

RANÅ-RENE WALKING TOUR KIT
SEBAGAI *BRAND ACTIVATION*
SOERAKARTA WALKING TOUR

TUGAS AKHIR KARYA

Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Mencapai derajat Sarjana S-1
Program Studi Desain Komunikasi Visual
Jurusan Desain



OLEH
KEVIN JEREMY ECHIZHA
NIM. 17151112

FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
INSTITUT SENI INDONESIA
SURAKARTA
2023

ABSTRAK

RANA-RENE WALKING TOUR KIT SEBAGAI *BRAND ACTIVATION* SOERAKARTA WALKING TOUR

Soerakarta Walking Tour (SWT) banyak diikuti generasi muda Kota Surakarta atas dasar tren dan sekedar mengikuti sehingga mengakibatkan peserta lebih mudah melupakan sampaian materi tim SWT. Padahal, nilai sejarah mengalami ancaman pencurian, penipuan, penghilangan, perusakan, dan penjualan. Solusi dengan perancangan media *kit* perlengkapan perjalanan sebagai bentuk *brand activation*. Menargetkan *user* yang memiliki kebiasaan menulis pengalaman, yang menjadi bentuk respon menulis, menggambar, dan menyimpan sampaian materi tim SWT. Tujuannya agar sampaian informasi mudah dipahami dan diingat. Media tersebut digunakan saat program perjalanan dan dapat dibawa pulang agar dapat disimpan sebagai alat *recall memory* atau sarana berbagi pengalaman kepada orang lain. Proses perancangannya menggunakan jenis penelitian kualitatif dan metode desain Double Diamond Design Framework. Luarannya terdiri dari media utama berupa map panduan dan buku jurnal, media desain pendukung berupa media pelengkap media utama, dan media publikasi menggunakan sosial media Instagram SWT. Media publikasi menggunakan konsep kreatif *content pillar* dan *copywriting formulas* teknik AIDA (*Attention, Interest, Desire, dan Action*).

Kata Kunci: Warisan Budaya, Soerakarta Walking Tour, Walking Tour Kit, *Brand Activation*, Kota Soerakarta

OLEH

KEVIN JEREMY ECHIZHA

NIM. 17151112

FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN

INSTITUT SENI INDONESIA

SURAKARTA

2023

DAFTAR ISI

PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN	iii
MOTTO	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG	1
B. GAGASAN PERANCANGAN	5
C. TUJUAN PERANCANGAN	6
D. MANFAAT PERANCANGAN	6
1. Manfaat Teoritis	6
2. Manfaat Praktis	7
E. TINJAUAN SUMBER PERANCANGAN	7
F. LANDASAN PERANCANGAN	13
1. <i>Brand Activation</i>	13
2. Elemen Desain Komunikasi Visual dalam Media <i>Brand Activation</i>	16
G. METODE PERANCANGAN	22
H. SISTEMATIKA PENULISAN	24
BAB II	26
IDENTIFIKASI DATA	26
A. SEJARAH KOTA SURAKARTA	26
B. POTENSI WARISAN BUDAYA KOTA SURAKARTA	28
C. SOERAKARTA WALKING TOUR.....	29
1. Profil Soerakarta Walking Tour	29
2. Visi dan Misi Soerakarta Walking Tour	31
3. Struktur dan Tanggung Jawab Organisasi	31
4. Program Soerakarta Walking Tour	32
5. Program Walking Tour	33

