

IMPLEMENTASI DESAIN FONT “KAMPUNG LAWAS” PADA GAPURA SEBAGAI IDENTITAS VISUAL KAMPUNG LAWAS MASPATI SURABAYA

Aulia Aisy Azzahra¹, Mahimma Romadhona²

Proram Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitektur dan Desain, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Jl. Raya Rungkut Madya Gunung Anyar, Surabaya, 60294, Indonesia.

Email : 19052010027@student.upnjatim.ac.id¹, mahimma.dkv@upnjatim.ac.id²

Abstrak

Identitas visual memiliki makna sebagai segala bentuk identitas sebuah produk, brand, atau individu yang dapat diidentifikasi secara visual. Identitas visual merupakan wajah pertama yang akan dikenali oleh masyarakat ketika sebuah brand muncul ke permukaan. Begitu pula bagi Kampung Lawas Maspati, yaitu sebuah kampung yang berada di kota Surabaya dimana kampung ini dahulu ditinggali oleh keluarga Keraton Solo, sehingga masih tersisa bangunan dengan arsitektur yang khas digunakan keluarga kerajaan. Kampung ini memiliki potensi wisata yang besar. Namun, Kampung Lawas tersebut belum memiliki identitas visual yang menandakan ciri dari Kampung Lawas dan kurangnya kesadaran masyarakat akan keberadaan Kampung Lawas. Tujuan perancangan ini adalah sebagai upaya untuk memberikan identitas pada kampung lawas Maspati sehingga mudah dikenali oleh masyarakat. Metode penelitian menggunakan metode kualitatif yaitu observasi dan studi pustaka yang dilakukan dengan mengamati lokasi dan membuat dokumentasi serta pencarian informasi. Pengembangan konsep visual melalui perancangan typeface sampai ke tahap perancangan implementasi desain font. Hasil penelitian ini adalah desain font bernama “Kampung Lawas” yang bentukannya mengacu pada desain atap rumah warga setempat. Selanjutnya, font tersebut diimplementasikan pada desain gapura Kampung Lawas Maspati sebagai identitas visual.

Kata Kunci : Kampung Lawas, identitas visual, desain font

Abstract

Visual identity has meaning as any form of identity of a product, brand, or individual that can be identified visually. Visual identity is the first face that will be recognized by the public when a brand appears. Likewise for Kampung Lawas Maspati, which is a village located in the city of Surabaya where this village was formerly inhabited by the Solo Palace family, so there are still buildings with typical architecture used by the royal family. This village has great tourism potential. However, Kampung Lawas does not yet have a visual identity that indicates the characteristics of Kampung Lawas and the lack of public awareness of the existence of Kampung Lawas. The purpose of this design is as an effort to give identity to the old village of Maspati so that it is easily recognized by the community. The research method uses qualitative methods, namely observation and literature study which is carried out by observing the location and making documentation and searching for information. Visual concept development through typeface design to the design stage of the implementation of the font design. The result of this research is a font design called "Kampung Lawas" whose shape refers to the roof design of local residents' houses. Furthermore, the font is implemented in the design of the Kampung Lawas Maspati gate as a visual identity.

Keywords: Kampung Lawas, Visual Identity, Font Design

PENDAHULUAN

Desa wisata sangat beragam dengan memiliki ciri khusus tersendiri yang dimiliki desa tersebut baik alam maupun budaya yang sesuai dengan tuntutan wisatawan dimana mereka dapat menikmati, menghayati, mengenal dan mempelajari kekhasan desa beserta segala daya tariknya. Selain itu kecenderungan wisatawan sekarang ini lebih rasional dan memiliki karakter bahwa kepuasan wisatawan tidak hanya didasarkan pada fasilitas modern pariwisata akan tetapi juga pada keleluasaan dan intensitas interaksi dengan lingkungan dan masyarakat lokal.

