

Perancangan *Environmental Graphic Design* Museum Sepuluh Nopember Surabaya Area Luar

Firmansyah Widodo dan Baroto Tavip Indrojarwo.

Jurusan Desain Produk Industri, Fakultas Teknik Sipil dan Perancangan, Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS)

Jl. Arief Rahman Hakim, Surabaya 60111

E-mail: baroto@prodes.its.ac.id

Abstrak—Seiring dengan pencanangan Tahun Kunjung Museum 2010 oleh Departemen Kebudayaan dan Pariwisata RI, dimana program tersebut merupakan bagian dari Gerakan Nasional Cinta Museum (GNCM) hingga 2014. Tujuan diadakan Gerakan Nasional Cinta Museum untuk mendorong kesadaran masyarakat terhadap arti penting museum serta meningkatkan jumlah pengunjung museum. Kurangnya sistem penunjuk arah yang terpadu, kelengkapan mengenai informasi koleksi museum, dan suasana museum yang tidak pernah mengalami perubahan sejak awal dibangunnya museum ini, menjadikan museum ini luput dari tujuan wisata masyarakat yang lebih menutamakan sesuatu yang baru dan menarik. Dalam perancangan ini akan dibahas bagaimana para pengunjung dapat merasakan pengalaman tentang pendidikan asal-usul kota Surabaya serta perkembangannya dan kisah-kisah perjuangan para pahlawan pada perang 10 November, namun tetap memperhatikan kenyamanan para pengunjung dalam penyampaiannya. Metode penelitian yang dilakukan adalah riset observasi dengan membagikan kuesioner kepada masyarakat khususnya para pengunjung Museum Sepuluh Nopember Surabaya agar dapat merasakan suasana yang *modern* namun tetap berkesan semangat kepahlawanan. Dalam Perancangan ini hasil yang ingin dicapai adalah merancang *Environment Graphic Design* Museum Sepuluh Nopember yang bertujuan agar pengunjung mendapatkan informasi yang edukatif mengenai koleksi yang ada dan mudah dipahami dengan rasa nyaman dalam berkunjung atau berwisata, dengan konsep EGD yang lebih *modern* yang dapat membentuk suasana dari museum itu sendiri.

Kata Kunci — *Environmental Graphic Design*, *Modern*, Edukasi dan perjuangan kepahlawanan

I. PENDAHULUAN

SURABAYA yang merupakan kota yang terkenal dengan sebutan Kota Pahlawan karena kota Surabaya sangat berkaitan dengan revolusi Kemerdekaan Republik Indonesia Sehingga pada tanggal 10 November 1952, didirikan Tugu Pahlawan Surabaya, oleh Presiden Republik Indonesia Dr. Ir. Sukarno. Untuk mendukung keberadaan Tugu Pahlawan dan untuk melengkapi fasilitas sejarahnya, maka didirikanlah Museum Perjuangan Sepuluh Nopember 1945.

Museum sepuluh nopember terdiri dari 2 bagian yaitu area dalam atau area yang terdapat didalam bangunan museum yang berfokus dalam memamerkan benda-benda koleksi peninggalan serta kejadian pada perang sepuluh nopember. Sedangkan museum bagian luar yang terdapat di aera tugu pahlawan digunakan untuk memamerkan koleksi tentang sejarah Surabaya serta tokoh-tokoh yang berpengaruh dalam

perang Sepuluh Nopember. [1]

Pada tahun 2010 hingga 2014, Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata mencanangkan gerakan nasional cinta museum yang didalamnya terdapat 6 museum utama yang ada di Surabaya, yaitu Museum Kesehatan Dr. Adhyatma, MPH Surabaya, Museum Trowulan Mojokerto, Museum Loka Jala Carana Surabaya, Museum Cakraningrat Bangkalan dan Museum Tantular Sidoarjo, dan tentunya Museum 10 November Surabaya. Tujuan dari dicanangkannya Gerakan Nasional Cinta Museum (GNCM) adalah bertujuan untuk menaikkan jumlah pengunjung serta meningkatkan kesadaran, apresiasi dan kepedulian terutama generasi muda pada warisan budaya bangsa yang dipelajari di museum.

