



Arty 10 (1) 2021

Arty: Jurnal Seni Rupa

<http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/artly>

ILLUSTRATION DESIGN OF ICONIC BUILDING OF SEMARANG APPLIED ON MERCHANDISE

PERANCANGAN ILUSTRASI BANGUNAN IKONIK DI KOTA SEMARANG PADA MERCHANDISE

Aqil Abdul Gani[✉] Eko Haryanto¹

Program Studi Seni Rupa (DKV) S1, Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

Info Artikel

Sejarah Artikel:
Diterima Jan 2021
Disetujui : Feb 2021
Dipublikasikan : April 2021

Keywords:

Rancangan, Ilustrasi, Bangunan Ikonik, Kota Semarang, Merchandise

Abstrak

Kota Semarang merupakan salah satu kota yang mempunyai potensi wisata bangunan yang ikonik. Dengan berbagai macamnya bangunan ikonik yang ada di kota Semarang, perlu media promosi yang mendukung untuk menyebarkan informasi wisata bangunan ikonik yang ada di kota Semarang, salah satunya melalui media *merchandise*. Semua desain *merchandise* yang dibuat mengandung visual desain ilustrasi dengan penggambaran ilustrasi secara realis pendekatan surealis dari bangunan-bangunan ikonik yang ada di kota Semarang. Proses perancangan dimulai dari pembuatan secara manual pada ilustrasi. Desain ilustrasi dibuat menggunakan teknik manual dan difinishing dengan digital melalui software Adobe Photoshop CC 2019. Proses perancangan *merchandise* ini melalui beberapa tahapan proses pra produksi, proses produksi, proses pasca produksi. Karya yang dihasilkan berupa t-shirt, tote bag, gantungan kunci, hiasan dinding, pot bunga, bantal, softcase, masker, binder, mug dan piring, serta lampu dekorasi. Melalui perancangan *merchandise* ini diharapkan dapat meningkatkan angka kunjungan wisata, serta dapat memberikan informasi luas kepada masyarakat mengenai wisata bangunan ikonik apa saja yang ada di kota Semarang.

Abstract

Semarang is one of the cities that has the potential for iconic building tourism. With the various kinds of iconic buildings in Semarang, it's necessary to have promotional media that supports to disseminate tourism information on iconic buildings in Semarang, which is merchandise media. All merchandise designs that are made contain visual illustration designs with realist illustrative depictions of the surreal approach of the iconic buildings in Semarang. The design process starts from manual manufacturing of illustrations. The illustration design is made using manual techniques and digital finishing through the Adobe Photoshop CC 2019 software. The process of produce merchandise design through several stages of the pre-production process, the production process, the post-production process. The product are t-shirts, tote bags, key chains, wall hangings, flower pots, pillows, soft case, masks, binders, mugs and plates, and decorative lamps. Through the design of this merchandise, it's hoped that it can increase the number of tourist visits, and can provide broad information to the public about what iconic buildings are in Semarang.

© 2021 Universitas Negeri Semarang

[✉] Alamat korespondensi:
E-mail: aqilabdulgani7@gmail.com

ISSN 2252-7516
E-ISSN 2721-8961

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang memiliki banyak keberagaman, baik dari segi agama, budaya, suku, dan sebagainya. Indonesia juga merupakan negara yang kaya dengan sumber daya alamnya. Selain itu Indonesia juga memiliki beragam keunikan di tiap daerahnya, seperti halnya baik berupa tempat-tempat unik ataupun peninggalan sejarah yang tersebar di setiap daerahnya, seperti monumen, bangunan, patung dan berbagai macam (Khodyat dan Ramaini, 1991). Dalam hal tersebut jika dikelola dengan baik dapat dijadikan sebagai potensi untuk memakmurkan rakyat dan juga memajukan bangsa Indonesia. Salah satunya yang dapat dikembangkan adalah dalam bidang pariwisata. Perkembangan pariwisata di Indonesia pun tak lepas dari pengembangan di daerah-daerah. Salah satunya adalah di Jawa Tengah khususnya di Kota Semarang.