6. Program Special Tour	36
D. CUSTOMER PROFILING	36
1. Observasi.....	37
2. Kuesioner Terbuka	39
3. Wawancara.....	41
4. <i>Target Market</i> dan <i>Target Audience</i>	42
5. <i>Empathy Map</i>	43
E. KOMPETITOR.....	44
1. Solo Societeit.....	45
2. Soeracarta Heritage Society	47
F. ANALISA SWOT.....	49
BAB III.....	51
<i>Untuk memenuhi sebagian persyaratan</i>	
<i>Mencapai derajat Sarjana S-1</i>	
PERANCANGAN KARYA.....	51
<i>Program Studi Desain Komunikasi Visual</i>	
A. KONSEP KREATIF	51
<i>Jurusan Desain</i>	
1. <i>Brand Matrix</i>	51
2. <i>Brand Personality</i>	53
3. <i>Creative Brief</i>	54
4. <i>Content Pillar</i>	55
5. <i>Copywriting Formulas</i>	55
B. KONSEP MEDIA.....	57
1. Media Utama.....	58
2. Media Pendukung	58
3. Media Publikasi	58
C. KONSEP DESAIN	59
1. Walking Tour Kit.....	59
2. Media Desain Pendukung	89
3. Media Publikasi	94
BAB IV.....	96
<i>OLEH</i>	
<i>KEVIN JEREMY ECHIZHA</i>	
<i>NIM. 17151112</i>	
HASIL PERANCANGAN KARYA	96
A. RĀNĀ - RENE WALKING TOUR KIT.....	96
<i>FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN</i>	
<i>INSTITUT SENI INDONESIA</i>	
1. Map Panduan	96
2. Buku Jurnal	112
B. MEDIA DESAIN PENDUKUNG.....	118
1. <i>Ballpoint</i>	118
2. <i>Lanyard</i>	119
3. Topi.....	119
4. Botol Minum	120
5. Kipas Angin Mini <i>Portable</i>	121
6. Poster.....	121
7. <i>Sticker Pack</i>	122

8. <i>Postcard</i>	122
C. MEDIA DESAIN PUBLIKASI.....	124
BAB V.....	125
PENUTUP.....	125
A. KESIMPULAN.....	125
B. SARAN.....	127
1. Saran Internal.....	128
2. Saran Eksternal.....	129
DAFTAR PUSTAKA.....	130
LAMPIRAN.....	134

Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Mencapai derajat Sarjana S-1
Program Studi Desain Komunikasi Visual
Jurusan Desain



OLEH
KEVIN JEREMY ECHIZHA
NIM. 17151112

FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
INSTITUT SENI INDONESIA
SURAKARTA
2023

DAFTAR PUSTAKA

- Ambrose, G. dan Harris, P. (2005) Basics Design 02: Layout. Bloomsbury Academic (AVA Book). Tersedia pada: <https://books.google.co.id/books?id=aMFjyHg2xCgC>.
- Cass, J. (2019) Brand Personality Slider – An Essential Brand Strategy Tool. Tersedia pada: <https://justcreative.com/brand-personality-matrix/> (Diakses: 21 Desember 2023).
- Design Council (2004) Double Diamond Framework. Tersedia pada: <https://www.designcouncil.org.uk/our-work/skills-learning/tools-frameworks/framework-for-innovation-design-councils-evolved-double-diamond/> (Diakses: 14 Februari 2023).
- Dina dan Purtanto, A. (2013) Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Event Dalam Pembentukan Brand Equity. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah (2020) Buku Statistik Pariwisata Jawa Tengah Dalam Angka 2020.
- Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah (2021) Buku Statistik Pariwisata Jawa Tengah Dalam Angka 2021. Diedit oleh dan P.P.J.T. Dinas Kepemudaan, Olahraga.
- Farid (2023) Museum Megalitikum Bondowoso Sebagai Ide Penciptaan Buku Pop Up untuk Pengenalan Situs Budaya pada Anak.
- Hendratman, H. (2008) Tips & Trik Graphic Desain. Bandung: Informatika.
- Kardinata, H. (2015) Desain Grafis Indonesia dalam Pusaran Desain Grafis Dunia. 1 ed. Jakarta: DGI Press.
- Kepala Dinas Tata Ruang Kota Surakarta (2014) “Surat Keputusan Kepala Dinas Tata Ruang Kota Surakarta No.646/40/I/2014 Tentang Penetapan Bangunan

yang Dianggap Telah Memenuhi Kriteria sebagai Cagar Budaya Sesuai Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2010 Tentang Cagar Budaya.”

Komunitas Soerakarta Walking Tour (2022) “Arsip Komunitas Soerakarta Walking Tour.” Surakarta.

