



**PENCIPTAAN DESTINATION BRANDING KERATON KASUNANAN
SOLO SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN MINAT KUNJUNGAN
WISATAWAN DOMESTIK**

TUGAS AKHIR

Program Studi

S1 Desain Komunikasi Visual

UNIVERSITAS
Dinamika

Oleh:

Aan Ari Permana

10.42010.0072

ABSTRAK

Kota Surakarta telah dikenal sebagai daerah yang memiliki warisan budaya yang sangat beragam yang memiliki benda-benda peninggalan bersejarah yang ada di Jawa Tengah dengan keaneka ragaman budayanya adanya Keraton Kasunanan sebagai pengaruh adanya alikuturasi 3 Budaya. Timbulnya fenomena pergeseran nilai budaya terkandung di dalam filosofi yang ada di Keraton Kasunanan Surakarta Hardiningrat. Karena itu dibutuhkan sebuah penciptaan destination Branding berupa Buku Profil Keraton Kasunanan Surakarta Hardiningrat. Untuk mengangkat nilai-nilai budaya seperti makna, Budaya, filosofi dan mitos yang terkandung didalam Keraton Kasunanan Surakarta Hardiningrat sebagai upaya meningkatkan minat kunjungan Wisatawan Domestik. Penciptaan dilakukan dengan pendekatan observasi, wawancara dan studi eksisting dengan menggunakan sudut pandang *keyword* hasil kajian pustaka, yaitu estetika, sosial budaya, citra diri dan produk budaya. Dengan menggunakan metode analisis deskriptif-kualitatif yang didukung dengan indikator STP dan USP (Unique Selling Proposition) didapatkan “special trip to visit” sebagai konsep perancangan. “Keraton Kasunanan Kemewahan Yang Tersembunyi Di Jawa” sebagai judul buku dengan *point of interest* gambar ilustrasi fotografi, diimplementasikan pada penciptaan karya. Untuk mengetahui efektivitas, kelayakan dan kesesuaian karya digunakan pengujian hasil desain dengan melalui angket berskala Likert yang diberikan pada 111 responden. Dari hasil analisa kolerasi pengujian desain, didapatkan bahwa seluruh hasil pernyataan angket memiliki korelasi pengujian desain, didapatkan bahwa seluruh hasil pernyataan angket memiliki korelasi yang signifikan sehingga mampu memenuhi tujuan dari buku dengan nilai loading pernyataan antara, 242-362 dan *mean* antara 4, 27-4,62

Kata Kunci: *Penciptaan, Destination Branding, Keraton Kasunanan, Wisatawan Domestik*

ABSTRAK

Kota Surakarta telah dikenal sebagai daerah yang memiliki warisan budaya yang sangat beragam yang memiliki benda-benda peninggalan bersejarah yang ada di Jawa Tengah dengan keaneka ragaman budayanya adanya Keraton Kasunanan sebagai pengaruh adanya alikuturasi 3 Budaya. Timbulnya fenomena pergeseran nilai budaya terkandung di dalam filosofi yang ada di Keraton Kasunanan Surakarta Hardiningrat. Karena itu dibutuhkan sebuah penciptaan destination Branding berupa Buku Profil Keraton Kasunanan Surakarta Hardiningrat. Untuk mengangkat nilai-nilai budaya seperti makna, Budaya, filosofi dan mitos yang terkandung didalam Keraton Kasunanan Surakarta Hardiningrat sebagai upaya meningkatkan minat kunjungan Wisatawan Domestik. Penciptaan dilakukan dengan pendekatan observasi, wawancara dan studi eksisting dengan menggunakan sudut pandang *keyword* hasil kajian pustaka, yaitu estetika, sosial budaya, citra diri dan produk budaya. Dengan menggunakan metode analisis deskriptif-kualitatif yang didukung dengan indicator STP dan USP (Unique Selling Proposition) didapatkan “special trip to visit” sebagai konsep perancangan. “Keraton Kasunanan Kemewahan Yang Tersembunyi Di Jawa” sebagai judul buku dengan *point of interest* gambar ilustrasi fotografi, diimplementasikan pada penciptaan karya. Untuk mengetahui efektivitas, kelayakan dan kesesuaian karya digunakan pengujian hasil desain dengan melalui angket berskala Likert yang diberikan pada 111 responden. Dari hasil analisa kolerasi pengujian desain, didapatkan bahwa seluruh hasil pernyataan angket memiliki korelasi pengujian desain, didapatkan bahwa seluruh hasil pernyataan angket memiliki korelasi yang signifikan sehingga mampu memenuhi tujuan dari buku dengan nilai loading pernyataan antara, 242-362 dan *mean* antara 4, 27-4,62

Kata Kunci: *Penciptaan, Destination Branding, Keraton Kasunanan, Wisatawan Domestik*

ABSTRACT '

Surakarta is known as a cultural heritage that has very diverse objects of historic legacy in the Middle East with the cultural diversity of the square as the influence of the phenomenon alkuturasi 3 Budaya. Timbulnya shift cultural values embodied in the philosophy that there is The square Hardiningrat . Because it takes a creation of a destination Branding Profile Books square Hardiningrat . To raise the cultural values such as the meaning , culture , philosophy and mythology contained in square Hardiningrat an effort to increase the interest of domestic tourists . Creation is based on the observation , interview and study the existing keyword menggunakansudut view the literature study , the aesthetic , social and cultural self-image and cultural products . By using the analytical method , which is supported by qualitative indicators STP and USP (Unique Selling Proposition) got " special trip to visit " as a design concept . " Luxury square Hidden In " as the title of a book by point of interest photographic illustrations , implemented on the creation of the work. To determine the effectiveness , feasibility and appropriateness of the work, the results of the test design with a Likert scale questionnaire with given on 111 respondents . Correlation analysis of the results of testing the design , it was found that all of the statements questionnaire correlated design testing , we found that all of the statements questionnaire has a significant correlation to be able to fulfill the purpose of the book with the loading of the statement , and the mean between 242-362 4 , 27- 4.62

Keywords : *Creation , Destination Branding , square , Domestic Travelers*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat, rahmat, dan karunianya karena peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan kajian ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan program studi S1 Desain Komunikasi Visual di Fakultas Teknologi Dan Informatika Institut Bisnis Dan Informatika Stikom Surabaya.

Penulisan Tugas Akhir ini tidak akan sepenuhnya berhasil tanpa adanya sumbangan pikiran dan tenaga serta dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu penyelesaian tugas akhir ini baik secara moril maupun materiil. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya peneliti berikan kepada:

1. Orang tua yang senantiasa memberikan dukungan moril maupun materiil dalam menyelesaikan pendidikan hingga Sarjana.
2. Rektor Institut Bisnis dan Informatika STIKOM Surabaya, Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd atas kesempatan dan fasilitas yang diberikan untuk menyelesaikan pendidikan S1 Desain Komunikasi Visual di Institut Bisnis dan Informatika STIKOM Surabaya.
3. Kepala Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual Institut Bisnis dan Informatika STIKOM Surabaya Muhammmad Bahrudin, S.Sos., M.Med.Kom.

4. Sigit Prayitno Yoseph, S.T. selaku dosen pembimbing II yang selalu memberikan pencerahan untuk setiap permasalahan dalam proses penyusunan Karya Tugas Akhir ini.Seluruh Dosen S1 Desain Komunikasi Visual di Institut Bisnis dan Informatika STIKOM Surabaya.
5. Tim PPTA (Pusat Pelayanan Tugas Akhir) Institut Bisnis dan Informatika STIKOM Surabaya yang senantiasa bersedia melayani mahasiswa dalam proses penyusunan Tugas Akhir.
6. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2010 dan 2011 S1 Desain Komunikasi Visual Institut Bisnis dan Informatika STIKOM Surabaya dan sahabat-sahabat yang selalu memotivasi peneliti.
7. Dan lain sebagainya yang mungkin belum disebutkan satu persatu di sini. Peneliti menyadari bahwa Laporan Tugas Akhir Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan laporan ini masih jauh dari sempurna, untuk itu Peneliti juga berharap laporan ini juga bermanfaat bagi kita semua. Oleh karena itu, Peneliti menerima dengan senang hati saran dan kritik untuk penyempurnaan Laporan Tugas Akhir ini yang dapat dikirim di alamat email Aripermanadkv@gmail.com. Atas segala perhatian dan maklumnya Peneliti ucapkan terima kasih.

Surabaya, 27 Februari 2015

Peneliti

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Tujuan Perancangan	6
1.5 Manfaat Penciptaan	7
1.5.1 Manfaat Teoritis	7
1.5.2 Manfaat Praktis.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penciptaan.....	8
2.2 Teori Budaya	8
2.3 Profil Lengkap Keraton Kasunanan Surakarta Hadinigrat	11
2.4 Kajian Tentang Buku.....	19
2.4.1 Kategori Jenis Buku	21
2.4.2 Tata Aturan Halaman Buku.....	24
2.4.3 Manfaat Buku	25
2.4.4 Karakter Buku Dengan Gambar	25
2.5 Fotografi	27
2.5.1 Macam-macam Efek Fotografi.....	30
2.6 Presepsi Visual	33
2.7 Beberapa Pendekatan Untuk Sebuah Penugasan.....	34
2.8 <i>Intergrated Book Development</i>	36
2.9 Unsur-unsur Desain	39

2.9.1 Tipografi	39
2.9.2 Warna.....	42
2.9.3 Bentuk.....	44
2.9.4 <i>Layout</i>	46
2.9.5 Sintaksis Tipografi.....	48
2.9.6 <i>White Space</i> (Ruang Kosong).....	49
2.9.7 Proses Cetak	49
2.10 Media Promosi.....	50
2.10.1 Definisi Media Promosi.....	50
2.11 Desain Media Promosi Keraton Kasunanan Surakarta Hadinigrat	53
2.12 Pemasaran Wisata (<i>Tourism Marketing</i>)	53
2.13 Kajian Mengenai Motivasi KunjunganWisata	56
2.14 Media Informasi	58
2.15 Media Buku.....	58
2.16 Penelitian Terdahulu.....	60
2.16.1 Buku Sekilas Sejarah Keraton Surakarta.....	60
2.16.2 Buku Mau Kemana Keraton Kasunanan Surakarta.....	62
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	64
3.1 Jenis Penelitian	64
3.2 Metode Penelitian	65
3.3 Teknik Pengumpulan Data	65
3.4 Teknik Analisis Data	68
3.4.1 Hasil Wawancara dan Analisis Data Wawancara.....	68
3.4.2 Studi Eksisting.....	69
3.4.3 Strategi Media.....	70
BAB IV KONSEP DAN PERANCANGAN.....	72
4.1 Obyek Penelitian.....	72
4.2 Data Produk	73
4.3 Profil Pembaca Buku	74

