

## 2. TINJAUAN TEORI DAN ANALISIS

### 2.1 Studi Literatur

#### 2.1.1 Buku Panduan

Pengertian buku panduan menurut *The American Heritage Dictionary of the English Language, Fourth Edition* (415) adalah buku kecil berisi referensi terutama berkenaan dengan pemberian instruksi. Sedangkan menurut *WordNet Princeton University* adalah sesuatu yang menawarkan informasi dasar maupun instruksi. Buku panduan biasanya memiliki ciri-ciri khusus yang membuatnya dapat dibedakan dengan jenis buku lainnya, yaitu:

1. Dalam Hal Isi

- Terdapat rumusan yang jelas dalam setiap bab-nya
- Sebelum memasuki materi disajikan rangkuman

2. Dalam Hal Kebahasaan

- Bahasa yang digunakan dalam buku panduan biasanya tidak formal, melainkan lebih menggunakan bahasa yang familiar atau bahasa lisan.
- Menggunakan rumus 6x6, yang artinya dalam 1 paragraf kalimat hanya boleh paling banyak 6 kata.

3. Dalam Hal Sumber Bacaan

- Buku panduan biasanya dilengkapi dengan sumber-sumber bacaan atau referensi yang digunakan.
- Buku panduan biasanya dilengkapi dengan sumber-sumber bacaan lanjut atau perluasan bahan.

Buku Panduan merupakan buku yang berisi informasi untuk dapat memberikan panduan pada seseorang untuk melakukan instruksi-instruksi yang terdapat pada buku tersebut. Maka dengan mengikuti setiap instruksi yang ada pada buku panduan diharapkan pembaca akan dapat lebih memahami mengenai informasi yang ingin disampaikan melalui media buku panduan tersebut. Buku

dalam penyajiannya memerlukan desain yang menarik agar dapat menarik minat orang lain untuk mau membacanya, selain itu, juga menambah minat serta nyaman untuk dibaca dan yang terpenting ialah agar informasi yang ingin disampaikan dapat tersampaikan secara efektif.

### **2.1.2 Replika**

Replika pada dasarnya ialah merupakan suatu gambaran atau bentuk yang menirukan sesuatu untuk kemudian dibuat benda baru yang meniru dari benda sebelumnya. Replika dapat dibedakan berdasarkan dimensinya menjadi dua bagian yaitu dua dimensi dan tiga dimensi. Dua dimensi contohnya lukisan, foto, gambar, dan lain-lain. Dua dimensi yang dimaksudkan adalah merupakan gambaran suatu benda yang hanya dapat dilihat melalui satu tampak sisi saja. Maka dari itu, benda replika dua dimensi memiliki kelemahan yaitu hanya dapat dilihat melalui satu sisi saja sehingga terkadang akan mengalami kesulitan untuk membayangkan benda yang dimaksud secara detailnya. Sedangkan untuk tiga dimensi dapat berupa patung, monumen, ataupun benda lain yang sifatnya memiliki dimensi, ukuran, dan bentuk sesuai aslinya. Dengan begitu, kita bisa lebih membayangkan secara utuh keseluruhan dan mengetahui apa yang akan kita lihat ataupun ingin kita buat. Berbeda dengan dua dimensi, untuk benda tiga dimensi dapat dilihat detailnya baik tekstur, bentuk, warna, dan detail-detail kecil lainnya.

Pembuatan replika biasanya memakan waktu 1 – 2 minggu, tergantung tingkat kesulitan. Dari proses pembuatan tersebut, paling lama saat mengeringkan hasil setengah jadinya kemudian memberikan detail warna-warnanya.

### **2.1.3 Sejarah Makanan Replika di Indonesia**

*Food models* ( Replika Makanan ) adalah contoh bahan makanan / makanan yang dibuat sedemikian rupa sehingga menyerupai bahan makanan / makanan aslinya.

Pada dekade tahun 60-an, Puslitbang Gizi (sekarang Puslitbang Gizi dan Makanan ) Bogor, mengawali pembuatan suatu model ( contoh ) bahan makanan / makanan yang dapat digunakan sebagai media ( alat bantu ) dalam memberikan

penyuluhan gizi kepada ibu pasien balita penderita gizi buruk yang datang berobat ke Klinik Gizi Puslitbang Gizi Bogor. Media ( alat bantu ) penyuluhan tersebut sekarang lebih dikenal dengan nama Food Models.

Pada perkembangan selanjutnya seiring dengan banyaknya kegiatan penelitian dan Pengembangan yang dilakukan di Puslitbang Gizi dan Makanan Bogor, *Food models* tidak hanya digunakan sebagai media dalam penyuluhan gizi, tetapi juga sangat membantu petugas gizi di lapangan pada waktu kunjungan rumah ( *Home Visit* ) dalam melakukan *Recall* bahan makanan / makanan yang dikonsumsi oleh responden. Dengan menggunakan *Food models*, petugas gizi di lapangan akan lebih mudah dalam memprediksi besarnya konsumsi bahan makanan/makanan yang sebenarnya. Dengan demikian, maka analisa terhadap konsumsi zat gizi dan perhitungan kebutuhan zat gizi responden lebih mendekati perkiraan sebenarnya

Dalam perkembangannya, *Food models* saat ini banyak digunakan oleh petugas gizi / kesehatan dalam melakukan penyuluhan gizi, baik di Rumah Sakit, Klinik-klinik dokter, Klinik Bersalin, Puskesmas dan Posyandu. Di samping itu, *Food models* juga sudah merambah sampai ke dunia pendidikan dalam rangka memperkenalkan jenis-jenis bahan-bahan makanan yang biasa dikonsumsi oleh orang-orang pada umumnya dan kandungan nilai gizi yang terkandung dalam tiap bahan tersebut ( “Food Models”, par.1-6)



Gambar 2.1 Replika Makanan

Sumber : <http://boysmodels.blogspot.com/2008/10/sejarah-food-models-replika-makanan.html>

## **Jenis Bahan Makanan**

Jenis bahan makanan dalam *Food models* dibagi dalam beberapa kelompok berdasarkan kandungan zat gizinya. Pengelompokan tersebut adalah sebagai berikut:

- A. Sumber Karbohidrat
- B. Sumber Protein Hewani
- C. Sumber Protein Nabati
- D. Sayuran
- E. Buah-buahan
- F. Makanan Bayi

## **Bahan Baku**

*Food models* hasil produksi, secara kualitas lebih menyerupai bahan makanan aslinya, baik dari segi bentuk, ukuran maupun warna. Bahan baku yang digunakan adalah gypsum kualitas tinggi (*import*) dikombinasikan dengan beberapa bahan kimia tertentu sehingga kualitas daya tahan lebih kuat.

## **Manfaat Food Models**

### a. Praktis

*Food models* dapat dipergunakan dalam ruangan seperti RS, klinik, Praktek dokter atau dibawa ke lapangan seperti Posyandu, kunjungan rumah (*home visit*) pada waktu *survey* konsumsi bahan makanan/makanan di rumah tangga dan lain sebagainya. Hal ini dimungkinkan karena *Food models* sudah dilengkapi tas jinjing yang mudah untuk dibawa.

