

**STRATEGI DESTINASI WISATA SEJARAH
BENTENG VAN DEN BOSCH SEBAGAI IKON
WISATA KABUPATEN NGAWI UNTUK
MENANAMKAN SIKAP KEPAHLAWANAN
WISATAWAN**

LAPORAN TUGAS AKHIR KARYA

Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Mencapai derajat sarjana S-1/Diploma IV
Program Studi Desain Komunikasi Visual
Jurusan Desain



OLEH :
ALFIAN FIRMANSYAH BAIDOWI
NIM. 15151132

**FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
INSTITUT SENI INDONESIA
SURAKARTA
2022**

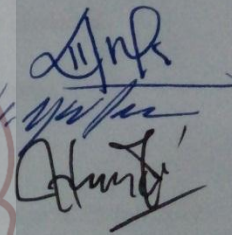
PENGESAHAN TUGAS AKHIR KARYA
STRATEGI DESTINASI WISATA SEJARAH BENTENG
VAN DEN BOSCH SEBAGAI IKON WISATA KABUPATEN NGAWI
UNTUK MENANAMKAN SIKAP KEPAHLAWANAN WISATAWAN

Oleh :
ALFIAN FIRMANSYAH BAIDOWI
NIM. 15151132

Telah diuji dan dipertahankan dihadapan tim penguji
Pada tanggal 15 Juni 2022

Tim Penguji

Ketua Penguji : Dr. Ana Rosmiati, S.Pd., M.Hum.
Penguji Bidang : Dr. Taufik Murtono, S.Sn., M.Sn.
Pembimbing : Dr. Handriyotopo, S.Sn., M.Sn.



Deskripsi karya ini telah diterima sebagai
salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Desain (S.Ds.)
Pada Institut Seni Indonesia Surakarta

Surakarta, 28 Juli 2022
Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain



Dr. Ana Rosmiati, S.Pd., M.Hum.

NIP. 197705312005012002

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Alfian Firmansyah Baidowi

NIM : 15151132

Menyatakan bahwa laporan tugas akhir karya berjudul :

Strategi Destinasi Wisata Sejarah Benteng Van Den Bosch sebagai Ikon Wisata Kabupaten Ngawi untuk Menanamkan Sikap Kepahlawanan Wisatawan adalah karya sendiri dan bukan jiplakan atau plagiarisme dari karya orang lain. Apabila di kemudian hari terbukti sebagai hasil jiplakan atau plagiarisme, maka saya bersedia mendapatkan sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Selain itu saya menyetujui laporan tugas akhir ini dipublikasikan secara *online* dan cetak oleh Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta dengan tetap memperhatikan etika penulisan karya ilmiah untuk keperluan akademis.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surakarta, 28 Juli 2022

Yang Menyatakan



Alfian Firmansyah Baidowi

NIM. 15151132

**STRATEGI DESTINASI WISATA SEJARAH BENTENG
VAN DEN BOSCH SEBAGAI IKON WISATA KABUPATEN NGAWI
UNTUK MENANAMKAN SIKAP KEPAHLAWANAN WISATAWAN**

Oleh : Alfian Firmansyah Baidowi

ABSTRAK

Benteng Van Den Bosch merupakan sebuah situs wisata sejarah di Kabupaten Ngawi yang dibangun pada masa kolonialisme Hindia Belanda sejak tahun 1839 M. Pembangunannya diprakarsai oleh seorang jenderal Hindia Belanda bernama Johannes Van Den Bosch sesuai dengan namanya. Keberadaannya menjadi saksi bisu perjuangan para pahlawan dalam memerangi penjajah. Beberapa tokoh pahlawan yang berhubungan erat dengan sejarah Benteng Van Den Bosch adalah KH. Muhammad Nursalim dan Pangeran Diponegoro.

Pada tahun 2011 Benteng Van Den Bosch secara resmi dibuka sebagai objek wisata di Ngawi. Namun demikian, setelah sekian lama dibuka sebagai objek wisata, ternyata keberadaannya belum dikenal oleh masyarakat luas. Oleh karena itu diperlukan upaya untuk memperkenalkan dan mempromosikannya, yaitu melalui identitas visual dan media promosi. Perancangan identitas visual dan media promosi dilakukan dengan mengusung tema sejarah kepahlawanan dan kelokalan Ngawi untuk mengatasi adanya stigma angker dan mistis.