4.3.1 Posisi Pasar	74
4.3.2 Potensi Pasar	75
4.3.3 Segmentasi Pasar	76
4.3.4 Perbandingan	76
4.4 Analisis Data.....	77
4.4.1 Hasil Observasi.....	78
4.5 Segmentasi, <i>Targeting</i> , <i>Positioning</i>	79
4.6 <i>Keyword</i>	81
4.7 Deskripsi Konsep.....	82
4.8 Perencanaan Kreatif.....	83
4.8.1 Tujuan Kreatif.....	83
4.8.2 Strategi Kreatif	84
4.8.3 Ukuran Dan Halaman Buku	85
4.8.4 <i>Headline</i> dan <i>Sub Headline</i>	86
4.8.5 <i>Layout</i>	86
4.8.6 Bahasa.....	87
4.8.7 Visual	87
4.8.8 Warna.....	88
4.8.9 Tipografi	91
4.9 Strategi Media.....	93
4.9.1 Buku Keraton Kasunanan	96
4.9.2 Media Pendukung	96
4.9.3 Biaya Media.....	97
4.10 Estimasi Harga Buku	103
BAB V IMPLEMENTASI KARYA	108
5.1 Implementasi Desain	108
5.1.1 Implementasi Sketsa Desain Cover Buku Keraton	
Kasunanan	108
5.1.2 Konsep Desain Visual Ornamen Cover Buku Keraton	
Kasunanan	109

5.1.3 Elemen Warna Background Keraton Kasunanan	110
5.1.4 Alternatif Desain Cover Buku Keraton Kasunanan	112
5.1.5 Hasil Desain Cover Buku Keraton Kasunanan.....	113
5.1.6 Implementasi Sketsa Desain Isi Buku Keraton Kasunanan	115
5.1.7 Konsep Desain Visual Ornamen Isi Buku Keraton	
Kasunanan Surakarta Hadiningrat	116
5.2 Website	149
5.2.1 Implementasi Sketsa Desain Website.....	150
5.2.2 Hasil Desain Website Keraton Kasunanan Surakarta.....	151
5.2.3 Penempatan Website.....	152
5.3 Implementasi Desain Media Publikasi	153
5.4 Implementasi Pengujian Hasil Desain	156
5.4.1 Analisis Pengujian Hasil Desain.....	158
BAB VI PENUTUP	162
6.1 Kesimpulan	162
6.2 Saran	163
DAFTAR PUSTAKA	164
LAMPIRAN	169



UNIVERSITAS
Dinamika

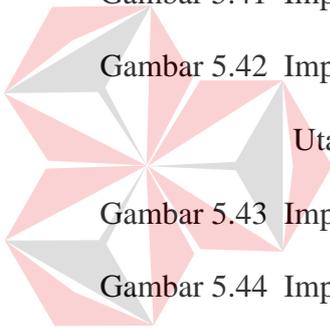
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Kompleks Keraton Kasunanan Surakarta.....	3
Gambar 2.1	Sekilas Sejarah Keraton Surakarta	13
Gambar 2.2	Gamelan Salah Satu benda Peninggalan Di Keraton	
	Kasunanan Surakarta	16
Gambar 2.3	Dakon Salah Satu Benda Peninggalan Bersejarah Di Keraton	
	Kasunanan Surakarta Merupakan Permainan Tradisional ...	17
Gambar 2.4	Salah satu Perayaan Malam 1 Suro Di Keraton Kasunanan..	18
Gambar 2.5	Kompleks Keraton Kasunanan Surakarta.....	19
Gambar 2.6	Ensiklopedia Budaya Jawa Dan Keris.....	21
Gambar 2.7	Kamus Inggris-Indonesia.....	22
Gambar 2.8	Buku Religi.....	22
Gambar 2.9	Novel Best Seller.....	23
Gambar 2.10	Buku Panduan.....	23
Gambar 2.11	Kamera <i>Single Lens Reflect</i>	27
Gambar 2.12	<i>Efek Low Angle</i>	30
Gambar 2.13	<i>Efek Wide Angle</i>	30
Gambar 2.14	<i>Efek Perspektive</i>	31
Gambar 2.15	Efek Ruang Tajam Sempit.....	31
Gambar 2.16	Efek Ruang Tajam Luas	32
Gambar 2.17	Efek Siluet	32
Gambar 2.18	<i>Efek Freeze</i>	32
Gambar 2.19	Efek Difraksi	33
Gambar 2.20	<i>Destination Branding Creating The Unique Destination ...</i>	
	<i>Proposition</i>	51
Gambar 2.21	<i>Tourism Branding Communities In Action</i>	54
Gambar 2.22	Sekilas Sejarah Keraton Surakarta	61
Gambar 2.23	Mau Ke Mana Keraton Kasunanan Surakarta	62
Gambar 4.1	Proses Penentuan <i>Final Keyword</i> Atau Konsep Perancangan	82
Gambar 4.2	<i>Color Chart Color Scheme Designer</i>	90

Gambar 4.3	<i>Font Edwardian Script ITC</i>	92
Gambar 4.4	<i>Font Times New Roman</i>	92
Gambar 5.1	Konsep Seketsa Desain Cover Buku Keraton.....	108
Gambar 5.2	Konsep Desain Visual Ornamen Cover Buku Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat	110
Gambar 5.3	Elemen Warna Background Pada Buku Keraton Kasunanan	111
Gambar 5.4	Alternatif Desain Cover Buku Keraton Kasunanan Surakarta.....	112
Gambar 5.5	Desain Cover Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat	113
Gambar 5.6	Implementasi Cover Buku Depan, Samping dan Belakang.	114
Gambar 5.7	Konsep Sketsa Desain Orna Isi Buku Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat.....	115
Gambar 5.8	Konsep Desain Ornamen Pada Isi Buku Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat.....	116
Gambar 5.9	Implementasi Halaman Pembuka.....	117
Gambar 5.10	Halaman Hak Cipta dan Tentang Penulis.....	119
Gambar 5.11	Implementasi Halaman Ucapan Terima Kasih Dan Kata Pengantar Penulis.....	120
Gambar 5.12	Implementasi Halaman Kata Sambutan Wali Kota Surakarta.....	121
Gambar 5.13	Implementasi Halaman.Kata Pengantar.....	122
Gambar 5.14	Implementasi Halaman Pendahuluan dan Daftar Isi	123
Gambar 5.15	Implementasi Halaman Gapura Gladak.	124

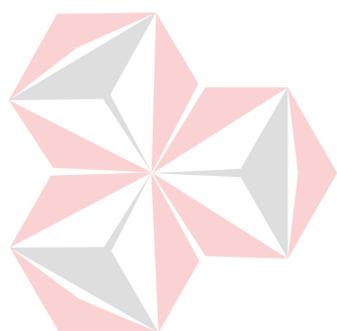
Gambar 5.16 Implementasi Halaman Kori Utama.	125
Gambar 5.17 Implementasi Halaman Ukiran Ornamen Bangsal Manguneng.....	126
Gambar 5.18 Implementasi Halaman Bangsal Manguneng.....	127
Gambar 5.19 Implementasi Halaman Kamandungan.	128
Gambar 5.20 Implementasi Halaman Pintu Kamandungan.....	129
Gambar 5.21 Implementasi Halaman Panggung Sanggabuana.....	130
Gambar 5.22 Implementasi Halaman Sri Manganti.	131
Gambar 5.23 Implementasi Halaman Kamandungan Dalam dan Bangsal Surakarta.....	132
Gambar 5.24 Implementasi Halaman Pendapa Sasana Sewangka.....	133
Gambar 5.25 Implementasi Halaman Plataran.....	134
Gambar 5.26 Implementasi Halaman Andrawina.....	134
Gambar 5.27 Implementasi Halaman Koken.....	135
Gambar 5.28 Implementasi Halaman Sasana Baksawa.....	136
Gambar 5.29 Implementasi Halaman Museum Keraton Kasunanan.....	137
Gambar 5.30 Implementasi Kereta Kyai Retna Pembagya.....	138
Gambar 5.31 Implementasi Kereta Marasebo dan Kjahi Gredo.....	139
Gambar 5.32 Implementasi Halaman Hunian.....	140

Gambar 5.33 Implementasi Halaman Madih Perpustakaan.....	141
Gambar 5.34 Implementasi Halaman Srimanganti Kidul.....	141
Gambar 5.35 Implementasi Halaman Pak Mulyono.	142
Gambar 5.36 Implementasi Halaman Magangan dan Kartipraja.....	143
Gambar 5.37 Implementasi Gadung Melati dan Brajanala Kidul.....	144
Gambar 5.38 Implementasi Si Tinggil Kidoel.....	145
Gambar 5.39 Implementasi Alun-alun Kidul.....	146
Gambar 5.40 Implementasi Kereta Jenasah Reksa Punorpo.....	147
Gambar 5.41 Implementasi Kereta Reja.....	147
Gambar 5.42 Implementasi Lawangan Gapit Etan Kulon dan Brajanala Utara.....	148
Gambar 5.43 Implementasi Daftar Isi.....	149
Gambar 5.44 Implementasi Sketsa Desain Website.....	150
Gambar 5.45 Hasil Desain Website Keraton Kasunanan Surakarta.....	151
Gambar 5.46 Penempatan Website.....	152
Gambar 5.47 Implementasi Desain Flyer.....	153
Gambar 5.48 Implementasi Desain Poster.....	154
Gambar 5.49 Implementasi Desain Roll Banner.....	155