Kota Semarang dapat berperan dalam lingkup baik lokal maupun internasional. Kota Semarang yang menyimpan kekayaan budaya dan sejarah yang dapat dijadikan obyek wisata. Semarang merupakan salah satu daerah yang saat ini sedang gencar-gencarnya untuk dikembangkan (Nasrul, 2010). Melihat kekayaan potensi yang dimiliki oleh Kota Semarang membuka peluang usaha jasa pariwisata bagi insan-insan pariwisata di Propinsi Jawa Tengah. Pada hakekatnya, berwisata adalah suatu proses kepergian sementara dari seseorang atau lebih menuju tempat lain di luar tempat tinggalnya (Oka, 2003). Dorongan berpergian tersebut karena ada berbagai kepentingan, baik karena kepentingan ekonomi, sosial, budaya, politik, agama, kesehatan maupun kepentingan lainnya, seperti karena keingintahuan, menambah

pengalaman ataupun untuk membuka lapangan usaha baru, membuka lapangan kerja dan dapat mendorong dan meningkatkan kegiatan pembangunan, dapat meningkatkan pendapatan masyarakat serta pendapatan asli daerah apabila dikelola dan dikembangkan secara maksimal (Muljadi, 2012).

Bangunan-bangunan di Indonesia juga dapat menjadi daya tarik untuk menjadi objek wisata. Baik bangunan tersebut memiliki nilai sejarah, tempat ibadah ataupun tempat yang menarik dan menjadi daya tarik untuk dikunjungi ataupun dijadikan objek wisata. Bangunan juga dapat menjadi ikonik dari suatu daerah dalam hal wisata. Semarang memiliki berbagai tujuan wisata bangunan. Misalnya saja Kota Lama Semarang, Gereja Blenduk, Lawang Sewu, Kleteng Sam Poo Kong, Masjid Agung Kauman, dan lain-lain. Bangunan tersebut merupakan bangunan yang menjadi Ikonik di kota Semarang (Pemerintah Kota Semarang, 2019).

Suatu bangunan memang dibangun untuk menjadi sebuah bangunan ikonik yang mampu mempresentasikan wilayah tertentu, tentunya bangunan tersebut harus memiliki makna yang kuat dan alasan mengapa dibangun seperti itu. Bangunan tersebut harus mudah dikenang dan dilihat oleh orang lain baik secara fisik yang menonjol dan bisa dikatakan berbeda dari lingkungan sekitarnya, atau mungkin secara tersirat bangunan tersebut bisa memberi cerita tersendiri bagi yang melihatnya (Nugrahani dan Wibawanto, 2017). Di kota Semarang sendiri sangat banyak ditemukannya bangunan-bangunan yang menjadi ikonik, baik dikarenakan sejarah dan keunikannya yang menarik. Oleh karena itu bangunan-bangunan

tersebut menjadi daya tarik dan dijadikan objek destinasi wisata.

Merchandise yang ada di kota Semarang saat ini tidak banyak yang menerapkan bangunan pada *merchandise* nya, kebanyakan *merchandise* di Semarang masih berupa tulisan-tulisan seperti I love Semarang dan sebagainya, yang diterapkan pada gantungan kunci, pakaian dan berbagai *merchandise* yang masih terlihat biasa dan umum. Dengan hal ini menjadi suatu hal yang biasa dan perlu adanya bentuk promosi yang menarik dan unik, dan juga dapat memberikan wawasan mengenai wisata yang ada di kota Semarang dan juga nilai-nilai sejarahnya. Pada saat ini, masih ada beberapa masyarakat luar daerah yang masih bingung atau belum mengetahui wisata apa saja yang ada di Semarang, contohnya saja masyarakat luar pulau Jawa maupun luar negeri. Masih ada masyarakat yang bertanya-tanya wisata apa saja yang ada di Semarang. Dikarenakan kurangnya informasi yang sampai ke mereka saat mau berwisata ke Semarang. Informasi dapat diperoleh dari promosi, baik dengan bentuk media seperti media digital, *merchandise*, ataupun mulut ke mulut. Hal tersebut dapat membantu menyebar luaskan informasi mengenai wisata menarik yang ada di Semarang. Terutama wisata yang berhubungan dengan bangunan yang ikonik di kota Semarang. Media promosi sangat beragam jenisnya, mulai dari media konvensional hingga yang kekinian. Kemajuan teknologi turut menyertai perubahan pola dari berbagai aspek, termasuk dengan kegiatan promosi. Promosi dapat dilakukan dengan berbagai cara dan media. Banyak media promosi yang menjadi alternatif berpromosi, akan tetapi ada beberapa hal yang harus diingat dan diperhatikan dalam

memilih media promosi, maka langkah awal yang harus diperhatikan adalah siapa target audience yang akan dicapai (Immaniar dan Ningrum, 2017)