Untuk memaksimalkan infrastruktur, service, dan information pada Museum Sepuluh Nopember, maka pihak pengelola menginginkan diadakannya branding fisik yang mencakup dari segi identitas visual, sarana dan prasarana (papan informasi, papan penunjuk arah) [2], maupun dari segi promosi, hal ini semakin diperkuat oleh keinginan pemerintah kota untuk memaksimalkan potensi yang ada pada museum sepuluh nopember sebagai salah satu tempat wisata yang mengalami peningkatan pengunjung, serta service quality dibanding tempat wisata lain yang ada di Surabaya, namun sangat dibutuhkan untuk program pengembangannya.

Kajian *Environment Graphic Design* [3]

Pada dasarnya untuk menghidupkan *Environmental design*, atau design suasana, dapat diciptakan melalui interior maupun exterior dari bangunan tersebut, sehingga dapat memberikan kesan akan sesuatu yang baru. Untuk menciptakannya, dibutuhkan kerjasama antara Arsitek, Desainer grafis, industrial designer, dan dikolaborasikan bersama dengan kontraktor untuk bertukar pikiran menciptakan warna, tekstur, pencahayaan, suara, gerakan, kenyamanan, aroma, sehingga dapat bekerjasama dalam penciptaan suatu lingkungan desain.

Bisa disimpulkan bahwa untuk menciptakan *environmental design*, diperlukan beberapa disiplin ilmu yang berhubungan dengan desain untuk mewujudkannya. *Environmental graphic design* juga memusatkan perhatian pada aspek – aspek visual dari sebuah tempat, dengan pengertian bahwa tidak semua tempat memerlukan sebuah sistem grafis lingkungan. Sebuah museum tentu termasuk didalam kategori tempat yang membutuhkan *Environmentmen graphic design*, karena didalamnya terdapat suatu objek dimana tidak hanya informasi

yang diperlukan untuk menjelaskan apa yang ada disana, melainkan suasana seperti apa objek tersebut bisa bertahan, dan memberikan kesan pada audiens bagaimana objek tersebut dapat hidup pada jaman nya.

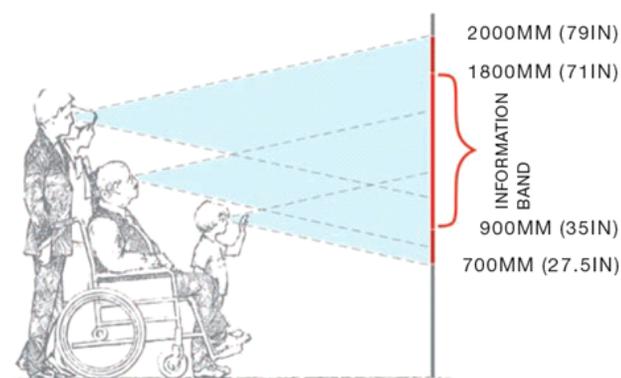
Dalam pembagiannya, *Environmental graphic design* untuk museum area luar dibagi menjadi 2, yaitu :

A. Information Graphic Design

Information Graphic Design memiliki andil yang besar dalam penyampaian informasi kepada audiens. Mereka dapat memberikan suplemen konten tulisan supaya menjadikannya lebih bermutu dan membangun informasi, data, atau bahkan pengetahuan kepada para audiens. Elemen grafis pada *Information Graphic* memiliki informasi yang kompleks yang diperlukan untuk disampaikan secara singkat padat, namun tidak membingungkan para audiens.

