

Perancangan Media Digital Dokumentasi Nilai-Nilai Lokal dan Tradisi Dalam Pasar Tradisional Surabaya

Klemens Pramudita¹, Arief Agung S.², Adiel Yuwono³

1,2,3. Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra
Jalan Siwalankerto 121-131, Surabaya 60236
Email: klemensartwork@gmail.com

Abstrak

Di tengah perkembangan kota Surabaya menjadi kota metropolitan sebenarnya masih memiliki karakteristik nilai lokal dalam perdagangan di pasar tradisional. Dalam abad 21 ini keberadaan hal tersebut mulai ditinggalkan akibat tertutup oleh kemajuan modernitas kota. Maka dibutuhkan usaha untuk menyelamatkan nilai lokal tersebut agar tidak hilang tergerus zaman melalui media fotografi yang mudah untuk dilihat dalam bentuk media digital yang sesuai perkembangan teknologi saat ini dan dapat lebih bertahan dari kemusnahan waktu.

Kata kunci: Fotografi, Dokumentasi, *Website*, Pasar Tradisional, Lokal.

Abstract

Title: *The Design of Digital Media Documentation Local Content and Tradition on Traditional Market Surabaya*

In the midst of Surabaya city into a metropolitan city is actually still has the characteristics of local content on trading in traditional market. In this 21st century of existence that things is being abandoned that effect of closed by the progress modernity city. Then be required a effort to prevent that local content so not disappear from eroded of age through photography media which is easy to views within digital media that match the growth of technology at this moment and could be more survive from the destroy of time.

Keywords: *Photography, Documentation, Website, Traditional Market, Local.*

Pendahuluan

Republik Indonesia merupakan sebuah negara berkembang yang sedang mengalami perubahan menuju kemajuan. Perkembangan tersebut cukup kompleks yang mencakup berbagai bidang termasuk dalam kehidupan sosial masyarakat, seperti : bidang ekonomi, bidang politik, bidang budaya, bidang teknologi, dan sebagainya. Salah satunya yaitu dalam bidang perekonomian yang mengalami perkembangan cukup pesat dengan munculnya berbagai sektor perekonomian baru yang beragam. Hal ini dirasakan juga termasuk di Jawa Timur sebagai provinsi dimana kota Surabaya berada. Surabaya sebagai kota metropolitan di Indonesia sekaligus sebagai kota ke-2 terbesar setelah Ibu kota DKI Jakarta memiliki kemajemukan dalam bidang perekonomian. Arus keluar masuk baik barang maupun masyarakat dalam kota ini yang tinggi menjadikan salah satu ciri kota metropolitan dengan kondisi perekonomian yang berkembang.

Salah satu bentuk dari padatnya perekonomian di kota Surabaya yaitu perdagangan

dalam pasar dimana terjadi transaksi jual beli secara langsung maupun tidak langsung. Di dalam pasar tersebut terjadi pertukaran barang dan perputaran uang yang sangat tinggi yang menggerakkan sektor perekonomian. Pasar dalam konteks tempat terjadinya transaksi jual beli terdapat 2 jenis yaitu pasar modern dan juga pasar tradisional. Di dalam pasar tradisional terjadi transaksi secara langsung antara penjual dan juga pembeli yang memunculkan interaksi diantaranya yang merupakan konsep pasar sebenarnya. Pada pasar modern transaksi jual beli dilakukan secara pasif dan tidak terjadi interaksi karena proses perdagangan dilakukan secara mandiri oleh pembeli melalui sistem penjualan yang dirancang khusus.

Pasar Tradisional di tengah kota modern seperti Surabaya ini saat ini mulai semakin terancam keberadaannya. Sebagaimana masyarakat mulai meninggalkan dan enggan untuk mengunjungi pasar tradisional, khususnya masyarakat modern memandang sebelah mata terhadap pasar tradisional yang mereka anggap tidak nyaman dalam dunia modern ini. Tetapi menurut Nengah Toya, mantan Kabid Perdagangan Disperindag Kabupaten

Karangasem mengatakan bahwa “Pasar modern dan pasar tradisional sudah dibedakan dengan sangat tegas oleh pada pembeli atau konsumen. Keduanya belum bisa digabung karena keduanya dibutuhkan oleh penduduk.” (Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah kabupaten Karangasem par. 8). Berdasarkan hal tersebut menunjukkan bahwa bagaimanapun kondisi pasar tradisional saat ini masih perlu dipertahankan dan diperlihara keberadaanya.

Di dalam pasar tradisional tersebut sebenarnya terdapat hal-hal yang menjadi keunikan yang tidak ditemukan dalam pasar modern. Masyarakat modern perlu mengetahui realita yang belum diketahui sebelumnya. Keunikan tersebut yaitu ditemukannya nilai-nilai lokal (*local content*) dan tradisi yang menjadi karakteristik dan ciri yang khas dari masyarakat daerah setempat yang masih sangat kuat melekat dalam pasar tradisional. Nilai-nilai lokal asli daerah saat ini berada di tengah derasnya arus modernitas perlu untuk dipertahankan agar tidak sampai hilang terkikis oleh zaman ini. Hal ini akan membuat keunikan tersendiri dengan munculnya nilai-nilai lokal di tengah kota metropolitan.

Nilai-nilai lokal yang dimaksud menjadikan keunikan tersendiri yang membedakan dengan lainnya sehingga membentuk karakter identitas diri akan daerah tersebut. Nilai lokal ini menjadikan keunggulan tersendiri yang tidak akan ditemukan di tempat lain. Diantaranya termasuk tradisi aktivitas kebiasaan pola kehidupan sosial yang unik telah melekat sejak zaman dahulu, kebudayaan peninggalan yang telah terjadi secara turun temurun hingga masa kini yang membentuk kehidupan sosial bermasyarakat daerah tertentu. Segala sesuatu yang masih bersifat tradisional dan belum bercampur atau terpengaruh oleh modernitas yang merubah suatu karakter asli ini menunjukkan akan sesuatu kelokalan yang masih kuat.

Selain itu pasar tradisional menunjukkan bahwa potensi yang dimiliki oleh masyarakat Indonesia ini sebenarnya besar terutama dalam hal sumber daya alam (SDA). Kekayaan alam hayati yang dimiliki menjadikan dasar kemampuan untuk mencukupi kebutuhan masyarakatnya sendiri, seperti buah-buah lokal hasil produksi dari berbagai daerah, buah khas daerah tertentu, bahan dan bumbu masak dengan racikan khas buatan lokal, peralatan masak, peralatan mandi, peralatan makan, kursi, meja, benda hasil kerajinan tangan yang diproduksi oleh perusahaan dalam negeri termasuk yang dibuat secara manual oleh tangan-tangan anak bangsa, dan lain sebagainya.

