. *Design and the public good*. Cambridge: Mass
- Carr, Stephen. 1992. *Public Space*. UK : Cambridge Univeristy press
- Dean, David. 1996. *Museum Exhibition: Theory and Practice*. New York: Routledge
- Juliatmika, W. “Signifikan Pencahayaan Buatan Pada Perancangan Interior Galeri”. *Jurnal Desain Interior*
- Morioka, Adams. 2004. *Logo Design Workbook*. Massachusetts : Rockport Publishers Inc.
- Panero, Julius. 2003. *Dimensi Manusia dan Interior*. Jakarta : Erlangga
- Rustan, Suriyanto. 2009. *Mendesain Logo*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Setyawan, Ady. 2018. *Surabaya Dimana Kau Sembunyikan Nyali Kepahlawananmu*. Yogyakarta: Mata Padi
- Sulistianto, H. 2006. *Seni Budaya*. Jakarta : Grafindo Media Utama
- Wheeler, Alina. 2009. *Designing Brand Identity*. New Jersey: John Wiley & Sons Inc.

Tautan

- PPS, “*What is Place making?*”
(<https://www.pps.org/article/what-is-placemaking>, diakses pada 12 Maret 2019)
- Kumpulan Ilmu, “*Pameran*“
(<https://blogsy-semangatbaruku-20.blogspot.com/2013/12/pameran-exhibition-pameran>, diakses pada 20 Maret 2019)
- Ketut Ryan, “*Perancangan Ruang Dalam*”
(<https://ketutryanbudhisaputra.wordpress.com/2015/03/10/perancangan-ruang-dalam>, diakses pada 3 April 2019)
- Wikar Mawan, “*Sistem Akustik Ruang*”
(<https://wikarmawan.wordpress.com/2011/01/31/sistem-akustik-ruang>, diakses pada 7 April 2019)
- Enciety, “*Parade Surabaya Juang jadi event Nasional*”
(<https://www.enciety.co/parade-surabaya-juang-jadi-event-nasional>, diakses pada 15 November 2018)

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

LAMPIRAN

Dokumentasi Interview :



Interview dengan Ibu Ike
(Ketua bidang destinasi DinPar Surabaya)



Interview dengan Bapak Heri Lenth
(Konseptor event Parade Surabaya Juang)

Dokumentasi Depth Interview :



Depth Interview dengan Bapak Tomi Redianto
(Project Manager PT.Debindo)

Posttest (Kuisisioner)