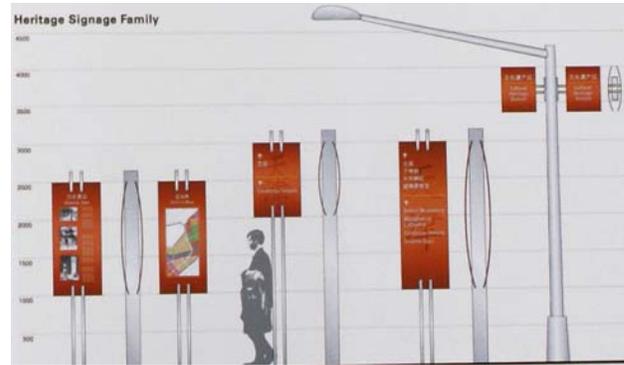
Tujuan utama dari *Information Graphic* adalah untuk membantu para audiens untuk memberikan pilihan yang terbaik dalam mencari informasi tentang suatu objek. Pada suatu daerah, konten yang terkandung dalam *Information Graphic* bisa jadi sangat luas, seperti pada museum yang menggunakan sumber informasi dari beberapa saksi sejarah yang ada. Ada pula informasi yang terkandung pada sebuah peta, jika peta tersebut tidak memiliki legenda, maka dapat dipastikan peta tersebut tidak dapat memberikan informasi yang diperlukan bagi audiens. Pada IGD pada area museum luar sangat di perhatikan kenyamanan bagi pengunjung dengan memperhatikan peletakan serta keterbacaan IGD sehingga tidak mengganggu arus pengunjung serta keselarasan dengan lingkungan sekitar.

B. Wayfinding Systems



Gambar. 1. Ergonomi visual pada penyampaian information graphic, dimana setiap rentang usia memiliki kenyamanan jarak baca yang berbeda [4]

Wayfinding memiliki arti sebagai pencari jalan untuk sampai ke tempat yang di inginkan, yang dimana tujuan dari *wayfinding* itu sendiri adalah untuk membantu audiens mencari jalannya. *Wayfinding* ditempatkan kepada setiap sudut jalan agar dapat memudahkan audiens untuk



Gambar. 2. ukuran signage ideal pada perbandingan manusia yang umum digunakan pada signage

menentukan jalannya, terutama bagi para penyandang cacat mungkin akan sedikit lebih susah jika tanpa dipandu dengan adanya *wayfinding*. Jadi, tujuan utama dari *wayfinding* adalah untuk membantu orang dengan gangguan sensorik dan orang yang susah untuk beradaptasi dengan lingkungan, yang dimana orang tersebut tidak muda untuk menghafal sebuah jalan untuk menuju ke suatu tempat. Pada area luar museum *wayfinding* bertujuan untuk mengalur arus pengunjung sehingga informasi yang disampaikan IGD dapat tersampaikan secara maksimal kepada pengunjung.

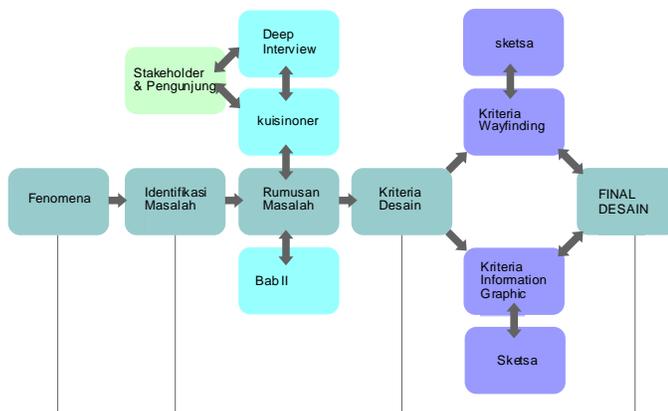
Dalam pembagian 3 *Environmental graphic design* tersebut, tentu terdapat elemen elemen penting lainnya yang mampu menunjang sebuah *Environmental graphic design* yang dapat memberikan sistem navigasi dan informasi yang baik. Elemen – elemen tersebut dapat dilihat sebagai berikut :

1. Unsur Kedalaman
2. Skala dan Ukuran
3. Konteks
4. *Complexity*
5. *Typography*
6. Tingkat ketahanan (material)
7. Warna

Perpaduan dari ke tujuh elemen itulah yang menjadikan sebuah *Environmental graphic design* menjadi suatu bidang desain yang dapat bermanfaat bagi masyarakat. [5]

Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah: “Bagaimana merancang *Environmental Graphic Design* pada area museum luar museum sepuluh nopember surabaya sehingga dapat memberikan informasi yang edukatif mengenai koleksi yang ada tanpa merubah bentukan modern yang ingin diciptakan museum sepuluh nopember ? ”

II. METODE PENELITIAN



Bagan. 1. Diagram dalam perancangan Environmental graphic design Museum Sepuluh Nopember Surabaya.