### b. Murah

Dibandingkan bahan makanan / makanan asli, *Food models* lebih tahan lama. Hal ini dikarenakan kita tidak perlu menggantinya setiap hari seperti halnya apabila kita menggunakan bahan makanan/makanan asli yang bisa rusak atau busuk

#### 2.1.4 Makanan Khas Jawa Timur

Berikut merupakan pembagian beberapa makanan khas daerah Jawa Timur beserta kota-kotanya (Nursaadah 3-5):

- a. Surabaya : Makanan khas Surabaya antara lain Rawon, Lontong Balap, Rujak Cingur, Semanggi, dan Tahu Tek.
- b. Ponorogo : Makanan khas Ponorogo yaitu Sate Ayam Ponorogo.
- c. Lamongan : Makanan khas kota Lamongan antara lain adalah Soto Ayam Lamongan dan Tahu Campur.
- d. Kediri : Makanan khas kota Kediri antara lain adalah Tumpang, Soto Kediri.
- e. Madiun : Makanan khas Madiun yaitu Pecel Madiun dan Brem
- f. Malang : Makanan khas Malang antara lain adalah Jenang Apel, Gado-gado, Bakso Malang, Keripik Kentang, Keripik Singkong, Keripik Tempe, Nasi Mawut, Cwi Mie Malang.
- g. Gresik : Makanan khas Gresik antara lain Nasi Krawu, Nasi Blawu, Sego Teping, Nasi Becek, Nasi Bonaran.
- h. Banyuwangi : Makanan khas Banyuwangi antara lain Rujak Soto.
- i. Bondowoso : Makanan khas Bondowoso yaitu Tape.
- j. Jember : Makanan khas Jember adalah Suwar-Suwir.
- k. Bojonegoro : Makanan khas Bojonegoro antara lain Ledre.
- l. Madura : Makanan khas Madura antara lain Soto Madura dan Bubur Madura.

#### 2.1.5 Bahan Clay

Penggunaan *clay* dengan berbagai jenisnya sebagai bahan baku pembuatan kerajinan tangan saat ini sudah mulai dikenal luas di Indonesia. Adapun jenis-jenis yang umumnya dikenal adalah sebagai berikut:

1. ***Polymer clay*** :

*Polymer clay* memiliki warna-warni yang menarik dan dapat disimpan dalam jangka waktu relative lama. Kelemahannya adalah harganya cukup mahal serta harus menggunakan oven untuk memanggang.

## 2. *Air Dry Clay* :

### a. *Paper clay*

*Paper clay* merupakan salah satu jenis *air dry clay*, penggunaannya cukup praktis karena tidak memerlukan pemanggangan. Teknik yang cukup sulit pada *paper clay* adalah pada saat pewarnaan karena harus mencampur sendiri. Untuk penyimpanan *paperclay* harus disimpan dalam wadah yang sangat tertutup sebab jika tidak akan cepat mengeras.

### b. *Clay tepung*

Merupakan salah satu jenis *air dry clay* yang murah dan dapat dibuat sendiri dirumah. Terdiri dari campuran tepung tapioka, tepung beras, terigu dengan perbandingan 1:1:1 dan ditambahkan pula pengawet makanan (agar hasil tidak berjamur).

### c. *Soft clay*

Merupakan salah satu varian *air dry clay* yang pertama kali diperkenalkan di Jepang. *Clay* ini memiliki tekstur yang ringan dan lembut.

Selain jenis-jenis yang telah disebutkan diatas tentunya masih banyak jenis lainnya lagi yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Pemilihan jenis *clay* pada dasarnya dapat disesuaikan dengan selera, kebutuhan, dan anggaran anda masing-masing.

Peralatan yang dibutuhkan dalam membuat kerajinan *clay* pada dasarnya tidak memerlukan peralatan khusus, namun saat ini beberapa toko *craft supplies* sudah ada yang menjual beberapa peralatan khusus untuk mempermudah para pecinta *craft* dalam menggunakan pembuatan karya dari *clay*.

Anda dapat menggunakan beberapa peralatan dasar yang banyak terdapat di rumah seperti: gunting kecil, cutter, penggaris, lem putih, ballpoint, bubuk pemulas mata, cat air /pinset/ minyak, pinset, jarum, glitter, cat kuku bening sebagai varnish dan lain-lain. Namun jika anda menginginkan alat yang lebih

praktis agar hasil akhir karya lebih sempurna, ada baiknya menggunakan beberapa peralatan dan perlengkapan tambahan seperti *Slicing blade, shaping tools, craft pinset, needle tool, special glossy varnish, resin*.

Langkah pembuatan kerajinan dari *clay* ialah awalnya mempersiapkan bahan-bahan yang diperlukan untuk membuat adonan *clay*nya yaitu dengan cara beberapa tepung makanan dengan perbandingan 1:1:1 dicampur menjadi satu kemudian diayak agar dapat tercampur secara merata kemudian hasil pencampuran tepung makanan tersebut dicampur dengan lem putih kemudian dicampur hingga merata. Setelah itu, dengan menggunakan tangan ditekan-tekan berkelanjutan hingga adonan tersebut jadi kalis dan tidak lengket. Jika sudah tidak lengket maka itulah tepung *clay* yang sudah jadi. Kemudian baru setelah tahap ini selesai, bila ingin diberi warna maka ambil sedikit adonan *clay* yang telah jadi dan beri pewarna (dapat dengan menggunakan pewarna makanan ataupun dengan cat pewarna) kemudian campurkan perlahan-lahan adonan tepung dan pewarnanya hingga jadi benar-benar merata. Setelah jadi warnanya akan sedikit lebih gelap maka jangan terlalu banyak memberikan pewarna dan arena menggunakan tepung makanan hasil jadinya akan sedikit menyusut dari ukuran sebenarnya. Dengan demikian *clay* tersebut telah siap untuk dibentuk menjadi bentuk apa pun yang diinginkan oleh pembuatnya. Berbeda dengan instant *clay*, instant *clay* terbuat dari bahan sintesis plastisin sehingga tidak akan menyusut dan warnanya juga akan lebih awet dibandingkan *clay* yang terbuat dari tepung makanan tetapi tentu saja harga dari *clay* instant lebih mahal apalagi yang import dari Jepang dan Thailand.

#### **2.1.6 Asal Usul Sejarah Cenderamata**

Sejarah asal usul tradisi pemberian hadiah berupa cenderemata dapat ditelusuri kembali sejak zaman masa Roma. Pada hari pertama pada bulan Januari, sekitar pertengahan musim dingin, orang-orang saling memberikan hadiah sebagai wujud perayaan. Hadiah awalnya berupa pucuk-pucuk cabang daun yang baru tumbuh menghijau. Baru kemudian seiring berkembangnya zaman hadiah pun berkembang tidak hanya demikian melainkan menjadi

pemberian berupa kue, hal ini dimaksudkan untuk melambangkan kemakmuran dan keharmonisan pada tahun-tahun mendatangnya.