Kampung Lawas Maspati berjarak 500 meter dari Tugu Pahlawan, tepatnya dijalan Maspati V, Bubutan, Surabaya, Jawa Timur. Kampung Maspati diresmikan sebagai objek wisata kampung berbasis masyarakat dengan nama Kampung Lawas Maspati pada tanggal 24 Januari 2016 oleh Walikota Tri Rismaharini bersama dengan Pelindo III sebagai Corporate Social Responsibility (CSR). Disana, terdapat sejumlah bangunan-bangunan asli perkampungan tempo dulu yang masih dipertahankan. Bangunan itu dijadikan sebagai daya tarik utama wisata di Kampung Lawas Maspati. Bangunan bersejarah tersebut salah satunya bekas kediaman Raden Sumomiharjo (keturunan keraton solo yang menjadi mantri kesehatan di kampung itu). Ada pula rumah era 1907, yaitu bangunan bekas pabrik roti milik haji Iskak yang menjadi dapur umum saat pertempuran bersejarah pada 10 November 1945. Dengan banyaknya bangunan bersejarah sudah sepantasnya Kampung Lawas Maspati dijadikan kawasan wisata yang menyediakan objek bangunan kuno sebagai spot foto. Selain itu kurangnya informasi yang meluas mengakibatkan Kampung Lawas Maspati kurang dikenal oleh masyarakat.

Salah satu upaya dan strategi pemasaran ialah dengan membangun citra di masyarakat agar objek wisata ini berbeda dengan objek wisata lainnya. Dalam pembangunan objek wisata citra memiliki peranan yang sangat penting, membangun pandangan masyarakat terhadap suatu bentuk objek

wisata yang khas pada destinasi tersebut. Menurut Ruslan (1998:63) Menyebutkan bahwa landasan citra berakar dari “Nilai-nilai kepercayaan yang konkritnya diberikan secara individual dan merupakan pandangan atau persuasi.

Untuk mewujudkan citra khusus diperlukan identitas visual. Identitas Visual adalah semua citra dan informasi grafis yang mengekspresikan identitas dari brand dan apa yang membedakannya dari yang lain, dikutip dari 99designs. Selain itu, identitas visual merupakan wujud nyata dari sebuah brand yang dapat disentuh, dilihat, dan dirasakan. Dengan adanya visual identitas lebih memudahkan menggiring persepsi masyarakat dengan sesuatu yang ditawarkan.

Dari permasalahan diatas perlu adanya identitas visual bagi Kampung Lawas Maspati agar dapat dibedakan dengan objek wisata yang lain dan dapat menarik minat masyarakat dengan Kampung Lawas Maspati yang saat ini masih minim peminat. Perancangan identitas visual dalam bentuk iluminasi deformasi yang secara langsung akan menjadi ciri dari suatu kampung dengan mengangkat keunikan dari kampung itu sendiri, sehingga orang diluar kampung tersebut mengetahui dan mengenal daerah tersebut sebagai kampung wisata. Dari permasalahan tersebut perlu adanya identitas visual berupa grafis lingkungan yang mengimplementasikan tipografi iluminasi deformasi untuk menjadi daya tarik kampung.

Dalam bentuk perancangan iluminasi deformasi tipografi tidak hanya mementingkan aspek visual saja tetapi juga harus mementingkan karakteristik dan ciri khas suatu daerah tersebut seperti kegiatan yang mayoritas dilakukan, kekayaan sumber daya alam, dan ciri khas lainnya dari kampung itu. Maka diperlukan tipografi yang bisa merepresentasikan segala hal dari kampung itu, dan saat orang melihatnya langsung bisa mengenalinya dengan segera. Dan diharapkan dengan adanya tipografi iluminasi deformasi yang memiliki identitas dan sesuai dengan karakteristik kampung, akan meningkatkan citra Kampung Lawas Maspati, Surabaya, Jawa Timur.