Tahap Penelitian dimulai sejak peneliti mulai mengamati fenomena yang berhubungan dengan permasalahan grafis lingkungan Museum Sepuluh Nopember hingga tahap perencanaan perancangan dan perumusan konsep. Tahap ini merupakan tahap di mana peneliti merumuskan kebutuhan subyek penelitian, kemudian dilanjutkan dengan merumuskan goal yang ingin dicapai. Tahap selanjutnya adalah perumusan konsep, di mana peneliti merumuskan cara untuk mencapai goal yang telah ditentukan.

Ada tiga pihak/aspek yang penting dalam tahap ini, yaitu: pihak stakeholder utama (dalam hal ini Dinas Pariwisata Surabaya dan pengelola Museum Sepuluh Nopember serta pengunjung), aspek ilmiah (kepastakaan atau ilmu serta pakar yang berhubungan dengan environmental graphic design), dan aspek studi eksisting (Studi yang didapatkan dengan melakukan pengamatan pada Museum Museum Sepuluh Nopember, dan Museum Empu Tantular).

Hasil analisa stakeholder dan studi eksisting akan menentukan goal yang ingin dicapai, sedangkan analisa aspek ilmiah dan studi eksisting akan menentukan cara menyelesaikan masalah, atau solusi dan mencapai goal. Dengan menyilangkan apa yang hendak dicapai (goal) dengan cara pencapaian (solusi) ini, akan ditemukan apa yang disebutkan peneliti sebagai konsep desain.

Dalam perancangan kali ini jenis data yang akan digunakan untuk mendapatkan hasil yang diinginkan dan sesuai adalah Hasil dari kuesioner yang dilakukan, baik untuk menentukan bentuk EGD, layout, setting, dan lain-lain. Hasil wawancara eksklusif dengan pihak pengelola museum. Studi eksisting dan studi komparator. Literatur dan teori yang berhubungan dengan perancangan *Environtmental graphic design*

Observasi dilakukan dengan meneliti *Environtmental graphic design* pada kompetitor, dan komparator, baik melalui observasi langsung terhadap sumber data, ataupun mencari data dalam internet. Data dari hasil observasi ini akhirnya digunakan sebagai data penunjang perancangan

Environmental graphic design Museum sepuluh nopember Surabaya area museum dalam ini. Disamping itu juga observasi berfungsi pula sebagai hasil kesimpulan dari perkembangan desain yang berkembang pada masa ini terhadap kompetitor dan komparator

Dalam perancangan ini, digunakan kuesioner, baik itu mengenai kuesioner pasar, maupun kuesioner visual untuk mendapatkan data mengenai keinginan pengunjung. Disamping itu, polling mengenai gaya visual, layout, gaya gambar, dan detail desain akan dilakukan berdasarkan target audien yang tepat agar dapat memiliki tampilan visual yang sesuai dengan keinginan konsumen.

Dalam perancangan ini, didapatkan segmentasi dari target audiens yang tepat untuk perancangan *Environmental graphic design* Museum sepuluh nopember surabaya area museum luar, adalah para remaja usia 15 hingga 25 tahun, memiliki pengeluaran per bulan kurang dari Rp 150.000, pendidikan Sma dan S1.

Dari data populasi yang didapat inilah kriteria desain dapat didapatkan dan dapat menjadi tepat sasaran, sehingga informasi yang akan disampaikan dalam perancangan ini akan dapat tepat sasaran, sehingga konsumen dapat memahami apa fungsi dari *Environmental graphic design* ini.

Dari kriteria desain tersebut maka dapat ditentukan mengenai kriteria dari bentuk *Environmental graphic design* yang akan didapatkan, bentuk tersebut didapatkan dari sketsa yang dikerjakan. Barulah dari kriteria bentuk tersebut maka akan didapatkan final desain.