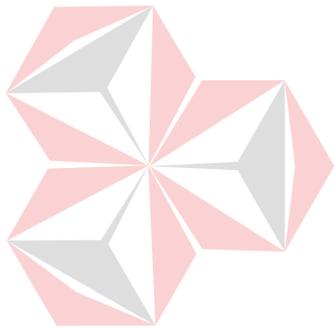


DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Standar Anatomi Buku	38
Tabel 5.1 Tabel Karakteristik Responden.....	158
Tabel 5.2 Tabel Karakteristik Responden.....	158
Tabel 5.3 Tabel Hasil Analisis Korelasi	160
Tabel 5.4 Tabel Deskripsi Hasil Angket.....	161



UNIVERSITAS
Dinamika



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I

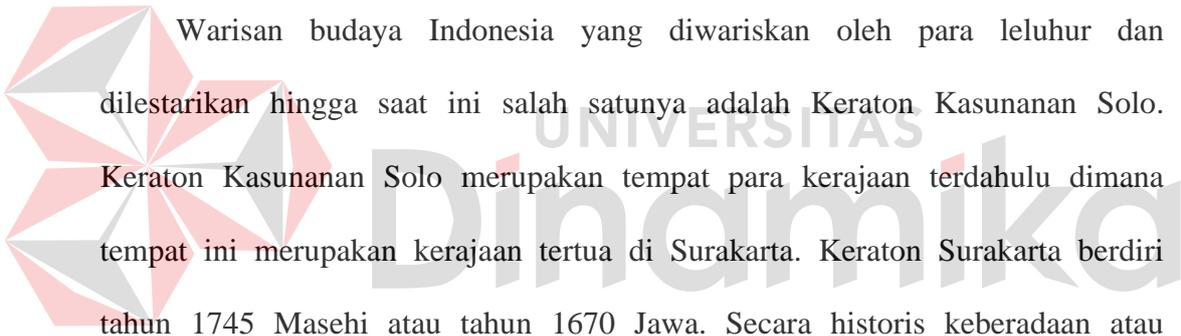
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri pariwisata yang ada di negara Indonesia memiliki potensi wisata yang cukup tinggi dikarenakan Indonesia memiliki banyak tempat pariwisata yang layak untuk dikunjungi. Selain itu juga, tempat pariwisata yang ada di Indonesia memiliki ciri khas tersendiri yang dapat menambah daya tarik dan memikat para turis mancanegara maupun domestik untuk mengunjunginya. Kekuatan industri pariwisata Indonesia yang utama masih pada sumber daya alam dan kekayaan ragam budaya, serta biaya yang relatif murah. Industri pariwisata terbukti kebal dari krisis global. Saat perekonomian global tersuruk, pertumbuhan pariwisata Indonesia tetap tumbuh, bahkan melebihi angka pertumbuhan ekonomi nasional.

Mengutip pernyataan Wakil Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Septa Nirwandar, menyatakan pertumbuhan industri pariwisata di Indonesia tahun 2014 mencapai 9,39 persen lebih tinggi dari tahun sebelumnya. Angka itu di atas pertumbuhan ekonomi nasional yang mencapai 5,7 persen. Dalam daftar peringkat daya saing pariwisata di ASEAN yang dilansir oleh *World Economic Forum* (2013), posisi Indonesia terus merangkak naik setiap tahunnya. Kini, peringkat daya saing Indonesia berada di urutan ke 70. Pada 2012 ada di urutan 74. Peringkat ini di atas peringkat Brunei (72), Vietnam (80), Filipina (82), serta Kamboja (106) (indonesia.go.id., 2010). Selain memiliki ciri khas tersendiri dalam bidang pariwisata, Indonesia memiliki warisan budaya yang sangat

beragam, hal ini menambah poin penting bagi sektor pariwisata Indonesia. Di dunia internasional, Indonesia dikenal dengan Bali sebagai destinasi utama berlibur, sedangkan Indonesia memiliki tempat pariwisata yang menjual nilai tradisional warisan leluhur bangsa selain pantai, pegunungan, maupun *urban tourism objects* yang saat ini banyak ditemui di negeri ini. Sejarah bangsa Indonesia yang kental dengan nilai tradisional dan menjunjung tinggi budaya leluhur dapat menarik minat kunjungan para wisatawan untuk mengunjungi tempat bersejarah guna mengetahui ataupun mempelajari sejarah maupun budaya bangsa Indonesia pada jaman dulu kala.



Warisan budaya Indonesia yang diwariskan oleh para leluhur dan dilestarikan hingga saat ini salah satunya adalah Keraton Kasunanan Solo. Keraton Kasunanan Solo merupakan tempat para kerajaan terdahulu dimana tempat ini merupakan kerajaan tertua di Surakarta. Keraton Surakarta berdiri tahun 1745 Masehi atau tahun 1670 Jawa. Secara historis keberadaan atau eksistensi Keraton Surakarta telah ada jauh sebelumnya berdirinya Negara Republik Indonesia. Dengan demikian Keraton Surakarta telah melintasi perjalanan sejarah yang panjang. Sejak dahulu hingga kini Keraton Surakarta di perintah oleh Ratu Jawa (Raja Jawa) Trah Mataram berdasarkan keturunan/trah susuhunan Hamangkurat atau susuhunan Paku Buwono yang terdahulu, secara turun-temurun, memiliki hak asal-usul atau hak tradisional dan bersifat istimewa. Salah satu fungsi keraton antara lain adalah tempat kediaman resmi susuhunan Paku Buwono beserta keluarganya. Oleh karenanya tidak bisa dipisahkan Keraton dengan Ratu, karena tidak bisa disebut Keraton tanpa Ratu. Keraton merupakan

“wadah”, sedangkan ratu merupakan “isinya”. Keraton dan Ratu (Raja) merupakan satu kesatuan atau dwi tunggal yang tidak dapat dipisahkan. Pada tahun 1742, Keraton Kasunanan Solo dulunya adalah kerajaan Mataram yang dijarah oleh raja saingan dari kerajaan pulau Madura. Raja Mataram tersebut adalah Pakubuwono XI yang memimpin sebuah Keraton Kasunanan yang berada di wilayah Surakarta. Gambaran kondisi Keraton Kasunanan Solo pada masa itu sangatlah rumit dikarenakan banyak masalah maupun konflik yang terjadi di dalam pihak Keraton itu sendiri, seperti adanya perang antar saudara maupun perang dengan pihak kerajaan lain.



Gambar 1.1
Kompleks Karaton Kasunanan Surakarta.
(sumber : Dokumentasi Peneliti)

Menilik sejarah mengenai Keraton Kasunanan Solo, saat ini Keraton Kasunanan Solo menjadi sebuah simbol tempat pariwisata yang wajib dikunjungi apabila berkunjung ke daerah Solo. Keraton Kasunanan Surakarta dibuka untuk umum setiap hari pada pukul 08.30-14.00 WIB, dan hari Minggu pada pukul 08.30-13.00 WIB, sedangkan pada hari Jumat Keraton tutup

(surakarta.go.id). Hampir setiap harinya, banyak wisatawan mancanegara maupun domestik berkunjung ke tempat ini. Pada tahun 2012 lalu jumlah turis asing mencapai 31.124 orang, sementara pada tahun 2013 jumlah turis asing hanya 13.945 orang. Penurunan juga terjadi pada tingkat kunjungan turis domestik (solopos.com, 2014). Fenomena kunjungan para wisatawan ke Keraton Kasunanan Solo lebih di dominasi oleh wisatawan asing, akan tetapi tidak menutup kemungkinan bagi wisatawan lokal untuk berkunjung ke tempat ini, sehingga untuk menambah daya tarik wisatawan domestik berkunjung ke Keraton Kasunanan Solo seharusnya diperlukan cara ataupun upaya promosi yang baik guna menarik minat kunjungan para wisatawan lokal maupun mancanegara dan menjadikan Keraton Kasunanan Solo sebagai destinasi wisata utama apabila berkunjung ke kota Solo. Media promosi yang selama ini diterapkan oleh pihak Keraton Kasunanan Solo masih sangatlah kurang, yakni masih sebatas menggunakan media promosi dengan cara penyebaran *brosur*, *flyer*, *banner* dan cerita mengenai Keraton Kasunanan Solo dari mulut ke mulut atau biasa disebut *word of mouth*. Dikarenakan faktor minimnya media promosi kunjungan ke Keraton Kasunanan Solo, hal ini berdampak pada menurunnya minat kunjungan wisatawan ke tempat ini, oleh karena itu diperlukan solusi yang jelas dan tepat dalam hal peningkatan media promosi sebagai sarana menarik minat kunjungan para wisatawan baik wisatawan mancanegara maupun domestik untuk berkunjung ke Keraton Kasunanan Solo.

Sebagai simbol pariwisata kota Solo, Keraton Kasunanan Solo telah mengalami perkembangan yang cukup pesat. Banyak suguhan acara menarik yang

terdapat di tempat ini, salah satu contohnya yakni Di Keraton Kasunanan Surakarta terdapat *Art Gallery* yang menyimpan bermacam benda-benda bersejarah yang mempunyai nilai seni dan sejarah yang tinggi. Beberapa koleksi yang ada antara lain kereta kencana, bermacam-macam senjata, wayang kulit dan benda-benda peninggalan jaman dulu lainnya (surakarta.go.id). Pihak Keraton Kasunanan Solopun memiliki acara atau ritual khusus khas Keraton seperti ritual sekaten, pencucian keris maupun acara tari-tarian yang diselenggarakan pada waktu tertentu saja misalnya saat acara Peringatan Satu Suro. Pada ritual tersebut, bisa dilihat banyaknya masyarakat yang tumpah ruah di sekitar wilayah keraton Solo, hal inipun menjadi pusat perhatian masyarakat sekitar dan tidak menutup kemungkinan menarik minat kunjungan para wisatawan baik mancanegara maupun domestik untuk berkunjung sekedar mengetahui ritual tertentu yang sedang berlangsung ataupun tradisi yang dilakukan oleh pihak Keraton Kasunanan Solo. Maka, apabila media promosi yang dilakukan oleh pihak Keraton Kasunanan Solo bisa lebih baik lagi, tentunya hal ini akan menambah jumlah wisatawan mancanegara maupun domestik untuk melakukan perjalanan wisata ke kota Solo, khususnya mengunjungi Keraton Kasunanan Solo yang memiliki nilai sejarah dan tradisi yang masih sangat tinggi, karena selama ini media promosi yang dimiliki oleh pihak Keraton Kasunanan Solo hanya berupa brosur, *flyer*, *banner* dan *website* yang kurang diperbarui informasinya mengenai tempat tersebut, sehingga dalam penelitian ini akan dibahas mengenai media promosi di Keraton Kasunanan Solo yang belum pernah ada sebelumnya yakni berupa informasi seputar Keraton dalam bentuk buku yang menjelaskan tentang

profil Keraton Kasunanan Solo, serta berupa *website* yang tampilan dan informasinya lebih menarik daripada *website* yang lama, serta penambahan iklan yang informatif mengenai Keraton Kasunanan Solo, sehingga diharapkan dapat menambah daya tarik para calon wisatawan yang akan berkunjung ke tempat ini.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian tersebut, maka permasalahan yang akan dikaji adalah bagaimana menciptakan *destination branding* Keraton Kasunanan Solo guna meningkatkan minat kunjungan wisatawan domestik ?