METODE PENELITIAN

Perancangan ini menggunakan metode observasi partisipan yang dilakukan secara langsung dalam kegiatan dan mengamati objek secara *real time*. Observasi dilakukan dengan mengamati bangunan-bangunan kuno beserta aktivitas masyarakat sekitar. Selain itu dilakukan pula studi pustaka sebagai upaya mengumpulkan informasi terkait lokasi yang diteliti. Bangunan kuno yang memiliki desain arsitektur yang khas masih dipertahankan oleh penduduk setempat. Namun Kampung Lawas Maspati memiliki jalan yang relatif sempit sehingga pengendara motor harus turun terlebih dahulu untuk melewati jalan Kampung Lawas. Dikarenakan jalan yang cukup sempit maka dari itu banyak masyarakat yang belum mengenal objek wisata Kampung Lawas Maspati. Observasi dilanjutkan dengan sesi pemotretan bangunan untuk keperluan dokumentasi. Observasi juga dilakukan untuk mengamati *feedback* dari pengunjung. Berikut penjelasan metode penelitian yang dilakukan :

1. Observasi

Kegiatan observasi dilakukan dengan mengunjungi lokasi langsung dan dilakukan pengamatan pada hari itu. Kampung Lawas Maspati, berjarak 500 meter dari Tugu Pahlawan, tepatnya dijalan Maspati V, Bubutan, Surabaya, Jawa Timur. Disana, terdapat sejumlah bangunan-bangunan asli perkampungan tempo dulu yang masih dipertahankan. Bangunan itu dijadikan sebagai daya tarik utama wisata di Kampung Lawas Maspati.

Bangunan yang terdapat di Kampung Lawas Maspati sebagian besar merupakan bangunan dengan arsitektural berbentuk kolonial belanda, sejumlah bangunan kuno peninggalan Belanda di Kampung Lawas Maspati tersebut keberadaannya masih terjaga hingga saat ini. Tanaman yang terdapat disana pun kian memanjakan mata karena suasana menjadi hijau dan asri. Kampung Lawas

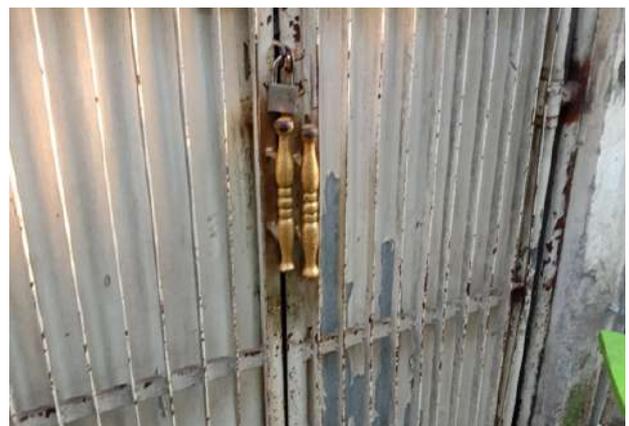
Maspati memiliki banyak daya tarik namun masyarakat belum mengetahui keberadaan kampung ini karena belum adanya identitas visual. Dibawah ini ialah beberapa hasil observasi yang telah di dokumentasikan :



1. Hasil Observasi di Kampung Lawas
Sumber : Dokumentasi Penulis



2. Hasil Observasi di Kampung Lawas
Sumber: Dokumentasi penulis



3. Hasil Observasi di Kampung Lawas

Sumber: Dokumentasi penulis

Hasil dari analisis observasi diatas dapat disimpulkan bahwa Kampung Lawas Maspati terdapat kekurangan dari sisi identitas visual yang perlu ditambahkan, karena keberadaan identitas visual akan menambah popularitas dan minat pengunjung. Selanjutnya, hasil analisa tersebut digunakan untuk menyusun konsep perancangan desain gapura yang disesuaikan dengan ciri khas Kampung Lawas Maspati.

2. Studi Pustaka

Kampung itu bernama Kampung Lawas Maspati, berjarak 500 meter dari Tugu Pahlawan, tepatnya di Jalan Maspati V, Bubutan, Surabaya, Jawa Timur. Di sana, terdapat sejumlah bangunan-bangunan asli perkampungan tempo dulu yang masih dipertahankan. Kampung Maspati Surabaya dihiasi oleh tumbuhan obat yang berada di masing-masing teras rumah warga. Warga kampung di sini memang mempunyai konsep penghijauan dengan menggunakan tanaman obat. Kampung ini juga mendapatkan sejumlah prestasi mulai dari Juara Green and Clean 2015 kategori maju, berkembang, pemula, maju. Selain itu, Juara Yel-Yel tingkat Surabaya, Juara Musik Patrol Tingkat Surabaya, Juara Merdeka, Juara Green and Cleand Kategori The Best, Juara Super Lantas, Juara Safety Riding, Juara Kampung Ramah dan Siaga (Prasaja, Dhimas. 2019).

