

**LAPORAN AKHIR TAHUN II
PENELITIAN HIBAH BERSAING**



Judul:

**IDENTITAS VISUAL UNTUK MEMBANGUN *DESTINATION*
BRANDING KELURAHAN BALUWARTI DI KAWASAN KRATON
SURAKARTA SEBAGAI KAMPUNG WISATA BUDAYA**

Oleh:

Much. Sofwan Zarkasi, S.Sn., M.Sn. (ketua)

NIDN. 0607117301

Asmoro Nurhadi Panindias, M.Sn. (anggota)

NIDN. 0026067706

**INSTITUT SENI INDONESIA SURAKARTA
Oktober 2016**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : IDENTITAS VISUAL UNTUK MEMBANGUN
DESTINATION BRANDING KELURAHAN
BALUWARTI DI KAWASAN KRATON SURAKARTA
SEBAGAI KAMPUNG WISATA BUDAYA

Peneliti/Pelaksana
Nama Lengkap : MUCHAMMAD SOFWAN ZARKASI S.Sn., M.Sn.
Perguruan Tinggi : Institut Seni Indonesia Surakarta
NIDN : 0607117301
Jabatan Fungsional : Lektor
Program Studi : Seni Rupa Murni
Nomor HP : 08156734025
Alamat surel (e-mail) : sahabat_ubi@yahoo.co.id

Anggota (1)
Nama Lengkap : ASMORO NURHADI PANINDIAS S.Sn., M.Sn
NIDN : 0026067706
Perguruan Tinggi : Institut Seni Indonesia Surakarta
Institusi Mitra (jika ada) :
Nama Institusi Mitra :
Alamat :
Penanggung Jawab :
Tahun Pelaksanaan : Tahun ke 2 dari rencana 2 tahun
Biaya Tahun Berjalan : Rp 50.000.000,00
Biaya Keseluruhan : Rp 120.000.000,00

Mengetahui,
Dekan PSRD ISI Surakarta



(R. Agung Sigitartono, S.Pd., M.Sn.)
NIP/NIK 197111102003121001

Surakarta, 31 - 10 - 2016
Ketua,



(MUCHAMMAD SOFWAN ZARKASI S.Sn.,
M.Sn.)
NIP/NIK 197311072006041002

Menyetujui,
Ketua LPPMP ISI Surakarta



(Dr. R.M. Pramutomo, M.Hum)
NIP/NIK 196810121995021001

DAFTAR ISI

JUDUL PENELITIAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
RINGKASAN.....	iv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Tujuan Khusus.....	2
C. Urgensi Penelitian.....	2
D. Hasil yang Ditargetkan.....	2
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	3
A. Baluwarti.....	3
B. <i>Destination Brand</i>	6
C. Buku <i>Graphic Travelogue</i>	8
D. Studi Pendahuluan.....	10
BAB III TUJUAN DAN MANFAAT.....	12
BAB IV METODE PENELITIAN.....	13
A. Pendekatan.....	13
B. Langkah-langkah Penelitian.....	16
1. Observasi.....	16
2. Tempat dan Waktu Penelitian.....	16
3. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	17
4. Analisis Data.....	17
C. Tahapan Penciptaan Desain.....	18
D. Luaran.....	19
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	20
A. Konsep Perancangan.....	20
B. Perencanaan Media.....	21
C. Perencanaan Kreatif.....	21
BAB V KESIMPULAN.....	50
DAFTAR PUSTAKA.....	51

Ringkasan

Penelitian Hibah Bersaing yang mengambil judul *Identitas Visual Untuk Membangun Destination Branding Kelurahan Baluwarti Di Kawasan Kraton Surakarta Sebagai Kampung Wisata Budaya*, tahun ke 2 (dua) ini bertujuan mengembangkan identitas visual hasil dari penelitian tahun 1 (pertama) menjadi *prototype* buku *Graphic Travelogue* Baluwarti. Metode yang digunakan untuk merealisasikan *prototype* buku *Graphic Travelogue* Baluwarti, untuk menentukan subyek informasi terkait destinasi kawasan Baluwarti menggunakan pendekatan akan nilai historis dan budaya yang ada di Baluwarti. Secara lebih spesifik Lynch¹ mengemukakan adanya lima elemen yang membentuk citra kawasan, yaitu: *Path* (jalur), *Edge* (tepian), *District* (kawasan), *Nodes* (simpul), *Landmark* (*Tetenger*) dan ditambah *Consumers journey*. Adapun secara visual untuk kebutuhan perancangannya memanfaatkan pendekatan estetika yang ada pada *Street Photography* dan *Scrapbook*. Hasil dari penelitian tahun ke 2 ini adalah buku “*Graphic Travelogue, Jelajah Baluwarti, yang merupakan salah satu strategi pendukung dalam aplikasi identitas visual Baluwarti dalam rangka membangun destination branding* Kelurahan Baluwarti sebagai kampung wisata budaya. Desain yang mengambil pendekatan gaya estetika yang ada pada *Street Photography* dan *Scrapbook*, yang dinamis untuk mempengaruhi konsumen remaja atau anak muda untuk berkunjung ke Baluwarti. Penelitian ini juga menargetkan pendaftaran HaKI dari desain identitas visual yang telah dibuat yang memberikan posisi yang kuat terhadap *branding* Baluwarti dalam aspek pembeda dengan obyek wisata yang lain

Kata kunci : Identitas Visual, *Graphic Travelogue* , Baluwarti

¹ Lynch, Kevin (1960), *The Image of The City*, MIT Press, Cambridge.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Berkenaan dengan penelitian tahun ke 2 (dua) yang berhubungan dengan identitas visual yang mendukung *destination branding* kampung wisata Baluwarti, bahwasanya pada penelitian tahun 1 (pertama) telah dihasilkan berupa desain identitas visual (logo, tagline, tipografi) dan *prototype* papan nama kampung di kawasan Baluwarti. Desain identitas visual Baluwarti yang telah dibuat adalah hasil dari observasi data berkaitan dengan karakter, keunikan dan potensi yang ada di kawasan Baluwarti. Desain *tagline* yang dihasilkan merupakan kombinasi dari referensi wilayah kawasan Baluwarti yang merupakan bagian dari kawasan Keraton Kasunanan Surakarta yang penuh dengan nilai tradisi dan budaya. Selain itu karakter abdi dalem yang merupakan penduduk kawasan Baluwarti yang begitu tulus dalam mengabdikan pada raja dan keraton Kasunanan menjadi karakter tersendiri yang ada di Baluwarti. Berdasarkan kondisi dan referensi karakter tersebut dibuatlah *tagline* berupa kalimat “Tradisi Dengan Hati”.

Selain *tagline* dihasilkan juga identitas visual logo Baluwarti dan ikon visual nama-nama kampung yang ada di kawasan Baluwarti. Persoalannya adalah setelah beberapa identitas visual dihasilkan atau diciptakan maka perlu kemudian diimplementasikan pada beberapa media penunjang lain untuk menginformasikan kawasan baluwarti sebagai kampung wisata budaya salah satunya adalah buku *Graphic Travelogue* Baluwarti. Buku *Graphic Travelogue* Baluwarti, ini merupakan semacam buku panduan yang memberikan informasi berkaitan potensi wisata Baluwarti dalam bentuk gambar dan keterangan keunikan dari obyek wisata yang ada di Baluwarti.

Maka pada tahun ke 2 ini desain identitas visual yang telah dibuat, dikembangkan lagi menjadi beberapa media penunjang lain yaitu *prototype* buku *Graphic Travelogue* Baluwarti. Kemudian pendaftaran HAKI terhadap desain identitas visual seperti logo Baluwarti dan *tagline*, ikon visual kampung-kampung yang berada di dalam Baluwarti beserta sistem tipografi hasil dari desain dan *prototype* yang sudah dibuat di tahun pertama.

B. Tujuan Khusus

Tujuan khusus dari penelitian tahun II, yang mengambil Judul *Identitas Visual Untuk Membangun Destination Branding Kelurahan Baluwarti Di Kawasan Kraton Surakarta Sebagai Kampung Wisata Budaya*, adalah untuk mengembangkan identitas visual Baluwarti hasil dari penelitian tahun I diaplikasikan ke dalam bentuk media pendukung lain dalam rangka mendukung Baluwarti sebagai Kampung Wisata Budaya dengan menguatkan *image* tradisional dan modern melalui media komunikasi visual berupa buku *Graphic Travelogue* Baluwarti.

C. Urgensi Penelitian

Baluwarti yang memiliki potensi sampai sekarang belum ada buku panduan yang khusus terkait potensi wisata yang ada di Baluwarti yang secara tidak langsung membantu wisatawan mengetahui obyek-obyek yang ditujunya. Potensi yang dimiliki Baluwarti tidak lepas dari lokasinya yang berada di lingkungan Kraton Kasunanan Surakarta sehingga secara fisik terlihat dari arsitekturnya yang sangat kental dengan bangunan kuno Jawa. Potensi seni budaya lokal juga terdapat di kawasan Baluwarti seperti karawitan, *beksan* dan ketoprak. Keunikan lain yang dimiliki Baluwarti adalah penamaan kampung yang menyesuaikan nama penghuninya, Kampung Tamtaman, Kampung Carangan, Wirengan, Gandarasan dan lain-lain. Potensi pendukung lainnya adalah industri kuliner rumahan berupa makanan tradisional antara lain: *ledre*, *wedang dongo*, *bubur suro*, *ampyang*. Berkenaan dengan hal tersebut dalam rangka mendukung komunikasi dengan calon wisatawan maka sebuah buku pendukung yang mengarahkan dan menginformasikan segala potensi wisata yang ada di Baluwarti menjadi penting untuk diadakan, yaitu pembuatan buku *Graphic Travelogue* Baluwarti.

D. Hasil yang Ditargetkan

Pada tahun kedua, penelitian ini menargetkan tiga target, yaitu target pertama adalah *prototype Graphic Travelogue* Baluwarti, target kedua adalah artikel ilmiah yang diterbitkan pada jurnal terakreditasi nasional Mudra, dan target ketiga adalah pendaftaran ke HaKI dari desain identitas visual Baluwarti yang telah dibuat. Selain itu dibuat juga beberapa pengembangan *prototype* pada papan nama kampung dan penanda tempat di wilayah Baluwarti.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka yang berhubungan dengan pustaka hasil penelitian, atau tulisan yang mendahului penelitian ini ditemukan penelitian yang membahas tema yang berhubungan dengan Baluwarti di Surakarta. Hasil penelitian, atau tulisan tersebut, antara lain tesis yang ditulis oleh Haryati, Sophia Ratna Rr. Berjudul “Semiotika Ruang Sebagai Unsur Pembentuk Struktur Permukiman Tradisional Baluwarti Di Keraton Surakarta”, Program Pascasarjana Fakultas Teknik Arsitektur UGM, Yogyakarta, 2014. Penelitian tersebut membahas unsur semiotika ruang pembentuk struktur permukiman di kawasan Baluwarti, yang bidangnya adalah pada wilayah arsitektur.

Selain itu juga hasil penelitian tugas akhir dari saudari Yeni Suryani, Politeknik Indonusa Surakarta 2015, berupa pembuatan film dokumenter “profil kelurahan Baluwarti” sebagai media informasi wisata di kota Surakarta. Tugas akhir tersebut cenderung hanya pembuatan profil kelurahan Baluwarti.

Berbeda dengan penelitian yang sudah ada, penelitian yang berjudul *Identitas Visual Untuk Membangun Destination Branding Kelurahan Baluwarti Di Kawasan Kraton Surakarta Sebagai Kampung Wisata Budaya*, ini pada bidang komunikasi visual yang merancang identitas visual pendukung *Destination Branding* Kelurahan Baluwarti sebagai kampung wisata budaya. Jadi selain meneliti namun juga menciptakan karakter penguat untuk kebutuhan komunikasi visual sebagai identitas visual Baluwarti. Berhubungan hal tersebut dilakukan juga tinjauan antara lain pada:

A. Baluwarti

Kelurahan Baluwarti Kecamatan Pasar Kliwon, yang letaknya di lingkungan Kraton Surakarta, tepatnya di dalam tembok kraton, sarat dengan potensi seni dan budaya. Oleh karena itu pihak kelurahan pun menjadikan potensi seni budaya menjadi andalan untuk terus dikembangkan. Tujuannya, selain mengangkat seni budaya, sekaligus memberdayakan ekonomi masyarakat. Nama Baluwarti berasal dari kata Portugis, *baluarte*, artinya benteng. Baluwarti memang merupakan kawasan yang dikelilingi tembok kraton. Baluwarti banyak

mempunyai potensi di bidang seni budaya. Suratman dalam Gustami² (2007:258) menyebutkan bahwa Baluwarti juga merupakan pekarangan raja yang meliputi wilayah dalam benteng atau tembok yang mengelilingi Baluwarti.