Kusrianto, A. (2009) Pengantar Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: ANDI.

Laku Lampah (2017) “Arsip Laku Lampah.” Surakarta.

Untuk memenuhi sebagian persyaratan

Landa, R. (2010) Advertising by Design: Generating and Designing Creative Ideas Across Media. Wiley. Tersedia pada: <https://books.google.co.id/books?id=idn9hMqMJMAC>.

Lupton, E. dan Phillips, J.C. (2011) Graphic Design Thinking: Beyond Brainstorming. Princeton Architectural Press. Tersedia pada: <https://books.google.co.id/books?id=G8cKkgAACAAJ>.

Marpaung, H. (2002) Pengetahuan Pariwisata. Bandung: Alfabeta.

Morel, P., Preisler, P. dan Nyström, A. (2002) Brand Activation. Stockholm: Starsky Insight.

Nurhajarini, D.R. (1999) Sejarah Kerajaan Tradisional Surakarta. Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI.

Pemerintah Indonesia (2010) “Undang-Undang Republik Indonesia Tentang Cagar Budaya (UU Nomor 11 Tahun 2010).”

Pudjiastuti, W. (2010) Special Event. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Rohmanditya, R. (2016) Perancangan Brand Activation Kopi Cap Liog Bulan Sebagai Warisan Kuliner Khas Kota Bogor. Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Romadhoni, B.A. (2022) Pagar Bekas Keraton Kartasura Dijebol, Trah Mataram:

Merusak Peninggalan Leluhur, Suarasurakarta.id. Tersedia pada: <https://surakarta.suara.com/read/2022/05/05/185650/pagar-bekas-keraton-kartasura-dijebol-trah-mataram-merusak-peninggalan-leluhur> (Diakses: 10 Agustus 2022).

Rustan, S. (2013) *Font and Tipografi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Sembodo, K.P., Bahruddin, M. dan Dewanto, T.H. (2016) “Perancangan Buku City Guide Wisata Cagar Budaya Kota Surabaya Menggunakan Teknik Ilustrasi Pensil Warna Guna Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan,” *Jurnal Art Nouveau*, 5(2), hal. 320–328.

Shimp, T.A. et al. (2003) *Periklanan dan Promosi*. 5 ed. Jakarta: Erlangga.

Sihombing, D. (2015) *Tipografi Dalam Desain Grafis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Soeratman, D. (2000) *Kehidupan Dunia Keraton Surakarta 1830-1939*. Yogyakarta: Yayasan Untuk Indonesia.

Walikota Surakarta (2013a) “Surat Keputusan Walikota Surakarta No.646/1-2/1/2013 Tentang Perubahan Atas Keputusan Walikotamadya Daerah Tingkat II Surakarta Nomor 646/116/1/1997 Tentang Penetapan Bangunan-Bangunan dan Kawasan Kuno Bersejarah di Kotamadya Daerah Tingkat II Surakarta y.”

Walikota Surakarta (2013b) “Surat Keputusan Walikota Surakarta No.646/32-C/1/2013 Tentang Penetapan Ndalem Joyokusuman, Gedung Bekas Rumah Sakit Jiwa Mangunjayan, dan Ponten Mangkunegaran VII sebagai Cagar Budaya, yang Dilindungi Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2010 tentang Cagar Budaya.”

Wallace, S. (2012) *Brand Activation: Bringing Brands to Life!* Tersedia pada: <http://www.brandactivation.ca/brand-activationtrade.html> (Diakses: 10 Oktober 2023).

Wheeler, A. (2013) *Designing Brand Identity*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

**RANÅ-RENE WALKING TOUR KIT
SEBAGAI *BRAND ACTIVATION*
SOERAKARTA WALKING TOUR**

TUGAS AKHIR KARYA

Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Mencapai derajat Sarjana S-1
Program Studi Desain Komunikasi Visual
Jurusan Desain



**OLEH
KEVIN JEREMY ECHIZHA
NIM. 17151112**

**FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
INSTITUT SENI INDONESIA
SURAKARTA
2023**