Setiap orang pastilah pernah melakukan perjalanan, mereka telah mencari dan mengumpulkan cenderamata. Sebagai contoh kembali pada masa lalu berkisar 330 SM, Alexander Agung memerlukan 3.000 unta, bagal, dan troli belakang untuk mengangkut cenderamata dari ibukota Persia, Persepolis menuju negaranya. Lebih dari 2.000 tahun kemudian, tampaknya kita masih terobsesi dengan mengumpulkan barang-barang sebagai kenang-kenangan yang berperan sebagai penanda di mana kita pernah di tempat itu dan apa yang telah kita capai di sana pada waktu tersebut. (*What is the history of gift giving, par.2*)

Maka dari itu dalam hal ini, akan lebih bermanfaat untuk melihat cenderamata secara lebih dalam. Cenderamata ini merupakan bagian penting dari budaya materi peradaban kita. Mereka dapat ditemukan di setiap rumah, tanpa memandang status seseorang ekonomi atau sosial, dan mereka bisa berbeda seperti, marmer miniatur menara miring Pisa ataupun patung figur seekor monyet yang terbuat dari kelapa. Tidak mengherankan, jumlah penjualan cenderamata untuk bisnis besar-lebih dari \$ 20 milyar per tahun di Amerika Serikat saja, belum untuk bagian-bagian negara lain. Namun fenomena yang ada sekarang sangatlah berbeda keberadaan cenderamata sebagian besar diabaikan dari budaya tinggi desain dan benar-benar diabaikan oleh profesi desain. Jika kita menerima desain yang mengkomunikasikan ide, maka cenderamata adalah obyek desain klasik. Mereka dapat membawa lapisan kompleks informasi, dari "diprogram" pesan yang hanya tersirat dapat membuatnya menjadi sebarang benda yang mampu menggugah perasaan sentimen pribadi. Beverly Gordon, seorang profesor studi lingkungan di *University of Wisconsin*, membuat perbedaan antara cenderamata dan kenang-kenangan. Yang dimaksud dengan cenderamata ialah benda yang diproduksi secara komersial, universal diakui, membeli objek, sedang yang dimaksud benda kenang-kenangan adalah disimpan secara individual atau menemukan benda yang memiliki arti sangat pribadi.

Sebuah cenderamata diproduksi untuk memiliki peran sebagai pengingat (*reminder*) (kata, dalam bahasa Prancis, berarti "mengingat (to remember)") dari pengalaman yang tidak biasa, tempat, atau budaya. Cenderamata bekerja sebagai

catatan, sebagai bagian atau fragmen yang membangkitkan kenangan akan tempat yang penting dan dalam kegiatan atau acara apa yang diselenggarakan. Daya tarik populer cenderamata berakar tepatnya di kombinasi obyek material dan imaterial, sentimen singkat. Tidak seperti banyak "serius" produk atau peralatan, cenderamata selalu berisi nilai-nilai yang membangun emosional, seperti memori dari perjalanan masa lalu atau kasih sayang seorang teman jauh. Pelestarian memori berfungsi sebagai motivasi mendalam untuk seumur hidup dan penambah semangat gairah dalam melakukan sesuatu ke depannya.

Tradisi masyarakat dalam menyikapi kehadiran cenderamata sangatlah baik pada umumnya, meskipun yang terbaik dapat digambarkan sebagai hubungan cinta-benci. Setiap orang berkeinginan untuk memiliki dan membeli mereka, tetapi mereka mudah diberhentikan dan dibuang. Desainer adalah yang paling penting, langsung memberikan desain yang mampu membuat kenang-kenangan ini sebagai sesuatu yang tetap "utuh" dalam ingatan orang-orang.. Sering kali, mereka mencoba untuk mencari cenderamata, paling aneh mungkin akan menjadi data tarik tersendiri untuk membawa pulang benda tersebut sebagai hiburan rekan-rekan mereka. Mengapa suatu kekonyolan tertentu dan tidak memiliki arti apapun yang berlaku lebih dilihat dan mendapat perhatian lebih pada produk cenderamata ini? Menurut Beverly Gordon, objek tersebut membantu untuk mencapai sebuah "kesan" menyenangkan yang sama seperti saat menyenangkan yang mereka alami mungkin ketika rekreasi singkat pengganti kepenatan realitas kehidupan sehari-hari. Ketika berlibur, orang cenderung pergi ke tempat yang mereka rasa lebih baik, pengeluaran uang berlebihan, membeli banyak benda yang sebetulnya belum tentu mereka perlukan (*nonfunctional*) justru karena mereka tidak akan melakukannya dalam kehidupan sehari-hari mereka. Dalam pengertian ini, emosi atau perasaan yang dapat dihasilkan oleh sebuah cenderamata dapat diakses oleh orang-orang terlebih ketika mereka dalam kondisi bersantai, desain lucu sangat penting untuk itu dapat berfungsi dengan baik. "kesan yang mendalam" menempatkan cenderamata bertentangan dengan obyek desain "baik", dengan kegunaan karakteristik mereka, keseriusan, dan nilai. Sebaliknya, cenderamata menawarkan pilihan sikap yang berbeda dan estetika-

bagi orang-orang yang, setidaknya untuk sementara, tidak praktis, serius, atau bahkan mungkin yang sebelumnya memiliki sikap hemat.

Secara tradisional, cenderamata telah dibuat khusus untuk pasar wisatawan. Tapi semakin ke depannya, menyusut dunia sebagai mobilitas penduduk meningkat secara eksponensial-cenderamata, dalam bentuk yang berbeda, di antara beberapa objek dari rumah yang dapat menemani seseorang ke suatu negeri asing. Cenderamata, kemudian memiliki potensi sedang berubah dari sebuah produk konsumsi berlebihan menuju suatu benda sebagai penunjang kenangan hidup yang memiliki nilai emosional. Alih-alih sebuah klise wisata, cenderamata dapat berfungsi sebagai representasi identitas budaya yang mampu mencerminkan kebanggaan seseorang. Pikirkan semua cenderamata yang multinasional *New York City driver taxi* ditampilkan di dasbor mobil mereka. Sebagai buntut dari peristiwa 11 September, banyak toko-toko New York etnis ditempatkan bendera Amerika dan cenderamata di sebelah simbol budaya mereka sendiri sebagai pesan perdamaian dan pengertian. Dalam dunia yang terbagi sepanjang garis budaya, seperti obyek-simbol tidak bisa lagi terpinggirkan. Hampir selalu cenderamata dirancang desainer anonim-tidak bernama apalagi terkenal. Dan merancang sebuah cenderamata baru jarang diberikan sebagai tugas di sekolah desain. Jadi sudah ada sedikit kemajuan dalam genre semua gerakan desain dari beberapa dekade terakhir dan terus akan berkembang. Tapi, mudah-mudahan, sikap ini akan berubah. Dunia akan terus membutuhkan banyak cenderamata baru demi perkembangan budaya di negara tersebut untuk masa-masa mendatang. (Cenderamata, par.1-4 )

## **2.2 Tinjauan Buku Panduan**

### **2.2.1 Sejarah Buku Panduan**

Buku panduan modern yang pertama kali diciptakan terdapat di dua tempat yang berbeda dan di karang oleh dua orang yaitu Karl Baedeker di Jerman pada tahun 1835 dan John Murray III di Inggris pada tahun 1836. Baedeker dan Murray menyusun buku panduan yang merupakan cerminan dari fakta lapangan yang disajikan dipandu dengan pendapat pribadi. Buku yang mereka susun

mendapat respon tanggapan yang cukup bagus dan populer di kalangan wisatawan sekitar abad ke-19.