Target audience dalam hal ini adalah wisatawan dalam maupun dari luar kota. Maka dari itu promosi yang dirancang media promosi gambar ilustrasi bangunan yang diterapkan pada *merchandise*. Alasan pemilihan media tersebut sebagai sarana promosi wisata bangunan ikonik yang ada di kota Semarang, karena di dalamnya terdapat unsur visual gambar ilustrasi bangunan ikonik yang ada di kota Semarang yang digambarkan dengan tujuan nilai sejarah, sehingga efektif dalam menyampaikan informasi wisata kepada target audience mengenai wisata apa saja yang ada di kota Semarang yang berhubungan dengan bangunan dan juga sejarahnya.

Melalui gambar yang berupa ilustrasi biasanya lebih komunikatif dan dapat langsung dicerna oleh para *audience*, karena memang menggambarkan suasana bangunan ikonik kota Semarang melalui ilustrasi yang diterapkan pada *merchandise* sehingga akan lebih menarik dan mudah dalam penyampaian informasi wisata.

Media promosi melalui gambar ilustrasi bangunan dapat memperkenalkan wisata apa saja yang ada di kota Semarang pada wisatawan. Selain itu, media promosi dengan ilustrasi memiliki kelebihan yaitu menampilkan gambar berupa ilustrasi bangunan menjadi ikonik yang ada di kota Semarang, sehingga target audience tertarik untuk ingin tahu tempat wisata tersebut dan berkunjung ke lokasi wisata tersebut. Oleh karena itu, ilustrasi bangunan ikonik di kota Semarang pada *merchandise* tersebut diharapkan dapat menjadi solusi yang baik

untuk mempromosikan tempat wisata bangunan ikonik kota Semarang.

Ilustrasi yang ditampilkan merupakan rangkaian gambaran ilustrasi dari bangunan yang menjadi ikonik wisata di kota Semarang, seperti Kota Lama Semarang, Gereja Blenduk, Lawang Sewu, Kleteng Sam Poo Kong, Masjid Agung Kauman, dan lain-lain. Ilustrasi digambar secara manual dengan media kertas, pensil dan *drawing pen*. Gambar ilustrasi ini di digambar dengan referensi bangunan asli baik secara langsung ke lokasi, atau melalui media foto atau gambar. Bangunan yang dipilih merupakan bangunan yang menjadi ikonik wisata di kota Semarang, seperti Kota Lama Semarang, Gereja Blenduk, Lawang Sewu, Kleteng Sam Poo Kong, Masjid Agung Kauman, dan lain-lain. Gambar bangunan tersebut digambar baik satu bangunan atau kumpulan dari bangunan atau bisa berupa *cityscape*. Hasil gambar jadi discan ke komputer, lalu ditampilkan efek-efek visual dengan bantuan *software-software* desain seperti Adobe Photoshop CC 2019.

Setelah pengeditan lalu penyesuaian langsung dengan media tempat yaitu *merchandise*. Ilustrasi tersebut di cetak atau diaplikasikan ke *merchandise* berupa buku gambar ilustrasi, kaos (*T-Shirt*), mug, kalender, gantungan kunci, stiker, dan lain-lain. *Merchandise* yang keren dan unik akan menarik perhatian yang tentu saja menampilkan ilustrasi bangunan yang keren. Untuk lebih menarik perhatian biasanya *merchandise* digambar dengan semenarik mungkin dan dengan detail. Tujuannya adalah agar masyarakat tertarik dan dengan gambar ilustrasi yang unik dapat menarik perhatian klien atau wisatawan dan juga sekalian memberikan informasi mengenai

wisata bangunan yang menarik di kota Semarang.