III. KONSEP & IMPLEMENTASI DESAIN

Environmental graphic design adalah penataan sebuah lingkungan dengan tujuan menyediakan informasi yang dibutuhkan pengunjung, memberikan informasi koleksi kepada pengunjung, membangun suasana lokasi, dan mempermudah dan memberikan kenyamanan pengunjung melakukan aktivitas di sebuah lokasi. Berikut adalah beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam perancangan sebuah konsep:

Dalam sebuah perancangan konsep, perlu diperhatikan kebutuhan konsumen, agar didapatkan permasalahan yang ada, Kebutuhan pengunjung akan informasi museum luar yang dapat menambah wawasan, sehingga secara tidak langsung dapat melakukan pembelajaran sejarah dengan cara pendidikan non formal. Serta pembentukan suasana yang beda, yang dapat menghidupkan suasana kepahlawanan ang ada pada museum tersebut.

Untuk konsumen agar selalu teringat akan suasana area luar Museum sepuluh nopember dan dapat menerima informasi yang disampaikan, diperlukan adanya unique selling point dimana Museum Sepuluh Nopember merupakan salah satu museum perjuangan yang membahas seputar peristiwa sepuluh nopember serta sejarah Surabaya. Dimana koleksi yang diunggulkan adalah koleksi tokoh-tokoh yang

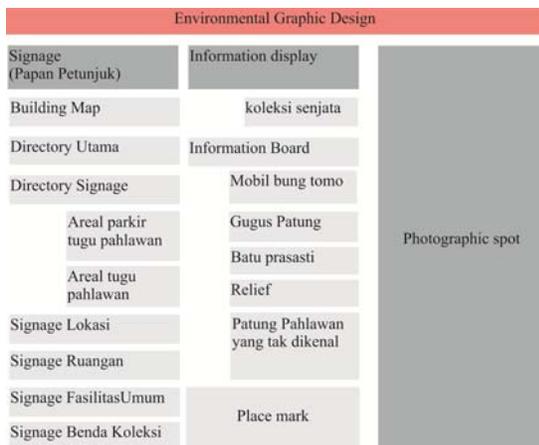
berpengaruh dalam perang sepuluh Nopember. Serta kenyamanan lingkungan area luar dalam menikmati koleksi-koleksi yang ada.

Agar *Environmen graphic design* yang dirancang tidak hanya menginformasikan informasi yang dapat mengedukasi tentang seputar koleksi, maka perlu adanya pesan lain yang tersirat pada EGD, yaitu *Environtmental Graphic design* yang dapat memberikan suasana kental perjuangan tentang pertempuran sepuluh nopember, namun masih tetap dalam pembentukan karakter museum yang modern.

Dalam perancangan *Environmen graphic design* Museum sepuluh nopember area museum dluar ini, digunakan konsep yang lebih *modern*, serta tampilan visual yang lebih menarik tetapi tetap menonjolkan suasana perjuangan kepahlawanan, sehingga pengunjung dapat merasakan sebuah pengalaman mengenai peperangan dalam peristiwa sejarah tersebut. Penggunaan konsep *modern* dapat diartikan sebagai acuan penentuan desain EGD yang mengadopsi bangunan Museum tugu pahlawan yang memiliki bentukan bangunan yang *modern* desain dan juga berdasarkan pada konten koleksi yang yang dipamerkan pada museum luar museum sepuluh nopember. Teori *communicative* pada pembuatan IGD digunakan sebagai acuan penggunaan warna serta visual yang berfungsi sebagai petanda di museum sepuluh nopember yang mempermudah pengunjung untuk menyerap informasi dan menemukan tempat yang akan dituju.

Dari konsep yang muncul maka keluarlah hasil perancangan *Environmental graphic design* yang dapat memenuhi kebutuhan akan informasi dan pembentukan suasana dari Museum sepuluh Nopember Surabaya ini.

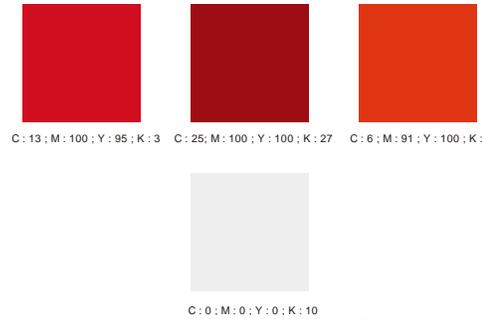
Hasil dari konsep tersebut meliputi antara lain seperti pada diagram ruang lingkup kerja EGD berikut :



Gambar. 3. Diagram ruang lingkup kerja EGD pada museum sepuluh nopember Surabaya.