Dari semua keunggulan dan kekuatan nilai lokal tersebut terdapat hal yang menjadi keunikan dan ciri khas kelokalan di Surabaya berada. Pasar tradisional Surabaya memiliki nilai historis dari zaman penjajahan Belanda. “Berdasarkan sumber dari *House of Sampoerna* bahwa Keberadaan pasar-pasar tradisional tersebut erat kaitannya dengan posisi strategis Surabaya sebagai salah satu pelabuhan dagang terbesar di Nusantara pada masa lalu hingga

mendorong tingginya aktivitas perdagangan di bantaran sungai Kalimas. Galeri Seni "*House of Sampoerna*" Surabaya mencatat 5-6 pasar tradisional di sepanjang bantaran Sungai Kalimas yang masih menggeliat di tengah pusaran pusat perbelanjaan modern, di antaranya Pasar Pabean, Pasar Atom, Pasar Genteng, Pasar Pasar Kayun, dan Pasar Blauran.” (Antara Foto Cerita par. 2, 3). Sejarah Surabaya dari sudut pandang pasar tradisional di sepanjang Kalimas ini menarik untuk diangkat dikarenakan merupakan salah satu situs dimana kota Surabaya dibentuk yang dapat ditemukan hingga masa kini. Hal ini memperkuat keunikan yang dimiliki kota Surabaya dengan kondisi pasar tradisionalnya yang memiliki karakter perdagangan dan nilai historis yang kuat.

Pada perancangan ini sasaran *target audience* yang paling utama ditujukan pada warga masyarakat modern kota metropolitan khususnya anak muda. Mereka memiliki gaya hidup dan rasa gengsi yang tinggi sehingga mudah terpengaruh serta kurang menghargai nilai-nilai lokal asli daerah dan kurang menghargai produk dalam negeri.

Media fotografi digunakan sebagai media utama dalam perancangan ini sebagai kebutuhan sesuai dengan objek perancangan yang dibuat. Untuk mengangkat nilai-nilai lokal yang ada perlunya adanya visualisasi yang kuat untuk menggambarkan karakter kelokalan yang ada dengan merekam setiap peninggalan yang ada supaya tidak hilang oleh perubahan zaman di kemudian hari.

Bentuk media digital yang dibuat yaitu dalam media *website* dan pembuatan akun media sosial. Dalam perkembangan dunia saat ini yang serba modern membuat media ini sebagai salah satu media yang efektif dan efisien dalam penyampaian pesan. Dengan hadirnya media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, dan sebagainya memberikan kemudahan penyampaian dengan berbagai bentuk yang variatif. Hampir seluruh anak muda juga telah menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari yang mudah dijangkau menjadikan nilai tambah media ini dibandingkan media konvensional.

Dalam perancangan ini secara khusus lebih menekankan pada nilai dan unsur-unsur di balik pasar tradisional itu sendiri yaitu nilai lokal beserta keunikan karakteriktiknya yang tidak terlihat oleh masyarakat. Tujuan dari kebutuhan dibuatnya perancangan ini agar nilai-nilai kelokalan yang ada tidak tergerus habis oleh modernitas. Diharapkan dapat menyelamatkan nilai yang sangat berharga tersebut dalam menghadapi globalisasi sehingga kekayaan potensi yang ada tersebut masih dapat bertahan dalam abad zaman ini.

Tujuan Perancangan

1. Untuk mengapresiasi nilai-nilai lokal dan tradisi pada pasar tradisional Surabaya.
2. Untuk merancang suatu media digital dokumentasi yang mengapresiasi nilai-nilai lokal

dan tradisi pasar tradisional Surabaya yang komunikatif dan menarik perhatian masyarakat Surabaya.

Metode Perancangan

Metode Kualitatif

Metode perancangan berbentuk kualitatif untuk menganalisis data yang terkumpul. "Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll." (Moleong 6) Metode kualitatif digunakan karena kebutuhan peneliti untuk ikut terjun secara langsung dalam penelitian dimana peneliti perlu menganalisis bagaimana terjadinya suatu peristiwa dan mengapa peristiwa tersebut dapat terjadi. "Penelitian kualitatif biasanya sangat memperhatikan proses, peristiwa, dan otentisitas." (Rusliwa 58)

Data yang Dibutuhkan

Dalam melakukan perancangan ini dibutuhkan beberapa data yaitu data primer dan juga data sekunder.

1. Data Primer

Data Primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung yang terdiri atas : wawancara (*interview*), dokumentasi, dan kepustakaan.

2. Data Sekunder

Data sekunder yang diperlukan dalam perancangan ini terdiri atas : internet.

Landasan Teori dan Tinjauan Penelitian

Dokumentasi

"Dokumentasi adalah 1. pengumpulan, pemilihan, pengolahan, dan penyimpanan informasi dalam bidang pengetahuan; 2. pemberian atau pengumpulan bukti dan keterangan (seperti gambar, kutipan, guntingan koran, dan bahan referensi lain)" ("Dokumentasi" KBBi Online, par. 1)

Berdasarkan Wikipedia Bahasa Indonesia tertulis definisi Dokumentasi adalah "Sebuah cara yang dilakukan untuk menyediakan dokumen-dokumen dengan menggunakan bukti yang akurat dari pencatatan sumber-sumber informasi khusus dari karangan/ tulisan, wasiat, buku, undang-undang, dan sebagainya" (par. 1).

Dokumentasi digunakan sebagai alat untuk memberikan keterangan dan untuk memperkuat keterangan melalui pemberian bukti yang lebih akurat. Dokumentasi juga terkadang dijadikan sebagai laporan pertanggungjawaban sebuah acara yang berlangsung dan juga sebuah perjalanan liburan yang berupa foto, *blog*, dan *vlog* yang dikemas secara

menarik. Secara keseluruhan bahan dokumentasi dapat berbentuk:

Fotografi

Berdasarkan KBBi *online* definisi fotografi adalah "Seni dan penghasilan gambar dan cahaya pada film atau permukaan yang dipeka" (par. 1).

"Fotografi ialah Bahasa gambar, hasil terakhir dari bentuk tertua komunikasi percetakan. Ia adalah bentuk komunikasi yang dapat dipahami seluruh dunia." (Feininger, 9)

Kata fotografi berasal dari Bahasa Yunani yaitu dari kata "Fotos" yang berarti cahaya atau sinar, dan kata "Grafos" yang berarti gambar. Fotografi secara umum yaitu proses atau metode untuk menghasilkan gambar atau foto dari suatu objek dengan merekam pantulan cahaya yang mengenai objek tersebut pada media yang peka cahaya menggunakan alat yang disebut kamera. Tanpa adanya cahaya berarti tidak ada foto yang dihasilkan. Prinsip utama dalam fotografi yaitu melakukan pemfokusan cahaya melalui pembiasan sehingga mampu membakar medium penangkap cahaya. Medium yang dibakar dengan ukuran luminitas cahaya yang tepat akan menghasilkan bayangan identik dengan cahaya memasuki medium pembiasan. Medium yang dimaksud disebut lensa (Dharmawan, 2).

Fotografi Jurnalistik (*Journalism Photography*)

Foto yang digunakan sebagai penunjang bahan berita dalam jurnalisme yang akan diterbitkan atau disiarkan dalam sebuah berita dengan menciptakan gambar agar dapat menceritakan sebuah kisah berita tersebut. Jenis fotografi ini dapat dibedakan atas cabang dekat fotografi yaitu fotografi dokumenter, fotografi dokumenter sosial, fotografi jalan atau fotografi selebriti yang dibedakan oleh kualitas dari : Ketepatan waktu (gambar memiliki makna dalam konteks rekor baru-baru ini diterbitkan peristiwa), Objektivitas (situasi tersirat oleh gambar adalah representasi adil dan akurat dari peristiwa yang digambarkan baik isi dan nada), dan Narasi (gambar menggabungkan dengan unsur berita lainnya untuk membuat fakta-fakta *relatable* ntuk penampil atau pembaca pada tingkat budaya). (Dharmawan, 14-21)

Fotografi Dokumentasi

Tujuan dari fotografi yang sifatnya dokumentasi adalah untuk memberikan penerangan informasi dan mendidik masyarakat. Dokumentasi yang baik memiliki 2 unsur, yaitu: Kenyataan dan Disajikan menurut rasa seni yang halus. Hal ini berarti subjek yang berisi kenyataan yang dikemas dalam suatu nilai seni.