Pada pertengahan abad ke-20, Eugene Fodor menyusun sebuah buku panduan untuk wilayah dataran Eropa. Pada tahun 1957, Arthur Forommer dengan buku panduan yang dibuatnya berjudul “*Europe on \$5 a day*”, merupakan buku panduan pertama yang berisi tentang pilihan tempat dan transportasi beserta estimasi biaya yang diperlukan untuk melakukan perjalanan selama di Eropa.

### **2.2.2 Potensi Buku Panduan di Indonesia**

Perkembangan membaca di Indonesia semakin hari semakin pesat. Mengapa demikian, sebab, melalui membaca, seseorang dapat memperoleh berbagai macam pengetahuan secara jangka panjang. Namun pesatnya perkembangan membaca tersebut tidak diimbangi dengan ketersediaan dan kemudahan akses buku dan ragam bacaan lainnya. Maka dari itu, kehadiran buku-buku yang memiliki informasi-informasi penting akan sangat berguna bagi masyarakat.

Buku panduan merupakan media yang dinilai sangatlah praktis. Buku memiliki beberapa kepraktisan yang membuatnya efisien sebagai media penyampaian informasi antara lain buku mampu menyajikan informasi secara detail baik secara tulisan maupun gambar, buku dapat dibeli dengan harga yang terjangkau dan mudah ditemukan di toko-toko buku, buku dapat dengan mudah dibawa kemana pun dan dibaca kapan pun, serta buku praktis karena untuk membaca informasi di dalamnya tidak perlu menggunakan alat bantu lain seperti jaringan koneksi internet ataupun listrik sebagai dayanya sehingga sangat efisien dan fleksibel dapat digunakan oleh semua orang.

Banyak masyarakat di Indonesia yang juga menyukai kerajinan dank arena kerajinan erat kaitannya dengan gerakan tangan maka buku merupakan sarana penunjang yang tepat karena bisa menampilkan gambar-gambar untuk setiap gerakan dengan detailnya dan mampu mendapatkan informasi yang cukup melalui tulisan-tulisan yang terdapat di dalamnya.

### 2.3 Analisa USP ( *Unique Selling Proposition* )

*Unique Selling Proposition* adalah sebuah konsep pemasaran yang pertama kali diusulkan sebagai teori untuk menjelaskan pola antara kampanye iklan yang berhasil dari awal 1940-an. Hal ini menyatakan bahwa kampanye tersebut dibuat proposisi yang unik kepada pelanggan dan bahwa ini meyakinkan mereka untuk beralih kepada produk yang sedang akan dipasarkan. Istilah ini diciptakan oleh Rosser Reeves Ted Bates & Company. Hingga sekarang metode ini masih kerap kali digunakan dalam beberapa bidang untuk mengacu pada setiap aspek dari suatu obyek yang membedakan dari benda-benda serupa atau dengan kata lain mencari keunikan dari suatu produk. USP seringkali digunakan sebagai dasar dalam memasarkan suatu produk.

Pokok bahasan dalam analisa USP (*Unique Selling Proposition*) adalah menganalisa keunikan buku panduan berjudul “Perancangan Buku Panduan Membuat Kerajinan Replika Makanan Khas Jawa Timur dari Bahan *Clay* Dilengkapi dengan Video Singkat Cara Pembuatannya” ini, yang mana buku ini memang memiliki banyak keistimewaan yang pastinya dapat membuat para penggemar *handycraft* dapat menikmati informasi dari buku ini.

Pokok pembahasan yang menjadi *point* penting dan utama dari buku ini ialah buku ini merupakan satu-satunya buku di Indonesia yang mengangkat tema makanan khas Jawa Timur dari beberapa kota-kotanya sebagai *icon* untuk dibuat menjadi bentuk baru cenderamata yang mampu secara khas menggambarkan kepripadian Jawa Timur.

Buku ini juga mengangkat unsur kedaerahan yakni Jawa Timur dimana makanan khas dari Jawa Timur yang sebenarnya seringkali menjadi daya tarik wisatawan untuk mencoba berbagai tempat wisata di Jawa Timur diupayakan sehingga dapat menjadi bentuk cenderamata baru yang cantik untuk Jawa Timur. Kemudian dengan adanya buku panduan ini orang-orang juga akan lebih mengenal Jawa Timur dari segi makanan khas daerahnya sebab banyak juga masyarakat yang kurang paham akan makanan khas Jawa Timur meskipun mereka tinggal di wilayah Jawa Timur ini. Maka dari itu, buku panduan ini hadir sehingga mampu menarik orang-orang agar secara kreatif kembali mengingat

makanan daerah Jawa Timur dan bisa membuatnya menjadi cenderamata yang memiliki nilai seni tinggi.

Keunikan dari buku panduan ini ialah menyampaikan informasi dan pembelajaran untuk dapat memberikan alternatif membuat cenderamata yang mengambil inspirasi bentuknya berdasarkan makanan khas Jawa Timur. Makanan-makanan tersebut akan dibuat replika / tiruannya dalam bentuk miniatur. Miniatur tersebut akan dibuat sedetail mungkin dengan perbandingan sekitar 1:12 dari makanan aslinya. Adapun perbandingan ini masih dapat berubah menyesuaikan dengan pertimbangan akan dibuat bentuk cenderamata seperti apa sehingga memerlukan seberapa besar ataupun kecil ukuran dimensinya. Memberikan banyak *gallery* contoh-contoh gambar untuk alternatif bentuk cenderamata mulai dari yang memiliki nilai fungsional seperti dibuat sebagai gantungan kunci, gantungan *handphone*, pigura foto, hiasan peralatan makan, dan juga yang tidak fungsional melainkan hanya untuk memberikan keindahan seni artistik berupa pajangan hiasan koleksi di dalam rumah-rumah.

Pada buku panduan ini diberikan banyak kemudahan-kemudahan berupa informasi lengkap mengenai alat-alat dan bahan-bahan yang digunakan serta tempat-tempat untuk mendapatkan semua peralatan-peralatan tersebut. Bahan-bahan yang digunakan adalah bahan-bahan yang mudah didapatkan di pasaran dan bahkan ada juga bahan-bahan yang dengan mudah dapat ditemukan di dalam rumah serta tidak berbahaya meskipun dibuat oleh anak-anak kecil. Alat yang dipakai pun merupakan alat-alat yang sederhana dan bisa dengan mudah ditemukan di dalam rumah meskipun jika kita ingin lebih mendalaminya secara professional maka akan memerlukan alat-alat yang memang telah dibuat secara khusus untuk mempermudah pembuatannya dengan bahan *clay* ini.

Buku panduan ini juga dilengkapi dengan informasi berbagai tempat yang memudahkan untuk dapat mendapatkan bahan-bahan dan alat-alat tersebut. Buku ini di konsep agar dapat memberikan informasi yang selengkap-lengkapinya mengenai pembuatan cenderamata sebagai khas Jawa Timur dan juga sebagai pelengkapinya diberikan informasi seputar bisnis market untuk perkembangan pembuatan cenderamata khas Jawa Timur ini ke depannya.