Baluwarti, sebuah perkampungan dengan tata ruang dan arsitektur bangunan Jawa kuno yang masih dipertahankan oleh pemiliknya. Baluwarti disebut kampung karena kampung merupakan bentuk pemukiman kota yang berlokasi di bagian penting kota, merupakan bentuk permukiman yang unik, cerminan dari identitas dan kearifan lokal, dan merupakan lingkungan tradisional khas Indonesia, ditandai ciri kehidupan yang terjalin dalam ikatan kekeluargaan yang erat³. Kawasan permukiman Baluwarti telah mengalami pergeseran nilai sakral, walaupun secara fisik batas kawasan tidak mengalami perubahan, namun secara mitologi sudah tidak terlalu terasa nilai kesakralan kawasan⁴.

Di Baluwarti banyak dijumpai desain bangunan yang serupa dengan karakter keraton Kasunanan. Baluwarti ini banyak ditempati kerabat atau abdi dalem keraton. Jalanannya yang tidak terlalu ramai membuat pengunjung bisa menikmati suasana Solo tempo dulu sambil berjalan kaki atau naik becak mengelilingi kampung ini.

Kampung Baluwarti menurut sejarahnya adalah lingkungan perumahan bagi *sentana dalem* dan *abdi dalem* sehingga penamaan kampung Baluwarti menunjukkan keberadaan para *abdi dalem* yang menghuni wilayah tersebut. Bagian-bagian dari Baluwarti diantaranya ialah⁵:

1. Wirengan

Terletak mulai dari pintu gerbang (pintu *gapit*) barat ke timur sampai pintu gerbang selatan. Wirengan berasal dari kata *wireng* (penari wayang orang atau tarian klasik Jawa). Dahulu merupakan tempat tinggal *abdi dalem* dan *sentana dalem* yang mengurus masalah tari menari wayang orang dan hiburan sejenis. Abdi dalem wirengan juga memiliki fungsi khusus menjaga jalannya

² Gustami SP. Butir-Butir Mutiara Estetika Timur, Ide Dasar Penciptaan Seni Kriya Indonesia, 2007 hal 258, Penerbit Prasista, Yogyakarta

³ Harto, Syafri. Kajian Wisata Budaya Terpadu Dalam Rangka Mengoptimalkan Potensi Lokal dalam Meningkatkan Daya Saing Bangsa (Optimalisasi Wisata Kawasan Muara Takus, Kabupaten Kampar, Provinsi Riau). <http://repository.unri.ac.id>

⁴ Haryati, Sophia Ratna Rr. Semiotika Ruang Sebagai Unsur Pembentuk Struktur Permukiman Tradisional Baluwarti Di Keraton Surakarta, Program Pascasarjana Fakultas Teknik Arsitektur Ugm, Yogyakarta, 2014, Tesis

⁵ Rajiman. *Toponimi Kota Surakarta*. Medio: Surakarta, 2002

gunungan pada tiap upacara gerebeg. Prajurit ini berjalan di kanan dan kiri gunungan, dan pada saat-saat tertentu mereka menari tayungan di sepanjang jalan

2. Lumbung

Lumbung adalah tempat menyimpan bahan makanan milik istana. Letaknya sebelah timur bangunan pokok istana.

3. Carangan dan Tamtaman

Terletak di sebelah timur keraton. Tempat *abdi dalem* prajurit, yang bertugas menjaga keselamatan raja dan kedhaton.

4. Kasatriyan

Terletak di sebelah barat Tamtaman. Tempat berkumpulnya para putra *sentana* dan *abdi dalem* untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu. Misalnya kegiatan Kepanduan *Truna Kembang Zaman Sunan Paku Buwana X*.

5. Sasana Mulya

Terletak di sebelah barat pintu gerbang utara (pintu *gapit Supit Urang* atau pintu *Bajranala* Utara). Dahulu sering digunakan menjadi tempat berkumpulnya para raja beserta bawahannya untuk mengadakan upacara bersama-sama. Sekarang digunakan sebagai tempat pernikahan. Pernah juga digunakan sebagai Kantor Pusat Kebudayaan Jawa Tengah (PKJT), dan Akademi Seni Karawitan Indonesia (ASKI).

6. Di sebelah barat Sasana Mulya terdapat rumah-rumah tempat tinggal para Pangeran, antara lain: Pangeran Mangkubumi, Pangeran Suryahamijaya, Pangeran Purwadiningrat, dan beberapa orang bangsawan lainnya.

7. Gambuhan

Terletak disebelah utara pintu *Butulan* (pintu tembus) bagian barat. tempat tinggal *abdi dalem Niyaga* istana dan ahli Gendhing.

8. Gondorasan

Terletak Timur Keraton, yaitu tempat *abdi dalem* wanita yang dikepalai oleh Nyi Lurah Gandarasa.

9. Sekullanggen

Terletak Selatan Keraton, yaitu tempat *abdi dalem* wanita yang dikepalai oleh Nyi Lurah Sekullanggi.

10. Ndalem Pangeranan

Pada umumnya nama-nama kompleks hunian di kawasan Baluwarti sesuai dengan nama bangsawan yang bertempat tinggal di kawasan tersebut ditambah dengan akhiran "-an", misalnya : *Ngabean*, untuk perumahan di sekitar tempat tinggal Pangeran Hangabei; *Mlayasuman*, untuk Pangeran Mlayakusuma; *Widaningratan* untuk wilayah sekitar bupati Hurdenas Widaningrat; *Purwadiningratan* untuk bupati nayaka Purwadiningrat; *Mangkuyudan* untuk bupati arsitek Mangkuyuda; *Suryaningratan* untuk bupati Gedhong Tengen Suryaningrat; *Sindusen* untuk Pangeran Sindusena, sentana atau cucu Pakubuwana IX; Prajamijayan untuk R.M.A Prajahamijaya, cucu Pakubuwana IX.

Adapun bentuk permukiman di kawasan Baluwarti adalah berupa unit-unit kecil dengan latar pembentukan yang dikategorikan dalam tiga macam, yaitu⁶ :

- a) Unit permukiman nDalem Pangeran, meliputi : Joyodiningratan, Purwodiningratan, Mloyokusuman, Suryohamijayan, dan Sasanamulyo.
- b) Unit permukiman sentana dalem dan abdi dalem, meliputi : Sekullangen, Wirengan, Gambuhan, Tamtaman,
- c) Unit permukiman fasilitas umum, meliputi : Kestalan, Pasar Puroharjo, Suronatan, dan Lumbung Wetan.

Pemerintah Kota Surakarta, masyarakat Baluwarti dan kerabat Kraton Surakarta mempunyai kepentingan yang sama yaitu eksistensi Kraton Surakarta memberi manfaat ekonomi⁷. Kepentingan bersama ini merupakan landasan dalam menjadikan Kawasan Baluwarti sebagai cagar budaya.

B. Destination Branding

Pengertian *brand* menurut *American Marketing Association*⁸, didefinisikan sebagai berikut:

“*Brand* adalah nama, istilah, tanda, simbol atau rancangan atau kombinasi dari hal-hal tersebut. Tujuan pemberian *brand* adalah untuk mengidentifikasikan produk atau jasa yang dihasilkan sehingga berbeda dari produk atau jasa yang dihasilkan oleh pesaing”.

⁶ Haryati, Sophia Ratna Rr. Semiotika Ruang Sebagai Unsur Pembentuk Struktur Permukiman Tradisional Baluwarti Di Keraton Surakarta.

⁷ Karjoko, Lego. Mimbar Hukum volume 21, nomor 1, Februari 2009

⁸ Surachman S. A. 2008. Dasar-dasar Manajemen Merek. Malang: Bayu Media Publishing.

Adapun pengertian *brand* menurut Philip Kotler⁹,

“A brand is a name, term, sign, symbol or design or combination of them, intended to identify the goods or service of one seller or group of sellers and differentiate them from those of competitors.”

Brand sebenarnya merupakan janji penjual untuk secara konsisten memberikan *feature*, manfaat dan jasa tertentu kepada pembeli. *Brand* terbaik memberikan jaminan kualitas. *Brand* akan memberikan identitas terhadap produk, berupa barang atau jasa, yang akan membedakan dengan produk yang lain atau pesaing. Hal yang mengubah sebuah opini sederhana menjadi sebuah *image* yang representatif adalah ketika digunakan dalam kaitan dengan namanya, identitasnya, atau reputasinya. Inilah yang kemudian menjadi *brand*, yang melalui pembentukannya menjadi sebuah fenomena yang dapat direncanakan, dirancang, dikomunikasikan, dan dibangun untuk mengembangkan dan mengatur reputasi.

Menurut Ritchie, J. R. and Ritchie, J. B. (1998), *destination brand* adalah nama, simbol, logo, atau bentuk grafik lainnya yang mengidentifikasi dan membedakan daerah tujuan (*destination*); memberi janji akan sebuah perjalanan yang tak terlupakan yang secara unik diasosiasikan dengan daerah tujuan tersebut; juga untuk mengkonsolidasi dan mendorong terciptanya sebuah memori menyenangkan sebagai sebuah *destination experience*¹⁰. Sedangkan Cai (2002) mendefinisikan *destination branding* sebagai proses seleksi elemen campuran yang konsisten untuk mengidentifikasi dan membedakannya melalui proses pembangunan *image* positif. Dengan tujuan untuk menciptakan *values* dengan tujuan tersebut melalui serangkaian *brand image* yang dibangun untuk mengidentifikasi asosiasi yang paling relevan dan terhubung satu sama lain serta saling memperkuat *brand* itu sendiri. Dalam studi lainnya, Kaplanidou and Vogt (2003) mendefinisikan *destination brand* sebagai bagaimana konsumen mempersepsikan daerah tujuan tersebut dalam benak mereka, yaitu tentang bagaimana menciptakan elemen-elemen *brand* yang berbeda dan mengkomunikasikan elemen-elemen ini melalui komponen *brand*.

⁹ Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian)* Jilid II Cetakan kelima. Penerbit Erlangga, Jakarta, 1996.

¹⁰ Majalah BRANDNA Vol. 2, No 6, (hal 17- 39) *Destination Branding*. 2008.

Sebuah tujuan wisata harus memiliki *brand image* yang kuat dan positif, Qu dkk¹¹. menyebutkan *brand image* yang kuat dan positif dapat diperoleh dengan beberapa hal:

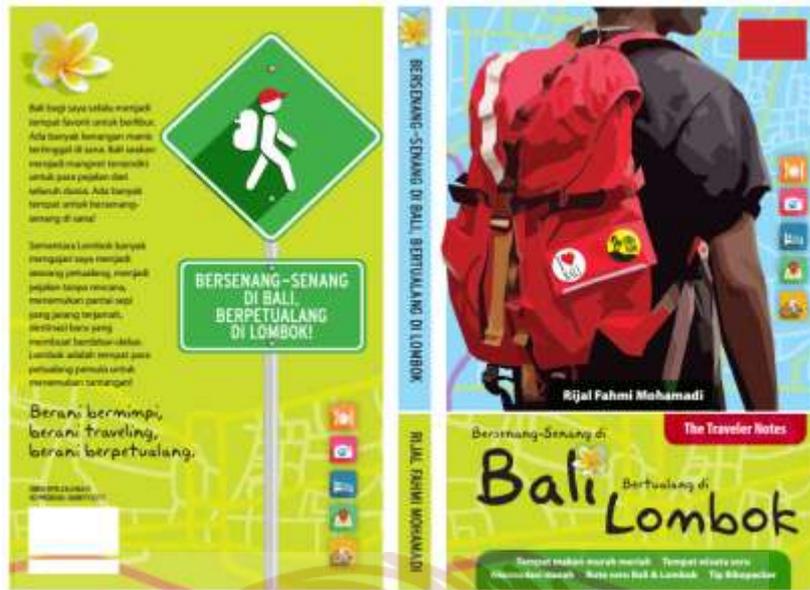
- 1) *Cognitive image*, citra kognitif berupa kepercayaan dan pengetahuan berhubungan dengan destinasi berpengaruh besar akan asosiasi pencitraan terhadap destinasi.
- 2) *Unique image*, keunikan destinasi berguna untuk *positioning* yang berfungsi sebagai pembeda di benak pengunjung.
- 3) *Affective image*, citra afeksi menjadi penting karena memberikan dampak terhadap emosi dan perasaan sebelum kunjungan ke destinasi.