Pemotretan dokumentasi ditujukan untuk masyarakat luas, yang menekankan pada subjek foto maka dalam menyajikan subjek foto tersebut harus dibuat dengan menarik yang mampu merangsang dan memperkaya pemikiran sehingga tidak

membosankan. Fotografi dokumentasi memiliki hubungan dengan persoalan subjek tertentu, kenyataan dan peristiwa.

Fotografi yang telah sedemikian kompleksnya telah merambah dalam berbagai bidang kehidupan manusia yang memberikan dampak positif. Dalam perancangan dokumentasi ini yang menggunakan jenis fotografi yang fokus pada fotografi dokumentasi dengan teknik pemotretan secara jurnalistik yang memberikan informasi dan pengetahuan akan suatu objek yang belum pernah diekspos dan dibahas dalam bentuk gambar untuk memperkenalkan berbagai potensi, nilai-nilai dan budaya suatu tempat yang menjadi daya tariknya.

Kota Surabaya

Kota Surabaya yang menurut catatan sejarah telah berdiri secara resmi sejak 31 Mei 1293 (berdasarkan UU No. 12/ 1950) sebagai kota tertua yang ada di Indonesia. Momentum bersejarah sebagai tonggak sejarah kemerdekaan Indonesia berada di Surabaya yang menjadikannya sebagai kota Pahlawan melalui peristiwa perobekan benda Belanda di Hotel Oranje (sekarang Hotel Mojopahit). Sebagai peringatan akan peristiwa tersebut maka pada tanggal 10 November setiap tahunnya diperingati sebagai hari Pahlawan yang hingga kini masih terdapat bangunan-bangunan tua peninggalan zaman kolonial.

Lambang kota Surabaya yang berlambangkan dua gambar binatang buaya dan ikan hiu. Buaya dalam Bahasa latinnya *Crocodylus porosus* tergolong binatang yang buas sebagai pemakan daging dengan kekuatan pada rahang mulut. Ikan hiu biru tergolong ikan yang bertulang rawan dalam kelas *Chondrichthyes* dan *ordo Selachii* yang tergolong dalam hewan buas pemakan cacing yang membahayakan manusia. (Widodo, 9)

Pertama kalinya lambang kota Surabaya dibuat saat itu di tahun 1848 menggunakan gambar ikan hiu dan buaya yang terlihat berjajar tetapi dengan posisi kepala yang berbeda. Lambang ini ditemukan dalam prasasti peringatan sepuluh tahun berdirinya perkumpulan musik *St. Caecilia*, dan dalam surat kabar *Soerabaiasche Courant*, selain ditemukan juga yang menjadi ornamen menara pantau Sjahbandar berada di bekas Pelabuhan Kalimas di depan Pasar Pabean.

Kalimas

Kalimas merupakan sebuah sungai legendaris di Surabaya yang sudah berabad-abad mengairi kota ini. Berawal dari Gunnungsari, sungai Kalimas menelusur ke arah timur dan mendekati Wonokromo terpecah menjadi dua yaitu menuju ke arah Jagir Wonokromo, dan yang satunya mengarah ke arah Darmokali, Dinoyo, Keputran, dan Kayun, kemudian berbelok ke arah Ketabangkali dan Ngemplak. Setelah itu di pertemuan jalan antara Plampitan dan Ambenganweg, Kalimas terpecah lagi yaitu yang sisi sebelah timur menyusuri Ngemplak, Kalisari,

Pecindilan, Gembong, Srenggan, Kertopaten, Tenggumung, terus berliku-liku hingga bermuara di Selat Madura (*Madoera Straat*), sedangkan yang sisi satunya dari Plampitan menuju Peneleh, Pandean, Weg Semut, kemudian berjalan lurus tidak belok-belok hingga menuju arah utara ke Dermaga Ujung.

Perkembangan Pembangunan Surabaya

Kota Surabaya sebagai kota terbesar kedua setelah Jakarta saat ini telah berkembang menjadi kota metropolitan. Berbagai perkembangan besar telah terjadi dalam kota ini selama beberapa tahun terakhir yang semakin mematahkan kota ini sebagai kota modern. Mulai dari perkembangan tata kota perubahan suatu wilayah, pembangunan gedung-gedung bertingkat hingga kompleks sentra wilayah tempat tinggal, bisnis, dan tempat perbelanjaan, penambahan jalan-jalan dan jembatan baru hingga jembatan Suramadu yang menghubungkan antar pulau yang mempermudah transportasi dan meningkatkan perekonomian.

Kemudian penataan jalur pedestrian (jalur pejalan kaki) dan taman-taman kota yang terlihat cantik dan segar hingga menjadi *public space* dan tempat rekreasi keluarga, pembangunan dan penataan ulang (*revitalisasi*) sungai aliran air Kalimas Surabaya sehingga dapat berguna kembali sebagaimana fungsinya, dan berbagai perkembangan kemajuan lainnya yang dimana tetap masih menyisakan dalam sudut-sudut kota yang mengandung nilai lokal dan historis.

Pasar Tradisional

“Pasar didefinisikan sebagai pranata yang mengatur komunikasi dan interaksi antara para penjual dan pembeli yang bertujuan untuk mengadakan transaksi-transaksi pertukaran benda dan jasa, dan tempat hasil transaksi dapat disampaikan pada waktu yang akan datang berdasarkan harga yang telah ditetapkan” (Koentjaraningrat dan Budhisantoso 129).

Menurut Belshaw (10), “Pasar adalah tempat yang mempunyai unsur-unsur sosial, ekonomis, kebudayaan, politis, dan lain-lainnya, tempat pembeli dan penjual (atau penukar tipe lain) saling bertemu untuk mengadakan tukar-menukar.”

Dapat dikatakan bahwa pasar tradisional merupakan sebuah tempat strategis untuk melakukan pertemuan antar masyarakat untuk berbagai macam tujuan sehingga tidak hanya untuk kepentingan transaksi jual beli saja. Akan ditemukan berbagai macam kepentingan dan kepedayaan yang terjadi dalam pasar tradisional.