1.3 Batasan Masalah

Dalam upaya menekankan fokus pada rumusan masalah, maka terdapat batasan-batasan pembahasan permasalahan yaitu sebagai berikut :

1. Menciptakan *destination branding* Keraton Kasunanan Solo sebagai upaya meningkatkan minat kunjungan wisatawan domestik.
2. Penciptaan Buku Profil Keraton Kasunanan Solo, *Website*, dan Iklan Keraton Kasunanan Solo.

1.4 Tujuan Perancangan

Tujuan yang ingin dicapai peneliti dari pembuatan Tugas Akhir ini adalah :

1. Untuk menciptakan media promosi Keraton Kasunanan Solo guna meningkatkan minat kunjungan wisatawan domestik.
2. Mengangkat dan menginformasikan Keraton Kasunanan Solo kepada wisatawan domestik agar keberadaannya semakin dikenal.

1.5 Manfaat Penciptaan

Dari penciptaan media promosi ini diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu:

1. Diharapkan dapat membantu memudahkan para wisatawan domestik yang ingin berkunjung ke Keraton Kasunanan Solo.
2. Agar dapat memperbanyak wisatawan domestik yang ingin berkunjung ke Keraton Kasunanan Solo.

1.5.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penciptaan ini adalah:

1. Dapat menambah pengetahuan umum akan keberadaan keraton - keraton Jawa Tengah khususnya Keraton Kasunanan.
2. Dapat dijadikan referensi bagi mahasiswa atau pencipta lain dalam bidang media promosi yang mengangkat keraton – keraton di Jawa.
3. Dapat menjadi masukan bagi para pencipta media promosi keraton di Jawa dalam pengembangan informasi.

1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari hasil penelitian ini adalah:

1. Media promosi yang telah dirancang dapat diaplikasikan langsung pada para wisatawan domestik yang ingin berkunjung ke Keraton Kasunanan Solo.
2. Dapat juga digunakan untuk wisata kunjungan Keraton Kasunanan Solo yang memiliki potensi lebih untuk dikenal oleh khalayak luas (wisatawan domestik).

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka berisi data yang sesuai dengan penciptaan ini. Dalam kajian pustaka ini akan dipaparkan beberapa fakta, konsep, prosedur, maupun teori – teori yang terkait dengan penciptaan.

2.1 Penciptaan

Ladjamudin, (2005: 39) mengatakan bahwa penciptaan adalah suatu kegiatan yang memiliki tujuan untuk mendesain sistem baru yang dapat menyelesaikan masalah–masalah yang dihadapi perusahaan yang diperoleh dari pemilihan alternatif sistem yang terbaik. Dari definisi tersebut peneliti menarik kesimpulan bahwa penciptaan merupakan suatu pola yang dibuat untuk mengatasi masalah yang dihadapi organisasi setelah melakukan analisis terlebih dahulu.

2.2 Teori Budaya

Kebudayaan atau bisa juga disebut peradaban mempunyai makna yang luas yang meliputi pemahaman perasaan suatu bangsa mengenai pengetahuan, kepercayaan, seni, moral, hukum, dan pembawaan lainnya yang diperoleh dari anggota masyarakat Taylor, (1897: 21). Para ahli sudah banyak yang menyelidiki berbagai kebudayaan, dari hasil penyelidikan timbul dua pemikiran tentang munculnya suatu peradaban, *Pertama* beranggapan bahwa adanya hukum pemikiran atau perbuatan manusia disebabkan oleh tindakan besar yang menuju kepada perbuatan manusia disebabkan oleh tindakan besar yang menuju kepada

perbuatan yang sama dengan penyebab yang sama. *Kedua* bahwa tingkat kebudayaan atau peradaban muncul sebagai akibat taraf perkembangan dan hasil evaluasi masing–masing sejarahnya, kedua pendapat tersebut tidak lepas dari kondisi alam. Demikian pula proses sejarah bukan hal yang mengikat, tetapi merupakan kondisi ilmu pengetahuan, agama, seni, adat istiadat dan kehendak semua masyarakat.

Pengertian kebudayaan yang di kemukakan oleh Taylor, (1897: 23) maupun dalil – dalil yang di kemukakan oleh Harkovis masih bersifat luas sehingga pengkajian kebudayaan sangat bervariasi. Untuk mengkaji kebudayaan lebih sistematis dan ketat, diperlukan *consensus* tentang definisi mengingat kebudayaan merupakan totalitas pandangan hidup. Untuk maksud tersebut, (Kroeber dan Khlukohm, hal. 45) mengajukan konsep kebudayaan sebagai kupas kritis definisi–definisi kebudayaan yang mendekati. Definisi kebudayaan sendiri terdiri atas berbagai pola, bertingkah laku mantap, pikiran, perasaan dan reaksi yang diperoleh dari simbol–simbol yang menyusun pencapaiannya masing–masing dari kelompok manusia, termasuk didalamnya perwujudan benda–benda materi, pusat esensi kebudayaan terdiri atas tradisi terutama keterikatan terhadap nilai–nilai. Kebudayaan itu bersifat universal, dapat diterima secara umum meskipun dalam praktek, kebudayaan menurut pendapat umum sesuatu yang berharga dan bernilai baik (Bakker, hal. 56).

Menurut Koentjaraningrat, (1980: 32), Kata “kebudayaan” berasal dari kata sansekerta *budhayah*, yaitu bentuk jamak dari *Budhi* yang berarti akal. Dengan demikian kebudayaan dapat diartikan “hal – hal yang bersangkutan dengan “akal”.

Sedangkan kata *budaya* merupakan perkembangan majemuk dari “budi daya” yang berarti “daya dari budi “ sehingga dibedakan antara “budaya” yang berarti “daya dari budi” yang berupa cipta, karsa dan rasa, dengan kebudayaan yang berarti hasil cipta, karsa dan rasa Soelaeman, (2001: 19). Menurut Kluckhohn, (1951: 78) hampir semua antropolog Amerika setuju dengan dalil proporsi yang diajukan oleh Herkovits dalam bukunya yang berjudul “Man and His Work” tentang teori kebudayaan, yaitu :

1. Kebudayaan dapat dipelajari.
2. Kebudayaan berasal dari segi biologis, lingkungan, psikologis dan komponen sejarah eksistensi manusia.
3. Kebudayaan mempunyai struktur.
4. Kebudayaan bersifat dinamis.
5. Kebudayaan mempunyai variabel
6. Kebudayaan memperlihatkan keteraturan yang dapat dianalisis dengan metode ilmiah.
7. Kebudayaan merupakan alat bagi seseorang untuk mengatur keadaan totalnya dan menambah arti bagi kesan kreatifnya.

Pengertian kebudayaan masih bersifat luas sehingga arti dari kebudayaan sendiri masih bersifat variatif sehingga Kroeber dan Klokohn, (1950: 65) mengemukakan konsep kebudayaan yang diambil sebagai irisan kritis dai definisi-definisi kebudayaan yang mendekati, yang berbunyi kebudayaan terdiri atas berbagai pola, bertingkah laku mantap, pikiran, perasaan dan reaksi yang diperoleh dan terutama diturunkan oleh simbol-simbol yang menyusun

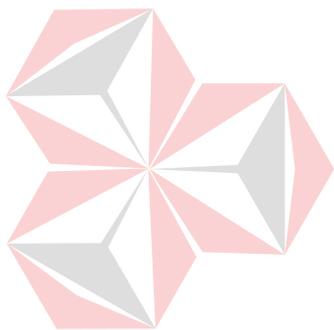
pencapaiannya secara tersendiri dari kelompok-kelompok manusia, termasuk di dalamnya perwujudan benda-benda materi.