Destination branding merupakan proses strategi dalam mempersepsikan suatu daerah tujuan (*destination*) dalam benak konsumen dengan tujuan memberi citra positif dalam mengidentifikasi suatu daerah.

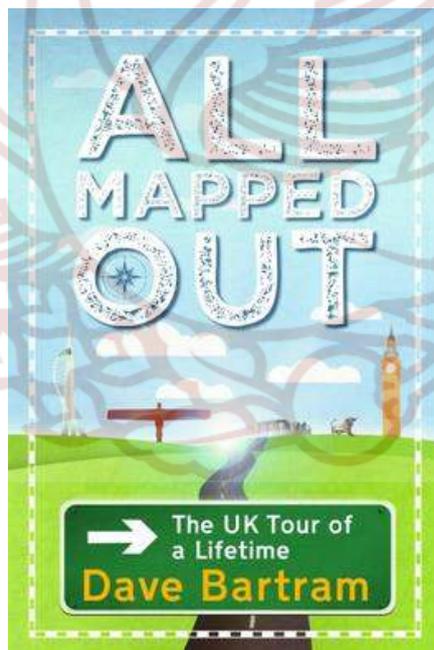
C. Buku *Graphic Travelogue*

Beberapa buku perjalanan yang menampilkan gambar, foto, maupun informasi berkaitan dengan sesuatu hal yang menjadi tujuan dalam sebuah perjalanan sudah ada atau dibuat. Kebanyakan buku-buku perjalanan tersebut menginformasikan tempat dan pengalaman perjalanan mereka (para *traveller*). Sehingga secara tidak langsung buku catatan perjalanan tersebut bisa menginformasikan tempat dan pengalaman yang didapat *traveler*, yang tersusun dari cerita teks akan kesan perjalanan terkait tempat dan pengalaman yang didapat namun juga menampilkan gambar-gambar foto lokasi dimana mereka berkunjung.

¹¹ Hailin Qu, Lisa Hyunjung Kim, Holly Hyunjung Im. A Model Of Destination Branding: Integrating The Concepts Of The Branding And Destination Image. *Tourism Management*, Volume 32, Issue 3, June 2011



Gambar 1. Contoh buku perjalanan yang pernah ada:
 Buku-The-Traveler-Notes-Bali-Lombok oleh Fahmi
 Pada <http://catperku.com/traveler-notes-bersehang-senang-di-bali-betualang-di-lombok/> download oleh Zarkasi 2016



Gambar 2. Contoh buku perjalanan yang pernah ada:
 All Mapped Out The UK Tour of a Lifetime, oleh Dave B.
www.waterstones.com/book/all-mapped-out/dave-bartram/9781781961339, download oleh Zarkasi 2016

Model sebuah gambar-gambar perjalanan itulah yang dibuat untuk memperkenalkan potensi Baluwarti. Perancangan *prototype* buku *Graphic*

Travelogue Baluwarti merupakan strategi pilihan dalam mendukung *destination branding* kawasan Baluwarti. Desain *prototype* buku *Graphic Travelogue* Baluwarti yang dirancang adalah desain yang berbentuk semacam buku catatan perjalanan dari pengunjung (*Consumers Journey*) yang berisi gambar/foto obyek wisata dan keterangannya. Desain diupayakan agar dapat membuat masyarakat (pengunjung) merasa di pandu dan diinfokan keunikan-keunikan obyek wisata kawasan Baluwarti.

Baluwarti dengan segala potensi yang dimilikinya dapat menetapkan posisinya di tengah masyarakat dan menjadi destinasi bagi industri wisata. Adityawan¹² lebih lanjut menyatakan bahwa Identitas budaya bukan semata-mata eksplorasi budaya visual dari tradisi yang bersifat inderawi saja, tetapi juga dapat dipahami sebagai upaya menciptakan desain yang kontekstual dengan lingkup ekonomi, sosial dan budaya masyarakat sekitar. Perancangan *prototype* buku *Graphic Travelogue* Baluwarti sebagai penunjang *destination branding* di Kelurahan Baluwarti pada penelitian tahun II ini merupakan salah satu bentuk strategi *branding* dalam mewujudkan Baluwarti sebagai kampung wisata budaya.

D. Studi Pendahuluan

Pada tahun 2015, peneliti telah melakukan penelitian yang mengangkat perancangan identitas visual dalam mendukung *destination branding* kampung Baluwarti sebagai kampung wisata budaya. Pada tahun pertama 2015, menghasilkan beberapa desain identitas visual Baluwarti, logo, *tagline* dan *prototype* aplikasi identitas visual Baluwarti pada papan nama kampung di kawasan Baluwarti.

¹² Adityawan, Arif dan Tim libang Concept. *Tinjauan Desain Grafis*. PT. Concept Media, Jakarta. 2010



Gambar3, Logo Baluwarti dan *tagline* penelitian ,
oleh Zarkasi dan Asmoro



Gambar 4, beberapa rancangan gagasan ikon visual dan tipografi
untuk nama kampong Baluwarti, oleh Zarkasi dan Asmoro

BAB III

TUJUAN DAN MANFAAT

A. Tujuan

Penelitian ini bertujuan merancang *prototype* penunjang *destination branding* di Kelurahan Baluwarti berupa buku *Graphic Travelogue* yang merupakan salah satu bentuk strategi *branding* dalam mewujudkan Baluwarti sebagai kampung wisata budaya.

Buku *Graphic Travelogue* Baluwarti yang dirancang adalah desain yang berbentuk semacam buku catatan perjalanan dari pengunjung (*Consumers Journey*) yang berisi gambar/foto obyek wisata dan keterangannya. Desain diupayakan agar dapat membuat masyarakat (pengunjung) terutama remaja, merasa dipandu dan diinfokan keunikan-keunikan obyek wisata kawasan Baluwarti.

B. Manfaat

Buku *Graphic Travelogue* Baluwarti Desain yang mengambil pendekatan gaya estetika yang ada pada *Street Photography* dan *Scrapbook*, yang dinamis dimanfaatkan guna mempengaruhi konsumen remaja atau anak muda untuk berkunjung ke Baluwarti.

BAB IV

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan

Penelitian karya seni ini akan merancang buku *Graphic Travelogue* tentang wisata Baluwarti. Pendekatan yang digunakan dalam menentukan subyek informasi terkait destinasi kawasan Baluwarti adalah pendekatan akan nilai historis dan budaya yang ada di Baluwarti. Secara lebih spesifik Lynch¹³ mengemukakan adanya lima elemen yang membentuk citra kawasan, yaitu:

1. *Path* (jalur)

Merupakan jalur sirkulasi yang menghubungkan suatu tempat dengan tempat lainnya dan bersifat linier (satu dimensional). *Path* akan mempunyai identitas yang lebih baik kalau memiliki tujuan yang jelas, penampakan yang kuat (*fasade*, pohon, dll), atau belokan yang jelas. Selain terbentuk oleh jalur sirkulasi, karakteristik *fasade* bangunan di sepanjang *path* juga berperan penting dalam menciptakan identitas/ karakter pada sebuah *path* kawasan.

2. *Edge* (tepian)

Merupakan batas atau peralihan antara dua daerah yang berbeda karakter. *Edge* memiliki identitas yang lebih baik jika kontinuitas tampak jelas batasnya.

3. *District* (kawasan)

Merupakan suatu daerah (bagian dari kota) dengan ciri kegiatan tertentu dan bersifat dua dimensional serta dapat dikenali. *District* mempunyai identitas yang lebih baik jika batasnya dibentuk dengan jelas dan dapat dilihat homogen, serta fungsi dan posisinya jelas.

4. *Nodes* (simpul)

Merupakan simpul atau lingkaran daerah strategis dimana arah atau aktivitasnya saling bertemu dan dapat diubah ke arah atau

¹³ Lynch, Kevin (1960), *The Image of The City*, MIT Press, Cambridge.

aktivitas lain. *Node* mempunyai identitas yang lebih baik jika tempatnya memiliki bentuk yang jelas serta tampilan berbeda dari lingkungannya (fungsi, bentuk).

5. *Landmark (Tetenger)*

- a. Merupakan bentuk visual yang menonjol yang bisa sebagai ciri khusus pada suatu kawasan.
- b. Citra kawasan menjadi bahan acuan dalam identifikasi dan perumusan identitas visual. Citra visual dari elemen pembentuk citra kawasan menjadi data visual untuk mendapatkan rumusan yang tepat bagi identitas visual kawasan Baluwarti.

Selain 5 elemen tersebut dalam melengkapi data terutama dari konsumen secara langsung digunakan pengamatan *Consumers journey*¹⁴ adalah proses mengamati pola tingkah laku dari target audien. Pengamatan dilakukan dari kegiatan dari pagi-malam sehingga dari pengamatan tersebut didapat *point of contact*. *Consumers Journey* harus dihubungkan dengan totalitas kehidupan target audien, dialog-dialog target audien, foto-foto target audien, dan benda-benda disekeliling target audien. *Point of contact* adalah titik-titik untuk menyapa dengan target audien. *Point Of Contact* merupakan waktu, tempat, dan dimana target audien kita melakukan kegiatan sehingga dapat ditempatkan media yang dapat menjangkau audien dengan efektif.

Adapun secara visual untuk kebutuhan perancangannya memanfaatkan pedekatan estetika yang ada pada *Street Photography* dan *Scrapbook*. Karakteristik *street photography* lebih menekankan pemotretan subjek apa adanya, tanpa mengarahkan, bahkan lebih bersifat *snapshot*. Fotografi jalanan terpicat pada manusia dalam dinamika di sekitarnya¹⁵. Salah satu bagian dari *street photography* adalah *urban landscape*, Astiti¹⁶ menyampaikan *Street photography* lebih mempertajam segi manusia atau masyarakatnya, sedangkan *urban landscape* lebih menonjolkan sebuah kawasan dengan masyarakat yang ada di dalamnya. Lebih lanjut Astiti memberikan beberapa tips untuk mendapatkan

¹⁴ Kasilo, Djito. Komunikasi Cinta. KPG: 2008.

¹⁵ Wulandari, Kajian Foto Karya Henri Certier Bresson Ditinjau Dari Teori Gestalt

¹⁶ Astiti, Fotografi Urban Landscape Dengan Objek Hiburan Alternatif Di Yogyakarta

urban landscape dengan memperhatikan kontras, unsur manusia, tanda-tanda kehidupan dan mempelajari lokasi.