Sejarah Pasar Tradisional Surabaya

Berdasarkan data dari Galeri “House of Sampoerna” Surabaya ditemukan terdapat 5-6 pasar tradisional yang berdiri sejak zaman Belanda berada di sepanjang bantaran sungai Kalimas hingga saat ini

berdiri di tengah modernitas kota (“*Menengok Pasar Tradisional di Surabaya*”, par. 3), yaitu :

Pasar Pabean

Pada tahun 1825 Kampung Pabean dalam peta terlihat batas wilayah bagian utara dibatasi oleh Kampung Pesawahan dan Ngampel, sebelah selatan berbatasan dengan Kampung Panggung dan Gili, bagian timur dibatasi oleh Kali Pegirian yang waktu itu masih lebar dan bias dilayari perahu-peragu dagang, sedangkan sebelah barat dibatasi oleh Kalimas. Dalam kampung Pabean memiliki pegawai Pabean bertugas memeriksa bea masuk dan keluar perdagangan barang-barang transaksi di wilayah jalur Kalimas. Di dalam kampung tersebut berdirilah Pasar Pabean sebagai salah satu pasar tertua di Surabaya yang sangat ramai dan padat aktivitas perdagangannya. Segala macam bahan makanan dijual dalam pasar ini, seperti beras, gula kopi, garam, sayur mayur, buah-buahan, daging terutama ikan laut sehingga membuat ciri khas bau amis pada pasar ini. (Widodo, 16-17)

Pasar Blauran

Pasar Blauran adalah sebuah pasar lama yang telah puluhan tahun berdiri di wilayah tersebut. Ada yang berpendapat menurut Eddy Samson (kebangsaan Indo Portugis) kata Blauran (Blawuran) berasal dari Bahasa Belanda yaitu *blaww* yang artinya biru. Konon katanya dikarenakan zaman tempo doeloe pagar rumah di wilayah itu semua bercat warna biru. Menurut Widodo, Dukut Imam Blawuran itu nama gunung, hal ini terlihat di sekitarnya Kelurahan Genteng dan Kelurahan Sawahan semua jalan banyak menggunakan nama gunung, seperti jalan Tidar, Argopuro, Anjasmoro, Papandayan, dsb. Di kawasan sepanjang jalan Blauran banyak sekali pedagang emas yang berjualan berjajar di sepanjang jalan yang telah ada sejak zaman dulu.

Pasar Blauran yang pernah mengalami kebakaran hebat pada tahun 90-an menurut warga merupakan salah satu pasar yang paling terkenal di wilayah Surabaya Timur. Dalam pasar Blauran ini terdapat pedagang kios-kios loak buku kuno yang langka. Selain itu banyak jajanan pasar di dalam pasar ini.

Pasar Genteng

Pasar ini diresmikan tahun 1872 yang kemudian diambil alih oleh pemerintah Kolonial pada tahun 1906. Dalam perkembangannya pada tahun 1916 perekonomian yang berkembang pesat membuat dibangunnya los sepanjang 24 meter untuk pedagang elektronik hingga pada tahun 1975 terus mengalami perluasan hingga memiliki 3 lantai. Pasar ini masih berkembang dan bertahan di tengah pertumbuhan pasar modern “Hal tersebut tidak lepas dari ikatan emosional yang terjadi antara pembeli dan penjual ketika melakukan kegiatan jual-beli seperti bertanya kabar atau tawar-menawar maupun membeli dengan

mencicil pembayaran.” (“*Menengok Pasar Tradisional di Surabaya*”, par. 10) Pasar Genteng saat ini juga menjadi salah satu pusat belanja oleh-oleh khas Surabaya bagi para pendatang sebagai buah tangan.

Pasar Kayon

Kata Kayon atau atau Kajoon berasal dari kosa kata Bahasa Jawa yang artinya “Hidup”. Pada tahun 1960 kawasan pasar kayon menjadi pasar bunga, yang kemudian pada tahun 1985 dikenal sebagai sentra pasar bunga di kota metropolitan Surabaya yang pedagangnya hanya berjumlah 5. Pasar ini menyediakan bunga yang lengkap dan berkualitas dari kota Malang dan Batu seperti bunga gladiol, krisan, mawar, aster, dan kenikir.

Pasar Atom

Pasar yang sebenarnya dahulu sebagai liar yang berdiri sepanjang jalur kali Pegirian pada tahun 1950-an yang kemudian tahun 1979 dipindahkan ke lokasi sekarang berada oleh Pemkot Surabaya. Produk yang dijual sejak pertama di lokasi kali Pegirian telah menjual berbagai barang rumah tangga yang berasal dari bahan plastik atau atom yang saat itu sedang populer di Surabaya. Produk yang dijual kemudian semakin beragam mengikuti perkembangan yang ada hingga saat ini.

Nilai Lokal

Berdasarkan hasil wawancara dengan J. Loekito Kartono, mengatakan bahwa “Nilai lokal adalah nilai-nilai yang berlaku di masyarakat, nilai-nilai itu yang menjadi acuan mereka untuk berperilaku.” Masih berdasarkan narasumber yang sama, disingung juga mengenai kearifan lokal bahwa “*Local genius* atau *local wisdom* meruapakan suatu nilai-nilai yang telah teruji oleh zaman dari dahulu, mana yang cocok dipakai yang tidak dibuang hingga saat ini. Contoh : harus hormat kepada orang tua yang berlaku dari dahulu hingga dahulu sampai sekarang, tetapi bentuknya manifestasinya cara untuk yang mengungkapkan dapat berubah.”

Menurut Bagong Suyanto seorang pengamat sosiologi ekonomi, “Nilai lokal berkaitan dengan pranata-pranata sosial, pranata kultural yang berlaku dalam suatu komunitas atau institusi lokal. Biasanya pranata dalam suatu perusahaan misalnya akan berbeda dengan pranata yang berkembang dalam pasar tradisional. Seperti PKL masing-masing memiliki nilai –nilai tersendiri.” Sedangkan perbedaannya dengan kearifan lokal menurut Bagong Suyanto yaitu “Nilai lokal terlihat lebih umum, sedangkan kearifan lokal lebih bicara mengenai nilai-nilai ‘baik’ yang fungsional dan positif dalam masyarakat lokal.”

Sedangkan berdasarkan Dhahana Adi, yang menjelaskan bahwa Nilai lokal merupakan “Suatu tatanan atau sistem yang dimana di dalamnya bermuatan sebuah kearifan lokal atau suatu bentuk tatanan budaya yang dihasilkan dari bagaimana

menginterpretasi suatu gejala atau fenomena lokal tersebut. Lokalistik di sini bukan berarti sesuatu yang harus dipahami lebih baik dari pada yang lain, melainkan sebuah tatanan atau sistem yang sudah diakui oleh masyarakat setempat. Nilai lokal lebih fokus menggambarkan akan sebuah 'space' yang bermakna akan suatu ruang yang memiliki keberadaan dan substansi perjuangan untuk mempertahankan nilai, tujuan, cita-cita, adat istiadat, yang berarti bukan sekedar 'place' sebagai tempat secara fisik. Nilai lokal sebenarnya dapat diterjemahkan dalam kearifan lokal. Karena nilai lokal merupakan dasar untuk bertindak, berperilaku, berbuat atau melakukan sebuah aktivitas sebagai sebuah hukum ataupun aturan. Sehingga kearifan lokal menjadi penggalan dan penerjemahan dari nilai-nilai lokal tersebut. Seperti contohnya sebuah *handphone* merupakan nilai lokal, maka aplikasi-aplikasi dalam *handphone* merupakan bagian dari kearifan lokal. Kearifan lokal merupakan nyawa dan juga cara pandang yang akan menggerakkan sebagai bagian dari nilai lokal tersebut sehingga sebagai suatu kesatuan."

Dari hasil wawancara menunjukkan adanya keterkaitan antara nilai lokal dengan kearifan lokal yang memiliki kesamaan, maka dapat dikatakan bahawa kearifan lokal menjadi bagian dari nilai-nilai lokal tersebut.

Menurut Gobyah (2003), mengatakan bahwa "Kearifan lokal (*local genius*) adalah kebenaran yang telah mentradisi atau ajeg dalam suatu daerah. Kearifan lokal merupakan perpaduan antara nilai-nilai suci firman Tuhan dan berbagai nilai yang ada. Kearifan lokal terbentuk sebagai keunggulan budaya masyarakat setempat maupun kondisi geografis dalam arti luas. Kearifan lokal merupakan produk budaya masa lalu yang patut secara terus-menerus dijadikan pegangan hidup. Meskipun bernilai lokal tetapi nilai yang terkandung didalamnya dianggap sangat universal."