Objek Post test : Gambar perpektif masing-masing area

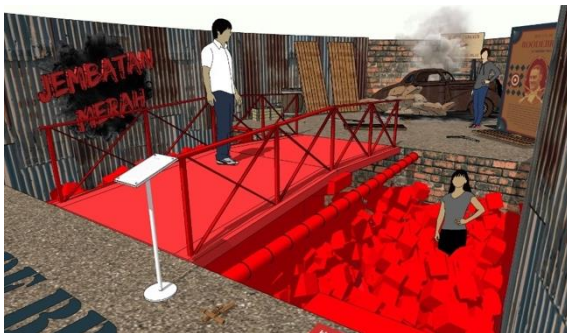
Area 1



Area 2



Area 3



Area 4



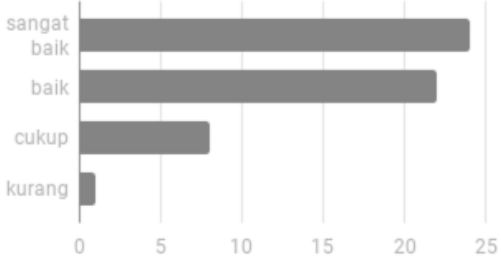
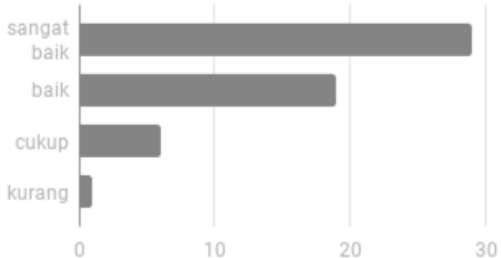
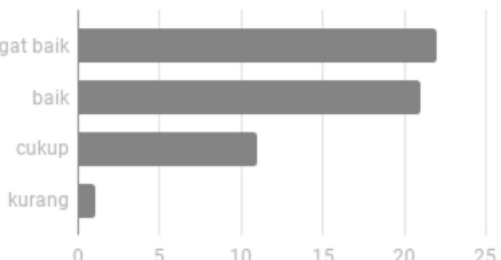
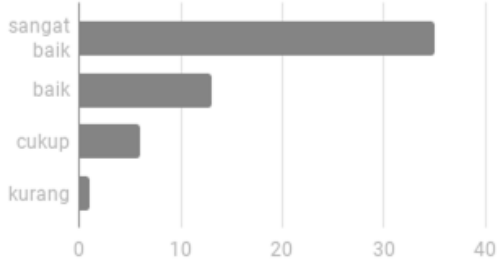
Area 5



Area 6

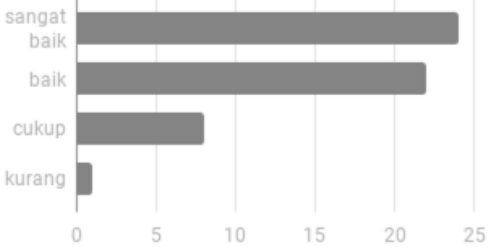
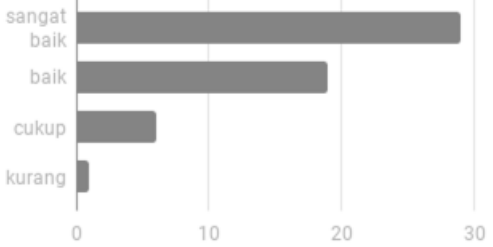
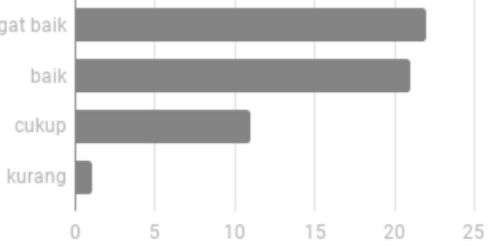
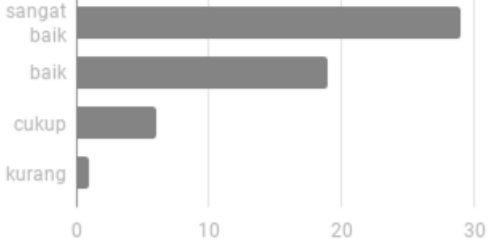


Area 1 : Hotel Oranje

Tanggapan Responden	Skala Likert
<p>Skala nilai kesesuaian tema</p> 	<p>= Total skor / Y x 50 = 247 / 250 x 50 = 42.6 %, berada dalam kategori “Sangat baik”</p>
<p>Skala nilai kesan visual</p> 	<p>= Total skor / Y x 50 = 247 / 250 x 50 = 43.8 %, berada dalam kategori “Sangat Baik”</p>
<p>Skala nilai manfaat media</p> 	<p>= Total skor / Y x 50 = 247 / 250 x 50 = 42.6 %, berada dalam kategori “Sangat Baik”</p>
<p>Skala nilai estetika</p> 	<p>= Total skor / Y x 50 = 247 / 250 x 50 = 45 %, berada dalam kategori “Sangat Baik”</p>