Gambar 5, contoh street photography urban landscape
(sumber: Anin Astiti, 2011)

Sedang Scrapbook menurut oxforddictionaries¹⁷ adalah *A book of blank pages for sticking cuttings, drawings, or pictures in*. Secara etimologi dan asal katanya, *scrapbook* adalah satu frase yang berasal dari dua kata. *Scrap* yang memiliki arti luas sebagai barang sisa atau barang yang sudah terpakai lagi. Sedangkan *book* dalam arti luas bisa diartikan sebagai lembaran ataupun buku. Jadi jika disimpulkan secara etimologi, *scrapbook* bisa diartikan lembaran lembaran yang dibuat dari barang yang tidak terpakai. Don Meyer dalam Pittman¹⁸ menyampaikan:

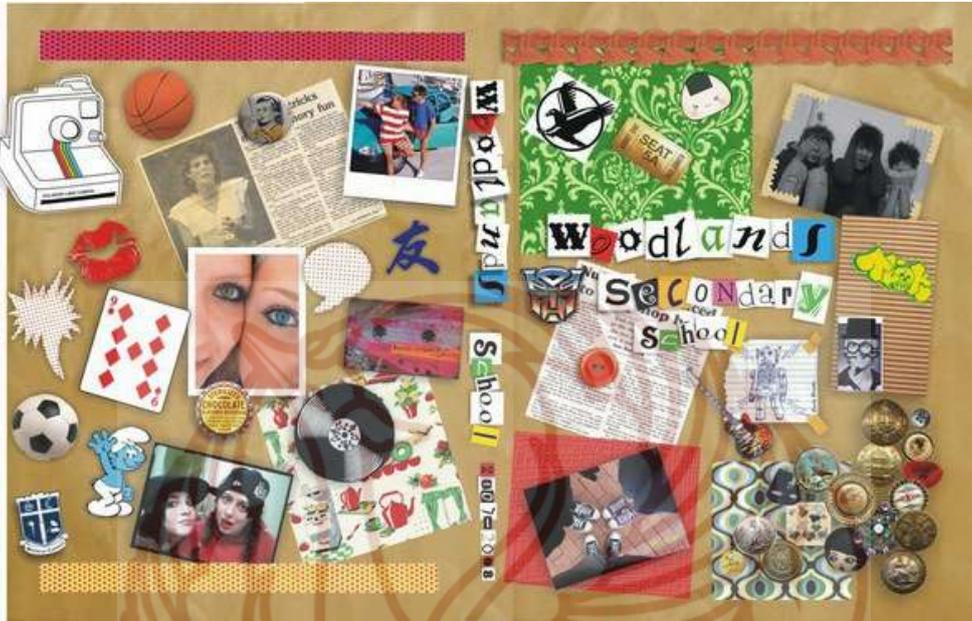
“People all over the country are gathering their most precious memories—their photos—and transforming them into creative masterpieces. By adding stickers, decorative papers, rubber stamps, ribbons and a plethora of other embellishments, simple photos become

¹⁷ <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/scrapbook>

¹⁸ Pittman, Rebecca. *Scrapbooking for Profit*

scrapbook pages that last a lifetime. As such, there is an entire day dedicated to the craft.”

Scrapbook mengumpulkan pengalaman berharga dalam sebuah foto menjadi sebuah karya kreatif. Kegiatan kreatif berupa penambahan tempelan, dekorasi, stempel, pita dan hiasan lainnya.



Gambar 6, contoh desain scrapbook
(sumber: <http://hative.com/beautiful-yearbook-layout-ideas/>)

B. Langkah-langkah penelitian

1. Observasi

Melakukan perjalanan wisata dan pengamatan terhadap obyek penelitian yaitu di kawasan kelurahan Baluwarti, berupa kondisi masyarakat terutama para *abdi dalem* keraton yang hidupnya mengabdikan pada Raja dan keraton. Kemudian potensi wisata yang ada di Baluwarti, seperti bangunan, makanan dan kesenian tradisional.

2. Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi penciptaan karya seni ini berlokasi di Wilayah Surakarta yaitu di Kelurahan Baluwarti. Pelaksanaan penelitian sebagai tahun kedua ini akan dilakukan dalam kurun waktu selama 6 bulan, dengan penjelasan lebih rinci sebagai berikut, dengan alokasi waktu 1 (satu) bulan untuk persiapan, waktu 1 (satu) bulan untuk pengumpulan data awal dan analisis awal, kemudian alokasi

waktu 2 (dua) bulan untuk perancangan *prototype*, alokasi waktu 1 (satu) bulan untuk diskusi lanjut dan pencatatan hasil, dan waktu sekitar 1 (satu) bulan untuk penyusunan laporan akhir penelitian.

3. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Beberapa jenis sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini antara lain :

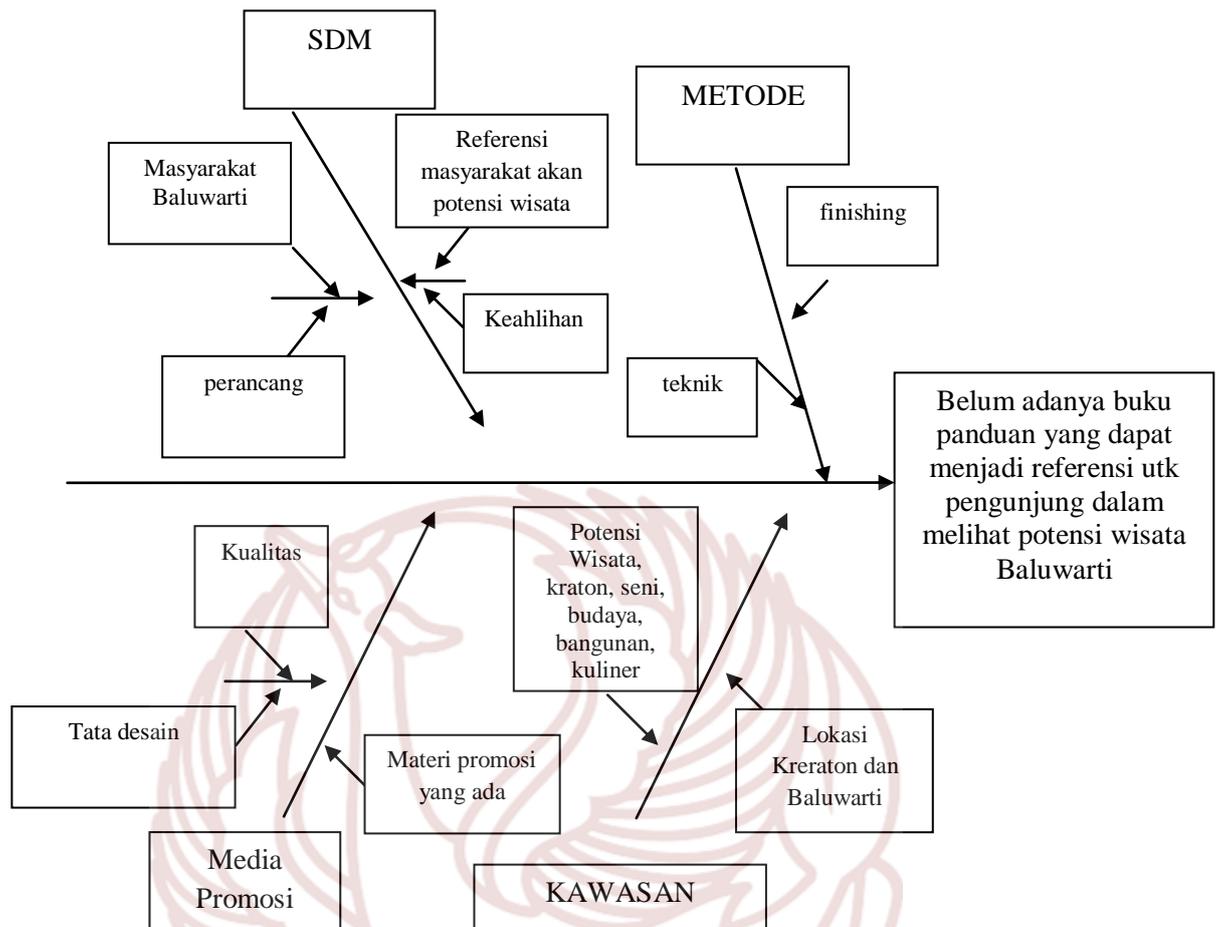
- a. Informan yang terkait dengan obyek penelitian.
- b. Sumber pustaka yang terkait sejarah Kraton Surakarta dan Baluwarti.
- c. Data visual lingkungan Baluwarti
- d. Peta wilayah dan potensi wisata penunjang di wilayah Baluwarti
- e. Dokumen yaitu hasil pencatatan dokumen (arsip) resmi dan tak resmi. Produk sejarah sebagai sumber data historis. Sumber data ini akan mendukung landasan teori yang digunakan pada penyusunan penelitian ini.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi :

- a. Wawancara dengan narasumber yang terkait dengan obyek penelitian
- b. Observasi langsung dengan mengambil dokumentasi dan mengamati langsung wilayah Baluwarti.
- c. Mempelajari dan mengkaji kepustakaan yang dapat memberikan informasi dalam mendukung penelitian ini.
- d. Mendokumentasikan melalui pemotretan terhadap sumber data seperti produk dan potensi wisata wilayah Baluwarti.

4. Analisis Data

Ulasan yang menyangkut analisis dalam penelitian ini, lebih menekankan pada model interpretasi analisis. interpretasi analisis dilakukan untuk menganalisis data kualitatif hasil pengumpulan data empiris untuk mendapatkan hasil yang akurat dari pemilahan secara klasifikasi dan identifikasi.



Gambar 7: diagram *fishbone*, mencari permasalahan

C. Tahapan Penciptaan Desain

Mengembangkan proses penciptaan desain dalam beberapa langkah:

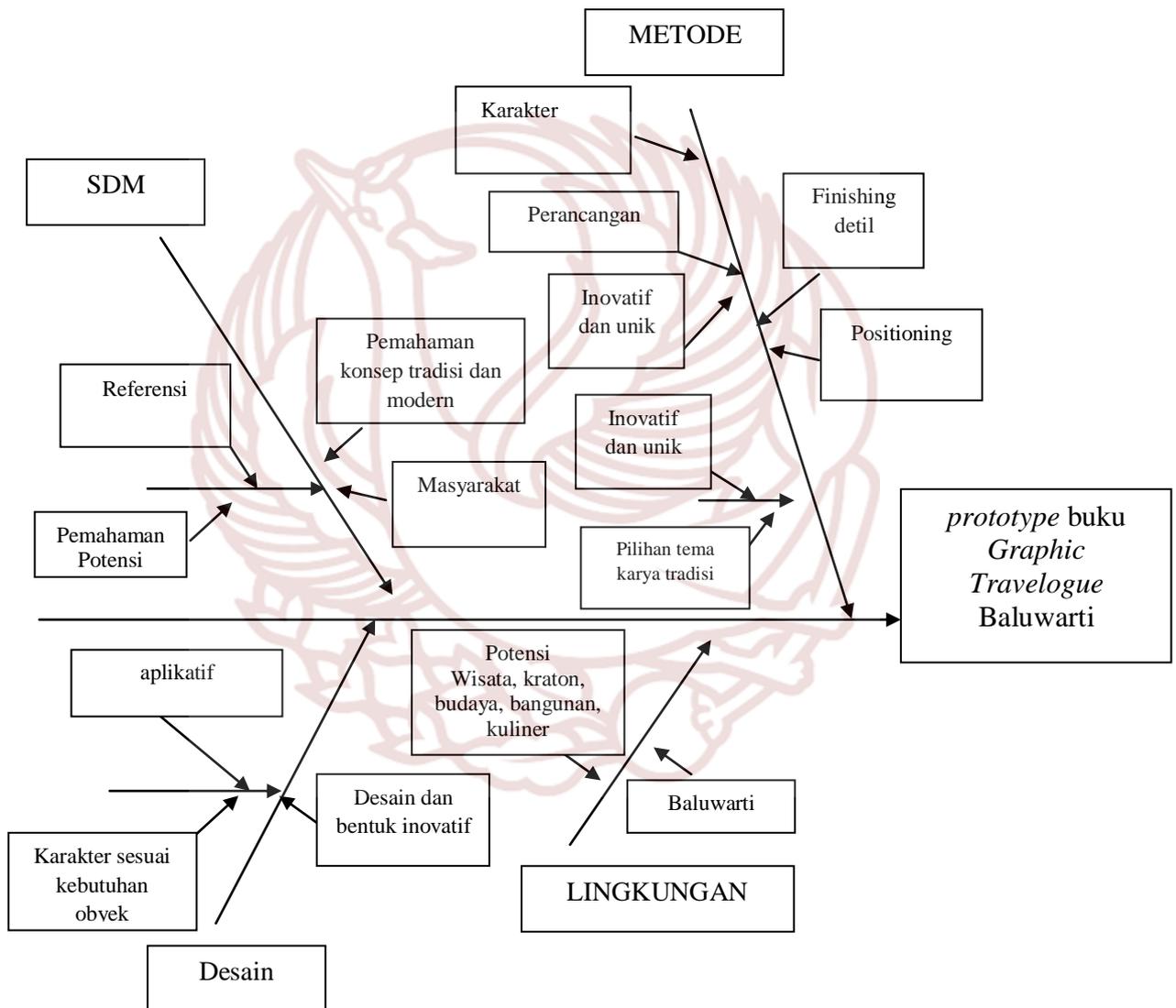
1. Konsep perancangan
 - a. Perencanaan media terdiri dari tujuan, strategi, dan program media.
 - b. Perencanaan kreatif terdiri dari tujuan, strategi, isi pesan, bentuk pesan
 - c. Perencanaan tata desain terdiri dari visualisasi, tipografi dan warna.
2. Visualisasi desain
3. Layout gagasan
4. Layout kasar

5. Layout lengkap
6. Desain final dan deskripsi

D. Luaran

Hasil penelitian yang dilaksanakan pada tahun II ini untuk mendapat luaran, berupa :

1. Hasil perancangan *prototype* buku *Graphic Travelogue* Baluwarti



Gambar 8: diagram *fishbone*, Perancangan *prototype* buku *Graphic Travelogue* Baluwarti

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Konsep Perancangan

1. Bentuk Media

Buku *Graphic Travelogue* Baluwarti adalah buku berisi foto-foto yang dirancang sebagai penunjang *destination branding* di Kelurahan Baluwarti. Foto-foto yang disajikan adalah foto-foto kawasan Baluwarti dan penunjangnya, memberikan bekal pengalaman visual bagi *travelers* untuk menjelajahi kawasan baluwarti. Konsep pada buku ini yaitu menunjukkan perjalanan sebagai seorang *travelers* yang sedang melakukan perjalanan di kawasan Baluwarti, foto dirancang sebagai pengalaman orang pertama yang sedang melakukan perjalanan wisata. Diharapkan dengan adanya buku *Graphic Travelogue* Baluwarti sebagai media pengenalan kawasan Baluwarti, target audience dapat mengetahui informasi tentang Baluwarti dan potensi yang ada di kawasan tersebut.