Berbagai nilai kebudayaan yang telah menyatu dan dipahami dalam kehidupan kemasyarakatan akan menghasilkan kearifan lokal sebagai suatu sintesis yang buaya yang terjadi terus menerus melalui internalisasi dan interpretasi yang mengajarkan agama dan budaya dalam bentuk norma-norma dan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. "Kearifan lokal itu pasti merupakan salah satu produk kebudayaan" (Sukendro, 389). Kearifan lahir karena kebutuhan akan nilai, norma, aturan sebagai sumber pengetahuan (kebudayaan) masyarakat dalam tradisi dan sejarah, pendidikan formal dan informal seni, agama, pemaknaan rasa dan karsa.

Menurut Koentjaraningrat yang memaparkan bahwa, "Kearifan lokal memiliki dimensi sosial dan budaya yang kuat, karena memang lahir dari aktivitas perlakuan berpola manusia dalam kehidupan masyarakat. Kearifan lokal dapat menjelma dalam berbagai bentuk seperti ide, gagasan, nilai, norma, dan peraturan dalam ranah kebudayaan, sedangkan dalam kehidupan sosial dapat berupa sistem religius, sistem

dan organisasi kemasyarakatan, sistem pengetahuan, sistem mata pencaharian hidup dan sistem teknologi dan peralatan." (Sukendro, 390)

Nilai-nilai lokal dapat dibuat sebuah kesimpulan bahwa suatu sistem dan kepercayaan yang telah diterima oleh berbagai lapisan masyarakat dan telah melewati berbagai macam perkembangan kebudayaan yang ada. Kearifan lokal memiliki kesamaan dan menjadi bagian dari nilai lokal tersebut yang berarti akan suatu tatanan masyarakat yang dibuat dan menjadi sebuah pemahaman bersama sebagai landasan untuk bertindak dalam kehidupan bermasyarakat yang dapat terlihat dapat berbagai bentuk aspek kehidupan termasuk kebudayaan.

Tradisi

Menurut J. Loekito Kartono, "Definisi tradisi menurut Edward Shils dalam bukunya 'Tradition', merupakan sesuatu yang dijalankan secara terus menerus minimum selama 3 generasi (180 tahun). Sedangkan menurut Hendro D. tradisi tidak dibatasi generasinya, tetapi sesuatu yang dilakukan terus menerus, dilihat mana yang tetap dan tidak sejak dahulu, yang tetap dilakukan disebut dengan tradisi."

Berdasarkan Bagong Suyanto seorang pengamat sosiologi ekonomi mengatakan, "Tradisi diidentikan nilai-nilai, kebiasaan, norma-norma yang diyakini oleh masyarakat di masa lalu tanpa adanya batasan jangka waktu yang pasti."

Sedangkan menurut Dhahana Adi mengatakan bahwa, "Tradisi dengan nilai lokal beda tipis. Nilai itu lebih bersifat substansif yang cenderung abstrak yang mendasari kita untuk berperilaku, sedangkan tradisi merupakan suatu wujud nyata (artefak). Contohnya ketika orang meninggal adanya tradisi peringatan 7 hari, 40 hari, sedangkan nilai lokalnya yaitu pemikiran untuk menghargai akan orang yang telah meninggal tersebut berkaitan dengan kepercayaan."

Berdasarkan pemaparan teori dari narasumber, dapat dikatakan bahwa tradisi merupakan suatu bentuk aktivitas perwujudan nyata dari nilai-nilai lokal suatu daerah. Setiap daerah akan memiliki bentuk tradisinya masing-masing yang berbeda yang telah diterima dan dipercaya dalam suatu kelompok masyarakat tertentu.

Media Website

Website atau juga disebut *website* adalah "Sekumpulan dokumen yang dipublikasi melalui jaringan internet maupun intranet sehingga dapat diakses oleh *user* melalui *web browser*" (Sardi, 4)

Dokumen *website* dapat berisi atas kombinasi jenis *file* teks dan gambar seperti *.jpg*, *.bmp*, *.gif*, *.png*, *file* suara *.mid*, *.wav*, *.aif*, *.mp3*, dan juga berupa *file* video *.avi*, *.mpeg*, *.mov*, *.wmv*. *Website* berbeda dengan *homepage*, pada *homepage* hanya merupakan halaman utama bagian dari suatu *website* yang menghubungkan antar halaman dan juga antar *website* yang lainnya melalui *hyperlinks*.

Perkembangan Website Modern

Website yang telah bermunculan saat ini terlihat mengalami perkembangan yang sangat luar biasa dalam beberapa dekade terakhir dibandingkan dekade sebelumnya yaitu sejak dunia media digital dan internet yang mengalami perkembangan dengan begitu pesatnya. *Website* modern yang populer beredar secara *online* zaman ini banyak menggunakan multimedia sebagai materi utama.

Penggunaan animasi, efek-efek khusus, video, gambar berukuran besar yang hampir memenuhi seluruh bagian halaman *website* hingga menciptakan suatu visualisasi yang terkesan dinamis sehingga terlihat lebih interaktif. *Website* saat ini terlihat lebih bebas dalam sisi visualnya, dengan gaya desain modern membuat tampilan *website* tidak terlihat kaku degan berbagai aturan batas-batas peletakan materi seperti dalam *website* terdahulu dengan kemampuan *HTML* yang masih terbatas. Banyaknya dijumpai *website* dengan ukuran penuh dalam satu layar (*fullscreen*) sebagai bentuk keleluasaan modifikasi *website* yang cukup mudah.

Kemudahan untuk mengakses *website* dalam berbagai perangkat menjadi tuntutan pembuat *website* saat ini. Perkembangan dunia *mobile* yang pesat membuat banyaknya *website* yang diakses menggunakan *smartphone* sehingga munculnya fitur *responsive* yaitu kemampuan untuk menyesuaikan dari dalam berbagai ukuran *pixel* sehingga akan memberikan tampilan *website* yang baik dan tidak merusak *layout* yang ada.

Analisis Data

Metode analisis yang digunakan untuk menemukan jawaban atas permasalahan yang diangkat beserta solusi pemecahannya menggunakan 5W+1H, yaitu sebagai berikut :

A. What

Kota Surabaya sebagai kota yang tua telah banyak memiliki kejadian dan kenangan yang menyelimuti kota ini. Banyak cerita yang tersimpan menjadikan sebuah pengalaman yang membentuk kebiasaan dan tradisi khas di kota ini yang berbeda. Kota ini yang sejak awal berdiri telah menjadikan dirinya sebagai salah satu kota pelabuhan di Indonesia membuat banyaknya kebiasaan dan tradisinya sangat beragam yang mengandung karakteristik dan keunikan yang menyusun perjalanan pembangunannya dari zaman dahulu hingga sekarang. Karakter yang ada yaitu ditemukan nilai-nilai lokal Surabaya yang membuat munculnya banyaknya potensi lokal menarik yang dimiliki oleh kota ini yang layak untuk didokumentasikan secara visual dalam bentuk karya fotografi. Kelokalan Surabaya yang dimaksud tersebut khususnya berada dalam pasar tradisional yang telah diterima dan menjadi identitas masyarakat setempat. Di dalam pasar tradisional akan didapatkan pengalaman dan situasi kehidupan yang

memiliki kontras perbedaan dibandingkan pasar modern, suatu pola yang masih tradisional, hubungan sosial dan rasa kekeluargaan yang masih kuat untuk saling membantu, serta hasil produksi lokal yang diolah di dalam negeri. Kekontrasan nilai lokal yang dimaksud dapat terlihat seperti : adanya proses tawar menawar untuk mendapatkan harga terendah yang sangat khas, interaksi dan komunikasi yang hangat, luas lahan yang sangat sempit membuat terjadinya kontak tubuh untuk saling berdesakan, masyarakat heterogen yang berbaur menjadi satu tanpa adanya sikap rasisme, kebiasaan dan sikap yang egaliter dan spontan *blak-blakan*, adanya sikap toleransi yang tinggi yang menembus batasan dan sistem yang berlaku, dan akan didapatkan sebuah cerita sebagai kenangan tersendiri di dalam pasar tradisional yang tidak akan pernah bisa didapatkan di tempat lain, dan lain sebagainya.