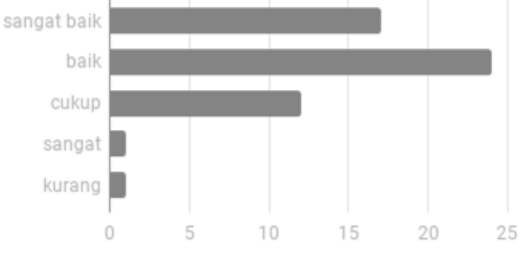
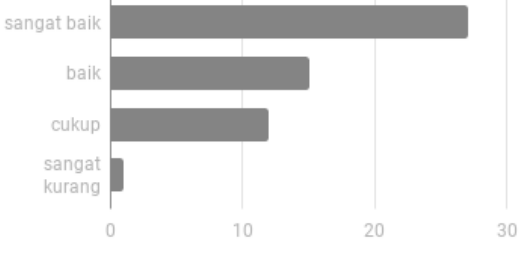
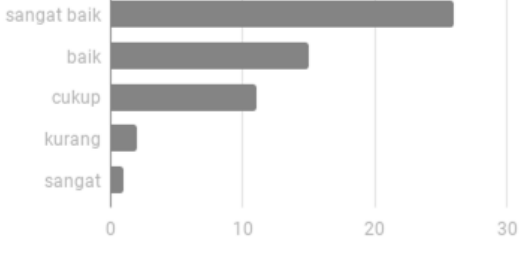
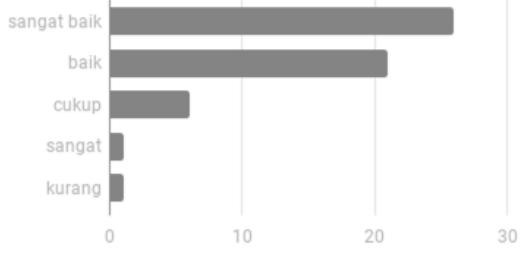
Skala penilaian : 0%-10% = Sangat Kurang, 10%-20% = Kurang,
 20%-30% = Cukup, 30%-40% = Baik, 40%-50% = Sangat Baik

Area 2 : Don Bosco

Tanggapan Responden	Skala Likert
<p>Skala nilai kesesuaian tema</p> 	<p>= Total skor / Y x 50 = 247 / 250 x 50 = 42.4 %,</p> <p>berada dalam kategori “Sangat Baik”</p>
<p>Skala nilai kesan visual</p> 	<p>= Total skor / Y x 50 = 247 / 250 x 50 = 43.4 %,</p> <p>berada dalam kategori “Sangat Baik”</p>
<p>Skala nilai manfaat media</p> 	<p>= Total skor / Y x 50 = 247 / 250 x 50 = 42.2 %,</p> <p>berada dalam kategori “Sangat Baik”</p>
<p>Skala nilai estetika</p> 	<p>= Total skor / Y x 50 = 247 / 250 x 50 = 45 %,</p> <p>berada dalam kategori “Sangat Baik”</p>

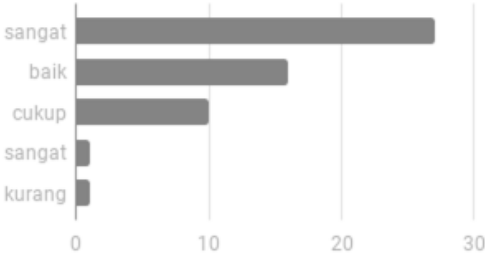
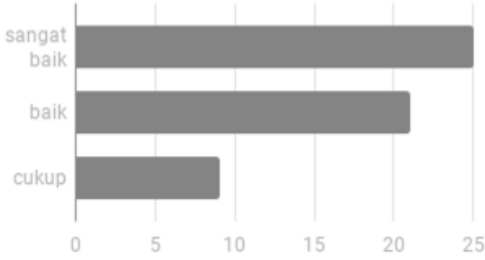
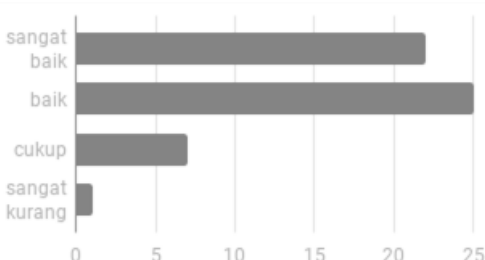
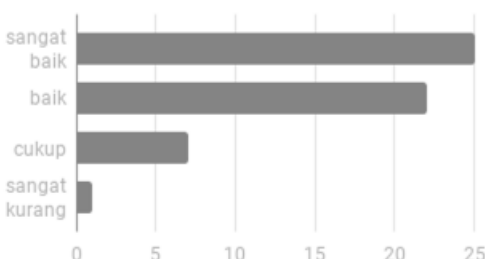
Skala penilaian : 0%-10% = Sangat Kurang, 10%-20% = Kurang,
 20%-30% = Cukup, 30%-40% = Baik, 40%-50% = Sangat Baik