Kata kunci : *wisata, Benteng Van Den Bosch, identitas visual, media promosi*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penyusunan laporan tugas akhir dengan judul “Strategi Destinasi Wisata Sejarah Benteng Van Den Bosch sebagai Ikon Wisata Kabupaten Ngawi untuk Menanamkan Sikap Kepahlawanan Wisatawan” dapat diselesaikan dengan lancar tanpa suatu halangan yang berarti. Laporan ini disusun dalam rangka memenuhi kewajiban mata kuliah Tugas Akhir sekaligus sebagai prasyarat kelulusan setelah menempuh program studi S1 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Surakarta. Penulis menyadari bahwa penyusunan laporan tugas akhir ini tidak akan dapat dilakukan tanpa bantuan dari berbagai pihak yang ada. Oleh karena itu ucapan terima kasih secara khusus ditujukan kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan hidayah sehingga laporan tugas akhir dapat diselesaikan dengan lancar.
2. Kedua orang tua dan segenap keluarga penulis yang telah memberikan dukungan moral maupun materil.
3. Dr. Ana Rosmiati, S.Pd., M.Hum. selaku Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Surakarta sekaligus pembimbing akademik.
4. Asmoro Nurhadi Panindias, S.Sn., M.Sn. selaku Kepala Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Surakarta.
5. Dr. Handriyotopo, S.Sn., M.Sn. selaku pembimbing tugas akhir.
6. Yoyok Sulistyanto, S.Sos. selaku Kepala Bagian Pariwisata, Dinas Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga Kabupaten Ngawi sekaligus narasumber wawancara.
7. Dosen penguji kelayakan dan pendadaran yang telah membantu kelancaran proses ujian.
8. Segenap karyawan dan staf Kampus Institut Seni Indonesia Surakarta.

9. Rekan-rekan mahasiswa Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Surakarta terkhususnya angkatan 2015.
10. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Bagaimanapun juga penyusunan laporan tugas akhir yang dilakukan masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu pendapat, saran, dan koreksi dari berbagai pihak juga senantiasa diharapkan sebagai bahan evaluasi sehingga penyusunan laporan tugas akhir ini dapat disempurnakan. Harapannya laporan tugas akhir ini dapat memberi manfaat baik kepada diri pribadi penulis, pembaca, dan semua pihak yang terlibat dalam proses penyusunannya.



Surakarta, 28 Juli 2022

Penulis
Alfian Firmansyah Baidowi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PENGESAHAN TUGAS AKHIR KARYA.....	ii
PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Ide/ Gagasan Penciptaan	13
C. Tujuan Penciptaan	13
D. Manfaat Penciptaan	14
E. Tinjauan Sumber penciptaan	16
F. Landasan Penciptaan	28
G. Metode Penciptaan	36
H. Sistematika Penulisan	44
BAB II IDENTIFIKASI DATA	
A. Sejarah Kabupaten Ngawi.....	49
B. Kondisi Geografis Kabupaten Ngawi.....	56
C. Corak Kebudayaan Masyarakat Ngawi.....	59
D. Pariwisata Kabupaten Ngawi.....	63

E. Slogan Kabupaten Ngawi.....	66
F. Sejarah Benteng Van Den Bosch.....	68
G. Tokoh-tokoh di Balik Berdirinya Benteng Van Den Bosch.....	75
H. Struktur dan Fungsi Bangunan Benteng Van Den Bosch.....	85
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Analisis SWOT.....	99
B. Konsep Perancangan.....	102
BAB IV EKSEKUSI KARYA	
A. Identitas Visual.....	129
B. Media Promosi.....	138
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	152
B. Saran.....	153
DAFTAR ACUAN.....	155
LAMPIRAN.....	157

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Benteng Van Den Bosch, Ngawi, Jawa Timur.....	3
Gambar 2. Diagram Hasil Survey Wawasan Benteng Van Den Bosch.....	5
Gambar 3. Ekspedisi Mistis oleh Artis di Benteng Van Den Bosch.....	6
Gambar 4. Bangunan Benteng Van Den Bosch yang Telah Usang.....	10
Gambar 5. Skema Perancangan Identitas Visual dan Media Promosi Benteng Van Den Bosch.....	43
Gambar 6. Alun-alun Kabupaten Ngawi.....	50
Gambar 7. Bentang Alam Ngawi.....	56
Gambar 8. Tari Orek-orek Khas Ngawi.....	59
Gambar 9. Ritual Keduk Beji di Desa Tawun, Ngawi.....	60
Gambar 10. Batik Pring Gading.....	62
Gambar 11. Kripik Tempe.....	63
Gambar 12. Kebun Teh Jamus Ngawi.....	64
Gambar 13. Slogan Kabupaten Ngawi.....	67
Gambar 14. Situs Benteng Van Den Bosch.....	69
Gambar 15. Johannes Van Den Bosch.....	77
Gambar 16. K.H. Muhammad Nursalim.....	80

Gambar 17. Pangeran Diponegoro.....	83
Gambar 18. Pintu Masuk Benteng Van Den Bosch.....	87
Gambar 19. Dinding Luar Benteng Van Den Bosch.....	88
Gambar 20. Kantor Administrasi Benteng Van Den Bosch.....	90
Gambar 21. Gudang Benteng Van Den Bosch.....	92
Gambar 22. Penjara Benteng Van Den Bosch.....	94
Gambar 23. <i>Brainstorming</i> Perancangan Identitas Visual dan Media Promosi Benteng Van Den Bosch.....	103
Gambar 24. Elemen Visual Bambu.....	107
Gambar 25. Sketsa Kasar Identitas Visual Benteng Van Den Bosch dan Alternatifnya.....	110
Gambar 26. Sketsa Identitas Visual Benteng Van Den Bosch Terpilih.....	111
Gambar 27. Sketsa Maskot Benteng Van Den Bosch.....	115
Gambar 28. Variasi Sketsa Maskot Benteng Van Den Bosch.....	117
Gambar 29. <i>Final Artwork</i> Identitas Visual Benteng Van Den Bosch.....	132
Gambar 30. Digitalisasi Maskot Benteng Van Den Bosch.....	136
Gambar 31. Alternatif Pose Maskot Benteng Van Den Bosch.....	137
Gambar 32. Iklan Web.....	140