Identitas visual adalah bagaimana Anda membentuk persepsi dan menciptakan kesan melalui elemen-elemen yang terlihat dari merek Anda. Gambar adalah bentuk komunikasi yang kuat, khususnya karena mereka tidak berkomunikasi dengan kata-kata. Mereka berbicara pada tingkat dasar, emosional dan dengan demikian lebih persuasif. Tetapi dengan kekuatan komunikasi yang besar, datanglah tanggung jawab yang besar: Anda harus ekstra hati-hati agar tidak mengirim pesan yang salah (Johnson, Jamahl. 2020).

Tipografi adalah suatu kesenian dan teknik memilih dan menata huruf dengan pengaturan penyebarannya pada ruang yang tersedia, untuk menciptakan kesan tertentu, guna kenyamanan

membaca semaksimal mungkin (Kurniawan, Aris. 2021). *Typeface* adalah suatu rancangan karakter dari huruf-huruf dengan entitas keunikan, karakteristik, wajah, hingga perbedaan bentuk dalam perancangan kelompok huruf agar dapat dibedakan dengan jenis huruf lainnya (Apri. 2021).

Landmark secara umum dapat diartikan sebagai penanda. Dalam suatu kawasan keberadaan suatu landmark berfungsi untuk orientasi diri bagi pengunjung. Landmark dapat berupa bentuk alam seperti bukit, gunung, danau, lembah, dan sebagainya. Dalam perkembangannya, landmark dapat berupa gedung, monumen, sculpture, tata kota, alur jalan, dan vegetasi (Prihastomo, Bondan. 2016).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identitas visual memiliki makna sebagai segala bentuk identitas sebuah produk, brand, atau individu yang dapat diidentifikasi secara visual. Identitas Visual merupakan wajah pertama yang akan dikenali oleh masyarakat ketika sebuah brand muncul ke permukaan. Identitas Visual dapat berupa logo, brand, warna, bentuk, dan lain-lain. Identitas Visual juga membantu untuk mempermudah promosi. Dengan adanya Identitas Visual masyarakat lebih mudah mengenal Kampung Lawas Maspati. Menurut Alina Wheeler (2013:16) Identitas Visual bersifat nyata dan menarik indra. Kamu bisa melihatnya, menyentuhnya, memegangnya, mendengarnya, melihatnya bergerak. Identitas Visual memicu pengakuan, memperkuat diferensiasi, dan menghasilkan ide-ide besar dan berarti dapat diakses. Identitas Visual berbeda elemen dan menyatukan ke dalam keseluruhan sistem. Identitas Visual dibangun oleh suatu entitas (perusahaan, produk, tokoh, partai, dan lain-lain), untuk disampaikan/ditanamkan dalam benak masyarakat sehingga menimbulkan brand image. Jadi Identitas Visual adalah identitas yang dibangun oleh suatu entitas, dan *brand image* adalah persepsi mental di benak masyarakat mengenai identitas visual tersebut (Rustan Surianto. 2014). Identitas Visual menjadi salah satu syarat

penting dalam memasarkan objek wisata, sehingga masyarakat tertarik dan ingin mengetahui seperti apa dan apa yang ditawarkan.

A. Konsep Perancangan

Konsep perancangan yang dirancang menghasilkan identitas visual berupa desain gapura yang dibuat berdasarkan ciri khas yang dimiliki Kampung Lawas Maspati. Adanya identitas visual pada Kampung Lawas Maspati diharapkan dapat membuat Kampung Lawas Maspati menjadi objek wisata yang berbeda dari objek wisata yang lain. Adapun hasil konsep perancangan sbb:



4. Konsep Perancangan Desain Landmark

Sumber: Dokumentasi penulis

5.