B. Who

Target sasaran dari pembuatan perancangan ini yaitu ditujukan kepada :

- Laki-laki dan perempuan
- Umur 15-60 tahun
- Pendidikan minimal SMA
- Golongan kelas menengah ke atas (A, B)
- Kota Modern dan Metropolis di Surabaya dan kota besar lainnya
- Turis mancanegara yang mengunjungi Indonesia
- Sering menggunakan *smartphone* dan internet, memiliki gaya hidup modern, serba instant, jarang belanja di pasar tradisional, suka melihat foto-foto indah dan unik, acuh tak acuh
- Menyukai terhadap sosial kebudayaan, mencintai dan ingin memajukan kota Surabaya

C. When

Perancangan akan dilaksanakan dengan melakukan pemotretan sasaran objek yang diangkat dan pembuatan *website* sebagai penyajian perancangan pada bulan Maret 2015 hingga Mei 2015. Secara khusus *website* yang telah dibuat akan diluncurkan dan dipublikasikan (*launching*) secara umum bertepatan pada hari ulang tahun Surabaya pada tanggal 31 Mei 2015.

D. Where

Lokasi yang akan dilakukan proses pemotretan dalam pembuatan perancangannya ini yaitu Pasar Tradisional di Surabaya yang terdiri atas Pasar Pabean, Pasar Atom, Pasar Kayon, Pasar Genteng, Pasar Blauran, dan juga Pelabuhan Kalimas termasuk sekitar jalur Kalimas, dan penjual keliling dan pinggir jalan yang masih berkarakter lokal dan tradisional.

Lokasi tempat perancangan media digital yang dibuat dapat disajikan yaitu dalam dunia maya dalam jaringan *server* yang digunakan diakses secara *online* yang telah terhubung dengan internet.

E. Why

Pembuatan perancangan ini disebabkan karena adanya kebutuhan yang mendesak dalam Kota Surabaya ini. Hal-hal yang menjadi alasan utama yaitu ingin menyelamatkan karakteristik kelokalan milik Surabaya sebelum tegilas habis oleh zaman ini. Banyaknya kesalahan akan konsep modernitas yang dipahami oleh masyarakat membuat nilai-nilai lokal kota semakin ditinggalkan dan hilang dikikis habis masyarakatnya sendiri. Selain itu sebagian besar masyarakat yang hanya mengetahui kota Surabaya hanya dari kulit luarnya saja, kurangnya pengetahuan dan informasi akan susunan kota bagian dalam, daerah-daerah pelosok yang belum pernah diekspos, dan elemen-elemen lokal yang telah dikemas dalam bentuk modernitas sehingga membuat pentingnya perancangan ini untuk membagikan akan ketidaktahuan masyarakat tersebut.

F. How

Strategi kreatif yang dilakukan agar perancangan tepat sasaran dan menjawab kebutuhan permasalahan yaitu dengan mendokumentasikan yang dapat menjadi media perekaman yang dapat dilihat secara langsung oleh kalangan masyarakat dalam waktu yang tidak terbatas dan mudah untuk disebarkan secara luas tanpa batas. Dokumentasi dilakukan dengan langsung mengabadikan gambar di lapangan, terjun dalam aktivitas sosial masyarakat setempat, dan menelusuri bagian yang tidak terpikirkan untuk dilihat oleh orang yang kemudian dikemas dalam media modern yang mampu menarik perhatian dan mudah dijangkau oleh kebiasaan masyarakat masa kini.

Hasil Penelitian

Berdasarkan dari berbagai teori yang telah disusun dan hasil tinjauan dari lapangan dan beberapa narasumber dapat disimpulkan bahwa kota Surabaya sebagai kota pelabuhan yang sangat heterogen akan kebudayaan dan tradisinya memunculkan keunikan dan memiliki ciri khasnya tersendiri yang dapat membentuk jati dirinya yang berbeda dari lainnya. Karakteristik tersebut membuat terbentuknya nilai-nilai lokal yang melekat dalam pola kehidupan kota ini khususnya ditemukan dalam pasar tradisional. Hal-hal bersifat lokal dalam pasar tradisional yang dapat dilihat yaitu dari sisi kemanusiaan sebagai suatu interaksi sosial dan hubungan kekeluargaan yang erat penjual-pembeli dan antar masyarakat setempat, selain itu aktivitas lingkungan perdagangan lokal yang masih terlihat unik dan berbeda, dan juga terjadinya akulturasi budaya yang beragam telah mencair menjadi satu tanpa adanya perasaan gengsi dan saling membedakan.

Pentingnya pelestarian untuk mempertahankan nilai-nilai lokal tersebut sebagai kebutuhan yang mendesak saat ini dengan merekam berbagai visual yang tampak melalui dokumentasi berbentuk media fotografi yang dirasa sebagai media yang paling tepat dalam perancangan ini. Media fotografi akan mudah

untuk menyampaikan pesan dan informasi yang hendak disampaikan secara jelas dan lugas yang juga dapat mudah diterima oleh semua elemen masyarakat.

Hasil foto-foto tersebut didistribusikan agar dapat diterima oleh target sasaran perancangan dalam bentuk media digital sebagai sebuah media yang relevan dengan perkembangan zaman modern ini yang telah diterima secara luas oleh masyarakat. Media digital tersebut merupakan sebuah teknologi baru yang disajikan melalui dunia internet yang dapat diakses secara *online* dari segala tempat oleh siapapun melalui sebuah *website* modern sehingga akan memperluas penyebaran informasi tersebut. Untuk semakin memperluas penyebaran informasi dan memperkenalkan *website* digunakan media sosial sebagai suatu medium baru zaman ini yang sangat diminati dan dekat untuk meamasuki kehidupan sasaran perancangan. Segala hal tersebut memiliki dampak positif yang akan mempercepat proses penyampaian pesan kepada masyarakat.

Konsep Perancangan

Tujuan Kreatif

Pembuatan perancangan dokumentasi dalam media digital ini memiliki tujuan untuk merekam, mengarsipkan serta memberikan visualisasi akan nilai-nilai lokal dan tradisi dalam lingkup pasar tradisional Surabaya dan berbagai aktivitas perdagangan yang berkaitan. Dokumentasi yang berbentuk demikian dapat disajikan hingga jangka waktu yang lama sehingga tidak mudah hilang dalam beberapa generasi. Melalui perancangan ini diharapkan dapat memberikan dampak kepada masyarakat untuk semakin mengerti akan nilai-nilai lokal dan tradisi agar dapat tetap terjaga di tengah pesatnya perkembangan kota ini. Selain itu dapat memberikan informasi akan hal-hal menarik di balik megahnya modernitas kota yang tidak terlihat oleh masyarakat.