## 2.4 Tinjauan tentang Gambar

### 2.4.1 Tinjauan tentang Unsur Gambar

Gambar dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia 409 dijelaskan sebagai tiruan barang (orang, binatang, tumbuhan, dan sebagainya) yang dibuat dengan coretan pensil, atau alat yang lain pada media kertas maupun yang lainnya; lukisan. Media kertas untuk gambar bahwa gambar dapat ditampilkan dalam berbagai bentuk dan media, demikian juga dengan pensil. Apapun dan bagaimanapun sebenarnya memungkinkan untuk dapat digunakan menjadi alat agar dapat menciptakan suatu gambar.

Peranan gambar yang sangatlah besar di era modern ,dapat membantu seorang pekerja kreatif mempermudah pekerjaan mereka. Menggambar merupakan suatu usaha untuk mengembangkan ide dengan mengkomunikasikan apa yang ada di dalam pikiran.

#### 2.4.1.1 Garis ( *Line* )

Sebuah garis adalah tanda yang diolah untuk meninggalkan guratan sepanjang titik-titik yang dilaluinya melewati permukaan, yang mampu mengatur, mengarahkan, memisah, ataupun memberikan sentuhan emosi di dalamnya. Juga dipergunakan untuk menjelaskan bentuk-bentuk dan observasi visual atau pengungkapan secara subyektif akan gagasan, membangkitkan berbagai macam pengalaman-pengalaman, pikiran/paham, dan intuisi. Sebuah garis merupakan unsur desain yang menghubungkan antara satu titik dengan titik yang lain sehingga dapat berupa garis lengkung (*curve*) atau lurus (*straight*).

Drs. Sadjiman Ebdy Sanyoto mengatakan potensi dari garis nyata adalah:

- a. Dapat mengekspresikan gerak massa obyek tertentu (ombak laut, rumput bergoyang, padi tertiuip angin,dan lain-lain) yang luwes tanpa ada maksud untuk meniru sehingga memberi irama seperti gemulai, lembut, tajam, dan sebagainya yang dapat dinikmati seperti mendengarkan alunan musik.
- b. Mempunyai nilai ekspresi pribadi, yang apabila dikuasai suasana (mood), sentuhan (touch), dan alat (medium), garis yang mantap, goyah, gelap,

pucat, ataupun lemah gemulai yang dapat memberi emosi marah, ragu-ragu, sedih, gembira, dan lain-lain.

- c. Garis memiliki kemampuan untuk dapat tekstur yang bersifat semu ataupun nyata.
- d. Garis dapat memberi sugesti dalam menggaris batas (membuat kontur). Dengan beberapa goresan saja sebuah bentuk dapat dicapai sehingga dapat dikatakan bahwa garis merupakan ekonomis dalam seni.
- e. Garis memiliki kemampuan gelap terang (*value*) untuk membentuk arsiran pada gambar.
- f. Garis memiliki kemampuan menciptakan komunikasi seperti kode-kode, huruf-huruf, gambar grafik, gambar-gambar teknik, lambing-lambang dan lain-lain.

Garis yang sederhana menggambarkan suatu arah, membagi ruang, memiliki panjang, lebar, corak atau warna, dan tekstur atau kontur. Garis yang tergambar mampu mengungkapkan emosi dan tempamen yang secara natural diekspresikan oleh subjek yang digambar. Terdapat beragam bentuk garis. Diantaranya adalah garis alam dan organis yang lebih bebas bentuknya dan garis jadian yang melalui suatu proses dan alat, biasanya berbentuk geometris. Garis kontur, yaitu garis yang melukiskan bagian tepi dari suatu bentuk sehingga memisahkan setiap volume atau area yang ada di sekitarnya. Garis kontur yang sangat sederhana umumnya tidak bervariasi dari segi ketebalan, tidak diperkuat dengan gradasi gelap terang maupun bayangan. Garis kontur pertama-tama berfungsi untuk memisahkan antara benda yang satu dengan yang lain. Dalam membatasi dan mendefinisikan tepian benda, garis-garis kontur juga menjelaskan rupa bentuknya. Jika dilihat sebagai sesuatu yang data, hasil bayangannya hanya siluet dua dimensi. Akan tetapi jika digunakan dalam kombinasi, garis-garis kontur mulai dapat mendeskripsikan bentuk tiga dimensi. Garis kontur yang ekspresif akan mengajak mata pengamat untuk menerima garis tersebut sebagai suatu bentuk karena dibentuk dengan variasi tebal tipis garis serta memiliki detail.

Dalam hubungannya dengan elemen seni rupa, garis memiliki kemampuan untuk mengungkapkan suasana. Suasana yang tercipta dari sebuah

garis terjadi karena proses stimulasi dari bentuk-bentuk sederhana yang sering terdapat di sekitar, yang terwakili dari bentuk garis tersebut. Perasaan ini terjadi karena ingatan kita mengasosiasikannya dengan bentuk-bentuk yang dominan dengan bentuk lengkung seperti penari atau gerak ombak di laut. Beberapa jenis garis dan suasana yang ditimbulkannya . Berikut karakter dari garis adalah:

- \* *Horizontal* : Memberi sugesti ketenangan atau hal yang tidak bergerak.
- \* *Vertikal* : Stabilitas, kekuatan atau kemegahan.
- \* *Diagonal* : Tidak stabil, sesuatu yang bergerak atau dinamika.
- \* *Lengkung S* : Grace, keanggunan.
- \* *Zig-zag* : Bergairah, semangat, dinamika atau gerak cepat.
- \* *Bending up right* : Sedih, lesu atau kedukaan.
- \* *Diminishing Perspective* : Adanya jarak, kejauhan, kerinduan dan sebagainya.
- \* *Concentric Arcs* : Perluasan, gerakan mengembang, kegembiraan dan sebagainya.
- \* *Pyramide* : Stabil, megah, kuat atau kekuatan yang masif.
- \* *Conflicting Diagonal* : Peperangan, konflik, kebencian dan kebingungan.
- \* *Spiral* : Kelahiran atau generative forces.
- \* *Rhythmic horizontals* : Malas, ketenangan yang menyenangkan.
- \* *Upward Swirls* : Semangat menyala, berkobar-kobar, hasrat yang tumbuh.
- \* *Upward Spray* : Pertumbuhan, spontanitas, idealisme.
- \* *Inverted Perspective* : Keluasan tidak terbatas, kebebasan mutlak, pelebaran tidak terhalang.
- \* *Water Fall* : Air terjun, penurunan yang berirama, gaya berat.
- \* *Rounded Arcs* : Lengkung bulat mengesankan kekokohan.
- \* *Rhythmic Curves* : Lemah gemulai, keriangangan.
- \* *Gothic Arcs* : Kepercayaan dan religius.
- \* *Radiation Lines* : Pemusatan, peletupan atau letusan.