Konsep perancangan tersebut menampilkan desain typeface dan landmark dengan ciri khusus yang dimiliki Kampung Lawas Maspati. Penekanan pada desain typeface dan landmark yaitu pada elemen bangunan-bangunan kuno yang terdapat pada Kampung Lawas Maspati, namun typeface dan landmark ini masih mempertahankan bentuk yang modern dan tidak ketinggalan zaman. Konsep perancangan ini juga mengacu pada foto-foto dokumentasi yang diambil saat observasi Kampung Lawas Maspati.

B. Konsep Visual

Konsep visual pada perancangan tipografi iluminasi deformasi ini adalah dengan memanfaatkan ciri khas dari bangunan tertentu yang memiliki sisi ikonik pada Kampung Lawas. Acuan visual yang digunakan yaitu bentuk atap rumah kolonial belanda.



6. Acuan Visual

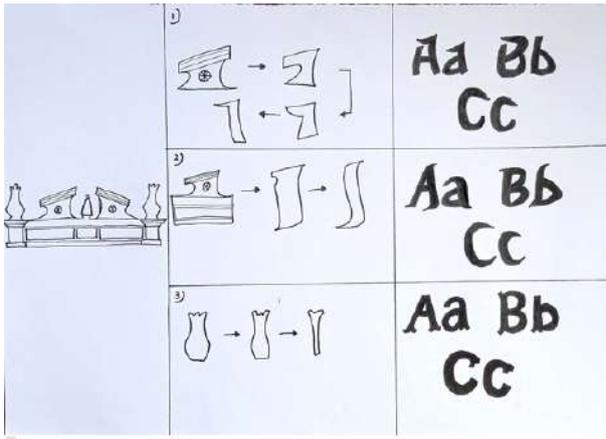
Sumber: Dokumentasi penulis

C. Proses Desain

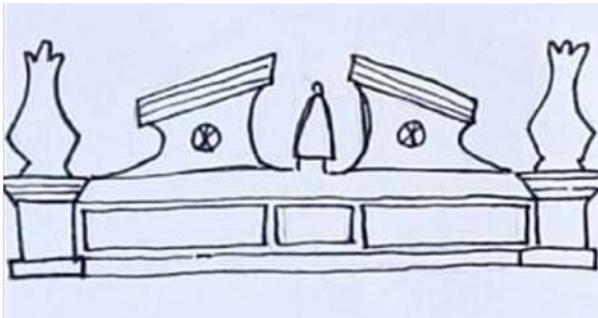
Proses desain merupakan perencanaan yang digunakan untuk membuat langkah-langkah dalam menciptakan suatu desain elemen-elemen visual pada tipografi iluminasi deformasi berdasarkan data-data yang diperoleh untuk memaksimalkan daya tarik visual. Dimulai dari pembuatan sketsa hingga proses desain grafis lingkungan.

1. Typeface

Untuk menentukan satu objek ikonik perlu dilakukan beberapa tahap agar tercipta huruf-huruf yang unik. Acuan visual bangunan terlebih dahulu dipilih dan disetujui lalu digambar ulang berupa sketsa manual yang digunakan membuat huruf-huruf acuan tahap pertama. Obyek yang digunakan ialah lengkungan yang terdapat pada atap bangunan. Kemudian dibuat beberapa alternatif yang terdiri dari *uppercase* dan *lowercase* huruf A, B, dan C. proses desain *typeface* umumnya menggunakan teknik penyederhanaan bentuk atau stilasi untuk mendapatkan bentuk yang sesuai dan memiliki karakteristik yang sama namun dengan bentuk yang berbeda.



6. Alternatif Sketsa *Uppercase* dan *Lowercase*
 Sumber: Dokumentasi penulis



7. Sketsa Acuan Visual
 Sumber: Dokumentasi penulis



8. *Typeface* Manual
 Sumber: Dokumentasi penulis

Setelah mendapatkan acuan yang memenuhi kriteria, proses dilanjutkan dengan membuat *typeface* secara keseluruhan yaitu dari huruf A hingga Z berupa *uppercase* dan *lowercase*, angka, dan tanda baca dengan teknik manual. Kemudian dibuat versi digital untuk mempermudah proses pembuatan font.