Dalam menjadikan ilustrasi bangunan ikonik di kota Semarang yang diaplikasikan pada *merchandise* sangat interaktif sebagai sarana yang unik dan menarik, selain ilustrasinya juga menambah informasi dan juga efektif bagi wisatawan yang ingin berkunjung ke Semarang dan pengetahuan mengenai sejarah bangunan ikonik tersebut, maka diperlukan kreativitas yang tinggi agar sesuai dengan kebutuhan (Soepratno, 1985). Dari permasalahan tersebut ditemukanlah sebuah solusi, yaitu membuat ilustrasi bangunan ikonik di kota Semarang yang diaplikasikan pada *merchandise*. Dengan hal ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai wisata Semarang dan juga dari *merchandise* tersebut menjadi menarik untuk digunakan dan juga sebagai sarana dalam pengetahuan sejarah dari bangunan ikonik tersebut.

METODE BERKARYA

Bahan dan Alat:

- a. Perangkat Manual
 - Kertas *Water Color* A4, Kertas HVS A4, Pensil 2B Faber Castell, Penghapus Staedler.
 - *Drawing pen* Pigma Micron 0.1, 0.3, 0.8, *drawing pen* Snowman 0.1, 0.3, 0.8 dan spidol snowman.
 -
- b. Perangkat Keras (*Hardware*)
 - Laptop Acer Nitro 5 dengan spesifikasi: Intel Core i5, Nvidia Geforce GTX. 8 Gb Ram..
 - Mouse
 - *Pen Tablet* Wacom
 - *Scanner*

- c. Perangkat Lunak (*Software*)
 - Adobe Photoshop CC 2019
 - Microsoft Word 2019

Teknik Berkarya

Dalam proyek studi ini, teknik yang digunakan untuk pembuatan ilustrasi bangunan ikonik ini ada beberapa tahapan, yaitu diawali mencari referensi, lalu ilustrasi secara manual, mulai dari sketsa, lalu pemberian *outline*, pemberian bayangan dan cahaya, *scan* ke komputer (Kusrianto, 2007), *Editing* menggunakan *Adobe Photoshop CC 2019*, terakhir *finishing* dimana ilustrasi tersebut di aplikasikan kepada *merchandise* yang diinginkan.

Tema

Tema yang digunakan dalam perancangan ilustrasi ini adalah wisata bangunan ikonik yang ada di kota Semarang. Yang dirancang dan di aplikasikan ke *merchandise*.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Karya Ilustrasi



Gambar 1. Karya Ilustrasi Lawang Sewu



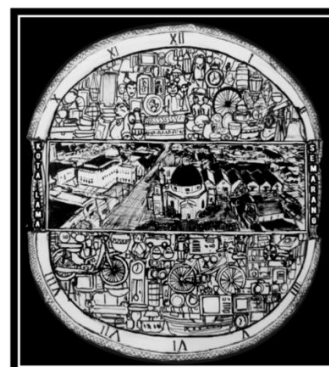
Gambar 2. Karya Ilustrasi Kota Lama 1



Gambar 3. Karya Ilustrasi Kota Lama 2



Gambar 4. Karya Ilustrasi Kota Lama 3



Gambar 5. Karya Ilustrasi Kota Lama 4



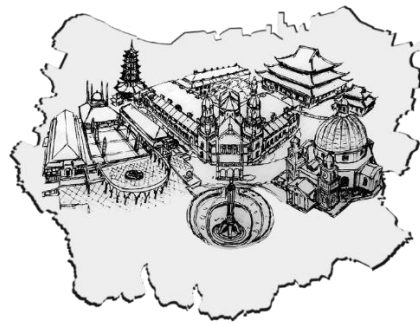
Gambar 6. Karya Ilustrasi Pagoda Avalokitesvara