2.3 Profil lengkap Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat

Indonesia dikenal sebagai sebuah negara dengan kultur budaya yang masih dipegang erat hingga saat ini. Sebelum menjadi sebuah Negara Republik Indonesia, dulunya Indonesia merupakan negara dengan kerajaan-kerajaan yang dimana menjadi cikal bakal lahirnya bangsa Indonesia. Banyaknya kerajaan yang pernah ada di Indonesia banyak mewariskan budaya untuk generasi selanjutnya, salah satu warisan budaya Indonesia yang keberadaannya dilestarikan hingga saat ini yaitu Keraton Solo atau Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat. Keraton Surakarta lebih dikenal dengan nama Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat. Jaman keemasan Keraton Surakarta Hadiningrat dialami pada masa pemerintahan Sunan Paku Buwono X di tahun 1893-1939 (kerajaan nusantara.com, 2010). Kompleks istana dinastinas Mataram yang megah Kartasura pada tahun 1742, diserbu dan dijarah Raja saingan dari kerajaan Pulau Madura dengan bantuan Belanda Raja Mataram, Pakubuwono II merebut kembali tahtanya dan memindahkan kerajaannya ke dekat Surakarta. Di tempat yang baru ini, ditepi sungai yang terpanjang di Pulau Jawa yang bernama Bengawan Solo, Pakubuwono II membangun istana yang baru. Menurut istana legenda, lokasi Keraton Surakarta dipilih oleh Ratu Laut Selatan, Nyai Roro Kidul, yang secara tradisional berhak mengesahkan kedudukan Raja-raja Jawa. Disekeliling pendopo utama yang terletak di bagian tengah keraton terdapat lautan pasir yang berwarna hitam. Hal ini menandakan bahwa keraton berada dalam wilayah kekuasaan Nyai

Roro Kidul dari Laut Selatan. Keraton Surakarta Hadiningrat atau disebut Keraton Kasunanan Surakarta didirikan oleh Ingkang Sinuhun Kangjeng Susuhunan Pakubuwono II tanggal 17 Suro tahun 1745 Winarti, (2007: 23). Dalam buku *Sekilas Sejarah Keraton Surakarta* dijelaskan bahwa Keraton Surakarta adalah peninggalan asli Indonesia kultur Jawa yang memiliki susunan asli, berpemerintahan asli (Jawa), daerah dan rakyat (kawula) tertentu yang sejak dulu diperintah oleh Ratu Jawa yakni sampeyan dalem Ingkang Sinuhun Kangjeng Susuhunan Paku Buwono secara turun temurun, berdasarkan hak asal-usul atau hak tradisional dan bersifat istimewa Winarti, (2007: 26). Dijelaskan pula bahwa disebut Ratu Jawa, karena memerintah Keraton Jawa, dimana Ratu Jawa selalu orang Jawa atau keturunan orang Jawa atau Ratu Jawa sebelumnya. Keraton Surakarta sendiri didirikan menurut konsep, ajaran, paham atau falsafah hidup Jawa. Keraton Surakarta merupakan sumber kebudayaan Jawa atau kejawen Winarti, (2007: 33). Ratu adalah kepala negara suatu kerajaan atau keraton yang memerintah seumur hidup dan turun-temurun, berdasarkan hak asal-usul atau hak tradisional yang bersifat istimewa. Sifat istimewa ini untuk membedakan dengan pemerintahan lainnya. Sejak berdiri, Keraton Surakarta selalu diperintah oleh Ratu pria yakni Susuhunan Paku Buwono. Tidak ada susuhunan Paku Buwono yang wanita. Seperti yang diketahui, Winarti, (2007: 43) menjelaskan bahwa Keraton Surakarta adalah Keraton Jawa yang berada di Jawa tengah yang diperintah oleh Ratu Jawa, yakni para Susuhunan Paku Buwono secara turun-temurun, sejak sebelum Indonesia berdiri, karena:

1. Didirikan oleh masyarakat Jawa oleh Susuhunan Paku Buwono II yang didukung oleh orang-orang Jawa.
2. Didirikan berdasarkan ajaran, paham, konsep atau falsafah Jawa atau Kejawen dan menggunakan bahasa dan tulisan Jawa serta mengenal unggah-ungguh, subasita atau tatakrama Jawa.
3. Diperintah oleh para Susuhunan Paku Buwono, keturunan Jawa dan Keraton berada di Jawa Tengah.



Gambar 2.1

Buku "Sekilas Sejarah Karaton Surakarta".

Sumber: R. Ay. Sri Winarti P.,2007

Sejarah singkat mengenai Keraton Surakarta berawal ketika kota Surakarta pada mulanya adalah wilayah kerajaan Mataram. Kota ini bahkan pernah menjadi pusat pemerintahan Mataram. Karena adanya Perjanjian Giyanti (13 Februari 1755) menyebabkan Mataram Islam terpecah karena propaganda kolonialisme Belanda. Kemudian terjadi pemecahan pusat pemerintahan menjadi dua yaitu

pusat pemerintahan di Surakarta dan Yogyakarta. Pemerintahan di Surakarta terpecah lagi karena Perjanjian Salatiga (1767) menjadi Kasunanan dan Mangkunegaran. Pada tahun 1742, orang-orang Tionghoa memberontak dan melawan kekuasaan Pakubuwana II yang bertahta di Kartasura sehingga Keraton Kartasura hancur dan Pakubuwana II menyingkir ke Ponorogo, Jawa Timur. Dengan Bantuan VOC pemberontakan tersebut berhasil ditumpas dan Kartasura berhasil direbut kembali. Sebagai ganti ibukota kerajaan yang telah hancur maka didirikanlah Keraton Baru di Surakarta 20 km ke arah selatan timur dari Kartasura pada 17 Februari 1745. Peristiwa ini kemudian dianggap sebagai titik awal didirikannya Keraton Kasunanan Surakarta.

Pemberian nama Surakarta Hadiningrat mengikuti naluri leluhur, bahwa Kerajaan Mataram yang berpusat di Karta, kemudian ke Pleret, lalu pindah ke Wanakarta, yang kemudian diubah namanya menjadi Kartasura. Surakarta Hadiningrat berarti harapan akan terciptanya negara yang *tata tentrem karta raharja* (teratur tertib aman dan damai), serta harus disertai dengan tekad dan keberanian menghadapi segala rintangan yang menghadang (*sura*) untuk mewujudkan kehidupan dunia yang indah (*Hadiningrat*). Dengan demikian, kata “Karta” dimunculkan kembali sebagai wujud permohonan berkah dari para leluhur pendahulu dan pendirian kerajaan Mataram. Sejarah nama kota Solo sendiri dikarenakan daerah ini dahulu banyak ditumbuhi tanaman pohon Sala (sejenis pohon pinus) seperti yang tertulis dalam serat Babad Sengkala yang disimpan di Sana Budaya Yogyakarta. Sala berasal dari bahasa Jawa asli (lafal

bahasa jawa : Solo) Pada akhirnya orang-orang mengenalnya dengan nama Kota Solo (Sejarah Singkat Kota Surakarta., 2014).

Dengan adanya keputusan Presiden Nomor 23 tahun 1988 semakin mempertegas keeksistensian Kraton Surakarta sebagai sumber budaya bangsa yang perlu dilestarikan. Adapun isi keputusan Presiden Nomor 23 tahun 1988 yakni:

1. Keraton Surakarta milik Kasunanan Surakarta yang perlu dilestarikan sebagai peninggalan budaya bangsa dan Sri Susuhunan adalah pimpinan Kasunanan Surakarta.
2. Keraton Surakarta diakui sebagai peninggalan budaya bangsa Indonesia, perlu dilestarikan.
3. Pengelolaan Keraton Surakarta diarahkan atau diupayakan dalam rangka melestarikan budaya nasional dan kepariwisataan yang dilaksanakan oleh Direktorat Jenderal Pariwisata Departemen Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi bersama-sama Pemerintah Daerah Kotamadya Daerah Tingkat II Surakarta dan Kasunanan.

Dengan adanya keputusan Presiden Nomor 23 tahun 1988 tersebut, Keraton Surakarta merupakan simbol dari kota Solo dan merupakan tempat pariwisata yang wajib dikunjungi apabila berkunjung ke kota Solo. Dibangun secara bertahap sejak didirikan pertama di tahun 1744 oleh Sunan Paku Buwono II, menjadikan Keraton Surakarta sebuah tempat yang eksotis juga menyimpan banyak nilai sejarah.



Gambar 2.2
Gamelan, salah satu peninggalan bersejarah di Kraton Kasunanan Surakarta.
(Sumber: Dokumentasi Peneliti)

Kompleks bangunan keraton ini masih berfungsi sebagai tempat tinggal sunan dan rumah tangga istananya yang masih menjalankan tradisi kerajaan hingga saat ini. Di Keraton Kasunanan Surakarta terdapat *Art Gallery* yang menyimpan bermacam benda-benda bersejarah yang mempunyai nilai seni dan sejarah yang tinggi. Beberapa koleksi yang ada diantara lain kereta kencana, bermacam-macam senjata, wayang kulit dan benda-benda peninggalan jaman dulu lainnya (Surakarta.go.id., 2012).



Gambar 2.3

Salah satu peninggalan bersejarah di Kraton Kasunan Surakarta, benda ini sering disebut Dakon dan merupakan permainan tradisional.
(Sumber : Dokumentasi Peneliti)

Keraton Surakarta Hadiningrat terletak di Kelurahan Baluwarti, Kecamatan Pasar Kliwon, Surakarta, Jawa Tengah, Indonesia. Keraton Surakarta Hadiningrat mempunyai luas 54 hektar yang dimulai dari alun-alun utara hingga alun-alun selatan, termasuk di dalamnya Pasar Klewer dan Masjid Agung Surakarta.

Bangunan Keraton terdiri dari Pagelaran, Siti Hinggil, Kori Brojowolo, Kori Kamandungan, Kori Sri Manganti dan Panggung Sangga Buwana. Sedangkan bagian keraton yang tidak boleh dikunjungi para wisatawan adalah Sasana Sewaka, Sasana Pustaka dan Maligi. Kompleks keraton ini juga dikelilingi dengan baluwarti, sebuah dinding pertahanan dengan tinggi 3-5 meter dengan tebal 1 meter tanpa anjungan. Dinding ini melingkungi sebuah daerah dengan bentuk persegi panjang dengan lebar 500 meter dan panjang 700 meter. Kompleks keraton yang berada di dalam dinding adalah Kemandungan Lor/Utara sampai Kemandungan Kidul/Selatan (kratonsurakarta.com., 2013).