Lebih jauh lagi, garis sesuai fungsinya yang khas, yang mampu membentuk symbol yang memiliki pengertian khusus, sangat menunjang penggunaannya sebagai elemen symbol. Penggunaan garis sebagai elemen symbol, pertama kali diperkenalkan oleh Otto Neurath (1882 – 1945) seorang pengajar dan ilmuwan sosial, yang menamakan symbol tersebut sebagai Isotype.

Kemudian bahasa Isotype ini berkembang dan menjadi salah satu bahasa gambar yang mampu mewakili berbagai bentuk komunikasi. Dalam perkembangan selanjutnya bentuk-bentuk simbol ini banyak dipergunakan dalam perancangan logo dalam upayanya agar mudah diingat dan mempunyai daya komunikasi yang baik.

#### **2.4.1.2 Kualitas Terang Gelap ( *Value* )**

Setiap benda yang terdapat di alam ini pastilah memiliki *value*/tone, bisa gelap, terang, sedang, semua itu bergantung pada intensitas cahaya yang mengenainya. *Value* disebut pula tone, nada, nuansa. Cahaya adalah *point* penting dalam seni rupa. Kita mengontrol cahaya dengan *value* dan mengubah warna-warni cahaya dengan pigmen.

Tonalitas dari suatu karya adalah hal yang sangat penting karena tonalitas ini disebut pula “brightness” atau terangnya wana. *Value* merupakan nilai gelap terang yang digunakan untuk mengukur kepekatan warna yang diakibatkan intensitas cahaya yang mengenainya suatu objek. Tingkatan *value* warna yaitu *tint, tone, shade*.

Pada skala *value*, terdapat Sembilan tingkatan gelap ke terang. Tingkatan 1,2,3 adalah *value* gelap yang disebut *shade*, tingkat 4,5,6 merupakan *value* sedang yang disebut *tone*, 7,8,9 merupakan *value* terang yang disebut *tint*. *Value* 1 adalah hitam yang kita lihat sehari-hari, 0 merupakan hitam ideal, hitam sempurna atau gelap total seperti saat kita memejamkan mata, hitam yang sama sekali tidak memancarkan cahaya. *Value* 9 adalah putih yang kita lihat sehari-hari, 10 adalah putih ideal, atau barangkali bukan merupakan putih warna bahan melainkan putih bening sebagai sumber cahaya, *value* 5 merupakan *value* abu-abu atau *value* tengah-tengah, dapat digambarkan bahwa untuk *value* 9 memiliki keterangan 100%, *value* 5 keterangannya 50% dan *value* 1 keterangannya 0%. (Sanyoto 42)

#### **3.1.1.3 Bentuk dan Ruang ( *Shape dan Space* )**

Pengertian bentuk menurut Leksikon Grafika adalah macam rupa atau wujud sesuatu, seperti bundar elips, bulat segi empat dan lain sebagainya. Dari definisi tersebut dapat diuraikan bahwa bentuk merupakan wujud rupa sesuatu,

biasa berupa segi empat, segi tiga, bundar, elips dan sebagainya. Pada proses perancangan logo, bentuk menempati posisi yang tidak kalah penting dibanding elemen-elemen lainnya, mengingat bentuk-bentuk geometris biasa merupakan simbol yang membawa nilai emosional tertentu. Hal tersebut biasa dipahami, karena pada bentuk atau rupa mempunyai muatan kesan yang kasat mata. Seperti yang diungkapkan Plato, bahwa rupa atau bentuk merupakan bahasa dunia yang tidak dirintangi oleh perbedaan-perbedaan seperti terdapat dalam bahasa kata-kata. Namun teori Plato tersebut tidaklah mesti berlaku semestinya. Ada aspek lain yang mengakibatkan bahasa bentuk tidak selalu efektif. Seperti penerapan bentuk-bentuk internasional dengan target sasaran tradisional atau sebaliknya. Dengan kata lain, bila target sasaran tidak terbiasa dengan bahasa kasat mata tradisional, penggunaan bahasa kasat mata. Sebagai contoh adalah bila kita merancang logo armada angkatan bersenjata republik Tanzania misalnya, kurang lazim bila kita memilih bentuk keris atau mandau sebagai elemen penunjang dalam logo tersebut, karena bentuk keris dan mandau kurang dikenal oleh rakyat Tanzania.

Dari contoh diatas, kemudian muncul teori tentang *frame of reference* (kerangka referensi) dan *field of reference* (lapangan pengalaman) yang menjelaskan bahwa penerimaan suatu bentuk pesan, dipengaruhi oleh beberapa aspek yakni panca indra, pikiran serta ingatan. Jadi seperti contoh masalah diatas, bentuk logo tersebut akan lebih efektif dan komunikatif bila ditujukan pada angkatan bersenjata Republik Indonesia, dan tidak dengan Republik Dominika karena mereka tidak memiliki *frame of reference* dan *field of reference* tentang keris mandau dalam ingatan mereka.

Ruang (*Space*) adalah keluasan dari suatu bidang, permukaan, dan lain sebagainya. Dalam desain elementer ruang dikatakan sebagai bentuk dua atau tiga dimensional, bidang, atau keluasan positif atau negative yang dibatasi limit.

Di samping mempunyai sifat-sifat yang sama seperti garis, ruang memiliki dimensi tambahan, yaitu lebar dan dalam. Ruang memiliki ciri-ciri umum seperti, diagonal, horizontal, melengkung, dan lain-lain. Jadi ruang merupakan keluasan dari suatu bidang atau permukaan yang memiliki bentuk dua atau tiga dimensional. (Sanyoto 69,97)

#### **2.4.1.4 Pola ( *Pattern* )**

Pola adalah bentuk atau model (atau, lebih abstrak, suatu set peraturan) yang bisa dipakai untuk membuat atau untuk menghasilkan suatu atau bagian dari sesuatu, khususnya jika sesuatu yang ditimbulkan cukup mempunyai suatu yang sejenis untuk pola dasar yang dapat ditunjukkan atau terlihat, yang mana sesuatu itu dikatakan memamerkan pola. Deteksi pola dasar disebut pengenalan pola. Pola yang paling sederhana didasarkan pada repetisi: beberapa tiruan satu kerangka digabungkan tanpa adanya tambahan modifikasi. (Kamus Besar Bahasa Indonesia 1088 )

#### **2.4.1.5 Tekstur ( *Texture* )**

Pengertian tekstur dalam desain elementer adalah nilai raba suatu permukaan, baik itu nyata ataupun semu. Suatu permukaan mungkin kasar, mungkin halus, keras, lunak, ataupun licin, dan lain-lain. Tekstur merupakan kualitas dari suatu permukaan: lembut, kasar, licin, berbutir, lunak, atau keras. Di dalam seni lukis, hal itu dapat berlaku terhadap cat itu sendiri dan terhadap tekstur yang dilukiskan. Pelukis, pematung, arsitek seringkali menggunakan variasi tekstur, focus, ataupun kesatuan dari keduanya.

Tekstur dikelompokkan dalam tekstur kasar nyata, tekstur kasar semu, dan tekstur halus.