Tema Foto

Tema yang digunakan untuk fotografi ini yaitu tema tradisional yang akan memperlihatkan fotografi yang bercerita berkarakter lokal yang masih alami. Gambar yang dihasilkan akan terlihat kuno di zaman sekarang, tetapi mengandung cerita nilai-nilai filosofis dan historis yang kuat masih timbul hingga sekarang. Foto-foto yang dihasilkan akan menggambarkan sisi kemanusiaan yang kuat yaitu sebuah hubungan sosial kebudayaan yang khas dan pekerjaan yang masih menggunakan tenaga dan tangan manusia secara tradisional tanpa melibatkan mesin-mesin industri. Semua hal tersebut sebenarnya masih dapat ditemukan di balik tampak kemegahan kota modern yang menjadi sisi ke-eksklusif-an sebuah kota yang tidak akan dapat ditemukan di tempat lain.

Nama Program

“Jendela Waktu” – Melihat Surabaya yang Tak Bisa Dilihat

Nama program yang diciptakan akan digunakan sebagai judul dari *website* dan juga nama untuk setiap media yang ada. Nama JENDELA WAKTU memiliki filosofi yaitu kata “Jendela” yang berarti sebagai sumber atau tempat untuk memperoleh segala hal salah satunya akan mendapatkan informasi dan pengetahuan. Sedangkan kata “Waktu” berarti sebagai masa dekade setiap peristiwa terjadi yang terus menerus yang berubah dalam suatu perjalanan proses yang kompleks.

Maka makna dari “Jendela Waktu” sendiri yaitu sebagai suatu wadah untuk melihat (menengok) secara lebih luas dan mendapatkan hal baru yang belum pernah diperoleh sebelumnya mengenai sebuah perkembangan dan transformasi yang terus berlanjut tanpa bisa diberhentikan bahkan akan lenyap bersamaan dengan waktu yang terus berjalan dalam hal ini yaitu keberadaan pasar tradisional.

Alat yang dapat memberhentikan waktu tersebut yaitu kamera melalui sebuah media fotografi yang akan dapat dikenang dan disajikan secara terus menerus hingga jangka waktu ke depan. Sehingga fenomena ini masih akan dapat dinikmati dengan diputar kembali sampai pada generasi baru. Keberadaan “Jendela” tersebut berada dimana-mana dekat di sekitar kita dengan kemudahan untuk melihat isi dari jendela tersebut.



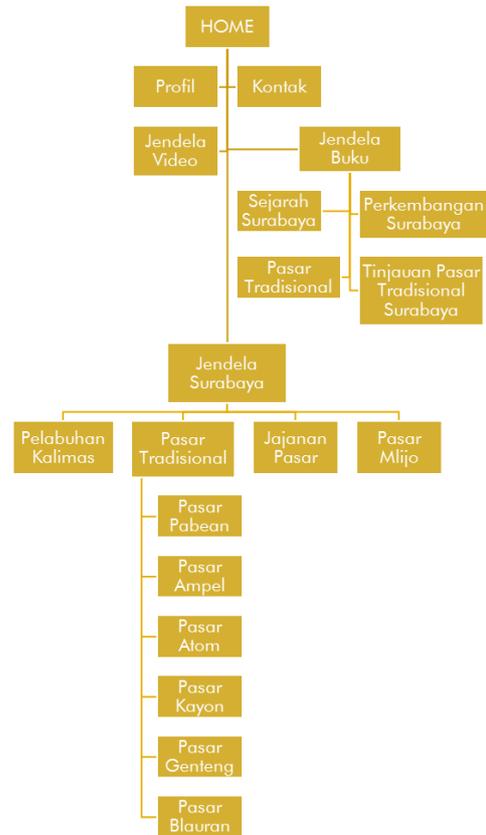
Gambar 1. Logo program “Jendela Waktu”

Nama Domain

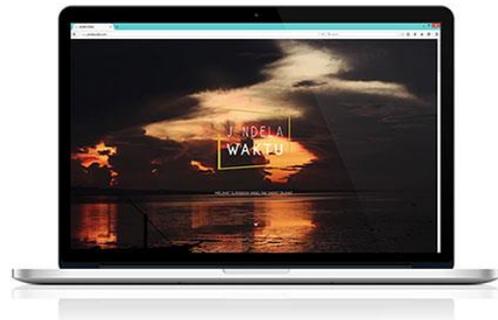
www.jendelawaktu.com

Menggunakan domain *.com* yang berlaku internasional agar *website* dapat diakses secara global dengan stabil.

Hasil Final Media dan Hasil Pemotretan



Gambar 2. Skema halaman website



Gambar 3. Aplikasi website pada internet



Gambar 4. Aplikasi Halaman Website



Gambar 5. Suasana Pasar Pabean dengan karakter lokalnya



Gambar 8. Dalam Pasar Atom yang dapat ditemukan pedagang penjual bubur madura



Gambar 6. Saling membantu berdagang dalam Pasar Genteng Surabaya



Gambar 9. Pasar Kayon yang identik dengan penjual bunga hidup dan bunga hias



Gambar 7. Suasana Pasar Blauran yang identik dengan penjual emas yang berjejer



Gambar 10. Pelabuhan Tradisional Kalimas yang identik dengan nilai lokal Pasar Tradisional

Media Pendukung

Berbagai media yang dibuat yang mendukung publikasi perancangan yang dibuat yaitu :

1. Kalender Meja
2. Buku Notes
3. Gantungan Kunci Akrilik
4. Sticker
5. Mousepad
6. Poster dan Brosur Publikasi website
7. Katalog Pameran
8. Media Sosial (*Facebook, Twitter, Instagram*)



Gambar 11. Aplikasi media kalender meja



Gambar 12. Aplikasi media buku notes



Gambar 13. Aplikasi gantungan kunci akrilik



Gambar 14. Poster Publikasi Website



Gambar 15. Katalog Pameran



Gambar 16. Aplikasi Media Sosial Facebook

Kesimpulan

Kota Surabaya sebagai kota pelabuhan yang sangat heterogen dan majemuk kehidupan masyarakatnya. Kota ini telah berkembang sebagai kota metropolitan yang merupakan salah satu kota besar di Indonesia yang padat akan aktivitas perdagangannya. Di tengah perkembangannya menuju kota modern yang terlihat megah dengan bangunan-bangunan raksasa sebenarnya di balik kemegahan tersebut banyak menyimpan nilai-nilai dan warisan yang menyelimuti asal mula pembangunan kota ini. Masih ditemukannya nilai-nilai lokal dan tradisi dalam pasar tradisional yang tidak terlihat akibat tertutup dan dikendalikan oleh pesatnya kemajuan kota yang sering kali dilupakan oleh masyarakat kaum modern.

Bahwa sebenarnya jika ditelusuri lebih dalam pada pasar tradisional di Surabaya ini banyaknya karakter-karakter lokal yang tidak disangka karena tidak pernah terlihat dan kurang diekspos keluar. Begitu kentalnya dan sangat kompleks nilai-nilai lokal dan tradisi yang masih dapat ditemukan hingga saat ini. Jika dibiarkan terus-menerus fenomena tradisi tersebut akan semakin menyusut dan tertutup oleh zaman ini. Suatu langkah untuk mendokumentasikan dalam bentuk fotografi merupakan solusi yang tepat dapat mencegah kemusnahan dalam bentuk kenangan di masa depan melalui visualisasi yang tersimpan.