Gambar 2.4

Salah satu perayaan tradisional yang diperingati oleh pihak Kraton Kasunanan Solo yakni perayaan Malam 1 Suro.
(Sumber: Dokumentasi Peneliti)

Secara fisik Keraton Surakarta memiliki banyak kesamaan dengan Keraton Yogyakarta dalam hal pola dasar tata ruang, dikarenakan salah satu arsiteknya adalah Pangeran Mangkubumi atau Sultan Hamengkubuwana I, yang juga menjadi arsitek utama keraton Yogyakarta. Kesamaan pola tata ruang sangat jelas terlihat pada letak alun-alun yang berada di utara dan selatan Keraton. Keraton Surakarta melakukan restorasi besar-besaran, dengan percampuran gaya arsitektur antara Jawa dan Eropa dalam nuansa putih dan biru (disolo.com., 2010). Lingkungan Keraton Surakarta dikelilingi benteng tembok yang kuat yang menjadikan kota dibalik tembok tempat keluarga kerajaan yang tidak terlalu dekat dan para abdi dalem beserta keluarganya berdiam. Di sebelah barat bangunan Keraton utama terdapat masjid Ageng dan pesantren yang dibangun oleh

Pakubuwono III pada tahun 1750. Tempat lain yang juga menarik untuk dikunjungi adalah tempat penyimpanan kereta, yang didalamnya terdapat kereta kencana kerajaan yang antik, termasuk kereta yang baru diperbaiki, hadiah dari Ratu Belanda Wilhelmina. Konstruksi bangunan kraton menggunakan bahan kayu jati yang diperoleh dari Alas Kethu di dekat kota Wonogiri. Luas keraton ini sekitar 54 hektar (Indonesia.travel., 2013).



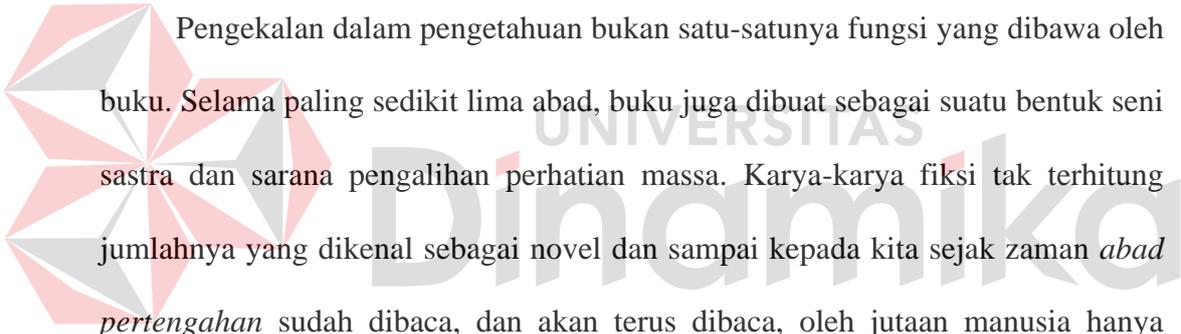
Gambar 2.5
Kompleks Karaton Kasunanan Surakarta.
(sumber : Dokumentasi Peneliti)

2.4 Kajian Tentang Buku

Buku dalam arti luas buku mencakup semua tulisan dan gambar yang ditulis dan dilukis segala macam lembaran papyrus, lontar, perkamen, dan kertas dengan segala macam bentuknya : berupa gulungan, dilubangi dan diikat atau di jilid muka belakangnya dengan kulit, kain, katron dan kayu. Buku merupakan hasil perekaman dan perbanyakan (multiplikasi) yang paling populer dan awet. Berbeda dengan majalah, apalagi surat kabar, buku direncanakan untuk dibaca dengan tak

seberapa memperdulikan kebaruannya karena tanggal terbitnya kurang mempengaruhi.

Buku adalah sumber ilmu pengetahuan dan sumber pembangunan watak bangsa (Muktiono, 2003: 22). Karena buku adalah benda material, buku bisa disimpan di dalam “Museum Buku” yang dikenal sebagai perpustakaan. Perpustakaan ini berawal di *Timur Tengah* sekitar 3000-2000SM kira-kira pada waktu yang sama dengan mulai semakin besarnya peranan penulisan *piktografik* di zaman dahulu. Salah satu perpustakaan kuno terbesar dibangun oleh orang Yunani di *Alexandria* pada abad ke-3. (Danesi, 2010: 74)



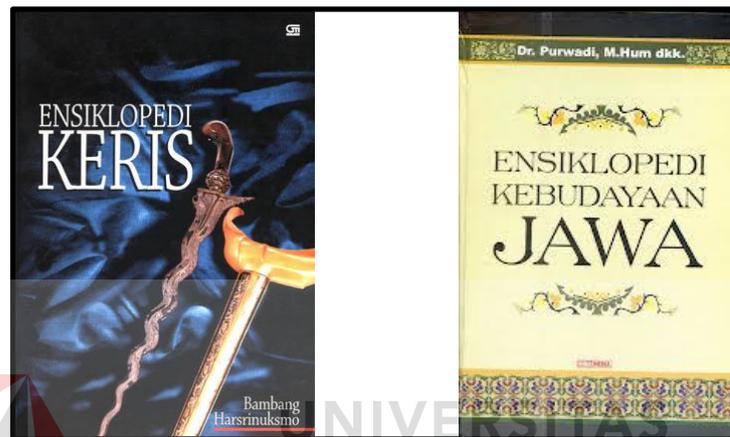
Pengekalan dalam pengetahuan bukan satu-satunya fungsi yang dibawa oleh buku. Selama paling sedikit lima abad, buku juga dibuat sebagai suatu bentuk seni sastra dan sarana pengalihan perhatian massa. Karya-karya fiksi tak terhitung jumlahnya yang dikenal sebagai novel dan sampai kepada kita sejak zaman *abad pertengahan* sudah dibaca, dan akan terus dibaca, oleh jutaan manusia hanya untuk kenikmatan pembacanya saja. (Danesi, 2010: 74)

Dari pemaparan di atas dapat kita simpulkan buku merupakan alat komunikasi berjangka panjang dan mungkin yang paling berpengaruh kepada perkembangan kebudayaan manusia. Di dalam buku, dipusatkan dan dihimpun lebih banyak hasil pemikiran dan pengalaman manusia daripada di dalam sarana komunikasi lainnya.

2.4.1 Kategori Jenis Buku

1. Ensiklopedia dan Semua Jenis Lektikon

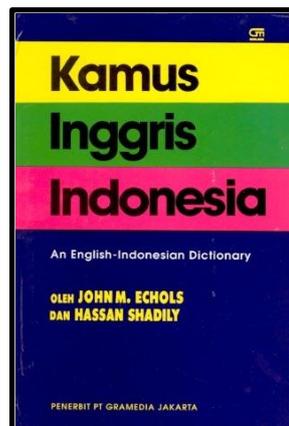
Ensiklopedia atau ensiklopedi, adalah sejumlah buku yang berisi penjelasan mengenai setiap cabang ilmu pengetahuan yang tersusun menurut abjad atau menurut kategori secara singkat dan padat.



Gambar 2.6
Ensiklopedia Budaya Jawa Dan Keris
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

2. Kamus

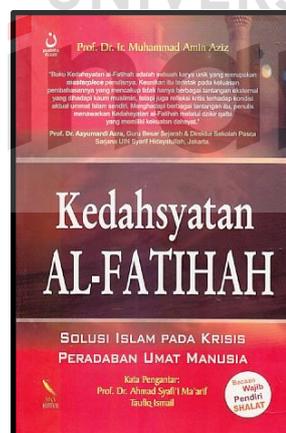
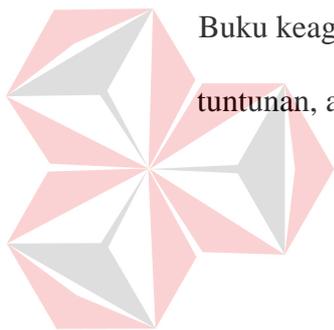
Kamus adalah sejenis buku rujukan yang menerangkan makna kata-kata. berfungsi untuk membantu seseorang mengenal perkataan baru. Selain menerangkan maksud kata, kamus juga mungkin mempunyai pedoman sebutan, asal-usul (etimologi) sesuatu perkataan.



Gambar 2.7
Kamus Inggris-Indonesia
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

3. Buku Keagamaan

Buku keagamaan adalah buku yang berisi dan menjelaskan perihal agama, tuntunan, ataupun hal-hal yang memiliki unsur spiritual dan kerohanian.

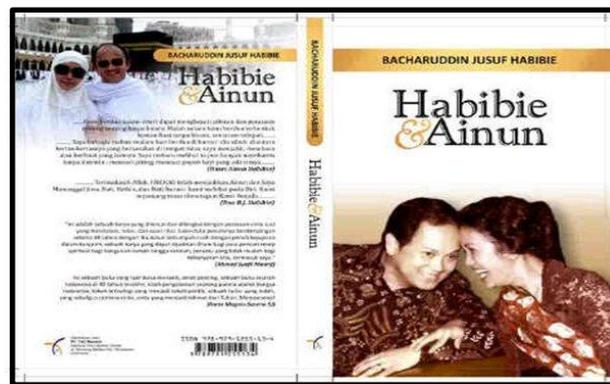


Gambar 2.8
Buku Religi
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

4. Karya Sastra

Karya yang berisi karangan yang bersifat menjelaskan secara terurai mengenai suatu masalah atau hal atau peristiwa dan lain-lain. Pada dasarnya ada dua macam, yakni karya sastra yang bersifat sastra dan karya

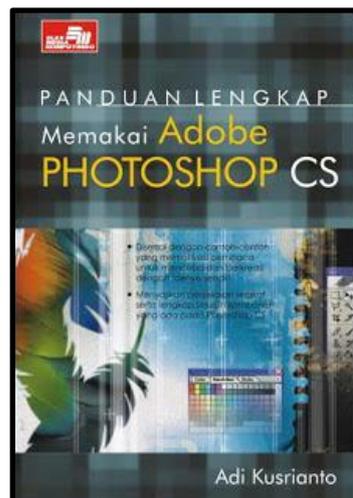
sastra yang bersifat bukan sastra. Yang bersifat sastra merupakan karya sastra yang kreatif imajinatif, sedangkan karya sastra yang bukan sastra ialah karya sastra yang non imajinatif.



Gambar 2.9
Novel Best Seller
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

5. Buku Panduan

Buku panduan adalah buku yang memberikan informasi atau intruksi berkenaan suatu hal dan memberikan penjelasan sejelas-jelasnya dan seinformatif mungkin untuk memberikan pemahaman pada pengguna.