Gambar 7. Karya Ilustrasi Sam Poo Kong



Gambar 8. Karya Ilustrasi Mesjid Agung Jawa Tengah



Gambar 9. Karya Ilustrasi Peta Kota Semarang

Karya Merchandise



Gambar 10. Merchandise T-shirt



Gambar 11. Merchandise Display Decoration



Gambar 12. *Merchandise Tote bag*



Gambar 16. *Merchandise Pot*



Gambar 13. *Merchandise Gantungan Kunci*



Gambar 17. *Merchandise Bantal*



Gambar 14. *Merchandise Softcash*



Gambar 18. *Merchandise Mug dan Piring*



Gambar 15. *Merchandise Masker*



Gambar 19. *merchandise Binder*



Gambar 20. *Merchandise* Lampu Hias

Spesifikasi Karya

- Judul Ilustrasi: Bangunan Ikonik di Kota Semarang, diantaranya: Lawang Sewu, Kota Lama 1, Kota Lama 2, Kota Lama 3, Kota Lama 4, Pagoda Avalokitesvara, Sam Poo Kong, Mesjid Agung Jawa Tengah, Peta Kota Semarang.
- Media Ilustrasi manual: Kertas A3 lalu di *scan*
- *Software: Adobe Photoshop CC 2019*
- Media *Merchandise* : *T-shirt, Display Decoration, Gantungan Kunci, Softcash, Masker, Pot, Mug* dan Piring, Binder, dan Lampu Hiasan.

Deskripsi Karya

Dalam elemen desain ini secara visual menggambarkan ilustrasi bangunan yang diterapkan pada *merchandise*. Ilustrasi bangunan tersebut berdasarkan tempat objek aslinya yang di visualkan secara realis pendekatan surealis. Ilustrasi tersebut merupakan ilustrasi wisata bangunan ikonik yang ada di kota semarang yang di terapkan pada *merchandise*.

Analisis Karya

- Aspek teknik

Langkah awal yang harus dilakukan yaitu pencarian ide/konsep yang digunakan sebagai bahan rujukan untuk membuat desain ilustrasi pada *merchandise*. Bahan tersebut nantinya disajikan secara ringkas sehingga membentuk sebuah analogi ilustrasi untuk memudahkan proses perancangan sketsa desain ilustrasi yang akan dicetak di *merchandise*. Untuk merancang sebuah desain ilustrasi pada *merchandise* berawal dari pengamatan dan pencarian referensi. Desain dibuat menggunakan teknik digital melalui software Adobe Photoshop CC 2019. Diawal ilustrasi dibuat secara manual setelah jadi dilanjutkan dengan *scan*. Setelah di *scan* dilanjutkan dengan proses *editing* dengan *software Adobe Photoshop CC 2019*. Desain yang sudah jadi kemudian diaplikasikan ke *merchandise*.

- Aspek Estetis

Karya ilustrasi dipilih sebagai desain yang diaplikasikan ke *merchandise* karena target market yang disasar adalah remaja biasanya mereka lebih menyukai desain kartun yang *simple* dan elegan. Sehingga karya ilustrasi yang menggambarkan bangunan ikonik kota Semarang dengan pendekatan surealis menjadi daya tarik tersendiri untuk *merchandise*. Karya ilustrasi merupakan unsur utama dari *merchandise* wisata bangunan ikonik di kota Semarang. Oleh karena itu ilustrasi tersebut diletakan di bagian tengah agar menjadi point of interest. Prinsip keseimbangan yang terjadi adalah keseimbangan simetris, dimana objek di letakkan di bagian tengah pada *merchandise*, sehingga terdapat pembagian yang sama antara kanan dan kiri.

Aspek estetis yang ditonjolkan pada desain ilustrasi selain garis, juga warna. Warna yang dipilih dan dihadirkan cenderung menuju ke warna monocrom atau hitam putih. Warna tersebut memberikan kesan *simple* dan elegan dan juga mengingatkan akan sejarah.

- **Aspek Pesan**

Merchandise merupakan salah satu bentuk kenang – kenangan maupun buah tangan yang nantinya akan dikomersialkan untuk *merchandise* di kota Semarang. Desain yang terdapat pada *merchandise* adalah ilustrasi yang ditampilkan untuk merepresentasikan bangunan bangunan ikonik yang ada di kota Semarang. Dengan *merchandise* tersebut dapat menjadi daya tarik bagi yang melihatnya dan dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ke wisata bangunan ikonik tersebut.