Area 3 : Jembatan Merah

Tanggapan Responden	Skala Likert
<p>Skala nilai kesesuaian tema</p> 	<p>= Total skor / Y x 50 = 247 / 250 x 50 = 41 %,</p> <p>berada dalam kategori “Sangat Baik”</p>
<p>Skala nilai kesan visual</p> 	<p>= Total skor / Y x 50 = 247 / 250 x 50 = 36.2 %,</p> <p>berada dalam kategori “Baik”</p>
<p>Skala nilai manfaat media</p> 	<p>= Total skor / Y x 50 = 247 / 250 x 50 = 42.2 %,</p> <p>berada dalam kategori “Sangat Baik”</p>
<p>Skala nilai estetika</p> 	<p>= Total skor / Y x 50 = 247 / 250 x 50 = 43 %,</p> <p>berada dalam kategori “Sangat Baik”</p>

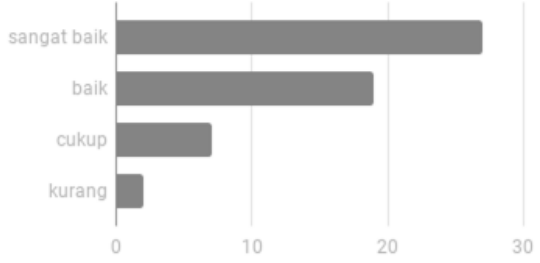
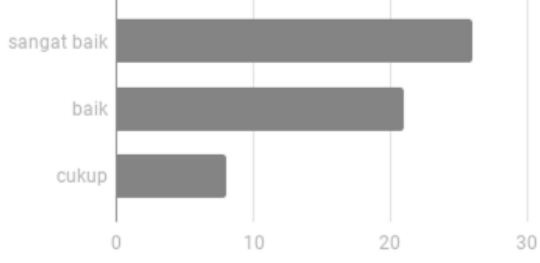
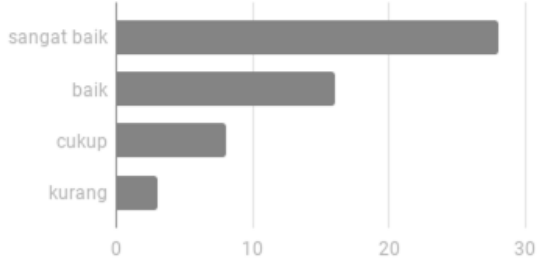
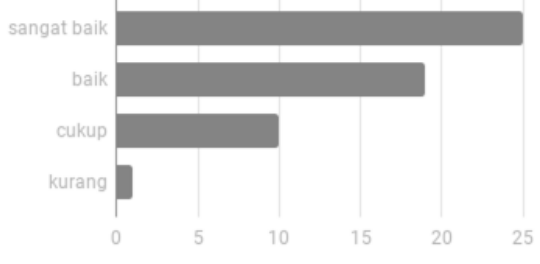
Skala penilaian : 0%-10% = Sangat Kurang, 10%-20% = Kurang,
 20%-30% = Cukup, 30%-40% = Baik, 40%-50% = Sangat Baik