2. Konsep Teknologi

Perancangan buku *Graphic Travelogue* Baluwarti ini menggunakan beberapa perangkat yang digunakan dalam proses produksi fotografi dan paska produksi fotografi serta beberapa perangkat yang digunakan untuk merancang layout buku. Dalam proses produksi fotografi perangkat yang digunakan adalah Kamera digital, lensa 50mm, 17-40mm, lighting menggunakan flash. Dalam paska produksi perangkat yang digunakan adalah Komputer dengan beberapa software pendukung yaitu diantaranya menggunakan adobe Photoshop untuk memproses file foto digital, dan untuk layout buku digunakan Corel Draw X3.

3. Judul Media

Perancangan *prototype* buku *Graphic Travelogue* Baluwarti sebagai penunjang *destination branding* di Kelurahan Baluwarti pada penelitian tahun II ini merupakan salah satu bentuk strategi *branding* dalam mewujudkan Baluwarti sebagai kampung wisata budaya. Judul buku yang digunakan dalam buku ini adalah “*Graphic Travelogue, Jelajah Baluwarti*” maksud judul dalam buku ini

adalah sebuah Kawasan Baluwarti yang dijelajahi oleh seorang traveler dan didokumentasikan dalam bentuk fotografi. Tema yang diangkat dalam perancangan ini adalah catatan perjalanan dalam menjelajah kawasan Baluwarti, sebuah buku hasil perjalanan yang berisi informasi dan foto.

4. Gaya Desain Media

Gaya Desain yang dipakai dalam perancangan ini adalah menggunakan gaya *scrapbook*, untuk mendapatkan kesan personal dan unik¹⁹. Teknik fotografi digital dengan gaya *street photography*, gaya ini memberikan kesan spontan dan tanpa pengarahan sehingga berkesan seperti sebuah pengambilan gambar *snapshot*.

5. Target Market

Target market merupakan kelompok konsumen yang dituju dalam pemasaran suatu produk. Target market dari buku *Graphic Travelogue* Baluwarti ini adalah remaja awal hingga akhir dengan usia diatas 12 tahun.

B. Perencanaan Media

Kawasan Baluwarti adalah lingkungan di sekitar Kraton Surakarta yang masih sangat lekat dengan budaya kraton, sebuah lingkungan yang masih menjaga tradisi. Lingkungan yang masih menjaga tradisi tersebut sangat menarik perhatian untuk menjadi sebuah tujuan wisata. Dengan adanya buku *Graphic Travelogue* Baluwarti yang menggunakan fotografi, diharapkan mampu mengangkat pariwisata di kawasan Baluwarti.

C. Perencanaan Kreatif

1. Tujuan Desain

Tujuan kreatif dari perancangan buku *Graphic Travelogue* Baluwarti ini adalah memberikan informasi kepada target market mengenai kawasan Baluwarti dengan pendekatan yang lebih personal melalui gaya *scrapbook* dan *street photography*.

¹⁹ Tucker, S., Ott, K., Buckler, P., "The Scrapbook in American Life", 2006, Temple University Press

2. Strategi Kreatif

Untuk mencapai tujuan kreatif maka perlu adanya strategi kreatif. Strategi kreatif buku *Graphic Travelogue* Baluwarti ini meliputi:

a. Isi Pesan

Isi pesan yang disampaikan dalam perancangan buku portrait ini adalah untuk memperkenalkan kawasan Baluwarti dengan segala aktifitas dan tradisi budayanya. Diharapkan setelah mengetahui hal tersebut maka target *audience* akan tertarik untuk mengunjungi dan berwisata ke kawasan Baluwarti.

b. Bentuk Pesan

1) Pesan Verbal

Pesan verbal yang digunakan dalam perancangan ini adalah kata-kata yang tidak terlalu panjang dengan arti mudah dimengerti tetapi cukup informatif. Gaya bahasa tutur seperti menulis pada buku harian perjalanan.

2) Pesan Visual

Pesan secara visual perancangan ini adalah sebuah perjalanan menjelajahi kawasan Baluwarti, hasil dari *consumer journey*. Foto bergaya *street photography* dan gaya desain *scrapbook* memberikan kesan personal dan unik untuk menambah kesan sebuah perjalanan.

3. Program Kreatif

a. Pesan Pokok yang Diangkat

Pesan pokok yang diangkat pada perancangan buku *Graphic Travelogue* Baluwarti ini adalah memberikan informasi kepada target *audience* tentang kawasan Baluwarti. Secara garis besar informasi yang disampaikan terdiri dari bangunan fisik, aktifitas budaya dan potensi pendukung wisata.

b. Konsep Kreatif Umum

1) Buku “*Graphic Travelogue, Jelajah Baluwarti*”

Dalam proses pemotretan terdapat beberapa proses sampai memasuki proses layout buku. Berikut ini adalah tahap-tahap dalam proses pemotretan:

a) Pra Produksi

Tahap ini merupakan tahap pertama dalam pemotretan. Dalam tahap ini adalah sebuah persiapan dalam proses produksi yaitu kesiapan peralatan, pengolahan jadwal dengan lokasi yang berbeda-beda dan juga persiapan atribut dalam foto serta lokasi yang mendukung dalam foto tersebut. Penyusunan daftar yang dikelompokkan berdasarkan lokasi, dalam tahap ini juga dirancang konsep pengambilan gambar yang disusun, pencahayaan pada gambar yang diambil.

b) Produksi

Tahap ini adalah pelaksanaan kegiatan pemotretan berdasarkan jadwal yang telah disusun pada proses pra produksi. Pada tahap ini fotografer datang ke lokasi dan menyesuaikan kondisi sesuai dengan konsep dan rencana awal. Pemilihan sudut pemotretan, pencahayaan dan tata gerak dilakukan untuk memperkuat kesan *snapshot* dan alami.

c) Post Produksi

Proses ini adalah proses setelah seluruh proses produksi telah dilaksanakan pada proses ini adalah proses pemilihan foto yang tepat dan mulai proses *retouch* dan desain buku. Tahapan desain buku terdiri dari Visualisasi desain, *Layout* gagasan, *Layout* kasar, *Layout* lengkap, Desain final.

d) *Proof Print / prototype*

Tahap ini adalah produksi buku "*Graphic Travelogue, Jelajah Baluwarti*"

e) Tipografi

Tipografi yang dipilih dalam buku bergambar ini adalah jenis font *serif decorative* dan *script*. *Serif decorative* memberikan kesan etnik untuk menyesuaikan dengan kawasan Baluwarti dan *script* memberikan kesan personal berupa goresan tulisan tangan. Jenis tipografi yang digunakan dalam perancangan buku ini adalah *great victorian standard* dan *hand of sean*. Beberapa jenis tipografi *serif* dan *script* digunakan untuk variasi dan menyesuaikan dengan gaya *scrapbook*.

4. Perencanaan Tata Desain

Konsep dari perancangan setiap media dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Buku Bergambar

1) Konsep Cover

Cover buku Buku “*Graphic Travelogue, Jelajah Baluwarti*”, berfungsi sebagai daya tarik awal yang secara tidak langsung harus memuat potensi utama dan secara tidak langsung dapat merangsang imajinasi untuk mempersuai khalayak.

2) Konsep Naskah

Naskah dalam buku ini berfungsi untuk memberi penjelasan tentang lokasi kawasan Baluwarti. Gaya bahasa tutur dan catatan perjalanan dengan penjelasan secukupnya.

3) Halaman pembuka

Naskah tentang wisata di kota Solo dan sejarah Baluwarti

4) Halaman budaya dan tradisi

Naskah pada halaman ini berisi tentang Kraton, beberapa acara Gerebeg dan aktivitas Masyarakat di kawasan Baluwarti.

5) Halaman bangunan fisik

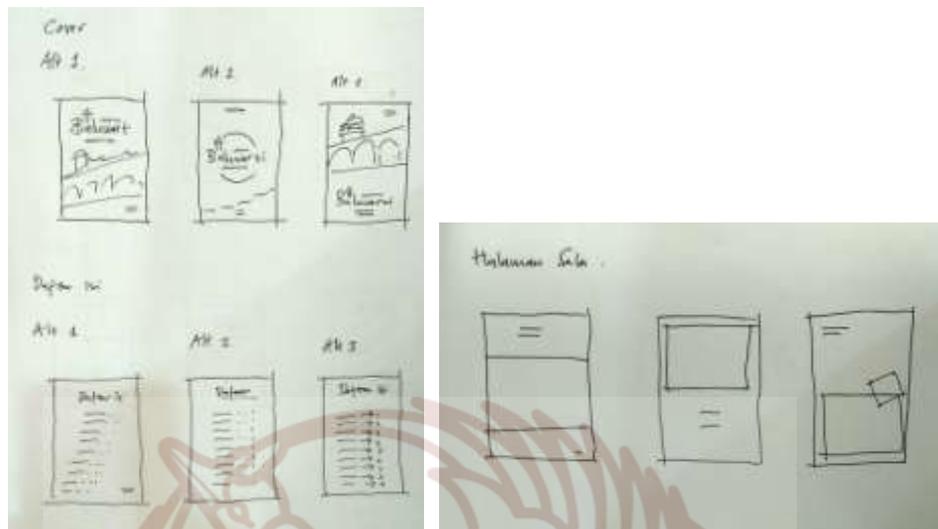
Pada halaman ini berisi tentang foto dan informasi bangunan fisik di kawasan Baluwarti yang terdiri dari Gerbang, Rumah pangeran, Rumah kampung dan Jalan keliling.

6) Halaman pendukung

Narasi pada halaman ini membahas tentang pendukung wisata di Baluwarti yang terdiri dari Fasilitas umum, Kelompok Budaya dan aneka Jajanan.