Maksud yang ingin disampaikan pada ilustrasi bangunan ikonik pada *merchandise* ini adalah agar dapat mengenang wisata bangunan ikonik yang ada di kota Semarang. Sehingga dengan *merchandise* yang mereka beli dapat mengingatkan akan pengalaman berwisata dan keinginan untuk kembali berkunjung menikmati wisata bangunan ikonik di kota Semarang. Dan juga bagi yang mengamati menjadi informasi wisata dan juga tertarik untuk berkunjung ke wisata tersebut. Selain itu ada kebanggaan tersendiri ketika memiliki *merchandise* tersebut dan wawasannya pernah berwisata ke pariwisata bangunan ikonik di kota Semarang.

SIMPULAN

Kota Semarang dikenal dengan bangunan-bangunan ikoniknya, mulai dari bangunan bersejarah, tempat ibadah, dan sebagainya yang

memiliki arsitektur yang unik dan ikonik. Sehingga dapat dijadikan objek wisata. Dalam mempromosikan objek wisata tidak lepas dengan adanya media promosi, salah satunya melalui media promosi *merchandise*.

Merchandise merupakan salah satu cara alternatif untuk berpromosi. Karena kemungkinan besar bisa lebih efisien untuk mencapai sasaran dan mempermudah menyebarkan daya tarik wisata di kota Semarang, khususnya mengenai bangunan ikoniknya. Saat ini, daya tarik *merchandise* sebagai media promosi masih kurang, seperti desainnya yang kurang menarik dan bentuk dari *merchandise* yang masih biasa, membuat wisatawan khususnya bagi kalangan remaja menjadi kurang menarik. Oleh karena itu, pada *merchandise* ini, Ilustrasi merupakan salah satu upaya yang menarik untuk diterapkan dalam penyampaian promosi pariwisata tersebut. Ilustrasi bangunan pada *merchandise* pada umumnya masih berupa gambar bangunan berbentuk biasa dan monoton, pada karya ilustrasi ini, Ilustrasi bangunan diilustrasikan secara realis dengan pendekatan surealis, seperti contohnya dipadukan beberapa objek yang menjadi ciri khas dari objek wisatanya, dan juga dengan ilustrasi dari kumpulan bangunan-bangunan yang ada dalam lokasi wisata tersebut, diilustrasikan secara menarik dan berbeda dengan ilustrasi pada *merchandise* kebanyakan. Tentunya dengan menghadirkan bentuk karya yang unik dalam penggunaan ilustrasi yang diterapkan pada *merchandise* tersebut, dan menjadikan *merchandise* ini berbeda dari kebanyakan *merchandise* lainnya.

Selain menggunakan ilustrasi yang unik, *merchandise* ini dihadirkan dengan bentuk

simpel, elegan dan menarik, sesuai dengan yang diminati masyarakat sekarang, Tujuannya agar dapat diterima dan menarik bagi wisatawan khususnya kalangan remaja. Sehingga dapat membantu dalam penyebaran informasi mengenai wisata yang ada di kota Semarang ke masyarakat luas, khususnya yang bertemakan bangunan ikonik di kota Semarang,

DAFTAR PUSTAKA

Khodyat dan Ramaini, 1991. *Kamus Pariwisata dan Perhotelan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Immaniar, D. & Ningrum, D. A. 2014. *Enriching Media Merchandise Sarana Penunjang Promosi*. Studi Kasus pada Book. 7(40). 420-436.

Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi.

Muljadi, A.J. 2012. *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Nasrul, Qodarrochman. 2010. Analisis Penerimaan Daerah dari Sektor Pariwisata di Kota Semarang dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya. *Skripsi*. Ilmu Sosial, Ekonomi dan Bisnis, Universitas Diponegoro, Semarang.

Nugrahani, Rahina dan Wibawanto, Wandah. 2017. Exploring the Potential of Local Culture Wisdom as an Effort to Build Destination Branding of Kampung Pelangi Semarang. *Prosiding*. ICONARC 2017.

Oka A. Yoeti, 2003. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung : Angkasa.

Pemerintah Kota Semarang. 2019. *Gambaran Umum Semarang*.

www.semarangkota.go.id. Diakses Pada Tanggal 18 Januari 2021.

Soepratno. 1985. *Pendidikan Seni Rupa*. Semarang. Aneka Ilmu.