Area 4 : Radio Pemberontakan

Tanggapan Responden	Skala Likert
<p>Skala nilai kesesuaian tema</p> 	<p>= Total skor / Y x 50 = 247 / 250 x 50 = 42.2 %,</p> <p>berada dalam kategori “Sangat Baik”</p>
<p>Skala nilai kesan visual</p> 	<p>= Total skor / Y x 50 = 247 / 250 x 50 = 44 %,</p> <p>berada dalam kategori “Sangat Baik”</p>
<p>Skala nilai manfaat media</p> 	<p>= Total skor / Y x 50 = 247 / 250 x 50 = 42.6 %,</p> <p>berada dalam kategori “Sangat Baik”</p>
<p>Skala nilai estetika</p> 	<p>= Total skor / Y x 50 = 247 / 250 x 50 = 43.4 %,</p> <p>berada dalam kategori “Sangat Baik”</p>

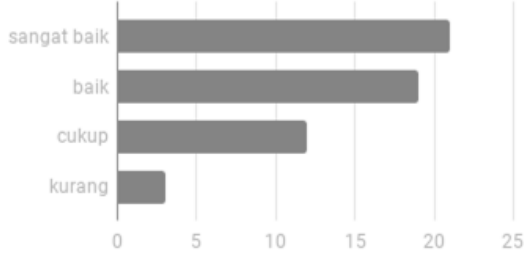
Skala penilaian : 0%-10% = Sangat Kurang, 10%-20% = Kurang,
 20%-30% = Cukup, 30%-40% = Baik, 40%-50% = Sangat Baik

Area 5 : Medan Peran

Tanggapan Responden	Skala Likert
<p>Skala nilai kesesuaian tema</p> 	<p>= Total skor / Y x 50 = 247 / 250 x 50 = 49.4 %, berada dalam kategori “Sangat Baik”</p>
<p>Skala nilai kesan visual</p> 	<p>= Total skor / Y x 50 = 247 / 250 x 50 = 49.4 %, berada dalam kategori “Sangat Baik”</p>
<p>Skala nilai manfaat media</p> 	<p>= Total skor / Y x 50 = 247 / 250 x 50 = 49.4 %, berada dalam kategori “Sangat Baik”</p>
<p>Skala nilai estetika</p> 	<p>= Total skor / Y x 50 = 247 / 250 x 50 = 49.4 %, berada dalam kategori “Sangat Baik”</p>

Skala penilaian : 0%-10% = Sangat Kurang, 10%-20% = Kurang,
 20%-30% = Cukup, 30%-40% = Baik, 40%-50% = Sangat Baik