Gambar 2.10
Buku Panduan
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

2.4.2 Tata Aturan Halaman Buku

Tata urutan halaman buku menurut buku Anatomi Buku karya Iyan WB, yaitu sebagai berikut :

1. *Cover*, merupakan bagian terluar buku, berfungsi sebagai penarik perhatian konsumen serta untuk melindungi isi buku. Halaman kosong, merupakan halaman kedua setelah *cover* atau sampul buku.
2. Halaman Baru, juga merupakan halaman kosong, berhadapan dengan halaman belakang sampul.
3. Halaman judul, merupakan halaman yang berisi teks berupa judul tanpa disertai dengan apapun. Pada halaman ini teks judul merupakan *point of interest* dari halaman tersebut.
4. Halaman ilustrasi, merupakan halaman pendukung (ada atau tidak adanya, tidak begitu berpengaruh terhadap identitas buku) ilustrasi hanya sebagai pendukung atau untuk mempercantik buku.
5. Pembuka, merupakan halaman yang hampir mirip dengan halaman judul namun terdapat beberapa ornamen atau ilustrasi pendukungnya.
6. Halaman identitas penerbitan, halaman ini berisikan identitas buku yaitu berupa judul, pengarang, tahun penerbitan, designer, nama pencetak, banyak halaman serta ukuran buku.
7. Halaman isi, merupakan halaman inti dari karya pengarang.

2.4.3 Manfaat Buku

Salah satu manfaat buku adalah buku dapat menceritakan kepada kita tentang masa lalu. Betapa menakjubkan bisa melihat penyebab kehancuran dan runtuhnya suatu peradaban di masa lalu, atau faktor-faktor penentu kemenangan dari kelompok yang mengendalikan peradaban. Hanya dengan membaca buku kita dapat segera mendapatkan pengalaman mereka tanpa harus membayar dengan pengorbanan yang besar.

Buku ini juga dapat mengajarkan penemuan-penemuan yang dilakukan oleh ahli-ahli pada waktu lampau. Penemuan yang mungkin membutuhkan waktu seumur hidup dari penemunya untuk dipelajari. Penemuan yang mungkin membutuhkan nyawa dari penemunya untuk mempelajarinya.

Dengan buku, kita bisa meningkatkan peradaban manusia. Akan tetapi, seperti sebuah jendela, kita dapat melihat ke arah yang benar dan dapat juga melihat ke arah yang salah. Jika kita membaca buku yang salah, maka kita bisa saja mendapatkan hal yang sebaliknya dari yang kita inginkan. Bisa saja kita mendapatkan sejarah yang salah yang telah banyak dirubah dan ditutupi. Setelah membaca suatu buku, bisa jadi timbul marah, dan haru.

Buku juga dapat berisi ilmu pengetahuan yang salah, yang jika diterima begitu saja, dapat membawa kita ke arah yang salah. Buku juga bisa berisi ramalan masa depan yang berdasarkan statistic atau bahkan tidak berdasar.

2.4.4 Karakter buku dengan gambar

Jika sebuah buku dalam kontennya banyak mengandung gambar atau foto sebaiknya tidak terlalu kecil, setidaknya tidak jauh dari ukuran 20cm x 27cm,

21cm x 28cm, 21cm x 29,7cm. Adapun peletakkan *page number* pada tiap halaman sebaiknya mengikuti aturan, untuk halaman ganjil diletakkan pada bagian kiri buku, sedangkan pada halaman genap pada bagian halaman kanan buku. Unsur yang harus ada pada sebuah buku dengan gambar, antara lain adalah:

1. Gambar, dapat menyampaikan suatu informasi/pesan dengan lebih jelas dari pada teks.
2. Mutu, bukan hanya dilihat dari segi estetika tetapi juga dari segi perkembangan target audience dari aspek efektif dan kognitif.
3. Urutan cerita atau fakta dari gambar-gambar yang dilihat perlu ada.
4. Bahasa-bahasa yang digunakan hendaklah yang mudah dipahami. Akan lebih baik jika terdapat unsur-unsur yang nantinya dapat menambah perbendaharaan kata.
5. Perkataan dan ungkapan, hendaklah disajikan berulang-ulang sebagai tujuan pengukuhan.
6. Gaya penyajian, perlu jelas dan teratur serta mempunyai unsur hiburan.
7. Keharmonian antara teks dan gambar, mengingat hal ini sangat penting pastikan gabungan antara gambar dan tulisan saling melengkapi.
8. Ciri fisik buku ini adalah :
 - a. Cover yang menarik
 - b. Mutu kertas yang baik
 - c. Penjilidan yang kuat
 - d. Ukuran huruf

e. Cetak huruf tidak menutupi gambar agar tidak membingungkan.

(Iyan WB, 2007: 87)

2.5 Fotografi

Fotografi berasal dari bahas Yunani, yaitu *photos* dan *graphos*. *Photos* berarti cahaya, sedangkan *graphos* berarti tulisan, jadi dapat disimpulkan fotografi adalah melukis menggunakan cahaya. Dari beberapa sumber yang didapat fotografi memiliki beberapa pengertian, diantaranya :

1. Fotografi adalah seni dan proses penghasilan gambar (melukis dengan sinar) pada film atau permukaan yang di pekatkan. Gambar yang dihasilkan diharapkan sama persis dengan obyek asli, hanya saja ukurannya lebih kecil.
2. Menurut *Oxford Ensiklopedia Pelajar*, fotografi adalah seni mengambil gambar dengan kamera
3. Menurut *Encarta Dictionary 2002*, fotografi adalah sebuah seni, hobi, atau juga profesi mengambil gambar dan memprosesnya, kemudian hasil akhirnya berupa gambar yang dicetak.



Gambar 2.11
Kamera *Single Lens Reflect*
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

Foto merupakan media untuk menyampaikan gagasan, pikiran, ide, cerita, dan peristiwa, foto harus terlihat menarik. Pada umumnya, didalam foto yang menarik terdapat berbagai prinsip desain, seperti kesatuan keseimbangan, irama, proporsi, dan perspektif.

Foto adalah media visualisasi dengan alat bantu kamera yang memiliki akurasi keaktualan gambar/visual sangat tinggi. Esai foto merupakan foto jurnalistik adapun bagian dari foto jurnalistik adalah :

1. *Spot news* : foto-foto insidental/tanpa perencanaan.(contoh : foto bencana, kerusuhan dll.)

2. *General new* : Foto yang terencana.(contoh : foto olahraga)

3. Foto Feature : Foto untuk mendukung suatu artikel

4. Esai Foto : Kumpulan foto yang dapat bercerita

Fotografi jurnalistik muncul dan berkembang di dunia sudah lama sekali, tetapi lain halnya dengan di Indonesia, foto pertama yang di buat oleh seseorang warga negara Indonesia terjadi pada detik-detik ketika bangsa ini berhasil melepaskan diri dari belunggu rantau penjajahan. Alex Mendur (1907-1984) yang bekerja sebagai kepala foto kantor berita Jepang Domei, dan adiknya sendiri Frans Soemarto Mendur (1913-1971), mengabadikan peristiwa pembacaan teks Proklamasi kemerdekaan Republik Indonesia dengan kamera Leica, dan pada saat itulah pada pukul 10 pagi tanggal 17 Agustus 1945 foto jurnalistik lahir.

Ciri-ciri foto jurnalistik adalah

1. Memiliki nilai berita atau menjadi berita itu sendiri.
2. Melengkapi suatu berita atau artikel.

3. Dimuat dalam satu media.

Pada jurnalistik foto sangat penting karena foto merupakan salah satu media visual untuk merekam/mengabadikan atau menceritakan suatu peristiwa.

Menurut editor foto harian Kompas, Katono Riyadi “*Semua foto pada dasarnya adalah dokumentasi dan foto jurnalistik adalah bagian dari foto dokumentasi*”.

Perbedaan foto jurnalis adalah terletak pada pilihan, membuat foto jurnalis berarti memilih foto mana yang cocok. (contoh: didalam peristiwa pernikahan, dokumentasi berarti mengambil/memfoto seluruh peristiwa dari mulai penerimaan tamu sampai selesai, *fotografer* mengambil foto yang menarik, apakah *public figure* atau saat pemotongan tumpeng saat tumpengnya jatuh) hal lain yang membedakan antara foto dokumentasi dengan foto jurnalis hanya terbatas pada apakah foto itu dipublikasikan (media masa) atau tidak. Nilai suatu foto ditentukan oleh beberapa unsur :

1. Aktualitas.
2. Mewakikan objek keseluruhan.
3. Kejadian luar biasa.
4. Promosi.
5. Kepentingan.
6. Human Interest.

2.5.1 Macam-macam Efek Fotografi

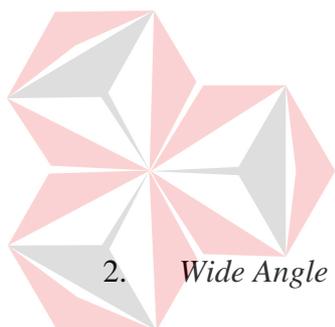
Efek fotografi bisa kita peroleh melalui sudut angle, kecepatan rana, dan lensa. Efek-efek fotografi tersebut seperti:

1. *Low Angle*

Derajat posisi kamera berada di bawah objek (sejajar dengan mata kaki), sehingga objek terlihat lebih besar atau lebih tinggi.



Gambar 2.12
Efek Low Angle
(Sumber: Dokumentasi Penulis)



2. *Wide Angle*

Derajat posisi kamera berada di atas objek sehingga objek terlihat tampak bahwa $\frac{3}{4}$, efek yang ditimbulkan yaitu objek terlihat lebih kecil atau kurus.



Gambar 2.13
Efek Wide Angle
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

3. *Perspective*

Derajat posisi kamera mendekati objek, sehingga objek terlihat lebih gemuk dari pada aslinya.



Gambar 2.14
Efek Perspektive
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

4. Ruang tajam

Efek ruang tajam yaitu, efek dimana membentuk persepsi tentang kedalaman luar gambar yang dihasilkan. Efek ruang tajam ini dibagi menjadi 2, efek ruang tajam sempit dan efek ruang tajam luas.