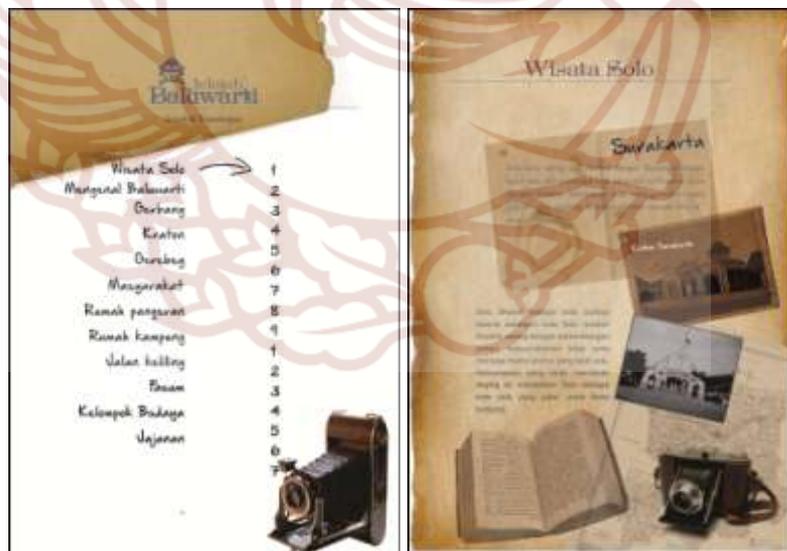
5. Perancangan buku “*Graphic Travelogue, Jelajah Baluwarti*”

a) Layout gagasan,



Gambar 9: rancangan layout gagasan buku “*Graphic Travelogue, Jelajah Baluwarti*”

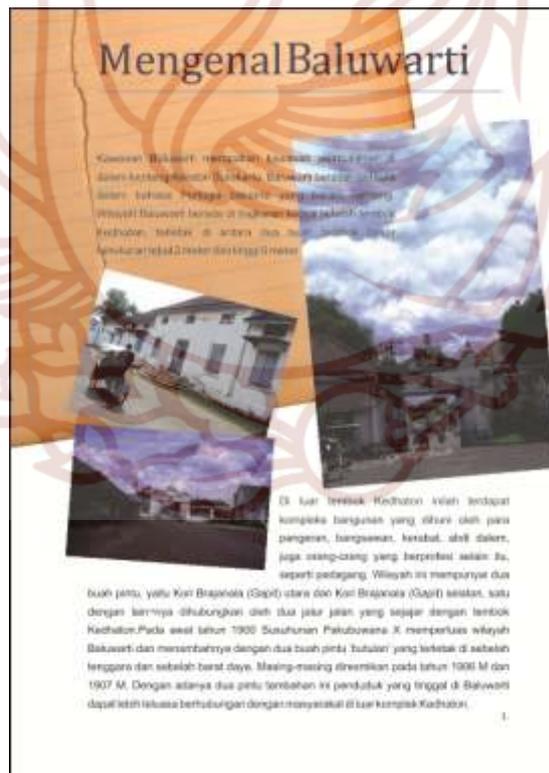
b) Layout kasar,



Gambar10: rancangan kasar buku “*Graphic Travelogue, Jelajah Baluwarti*”
Daftar isi, oleh Asmoro 2016

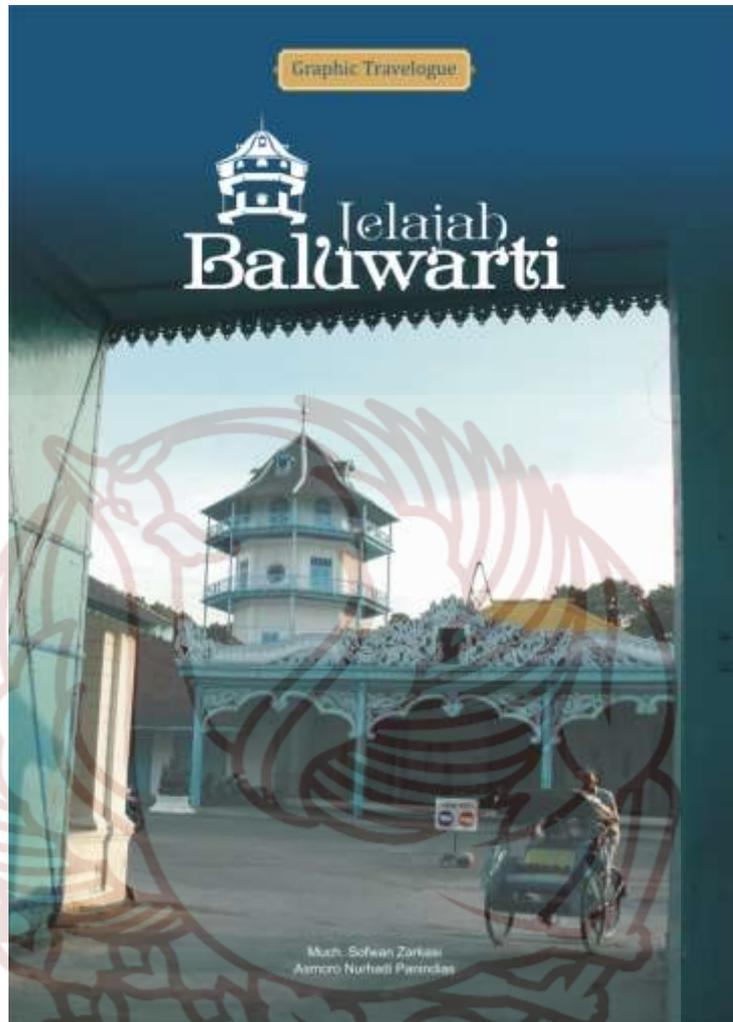


Gambar 11: rancangan layout kasar buku “*Graphic Travelogue, Jelajah Baluwarti*” info transportasi, oleh Asmoro 2016



Gambar 12: rancangan bentuk visual buku “*Graphic Travelogue, Jelajah Baluwarti*” ttg Baluwarti, oleh Asmoro 2016

- c) Layout lengkap.
1) Cover & Hal Depan

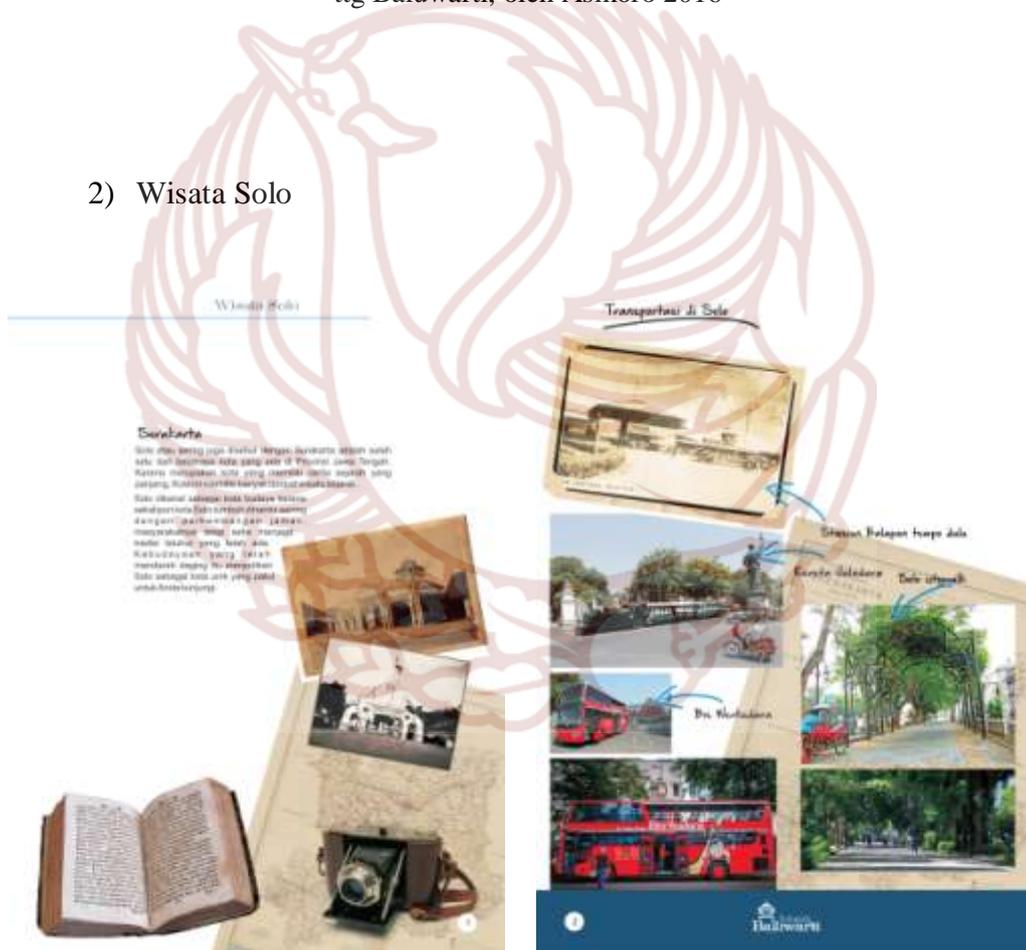


Gambar 13: desain cover
buku “*Graphic Travelogue, Jelajah Baluwarti*”
ttg Baluwarti, oleh Asmoro 2016



Gambar 16: ilustrasi hal naskah Solo
 buku “*Graphic Travelogue, Jelajah Baluwarti*”
 ttg Baluwarti, oleh Asmoro 2016

2) Wisata Solo

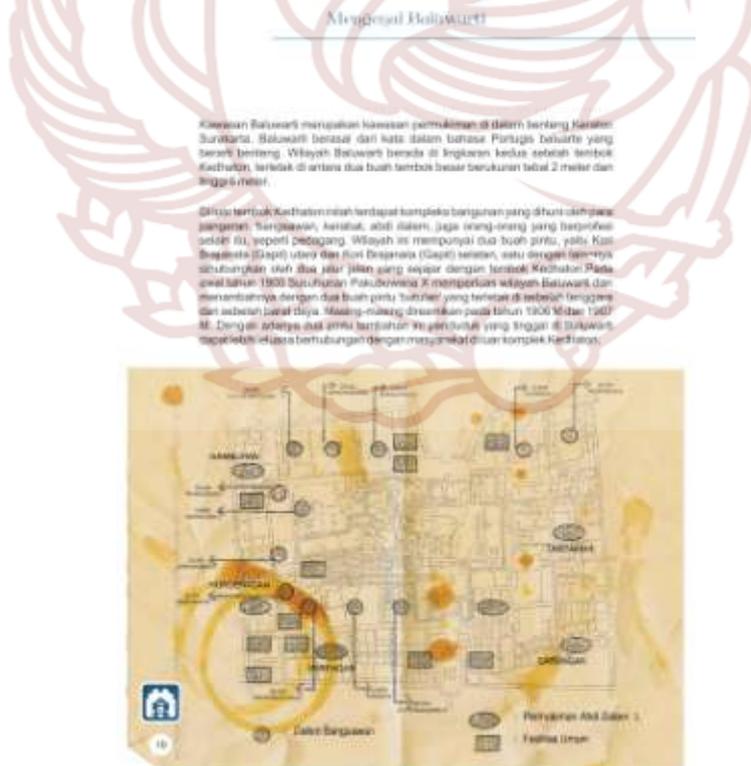


Gambar 17: desain hal naskah wisata Solo 1
 buku “*Graphic Travelogue, Jelajah Baluwarti*”
 ttg Baluwarti, oleh Asmoro 2016



Gambar 18: desain naskah wisata Solo 2 buku “*Graphic Travelogue, Jelajah Baluwarti*” ttg Baluwarti, oleh Asmoro 2016

3) Mengenal Baluwarti



Gambar 19: desain naskah Mengenal Baluwarti 1 buku “*Graphic Travelogue, Jelajah Baluwarti*” ttg Baluwarti, oleh Asmoro 2016

Kampung Baluwarti merupakan kawasan kuno: bagian tengah yang di kelilingi tembok-benteng kelua darahnya untuk memusatkan dengan perhubungan luar. Di sekitar itu para pangeran serta berbagai-bangsa ada dalam tergal.

Dakwah Baluwarti cenderung lebih kasat mata dengan perbukitan utama. Kalaupun tidak, penghalang sudah terpasang. Baluwarti jadi dari abad-abad yang belum pernah terbayang di kepala.

Baluwarti adalah wilayah di bawah pengaruh Sumatera Hindia yang sedang dan kembali dengan waktu satu hari yang diarahkan. "Lawang Gapit" dimaksudkan sebagai titik tolak di kawasan Kertala Sumatera Hindia yang di dalam Baluwarti merupakan pusat dan juga sebagai titik tolak.

1. Kawasan-kawasan seluasnya juga per kota di dalam.
2. Kawasan-kawasan seluasnya juga per kota di dalam.
3. Kawasan-kawasan seluasnya juga per kota di dalam.