Gambar 33. <i>Website Resmi</i>	141
Gambar 34. <i>Poster Digital Media Sosial</i>	142
Gambar 35. <i>Leaflet</i>	143
Gambar 36. <i>Poster</i>	144
Gambar 37. <i>Banner</i>	145
Gambar 38. <i>Billboard</i>	146
Gambar 39. <i>Topi</i>	147
Gambar 40. <i>T-shirt</i>	148
Gambar 41. <i>Mug</i>	149
Gambar 42. <i>Stiker</i>	150
Gambar 43. <i>Katalog Digital</i>	151



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Target dan Sasaran Jangka Menengah Pelayanan Bidang Pariwisata Disparpora Kabupaten Ngawi Tahun 2016-2021.....	11
Tabel 2. Luas Wilayah Administrasi Kabupaten Ngawi.....	57
Tabel 3. Matriks Analisis SWOT Benteng Van Den Bosch.....	100
Tabel 4. Tahap Perancangan Media Promosi dengan Metode AISAS.....	121



Daftar Acuan

- Adi Kusrianto. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta : ANDI.
- Andry Masri. 2010. *Strategi Visual : Bermain dengan Formalistik dan Semiotik untuk Menghasilkan Kualitas Visual dalam Desain*. Yogyakarta : Jalasutra.
- Anggraini, L. & Kirana, N., 2014. *Desain Komunikasi Visual*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Aziz Sholechul. 2012. *Jurus Rahasia Jago Fotografi Digital untuk Pemula*. Depok : Kir Direction, TH.
- Berlian Yuliana. 2014. *Perancangan Brand Identity Kampung Batik Tuban. Tugas akhir tidak dipublikasikan*. Jawa Timur : Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”.
- Dikmas Yanfaunas Putera dan Wirania Swasty. 2017. *Perancangan Identitas Visual dan Pengaplikasian pada Media Promosi Museum Sri Baduga*. Bandung : Jurnal Andharupa, Vol. 03, No. 02.
- Dukut Imam Widodo. 2014. *Ngawi Tempo Doeloe*. Surabaya : Dukut Publishing.
- Indiria Maharsi. 2016. *Ilustrasi*. Yogyakarta : Badan Penerbit ISI Yogyakarta.
- Jefkins, Frank. 1994. *Periklanan*. Jakarta. PT. Gelora Aksara Pratama
- Lee, Monle & Carla Johnson. 2011. *Prinsip-prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global*. Jakarta : Kencana.
- Lucky Ardiansyah. 2017. *Perancangan Identitas Visual dalam Destination Branding Pasar Bunga Bratang Surabaya*. Tugas akhir tidak diterbitkan. Surabaya : Institut Bisnis dan Informatika Surabaya.
- Lusyani Sunarya Maimunah dan Nina Larasati. 2012. *Media Company Profile Sebagai Saranapenunjang Informasi Dan Promosi*. Tangerang: Jurnal CCIT.

Morissan, M.A. 2010. *Periklanan : Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta : Kencana.

Renta Yusantiar dan Didit Widiatmoko Soewardikoen. 2018. *Perancangan identitas Visual untuk Promosi Pariwisata Kabupaten Rembang*. Jawa Tengah : Jurnal Andharupa, Vol. 04, No. 02.

Rustan Surianto. 2009. *Layout Dasar dan Penerapannya*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama

Sarwo Nugroho. 2015. *Manajemen Warna dan Desain*. Yogyakarta : ANDI.

Sumbo Tinarbuko. 2015. *DEKAVE : Penanda Zaman Masyarakat Global*. Yogyakarta : CAPS.

Shimp, Terence A. 2003. *Periklanan Promosi : Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta : Erlangga.

Tappenden, Curtis, Luke Jefford, & Stella Farris. 2004. *Graphic Design*. London : Octopus Publishing Group.

Wheeler, Alina. 2013. *Designing Brand Identity: an Essential Guide for the Whole Branding Team*, 4th Edition. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Wibowo, Ibnu Teguh. 2013. *Belajar Desain Grafis*. Yogyakarta: Buku Pintar.

Wirania, Swasty. 2016. *Branding Memahami dan Merancang Strategi Merek*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

<http://www.ngawitourism.com/index.html>

<http://www.siagaindonesia.com>

Lampiran

Potret Benteng Van Den Bosch



Pintu Masuk Benteng



Bekas Kantor Administrasi Jendral Hindia Belanda



Bekas Gudang Penyimpanan Komoditas Dagang



Museum Sejarah Benteng Van Den Bosch