10. Alternatif Desain *Landmark*
Sumber: Dokumentasi penulis



9. Hasil Akhir *Typeface* Digital
Sumber: Dokumentasi penulis

2. *Landmark*

Setelah menyelesaikan proses desain *typeface* hingga mendapat hasil akhir, selanjutnya yaitu mengimplementasikan desain font tersebut pada desain gapura yang digunakan dalam grafis lingkungan Kampung Lawas. Sama seperti proses pertama yaitu membuat beberapa alternatif untuk mendapatkan hasil akhir.



Setelah terpilih 1 desain final, selanjutnya menampilkan desain gapura dengan berbagai perspektif. Serta menentukan dimensi ukuran yang diperlukan dalam perancangan gapura Kampung Lawas.



11. Hasil Akhir Desain *Landmark*
Sumber: Dokumentasi penulis

KESIMPULAN

Identitas visual yang diperlukan Kampung Lawas Maspati berupa desain gapura dapat memberikan citra yang baik bagi kelanjutan jangka panjang wisata Kampung Lawas Maspati. Selain itu dapat memperkuat karakteristik kampung lawas sebagai daya tarik wisatawan lokal.

Kampung dengan potensi tertentu harus memiliki sebuah simbol identitas atau ikon. Simbol dan identitas erat kaitannya dengan citra visual sebagai dasar grafis lingkungan. Dengan adanya grafis lingkungan maka terciptalah identitas yang berfungsi untuk mempermudah mengenali atau menemukan serta meningkatkan daya tarik wisatawan terhadap Kampung lawas Maspati. Dengan perwujudan identitas visual melalui bentuk gapura, diharapkan dapat memberi dampak positif bagi citra Kampung Lawas Maspati.

KEPUSTAKAAN

Solicitor, widyasari. 2020. KEMASAN JAJANAN TRADISIONAL PRODUK UKM KAMPUNG KUE (STUDI KASUS UD. DIEVA CAKE). Surabaya: Jurnal Gestalt.

Wibisoso, Daniel. 2017. PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DAN APLIKASINYA PADA MEDIA PROMOSI USAHA KERAJINAN DAN AKSESORI TALI SEPATU GREENAPPLE KEBUMEN. Semarang: UNNES Repository.

Wardani, Tiara. 2019. CITRA OBJEK WISATA KAMPUNG LAWAS MASPATI, KOTA SURABAYA DI MATA WISATAWAN NUSANTARA. Yogyakarta: Gadjah Mada Journal of Tourism Studies.

Winarni, Dewi. 2013. POTENSI DESA MELALUI PARIWISATA PEDESAAN. Jakarta: Jurnal Ekonomi & Bisnis PNJ.

Tiara dan kawan kawan. 2020. PERANCANGAN VISUAL BRAND IDENTITY UMKM BOLU UMMI. Depok: Jurnal Printing dan Teknologi PNJ.

Prasaja, Dhimas. 2019. "Melihat Kampung Lawas Maspati Surabaya", <https://surabaya.liputan6.com/read/4030855/melihat-kampung-lawas-maspati-surabaya> , diakses pada 20 Juni pukul 13.45

Kurniawan, Aris. 2021. "Pengertian Tipografi dan Menurut Para Ahli",

<https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-tipografi/> , diakses pada 22 Juni pukul 19.46
Johnson, Jamahl. 2020. "Visual identity: everything you need to know about this essential aspect of branding", <https://99designs.com/blog/logo-branding/visual-identity/> , diakses pada 22 Juni pukul 19.49

Apri. 2021. "Yakin Sudah tahu Typeface dan Font? Serupa atau Beda", <https://www.apridesain.id/blog/beda-typeface-dan-font/> , diakses pada 22 Juni pukul 19.53

Prihastomo, Bondan. 2016. "Desain Kawasan Binaan : Landmark, Vista, dan Focal Point", <https://bondanprihastomo.wordpress.com/seputar-arsitektur-interior/landmark-vista-dan-focal-point/> , diakses pada 22 Juni pukul 20.00