1. Warna

Warna-warna yang digunakan pada Environmental Graphic Design area museum luar museum sepuluh nopember surabaya adalah sebagai berikut :



Gambar. 4. Tone warna Environmental Graphic Design Museum Sepuluh Nopember Surabaya, warna ini adalah warna dasar dalam penggunaan setiap elemen desain yang akan digunakan

2. Typografi

Typografi yang digunakan pada perancangan Environmental graphic design area Museum luar Museum Sepuluh Nopember Surabaya adalah :

FUTURA
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#%&*()

Gambar. 5. Contoh pada font Futura, Font ini digunakan karena memiliki ciri khas sudut yang menyerupai sudut pada bidang segitiga.

Penulisan menggunakan font ini digunakan pada penulisan informasi yang ada pada seluruh aspek environment graphic design area museum luar museum sepuluh nopember surabaya.

3. Zoning Area

Terdiri dari 3 zona yang dibagi berdasarkan alur pengunjung, sehingga informasi dapat tersampaikan secara maksimal pada museum tersebut. Zona tersebut antara lain adalah :

1. Zona 1 (terdapat 8 *Info board*, 4 *signage*, dan 5 *name board*, *fasad depan*, *sign map*)
2. Zona 2 (terdapat 15 *Infoboard*, 4 *signage*)
3. Zona 3 (terdiri dari 2 *Info board*, 1 *Signage*, 3 *Pothographic Spot*)

IV. KESIMPULAN

Environmental Graphic Desgin area museum luar Museum Sepuluh Nopember Surabaya sangatlah dibutuhkan, dikarenakan kebutuhan pengunjung yang di dapat melalui riset. EGD yang dibutuhkan berupa EGD informasi yang dapat mengedukasi tentang benda koleksi yang dipamerkan serta EGD yang mampu menghidupkan Suasana kental perjuangan para pahlawan.

Berberapa aspek yang mendasari pembuatan perancangan ini adalah pengunjung. Dimana hasil dari Riset pasar menunjukkan bahwa pengunjung membutuhkan informasi yang lebih jelas serta dapat mengedukasi mereka tentang benda-benda koleksi yang terdapat di museum. Dalam hal suasana dari hasil penelitian penulis mendapatkan bahwa suasana yang terdapat pada museum belum memberikan suasana perjuangan para pahlawan. Bentuk EGD yang

harus merepesantasikan suasana perjuangan serta bentukan modern yang diambil dari menganalogikan bentukan museum itu sendiri yaitu bentuk Segitiga.

Setelah melalui proses perancangan penentuan konten perancangan sebagai sumber informasi yang mengedukasi merupakan salah satu unsur penting dalam media pembelajaran modern pada museum Sepuluh Nopember itu sendiri. Penentuan peletakan sinage yang dapat membantu meng-*guide* pengunjung agar informasi dapat tersampaikan dengan maksimal merupakan hal yang harus dipertimbangkan. Pemilihan bentukan yang menganalogikan bentukan museum itu sendiri dengan mempertimbangkan aspek ergonomi pada *signage* serta aspek kenyamanan pada pengunjung Museum Sepuluh Nopember.

Hal ini merupakan upaya untuk membentuk suasana modern yang ingin di perlihatkan oleh Museum Sepuluh Nopember. Sehingga diharapkan dapat terwujud branding fisik berupa *environmental graphic design* pada area museum luar museum sepuluh nopember surabaya yang dapat memberikan informasi yang edukatif mengenai koleksi yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Tim Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember Surabaya, *Buku panduan Monumen tugu pahlawan dan museum sepuluh nopember*, Surabaya: Tugu Pahlawan dan Meseum Sepuluh Nopember (2007).
- [2] *Rencana Kerja Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kota Surabaya*, Pemerintah Kota Surabaya (2010)
- [3] Alina Wheeler, *Designing Brand Identity*, New Jersey: John & Wiley (2009).
- [4] Pam Locker, *Basic Interior design 02 Exhibition design*, Switzerland; AVA Publishing SA (2011).
- [5] Rina Hutajulu, "Concept edisi 23," Jakarta : PT. Concept Media, (2008).