Dalam proses dokumentasi terkadang terekam peristiwa yang langka dan jarang didapatkan patut

untuk diapresiasi visualisasinya dengan metode ini. Setiap ekspresi gambar yang terekam memiliki kekuatan tersendiri yang menarik untuk menginformasikan peranan pasar tradisional sesungguhnya. Maka dapat dikatakan bahwa dalam perancangan ini memiliki usaha untuk merekam setiap karakteristik lokal selagi masih ada sebelum semakin terkikis waktu yang terus berjalan sebagai tujuan akhir dari perancangan yang dapat disebarluaskan kepada publik secara luas dengan kemudahan akses dunia digital yang dimiliki.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih penulis ingin hanturkan kepada pihak-pihak yang terhormat :

1. Bapak Aristarchus Pranayama K., B.A.,M.A. selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Kristen Petra.
2. Bapak Drs. Arief Agung S., M.Sn. selaku dosen pembimbing I yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikirannya dalam mengarahkan penulis dengan penuh kesabaran dan selalu memberikan dukungan yang baik.
3. Bapak Adiel Yuwono, S.Sn selaku dosen pembimbing II yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikirannya dalam mengarahkan penulis dengan penuh kesabaran dan selalu memberikan dukungan yang baik.
4. Bapak Anang Tri Wahyudi, S.Sn., M.Sn. dan Ibu Luri Renaningtyas, ST., M.Ds. selaku dosen penguji sidang Tugas Akhir Periode 27.
5. Bapak Drs. Bagong Suyanto, M.Si selaku dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Airlangga Surabaya sebagai narasumber akan teori sosiologi ekonomi
6. Bapak Ir. J. Loekito Kartono, M.A. selaku dosen Teknik Arsitektur Universitas Kristen Petra Surabaya sebagai narasumber kota Surabaya
7. Bapak Dhahana Adi selaku penulis buku "Surabaya Punya Cerita" dan dosen Mata Kuliah Dasar Umum Universitas Kristen Surabaya sebagai narasumber akan kebudayaan Surabaya
8. Pihak Perusahaan Daerah Pasar Surya dan Kepala Pasar Pabean, Pasar Pegirian, Pasar Kayon, Pasar Genteng, dan Pasar Blauran yang telah banyak membantu dan meluangkan waktunya, dalam usaha memperoleh data yang diperlukan penulis.
9. General Manager PT. Pelabuhan Indonesia III (Persero) Divisi Sumber Daya Manusia, Divisi Jamrud dan Divisi Kalimas yang telah memberikan kesempatan kepada Penulis dalam memperoleh data di lokasi lapangan

Daftar Pustaka

Adi, Dhahana. Wawancara langsung. 10 Maret 2015.

- Belshaw, Cyril S. *Tukar Menukar Tradisional dan Pasar Modern*. Trans. Soebyanto. Jakarta: PT Gramedia, 1981.
- Dharmawan, Bagas. *Belajar Fotografi dengan Kamera DSLR*. Yogyakarta : Pustaka Baru Press, 1981.
- Djojuroto, Kinayati dan Sumaryati, M.L.A. *Prinsip-prinsip Dasar Penelitian Bahasa dan Sasatra*. Bandung: Nuansa, 2000.
- "Dokumentasi". *KBBI Online*. Ver. 1.4. 2015. Kamus Besar Bahasa Indonesia. 7 Maret 2015. <<http://kbbi.web.id/dokumentasi>>.
- "Dokumentasi". *Wikipedia ensiklopedia Bebas*. 2014. Wikimedia Foundation. 6 Maret 2015. <<http://id.wikipedia.org/wiki/Dokumentasi>>.
- Feininger, Andreas. *Unsur Utama Fotografi*. Ed. Rev. Trans. R.M. Soelarko. Semarang : Dahara Prize, 1994. Trans. Of *The Complete Photographer*
- "Fotografi". *KBBI Online*. Ver. 1.4. 2015. Kamus Besar Bahasa Indonesia. 5 Februari 2015. <<http://kbbi.web.id/fotografi>>.
- Kartono, J. Loekito. Wawancara langsung. 13 Maret 2015.
- Koentjaraningrat dan Budhisantoso. *Kamus Istilah Antropologi*. Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1984.
- "Kota Surabaya". *Wikipedia ensiklopedia Bebas*. 2014. Wikimedia Foundation. 9 Oktober 2014. <http://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Surabaya>.
- Kusumaatmadja, Mochtar. *Tradisi dan Pembaharuan di Negara Sedang Berkembang*. Jakarta : Akademi Ilmu Pengetahuan Indonesia, 1997.
- Mancunian, Rio. "Artikel HTML Pengertian HTML - HTML (HyperText Markup Language)." *Academia.edu*. 2015. Academia. 8 Maret 2015. <http://www.academia.edu/5308811/ARTIKEL_HTML_Pengertian_HTML_HTML_HyperText_Markup_Language_>.
- "Menengok Pasar Tradisional di Surabaya (HoS)." *Antara News Foto Cerita*. 2014. Antara News Jawa Timur. 1 Februari 2015. <<http://foto.antarajatim.com/index/detailstory/95>>.
- Moleong, Lexy. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007.
- "Pasar". *Wikipedia ensiklopedia Bebas*. 2014. Wikimedia Foundation. 9 Oktober 2014. <<http://id.wikipedia.org/wiki/Pasar>>.
- Poerwadarminta, W.J.S. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 1987.
- Rusliwa, Gumilar. "Memahami Metode Kualitatif" *Makara, Sosial Humaniora* 9.2, (Desember 2005): 57-65.
- Santoso, F. Harianto. *Profil Daerah Kabupaten dan Kota*. Jilid I. Jakarta : Penerbit Kompas, 2001.
- Soumilena, Nicoll. "Pengertian Kearifan Lokal." *Academia.edu*. 2015. Academia. 6 Maret 2015. <http://www.academia.edu/4145765/Pengertian_kearifan_lokal>.

- Sukendro, G. Genep. "Dialektika Panjang Atas Nilai-Nilai Lokal Dalam Ranah Iklan Indonesia." *Menggagas Pencitraan Berbasis Kearifan Lokal* : 27 (2011): 387-396. <http://komunikasi.unsoed.ac.id/sites/default/files/27.G.GENEPSUKENDRO_tarumanagara.pdf>.
- Surabaya. Sekretariat Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. *Direktori Pariwisata Kota Surabaya 2010*. Surabaya : Pemerintah Kota Surabaya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, 2010.
- Suyanto, Bagong. Wawancara langsung. 30 Maet 2015.
- Toya, I Nengah. "Pasar Tradisional versus Pasar Modern". *Pemerintah Kabupaten Karangasem Dinas Komunikasi dan Informatika*. Pemerintah Kabupaten Karangasem. 1 Desember 2014. <<http://diskominfo.karangasemkab.go.id/index.php/id/artikel/18-pasar-tradisional-versus-pasar-modern>>.
- Widodo, Dukut Imam. *Hikajat Soerabaia Tempo Deoloe*. Surabaya: Dukut Publishing, 2013.
- Wignjosuebrotto, Soetandyo et. al. *Wanita dan Pasar Tradisional*. Surabaya : Pussekom Paramawidya, 1993.