##### **a. Tekstur kasar nyata**

Tekstur kasar nyata dapat berwujud tekstur alam dan juga tekstur buatan. Alam kaya dengan tekstur kasar nyata, misal batu, kayu, kulit binatang. Tekstur buatan dapat dibuat dari apa saja, dengan kekasaran secara bebas, ditatah, diukir, atau dibuat yang mirip dengan alam.

##### **b. Tekstur kasar semu**

Tekstur kasar semu ialah tekstur yang kekasaran rautnya bersifat semu, artinya terlihat kasar tetapi jika diraba halus.

##### **c. Tekstur halus**

Tekstur halus ialah tekstur yang terlihat halus dan jika diraba pun akan tetap terasa halus. Tekstur halus bisa licin, kusam, atau mengkilat. (Sanyoto 62)

#### 2.4.1.6 Warna ( *Colors* )

Warna adalah spektrum tertentu yang terdapat di dalam suatu cahaya sempurna (berwarna putih). Identitas suatu warna ditentukan panjang gelombang cahaya tersebut. Sebagai contoh warna biru memiliki panjang gelombang 460 nanometer. Panjang gelombang warna yang masih bisa ditangkap mata manusia berkisar antara 380-780 nanometer.

Dalam peralatan optis, warna bisa pula berarti interpretasi otak terhadap campuran tiga warna primer cahaya: merah, hijau, biru yang digabungkan dalam komposisi tertentu. Misalnya pencampuran 100% merah, 0% hijau, dan 100% biru akan menghasilkan interpretasi warna magenta.

Dalam seni rupa, warna bisa berarti pantulan tertentu dari cahaya yang dipengaruhi oleh pigmen yang terdapat di permukaan benda. Misalnya pencampuran pigmen magenta dan cyan dengan proporsi tepat dan disinari cahaya putih sempurna akan menghasilkan sensasi mirip warna merah.

Setiap warna mampu memberikan kesan dan identitas tertentu sesuai kondisi sosial pengamatnya. Misalnya warna putih akan memberi kesan suci dan dingin di daerah Barat karena berasosiasi dengan salju. Sementara di kebanyakan negara Timur warna putih memberi kesan kematian dan sangat menakutkan karena berasosiasi dengan kain kafan (meskipun secara teoritis sebenarnya putih bukanlah warna).

Di dalam ilmu warna, hitam dianggap sebagai ketidakhadiran seluruh jenis gelombang warna. Sementara putih dianggap sebagai representasi kehadiran seluruh gelombang warna dengan proporsi seimbang. Secara ilmiah, keduanya bukanlah warna, meskipun bisa dihadirkan dalam bentuk pigmen.

##### a. Klasifikasi Warna berdasarkan Spektrum Warna



Gambar 2.2 Spektrum Warna

Sumber: <http://www.google.com/imgsrc/2007/warna/spektrum.html>

Spektrum warna merupakan warna yang berasal dari cahaya. Warna pokok cahaya terdiri dari merah (*red*), hijau (*green*), dan biru (*blue*) atau biasa disebut RGB.

b. Klasifikasi Warna berdasarkan Gambar / Ilustrasi

Ilustrasi Jawa Timur memiliki warna dominan hijau dan kuning serta coklat dan kuning kecoklat-coklatan. Tulisan yang digunakan berwarna hitam, Ilustrasi Jawa Timur berwarna hijau dan kuning serta unsur warna coklat.

c. Klasifikasi Warna berdasarkan Sensasinya

Warna hijau dan kuning merupakan warna yang lembut, menampilkan keharmonisan, senada, sekaligus memberikan sensasi kesegaran dan *fresh* kala dilihat, kedua warna tersebut sangat cocok untuk bersanding satu sama lain. Untuk menyeimbangkan warna itu diperlukan warna yang mendukung pula sisi tradisionalnya yaitu warna kuning kecoklat-coklatan, gabungan antara symbol keceriaan, kesegaran dan kehangatan.

d. Klasifikasi Warna berdasarkan Karakteristiknya

Tiap warna mempunyai karakter dan sifat yang berbeda – beda. Untuk itu dalam memilih warna yang sesuai untuk style pada kehidupan atau aktivitas kita, diperlukan pengetahuan tentang karakter – karakter warna. Berikut merupakan karakter – karakter warna ( Buku Pintar Seri Senior ):

1. Biru tua

Melambangkan perasaan yang dalam. Warna ini mempunyai karakter tentang konsentrasi, ketenangan, bekerjasama. Selain itu warna biru juga memberikan pengaruh lemah lembut, bijaksana, cepat puas, pangasih dan penyayang, tidak mudah tersinggung dan banyak kawan.

2. Merah dan Orange

Melambangkan kekuatan, kemauan, eksentrik, aktif, agresif, bersaing, warna ini memberikan pengaruh berkemauan keras dan penuh semangat.

3. Hijau dan Biru

Melambangkan elastisitas keinginan. Cenderung pasif, bertahan, mandiri, posesif, susah menerima pemikiran orang lain. Pengaruh dari warna ini antara lain

teguh dan kokoh, mempertahankan miliknya, keras kepala, dan berpendirian tetap.

#### 4. Kuning Terang

Warna ini bersifat menonjol, semangat untuk maju dan toleransi tinggi. Pengaruh warna ini antara lain riang, dermawan, dan sukses.

#### 5. Ungu

Ungu adalah campuran warna merah dan biru. Menggambarkan sikap ‘gempuran’ keras yang dilambangkan dengan warna biru. Perpaduan antara keintiman dan erotis atau menjurus ke pengertian yang dalam dan peka. Bersifat kurang teliti namun penuh harapan.

#### e. Klasifikasi Warna berdasarkan Kualitasnya

Hijau, kuning, coklat, dan kuning kecoklat-coklatan memiliki kualitas warna yang lembut, hangat, harmonis, dan senada, dengan gabungan warna-warna tersebut akan menghasilkan suatu visualisasi yang lembut, eksklusif, maupun berkesan *vintage*.

#### f. Klasifikasi Warna berdasarkan Maknanya

Warna hijau dan kuning untuk ilustrasi penggambaran Jawa Timur memberikan makna *simple*, lembut, dan dinamis. Sedangkan kuning kecoklat-coklatan sebagai warna dominan salah satu *background* memberikan makna untuk menekankan pada ciri-ciri khas dan sifatnya masih kedaerahan / tradisional.

### 2.4.2 Tinjauan Unsur Komposisi

#### 2.4.2.1 Penataan *Layout*

Pada dasarnya *layout* dapat dijabarkan sebagai tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep/pesan yang dibawanya.

Membuat *layout* adalah suatu proses / tahapan kerja dalam desain. Dapat dikatakan bahwa desain merupakan arsiteknya dan *layout* adalah pekerjanya. Namun definisi *layout* dalam perkembangannya sudah sangat meluas dan melebur dengan definisi desain itu sendiri, sehingga banyak orang mengatakan bahwa

membuat *layout* itu sama dengan mendesain. Desain dan *layout* yang seringkali kita lihat di masa kini sebenarnya merupakan hasil perjalanan dari proses eksplorasi kreatif manusia yang tiada henti di masa lalu. Menyelami proses itu akan memperkaya wawasan dan pengetahuan seorang desainer sekaligus membuatnya lebih bijaksana dalam berkarya.