3. Kawasan-kawasan seluasnya juga per kota di dalam.



Gambar 20: desain naskah Mengenal Baluwarti 2 buku “Graphic Travelogue, Jelajah Baluwarti” ttg Baluwarti, oleh Asmoro 2016

4) Gerbang



Gambar 21: desain naskah Gerbang 1 buku “Graphic Travelogue, Jelajah Baluwarti” ttg Baluwarti, oleh Asmoro 2016



Gambar 22: desain naskah Gerbang 2
 buku “*Graphic Travelogue, Jelajah Baluwarti*”
 ttg Baluwarti, oleh Asmoro 2016



Gambar 23: desain naskah Gerbang 3
 buku “*Graphic Travelogue, Jelajah Baluwarti*”
 ttg Baluwarti, oleh Asmoro 2016

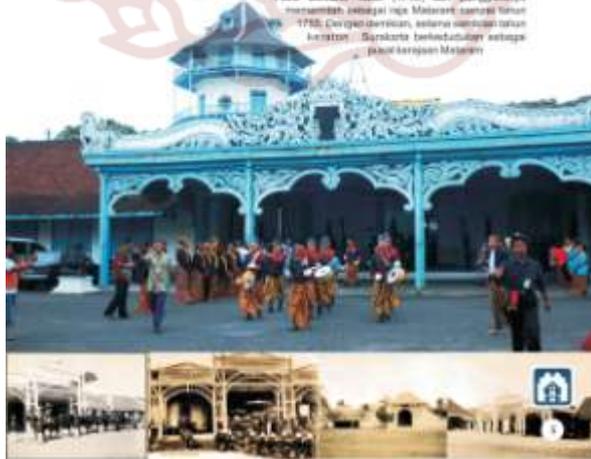


Gambar 24: desain naskah Gerbang 4 buku “*Graphic Travelogue, Jelajah Baluwarti*” ttg Baluwarti, oleh Asmoro 2016

5) Keraton Surakarta



Dulu, keraton Surakarta merupakan sebuah negara (negara) yang memiliki susunan asli, berparlementer, sendiri (otonom), memiliki daerah atau wilayah teritorialnya sendiri (bawahan) dan keraton Surakarta masih ada pada keraton-keraton di negara Republik Indonesia. Keraton Surakarta memiliki pemerintahan sendiri (berdaulat) yang dianggap sebagai salah satu dengan sistem pemerintahan yang berdaulat lain lainnya. Sebelum Indonesia merdeka, keraton Surakarta memiliki pemerintahan sendiri yang dikenal dengan istilah "kerajaan" atau Pemerintahan sendiri, atau di dalam bahasa Belanda dikenal dengan istilah "Vereeniging" (jaringan kekabupaten). Dengan berdirinya Keraton Surakarta merupakan pemerintahan berdaulat di Indonesia. Pada tahun 1746 keraton Surakarta didirikan oleh Paksi Suwana II untuk menggantikan keraton Kartasura yang telah hancur karena serangan musuh, keraton ini adalah pusat kegiatan keraton. Keraton ini didirikan keraton pertama di Surakarta. Keraton ini didirikan pada tahun 1740 dan diperluas pada tahun 1748. Keraton ini didirikan, keraton ini didirikan keraton. Keraton ini berdaulat sebagai salah satu keraton. Keraton ini berdaulat sebagai salah satu keraton.



Gambar 25 : desain naskah keraton Surakarta buku “*Graphic Travelogue, Jelajah Baluwarti*” ttg Baluwarti, oleh Asmoro 2016

Salah satu tradisi masyarakat Jawa adalah kesenian budaya. Salah satunya adalah kesenian tari. Tari adalah seni yang menggunakan gerak sebagai bahasa untuk mengungkapkan perasaan, pikiran, dan perasaan. Tari adalah seni yang menggunakan gerak sebagai bahasa untuk mengungkapkan perasaan, pikiran, dan perasaan. Tari adalah seni yang menggunakan gerak sebagai bahasa untuk mengungkapkan perasaan, pikiran, dan perasaan.



Gambar 26: desain naskah kraton Surakarta buku “*Graphic Travelogue, Jelajah Baluwarti*” ttg Baluwarti, oleh Asmoro 2016

6) Grebeg

Grebeg

Upacara Grebeg atau Grebeg diiringikan tiga kali dalam satu tahun kalenderpenanggalan Jawa yaitu pada tanggal dua belas bulan Mulud (bulan ketiga), tanggal satu bulan Sawa (bulan kesepuluh) dan tanggal sepuluh bulan Besar (bulan kedua belas). Pada hari hari tersebut Sri Sunan mengeluarkan sedewahnya sebagai perwujudan rasa syukur kepada Allah atas kemakmuran kerajaannya. Sedekah ini, yang disebut dengan Hajad Djelen, berupa gandum/gurungan yang terdiri dari gundungan kagung dan gundungan saby (leleh dan pampungan).

Gundungan kagung berbentuk seperti kerucut terpancung dengan ujung sebelah atas agak membulat. Sebagian besar gundungan ini terdiri dari sayuran-kacang panjang yang berwarna hijau yang dicampurkan dengan cobai merah, telur itik dan beberapa perlengkapan makanan kering lainnya. Di sisi kanan dan kirinya dipasang rangkaian benda-benda Indonesia dalam ukuran kecil. Gundungan saby berbentuk seperti keranjang bunga yang penuh dengan rangkaian bunga. Sebagian besar dibuat dari makanan kering yang terbuat dari beras macap beras katon yang berbentuk lingkaran dan runting. Gundungan ini juga dibiasi tandan Indonesia kecil di sebelahnya.



Gambar 27: desain naskah Grebeg 1 buku “*Graphic Travelogue, Jelajah Baluwarti*” ttg Baluwarti, oleh Asmoro 2016



24

Jelajah
Baliwarta

Gambar 28: desain naskah Gerebeg 2
 buku “*Graphic Travelogue, Jelajah Baliwarta*”
 ttg Baliwarta, oleh Asmoro 2016



Gambar 31: desain naskah Ndalem Pangeran 2 buku “Graphic Travelogue, Jelajah Baluwarti” tttg Baluwarti, oleh Asmoro 2016



Gambar 32: desain naskah Ndalem Pangeran 3 buku “Graphic Travelogue, Jelajah Baluwarti” tttg Baluwarti, oleh Asmoro 2016



Gambar 33: desain naskah Ndalem Pangeran 4 buku “*Graphic Travelogue, Jelajah Baluwarti*” ttg Baluwarti, oleh Asmoro 2016



Gambar 34: desain naskah Ndalem Pangeran 5 buku “*Graphic Travelogue, Jelajah Baluwarti*” ttg Baluwarti, oleh Asmoro 2016



Gambar 35: desain naskah Ndalem Pangeran 6
buku “*Graphic Travelogue, Jelajah Baluwarti*”
ttg Baluwarti, oleh Asmoro 2016

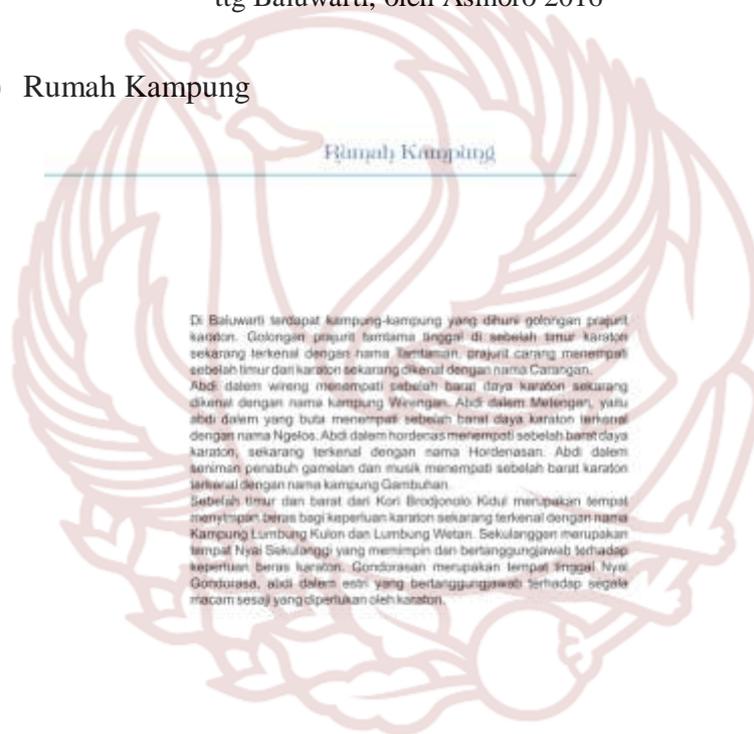


Gambar 36: desain naskah Ndalem Pangeran 7
buku “*Graphic Travelogue, Jelajah Baluwarti*”
ttg Baluwarti, oleh Asmoro 2016



Gambar 37: desain naskah Ndalem Pangeran 8
buku “*Graphic Travelogue, Jelajah Baluwarti*”
ttg Baluwarti, oleh Asmoro 2016

8) Rumah Kampung



Gambar 38: desain rumah kampung 1
buku “*Graphic Travelogue, Jelajah Baluwarti*”
ttg Baluwarti, oleh Asmoro 2016



Gambar 39: desain rumah kampung 2
buku “*Graphic Travelogue, Jelajah Baluwarti*”
ttg Baluwarti, oleh Asmoro 2016



Gambar 40: desain rumah kampung 3
buku “*Graphic Travelogue, Jelajah Baluwarti*”
ttg Baluwarti, oleh Asmoro 2016

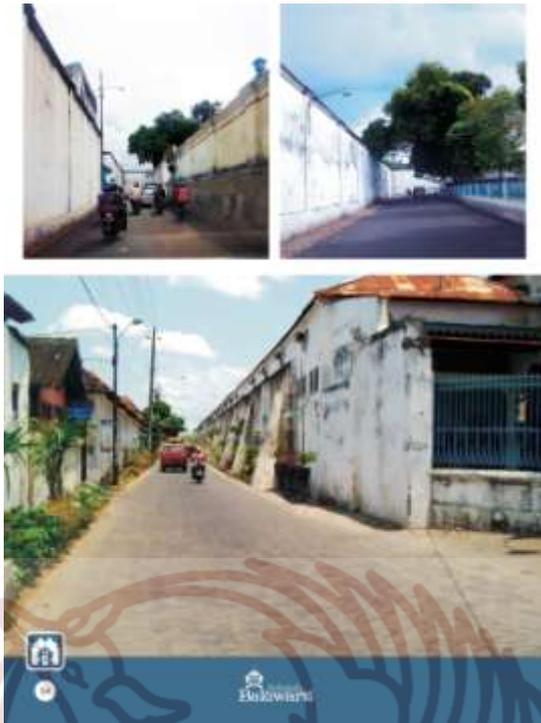


Gambar 41: desain rumah kampung 4
buku “*Graphic Travelogue, Jelajah Baluwarti*”
ttg Baluwarti, oleh Asmoro 2016

9) Jalan Keliling



Gambar 42: desain jalan keliling 1
buku “*Graphic Travelogue, Jelajah Baluwarti*”
ttg Baluwarti, oleh Asmoro 2016



Gambar 43: desain jalan keliling 2
buku “*Graphic Travelogue, Jelajah Baluwarti*”
ttg Baluwarti, oleh Asmoro 2016

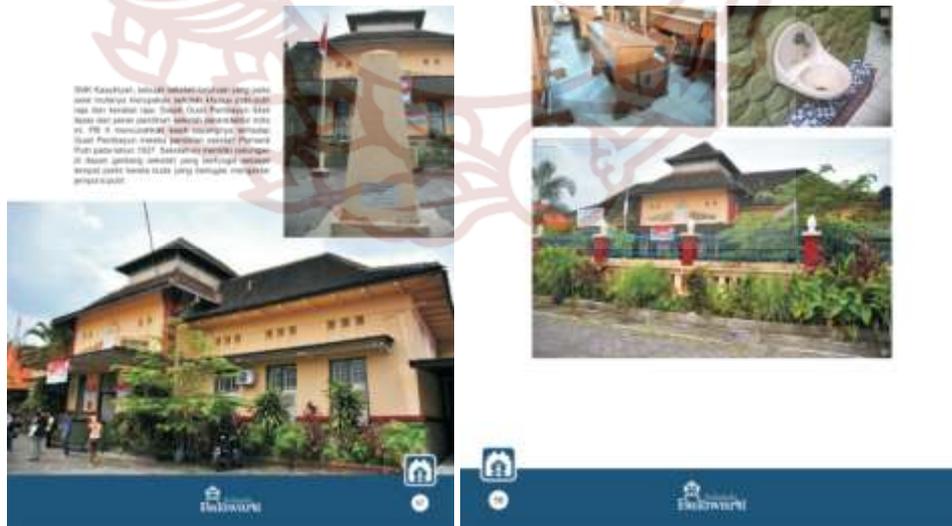
10) Fasilitas Umum



Gambar 44: desain fasilitas umum 1
buku “*Graphic Travelogue, Jelajah Baluwarti*”
ttg Baluwarti, oleh Asmoro 2016