Area 6 : Ruang Kata

Tanggapan Responden	Skala Likert										
<p>Skala nilai kesesuaian tema</p>  <table border="1" data-bbox="236 405 767 658"> <thead> <tr> <th>Kategori</th> <th>Jumlah</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>sangat baik</td> <td>21</td> </tr> <tr> <td>baik</td> <td>19</td> </tr> <tr> <td>cukup</td> <td>12</td> </tr> <tr> <td>kurang</td> <td>3</td> </tr> </tbody> </table>	Kategori	Jumlah	sangat baik	21	baik	19	cukup	12	kurang	3	<p>= Total skor / Y x 50 = 247 / 250 x 50 = 41 %,</p> <p>berada dalam kategori “Sangat Baik”</p>
Kategori	Jumlah										
sangat baik	21										
baik	19										
cukup	12										
kurang	3										
<p>Skala nilai kesan visual</p>  <table border="1" data-bbox="236 786 767 1039"> <thead> <tr> <th>Kategori</th> <th>Jumlah</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>sangat baik</td> <td>23</td> </tr> <tr> <td>baik</td> <td>15</td> </tr> <tr> <td>cukup</td> <td>12</td> </tr> <tr> <td>kurang</td> <td>5</td> </tr> </tbody> </table>	Kategori	Jumlah	sangat baik	23	baik	15	cukup	12	kurang	5	<p>= Total skor / Y x 50 = 247 / 250 x 50 = 40.8 %,</p> <p>berada dalam kategori “Sangat Baik”</p>
Kategori	Jumlah										
sangat baik	23										
baik	15										
cukup	12										
kurang	5										
<p>Skala nilai manfaat media</p>  <table border="1" data-bbox="236 1167 767 1420"> <thead> <tr> <th>Kategori</th> <th>Jumlah</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>sangat baik</td> <td>21</td> </tr> <tr> <td>baik</td> <td>20</td> </tr> <tr> <td>kurang</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>cukup</td> <td>10</td> </tr> </tbody> </table>	Kategori	Jumlah	sangat baik	21	baik	20	kurang	4	cukup	10	<p>= Total skor / Y x 50 = 247 / 250 x 50 = 41.8 %,</p> <p>berada dalam kategori “Sangat Baik”</p>
Kategori	Jumlah										
sangat baik	21										
baik	20										
kurang	4										
cukup	10										
<p>Skala nilai estetika</p>  <table border="1" data-bbox="236 1547 767 1800"> <thead> <tr> <th>Kategori</th> <th>Jumlah</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>sangat baik</td> <td>25</td> </tr> <tr> <td>baik</td> <td>23</td> </tr> <tr> <td>cukup</td> <td>7</td> </tr> </tbody> </table>	Kategori	Jumlah	sangat baik	25	baik	23	cukup	7	<p>= Total skor / Y x 50 = 247 / 250 x 50 = 44 %,</p> <p>berada dalam kategori “Sangat Baik”</p>		
Kategori	Jumlah										
sangat baik	25										
baik	23										
cukup	7										

Skala penilaian : 0%-10% = Sangat Kurang, 10%-20% = Kurang,
 20%-30% = Cukup, 30%-40% = Baik, 40%-50% = Sangat Baik

BIODATA PENULIS



Arief Rachman Ghazali, atau yang dikenal Rega, lahir di kota Surabaya, pada tanggal 8 Juni 1997. Anak kedua dari dua bersaudara. Pendidikan formal diawali dari bersekolah di TK Hang Tuah 1 Surabaya, SD Muhammadiyah 4 Surabaya, SMP Negeri 4 Surabaya, SMA Muhammadiyah 2 Surabaya, dan pada tahun 2015 menempuh kuliah di Departemen Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitektur, Desain dan Perencanaan ITS . Penulis menjadi mahasiswa program sarjana (S-1) Departemen Desain Komunikasi Visual jalur SNMPTN pada tahun 2015.

Selama perkuliahan penulis pernah aktif dalam kegiatan HIMA IDE 2016/2017 sebagai staff Departemen PROVE, sedangkan dalam kegiatan luar kampus penulis banyak mengikuti ajang lomba desain dan beberapa kali memenangkannya. Penulis juga pernah mendapatkan penghargaan “*Best of graphic design : Brand Identity*” dalam festival desain tingkat nasional yang diadakan oleh salah satu universitas desain ternama di Indonesia. Untuk melanjutkan studinya dibidang desain grafis, penulis melakukan kerja praktik di MATA Studio yang merupakan studio desain grafis terkemuka. Disana penulis banyak terlibat dalam pengerjaan proyek *branding* dan kebutuhan grafis lainnya.

Sebagai kewajiban untuk menuntaskan masa perkuliahan penulis menyelesaikan tugas akhirnya dengan judul “**Perancangan *Enviromental Design Event Parade Surabaya Juang dengan Konsep Flashback* perang 10 November**”. Pengambilan judul tersebut dipilih berdasarkan minat penulis dibidang *enviromental design* dan keinginan penulis untuk meningkatkan kualitas *event* Parade Surabaya Juang yang merupakan salah satu *event* kebanggaan Kota Surabaya.

Email : ariefrachghazali@gmail.com

No. HP : 087853546862