#### **2.4.2.2 Tinjauan Teori Perspektif sederhana**

Gambar perspektif adalah jenis gambar arsitektur yang seperti pada gambar aksonometri merupakan jenis gambar dengan arah pandangan tunggal. Perbedaan dengan gambar aksonometri adalah terletak pada hasil akhirnya yang tidak terdapat distorsi dan pada umumnya lebih cepat dapat dimengerti karena memiliki kelebihan dibandingkan dengan jenis gambar-gambar lainnya karena menampilkan bentuk benda/bangunan dalam bentuk 3 dimensi.

Proyeksi perspektif adalah cara penggambaran pandangan tunggal di mana dalam menggambarkan gambar proyeksinya, garis-garis sejajar dalam salah satu atau dua dimensinya, bertemu pada satu titik yang disebut titik hilang. Oleh karena itu, gambar ini disebut juga sebagai gambar proyeksi titik hilang. Pada proyeksi ini tidak ada satu garis pun yang ukurannya tepat seperti bendanya. Ada tiga macam gambar perspektif, yaitu: perspektif dengan satu titik hilang (perspektif sudut), perspektif dengan dua titik hilang (perspektif miring), perspektif dengan titik hilang tidak terhingga (proyeksi sejajar).

#### **2.4.2.3 Tinjauan Teori Tata Cahaya**

Secara umum, tata cahaya berfungsi untuk membentuk situasi, menyinari gerak pelaku, dan mempertajam ekspresi demi penciptaan karakter pelaku. Dengan demikian, imajinasi publik ke situasi tertentu, yang tragis, yang sublim, yang lepas dari dunia keseharian atau spesifik iluminasi.

Secara khusus, tata cahaya dapat berfungsi untuk:

1. Mengadakan pilihan bagi hal yang diperlihatkan

Hal yang sangat penting bagi cahaya lampu adalah dapat berperan di atas panggung untuk membiarkan penonton dapat melihat dengan enak dan jelas. Apa yang terlihat akan bergantung pada sejumlah penerangan, ukuran objek yang

tersorot cahaya, sejumlah cahaya pantulan objek, kontrasnya dengan latar belakang, dan jarak objek dan pengamatnya.

## 2. Mengungkapkan bentuk

Jika sebuah pementasan lakon disoroti dengan cahaya lampu biasa, maka para pemeran, dan peralatan (properti), dan semua bagian dari pandangan akan nampak datar atau *flat*, tidak menarik. Di sini tidak nampak sinar tajam (*highlight*), tidak ada bayangan, dan monoton. Agar objek yang terkena cahaya tampak dengan bentuk yang wajar, maka penyebaran sinar harus memiliki tinggi-rendah derajat pencahayaan yang memberikan keanekaragaman hasil perbedaan tinggi-rendahnya derajat pencahayaan itu.

Pengungkapan bentuk pada hakikatnya disempurnakan oleh pencahayaan. Sudut datang cahaya dan arah cahaya lampu khusus, harus diramu bersama dengan hati-hati sehingga menghasilkan pencahayaan yang seimbang hingga ada pembeda antara keremangan dan bayangan. Kontras dan keanekaragaman warna juga merupakan bagian-bagian yang harus dapat dibedakan sehingga dapat memikat perhatian penonton.

## 3. Membuat gambar wajar

Di dalam fungsi ini, juga termasuk cahaya lampu tiruan yang menciptakan gambaran cahaya wajar yang memberi petunjuk terhadap waktu sehari-hari, waktu setempat, dan musim.

### 2.4.3 Tinjauan Logo Jawa Timur dan Maknanya



Gambar 2.3 Logo Jawa Timur

Sumber: <http://www.google.co.id/imgres?imgurl=http://ridwan202.files.wordpress.com/2009/02/jawa-timur.png>

Makna Lambang Jawa Timur :

1. **Daun lambang bentuk perisai**, adalah lambang keamanan dan ketentraman serta kejujuran melambangkan dasar dan keinginan hidup rakyat Jawa Timur yang merupakan daerah yang termasuk aman.
2. **Bintang dengan warna kuning emas**, adalah lambang Ke Tuhanan Yang Maha Esa. bersudut lima dan bersinar lima adalah melambangkan Pancasila merupakan dasar dan falsafah Negara yang senantiasa dijunjung tinggi dan selalu menyinari jiwa rakyatnya (dalam hal ini rakyat Jawa Timur) khususnya jiwa Ke Tuhanan Yang Maha Esa.
3. **Tugu Pahlawan**, adalah lambang kepahlawanan, untuk melukiskan sifat dan semangat kepahlawanan rakyat Jawa Timur (khususnya Surabaya) dalam mempertahankan kedaulatan dan wilayah tanah airnya.
4. **Gunung berapi**, yang selalu mengepulkan asap melambangkan keteguhan dan kejayaan tekad Jawa Timur dengan semangat dinamis, revolusioner pantang mundur dalam menyelesaikan revolusi menuju cita-cita masyarakat Adil dan Makmur, selain itu juga menggambarkan bahwa wilayah Jawa Timur mempunyai banyak gunung-gunung berapi.

5. **Pintu gerbang**, (dari candi) dengan warna abu-abu, melambangkan citi-cita perjuangan serta keagungan khususnya Jawa Timur dimasa silam yang masih nampak dan sebagai lambang batas perjuangan masa lampau dengan masa, sekarang, yang semangatnya tetap berada ditiap-tiap patriot Indonesia yang berada di Jawa Timur.
6. **Sawah dan ladang**, yang dilukiskan pada bagian-bagian dengan warna kuning dan hijau, melambangkan kemakmuran yaitu bahwa Jawa Timur memiliki sawah-sawah dan ladang-ladang yang merupakan sumber dan alat untuk mencapai kemakmuran.
7. **Padi dan kapas lambang sandang pangan**, yang menjadi kebutuhan pokok rakyat sehari-hari. gambar padi berbutir 17 buah, sedangkan kapas tergambar 8 buah, melambangkan saat-saat keramat buat bangsa Indonesia yaitu tanggal 7 – 8 -1945.
8. **Sungai yang bergelombang**, menunjukkan bahwa Jawa Timur mempunyai banyak sungai yang cukup mengalir untuk mengairi sawah-sawah dan sumber-sumber kemakmuran yang lainnya di Jawa Timur.
9. **Roda dan rantai**, melukiskan situasi Jawa Timur pada masa sekarang yang sudah mulai pesat pembangunan pabrik-pabrik dan lain-lain dalam rangka pembangunan Jawa Timur dibidang industri, dan melambangkan pula tekad yang tak kunjung padam serta rasa ikatan persahabatan yang biasa ditunjukkan oleh rakyat Jawa Timur kepada pendatang/peninjau dari manapun.
10. **Pita berisikan tulisan Jawa Timur**, menunjukkan sebagai lambang Daerah Provinsi Jawa Timur.
11. **Pita dasar dengan warna putih berisi tulisan JER BASUKI MAWA BEYA**, menunjukkan motto Jawa Timur yang mengandung makna bahwa untuk mencapai suatu kebahagiaan diperlukan pengorbanan.