Gambar 45: desain fasilitas umum 2
buku “*Graphic Travelogue, Jelajah Baluwarti*”
ttg Baluwarti, oleh Asmoro 2016

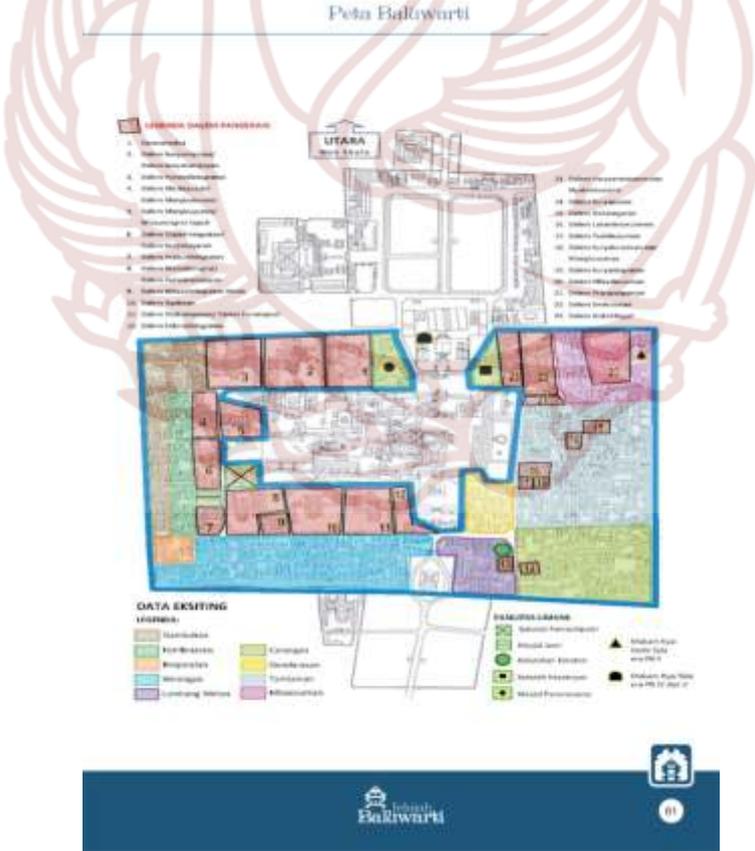


Gambar 46: desain fasilitas umum 3
buku “*Graphic Travelogue, Jelajah Baluwarti*”
ttg Baluwarti, oleh Asmoro 2016



Gambar 47: desain fasilitas umum 4 buku “*Graphic Travelogue, Jelajah Baluwarti*” ttg Baluwarti, oleh Asmoro 2016

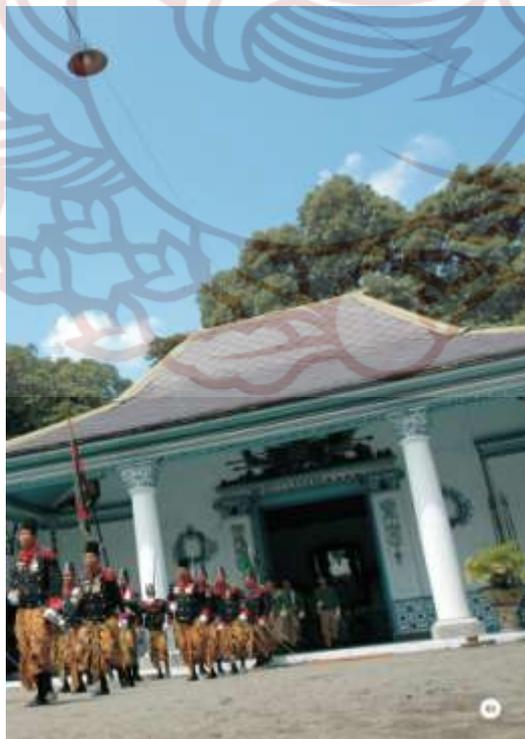
11) Peta Baluwarti



Gambar 48: desain peta Baluwarti buku “*Graphic Travelogue, Jelajah Baluwarti*” ttg Baluwarti, oleh Asmoro 2016



Gambar 49: Ikon Songgobuwono
buku “*Graphic Travelogue, Jelajah Baluwarti*”
ttg Baluwarti, oleh Asmoro 2016



Gambar 50: Prajurit Keraton
buku “*Graphic Travelogue, Jelajah Baluwarti*”
ttg Baluwarti, oleh Asmoro 2016

SUMBER PUSTAKA

A. Yudi, Ota. Edeka Review 1998, Pengantar Ilmu Pariwisata, Penerbit Angkasa, Bandung.
Aldipawan, Aji dan Tin Hileng Corneji. Triptuan Desain Grafik. PT. Concept Media, Jakarta, 2016.
Kusko, Laga. Miliar Hukum volume 21, nomor 1, Februari 2008.
Lynch, Kevin (1960). The Image of The City, MIT Press, Cambridge.
Pitak-Kotler. Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian). Alfabeta Cetakan kelima. Penerbit Erlangga, Jakarta, 1996.
Rayman. Toponim Kota Surakarta. Media: Surakarta, 2002.
Suryoto, Soedjman Edok, Drs. Metode Perancangan Komunikasi Visual. Pustaka, Dharma Press, Yogyakarta, 2006.
Suroso, Syaiful Hekri. Destination Brand: Membangun Keunggulan Bersaing Daerah, Wahana Hias vol 4 no 2, Desember 2006.
Susichman S.A. 2006. Dasar-dasar Manajemen Merek. Malang: Bayu Media Publishing.



Gambar 51: Sumber Pustaka buku “*Graphic Travelogue, Jelajah Baluwarti*” ttg Baluwarti, oleh Asmoro 2016

d) Desain *prototype Graphic Travelogue* Baluwarti



Gambar 52: prototype tampak depan belakang buku “*Graphic Travelogue, Jelajah Baluwarti*” ttg Baluwarti, oleh Asmoro 2016



Gambar 53: buku “*Graphic Travelogue, Jelajah Baluwarti*”
ttg Baluwarti, oleh Asmoro 2016

- e) Pengembangan *Prototype* papan nama kampung
Prototype dari aplikasi identitas visual pada papan nama kampung pada penelitian ini juga mengalami perkembangan yaitu dibuat vareasi sebagai penanda tempat atau lokasi.



Gambar 54: pengembangan prototype papan nama kampung
kawasan Baluwarti 1, oleh Asmoro 2016



Gambar 55: pengembangan prototype papan nama kampung kawasan Baluwarti 2, oleh Asmoro 2016

BAB V

KESIMPULAN

Hasil Perancangan *prototype* buku *Graphic Travelogue* Baluwarti sebagai penunjang *destination branding* di Kelurahan Baluwarti pada penelitian tahun II ini merupakan salah satu bentuk strategi *branding* dalam mewujudkan Baluwarti sebagai kampung wisata budaya. Judul buku yang digunakan dalam buku ini adalah “*Graphic Travelogue, Jelajah Baluwarti*” maksud judul dalam buku ini adalah sebuah Kawasan Baluwarti yang dijelajahi oleh seorang traveler dan didokumentasikan dalam bentuk fotografi. Tema yang diangkat dalam perancangan ini adalah catatan perjalanan dalam menjelajah kawasan Baluwarti, sebuah buku hasil perjalanan yang berisi informasi dan foto.

Penggunaan gaya desain dalam perancangan ini adalah gaya *scrapbook*, untuk mendapatkan kesan personal dan unik. Teknik fotografi digital dengan gaya *street photography*, gaya ini memberikan kesan spontan dan tanpa pengarahan sehingga berkesan seperti sebuah pengambilan gambar *snapshot*, yang berkesan spontan dinamis. Diharapkan gaya visual tersebut dapat mempengaruhi remaja usia di atas 12 tahun untuk tertarik datang berwisata ke Baluwarti.

DAFTAR PUSTAKA

SUMBER PUSTAKA

- A, Yoeti, Oka. Edisi Revisi 1996, Pengantar Ilmu Pariwisata, Penerbit Angkasa, Bandung.
- Adityawan, Arif dan Tim libang Concept. *Tinjauan Desain Grafis*. PT. Concept Media, Jakarta. 2010
- Gustami SP. Butir-Butir Mutiara Estetika Timur, Ide Dasar Penciptaan Seni Kriya Indonesia , 2007 hal 258, Penerbit Prasista, Yogyakarta
- Haryati, Sophia Ratna Rr. Semiotika Ruang Sebagai Unsur Pembentuk Struktur Permukiman Tradisional Baluwarti Di Keraton Surakarta, Program Pascasarjana Fakultas Teknik Arsitektur Ugm, Yogyakarta, 2014 , *Tesis*
- Karjoko, Lego. Mimbar Hukum volume 21, nomor 1, Februari 2009
- Lynch, Kevin (1960), *The Image of The City*, MIT Press, Cambridge.
- Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian)* Jilid II Cetakan kelima. Penerbit Erlangga, Jakarta, 1996.
- Rajiman. *Toponimi Kota Surakarta*. Medio: Surakarta, 2002
- Sanyoto, Sadjiman Ebdi, Drs. *Metode Perancangan Komunikasi Visual Periklanan*, Dimensi Press. Yogyakarta. 2006
- Situmorang, Syafrizal Helmi. *Destination Brand: Membangun Keunggulan Bersaing Daerah, Wahana Hijau vol 4 no 2*. Desember 2008
- Surachman S. A. 2008. *Dasar-dasar Manajemen Merek*. Malang: Bayu Media Publishing.
- Yeni Suryani, “Profil Kelurahan Baluwarti Sebagai Media Informasi Wisata Di Kota Surakarta”, Politeknik Indonusa Surakarta 2015.

Sumber Lain

<http://soloraya.com/2014/01/25/joko-sri-yono-pelestari-wayang-beber/>

Harto, Syafri. Kajian Wisata Budaya Terpadu Dalam Rangka Mengoptimalkan Potensi Lokal dalam Meningkatkan Daya Saing Bangsa (Optimalisasi Wisata Kawasan Muara Takus, Kabupaten Kampar, Provinsi Riau). <http://repository.unri.ac.id>

Koran O, 28 Maret 2014

Majalah BRANDNA Vol. 2, No 6, (hal 17- 39) *Destination Branding*. 2008.

Menparekraf: warisan budaya adalah daya tarik wisata,
(<http://www.antaraneews.com>, 26 Januari 2014)

Rotuo Sitompul, <http://travelblog.ticktab.com/2014/11/14/tari-bedhaya-ketawang-tari-tradisional-sakral-dan-sarat-hal-mistis/>





Lampiran 1.

Sarana

Penelitian ini sebagian kegiatan menggunakan peralatan kampus, yaitu komputer dan Printer Epson milik Jurusan Seni Rupa Murni, namun permasalahannya jadwal penggunaan lap cukup padat jadi menggunakan waktu luang Ketika kosong.

NAMA ALAT	LOKASI	FUNGSI	KEMAMPUAN	Prosentase Tunjang Kegiatan
Komputer	Jurusan murni	Mendesain dan membuat laporan	Baik tapi jadwal penggunaannya padat	20%
Printer Epson	Jurusan murni	Mengeprin hasil rancangan dan laporan	Baik tapi jadwal penggunaannya padat	20%

Lampiran 2

Pembagian Kerja

NO	NAMA	INSTANSI ASAL	BIDANG ILMU	ALOKASI WAKTU (JAM/MINGGU)	URAIAN TUGAS
1	Much. Sofwan Zarkasi, S.Sn., M.Sn. / 0607117301 (ketua)	ISI SURAKARTA	Seni Rupa Murni	15 jam	Observasi, wawancara, Merancang, mendesain, Menyusun laporan
2	Asmoro Nurhadi Panindias, M.Sn / 0026067706 (Anggota)	ISI SURAKARTA	Desain Komunikasi Visual	15 jam	Observasi, wawancara, Menyiapkan perlengkapan alat dan bahan, merancang desain