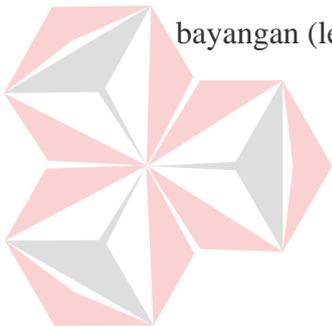
Gambar 2.15
Efek Ruang Tajam Sempit
(Sumber: Dokumentasi Penulis)



Gambar 2.16
Efek Ruang Tajam Luas
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

5. Efek Siluet

Efek ini diperoleh dengan posisi membelakangi objek yang terkena cahaya dari depan, sehingga efek yang diperoleh, yaitu objek terlihat seperti bayangan (lebih gelap).



Gambar 2.17
Efek Siluet
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

6. Efek *Freeze*

Efek ini diperoleh dengan meninggikan kecepatan rana sehingga objek yang bergerak dengan cepat dapat tampak diam.



Gambar 2.18
Efek *Freeze*
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

7. Efek Difraksi

Efek difraksi yaitu penyebaran cahaya ketika cahaya masuk melalui lubang atau celah sempit sehingga untuk objek yang bergerak terlihat pergerakannya.



Gambar 2.19
Efek Difraksi
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

2.6 Presepsi Visual

Persepsi menciptakan sebuah kesatuan visual yang mudah dipahami oleh penglihatan pemirsa. Pemahaman terhadap prinsip persepsi visual adalah kunci memahami tendensi mata kita dalam melihat sebuah pola visual. Adapun aspek-

aspek dalam persepsi visual, yaitu:

1. *Similarity*

Objek yang sama akan terlihat secara bersamaan sebagai kelompok. Hal ini dapat ditemukan lewat bentuk, warna, arah, ukuran.

2. *Continuity*

Penataan visual yang dapat menggiring gerak mata mengikuti ke sebuah arah tertentu.

3. *Proximity*

Sebuah kesatuan akan mengelompokkan yang terbentuk karena adanya korelasi antara elemen-elemen yang saling berdekatan.

4. *Closure*

Bentuk yang tertutup akan menyambung terlihat stabil. Tendensi : tanpa disadari mata akan mencoba menyambung bagian dari lingkaran yang terputus.

5. *Focal Point* (Pokok Penekanan)

Focal point adalah pokok penekanan sebuah rancangan visual yang secara cepat dapat menstimulasi dan mengarahkan penglihatan pemirsa visual.

6. *Grid System*

Sebuah sistem sistematika guna menjaga konsistensi dalam melakukan repetisi dari sebuah komposisi yang sudah diciptakan. Tujuan grid system adalah untuk menciptakan suatu rancangan yang komunikatif dan memuaskan secara estetika.

2.7 Beberapa Pendekatan Untuk Sebuah Penugasan

Beberapa pendekatan foto dibagi menjadi 4 cara pendekatan menggunakan teknik Fotografi, yaitu:

1. Foto Tunggal

Foto tunggal adalah foto yang dapat berdiri sendiri tanpa perlu diterangkan oleh foto lain. Bila diberikan keterangan, foto tersebut sudah cukup menggambarkan semua yang mau diceritakan.

Misalnya fotografer mendapat penugasan untuk memotretan peluncuran sejuta pasang sepatu merek NIKE yang akan diekspor keluar negeri.

Beberapa pendekatan foto tunggal yang dapat dilakukan antara lain:

- a. Foto peristiwa: Kita dapat mengambil peristiwa maupun seremonialnya.
- b. Foto umum: Kita juga bisa memotret direktur utama perusahaan tersebut sedang memegang sepatu yang akan diekspor.
- c. Foto feature: Kita juga bisa memotret buruh-buruh yang sedang beristirahat sambil bercengkrama dengan rekan-rekannya.

Sekarang kita sudah punya 3 macam foto tunggal. Salah satu foto dapat diberitakan tanpa perlu tambahan foto lainnya.

2. Foto Perbandingan

Ketika kita mengamati mesin-mesin dan buruh, kita tentu saja menemukan hal-hal yang menarik perhatian. Tapi akan segera terasa hasilnya hanyalah foto-foto statik yang tidak memberikan menggambarkan efisiensi. Untuk menggambarannya kita perlu perbandingan yang butuh dua foto.

3. Foto Ilustrasi

Misalkan seorang reporter telah ditugaskan untuk menulis artikel tentang pabrik itu. Setelah mewawancarai manager dan buruh di pabrik, Ia memberikan penekanan pada dua hal. Pertama si manager yang progresif, Kedua system pembuangan yang ramah lingkungan. Maka kita dapat memotret si manager dengan latar belakang system pengolahan limbah pabrik yang canggih, foto tersebut sifatnya memberi ilustrasi.

a. Cerita foto butuh tema

Misalkan, untuk mendapatkan gambaran yang menyeluruh dari industri tersebut mengeksplorasi pabrik sehari penuh. Memotret manager didepan

meja kerja, para pekerja dengan berjalan, profil gedung yang megah, foto detail dan banyak lagi lainnya.

b. Merancang sebuah cerita foto

Dalam cerita foto harus punya alur. Dengan foto pembuka cerita sehari bersama buruh pabrik sepatu memperkenalkan tokoh pada pembaca, kemudian membawa pada cerita selanjutnya. Menggiring pada klimaks dengan sebuah foto puncak, sebagai penutup, foto yang menyelesaikan masalah dan menutup cerita.

Jadi disini pembaca akan diajak untuk melihat pabrik sepatu melalui kaca mata seorang buruh. Keseharian si tokoh untuk menarik perhatian pembaca.

2.8 *Intergrated Book Development*

Menurut Bambang Trim, praktisi perbukuan nasional, direktur MQS Publishing, ketua forum editor Indonesia. Aspek-aspek yang dikembangkan dari penerbitan sebuah buku:

1. *Content*

Menetapkan ide buku yang saat ini dibutuhkan masyarakat dengan mengacu pada positioning penerbit, memilih penulis yang bereputasi, dan terutama seorang public speaker, membuat pola naskah yang dapat diturunkan menjadi outline yang menarik, menyediakan referensi yang memadai, memberikan penulis seorang editor pendamping berkarakter editor pengembang (development editor) sehingga juga bisa berlaku co-writer atau ghost writer, melibatkan editor ahli atau pembaca ahli.

2. Context

Menetapkan format buku, merancang pola atau template design untuk sebuah naskah yang akan disiapkan, menyiapkan visualisasi yang “eye catching” untuk cover serta judul yang menarik, mengaplikasikan teknologi penerbitan baik high end guna mempermudah pekerjaan dan memberikan sentuhan kualitas tingkat tinggi, mempersiapkan dummy sebagai review akhir ditingkat penerbit.

3. Creativity

Memberikan kebebasan berekspresi dan berkegiatan bagi personal penerbitan dengan batasan-batasan yang wajar, merutinkan kegiatan edutainment seperti, menonton film bersama, wisata pameran buku bersama (termasuk keluar negeri, pelatihan bersama, memberikan apresiasi).

4. Community

Merangkul komunitas yang ada sesuai dengan positioning penerbit, merangkul public figure yang menjadi motor komunitas, mengembangkan jaringan media dengan membina hubungan baik dengan para wartawan, aktif dalam asosiasi penerbitan maupun proses penerbitan, membangun konsersium ataupun kekuatan bersama dengan sesama penerbit sevisi.

5. Costumer

Memberikan layanan purna jual, seperti Tanya-jawab berkaitan dengan content buku, membentuk training center berbasis buku, mengadakan acara book signing dan temu penulis, menetapkan pembaca potensial dan membina mereka.

Kelima aspek diatas dibangun secara terpadu oleh tim editorial dan tim marketing berdasarkan arahan dari pemimpin penerbit. Dalam hal ini memang sangat dibutuhkan visi dan misi yang kuat dan terdefinisi jelas dari sebuah penerbit. Langkah-langkah praktis kelima aspek tadi dapat diterjemahkan menjadi strategi pengembangan untuk jangka pendek, jangka menengah, maupun jangka panjang.

Di Indonesia hanya terbiasa meluncurkan dua jenis produk saja yang belum membudaya, yaitu *paperback* dan *hard cover*. Hal ini mungkin disebabkan pasar pembaca Indonesia tidak terbagi dalam dua kategori : pasar khusus dan pasar umum sehingga penerbitan buku dua edisi (jenis) kurang berprospek. Pasar *paperback* tentu untuk pembaca umum yang menginginkan harga murah tanpa mempedulikan betul persoalan kualitas fisik, sedangkan pasar *hard cover* untuk mereka yang berselera tinggi soal kualitas fisik dan menginginkan buku tersebut bisa dikoleksi sehingga nilainya makin lama makin tinggi.

Buku konvensional mengacu pada standar-standar umum yang berlaku secara internasional. Standar anatomi buku yang umum terdiri atas :

Tabel 2.1, Standar Anatomi Buku

Cover depan + spine + cover belakang
Preminaries (Halaman pendahuluan)
Text Matter (Halaman teks)
Postliminaries (Halaman Penutup)

Sumber Data : Iyan WB, Anatomi Buku

Tampilan standar umum ini yang kemudian dikembangkan dengan kreasi lain oleh para penerbit sehingga sebuah buku bisa memiliki keunikan, kemenarikan, kekhasan, ataupun keunggulan tersendiri. Penerbit yang *inovatif* akan tampak berani melakukan terobosan-terobosan yang membuat sebuah buku *konvensional* menjadi menarik, dan langsung mempengaruhi calon pembaca.

Sebagai contoh setelah memasuki fase teknologi cakram digital sebagai alat penyimpan data maka penerbit pun memberikan *added value* kepada buku terbitannya dengan dilengkapi CD. Pilihan lain, buku *konvensional* bisa digandengkan dengan produk-produk *gimmick* semacam poster, pin, gantungan kunci, atau apapun. Mungkin kelak buku-buku kesehatan tradisional juga bisa menambahkan nilai bukunya dengan satu *sachet* jamu pada setiap kemasan buku. Teknologi *shrink-wrap* juga memungkinkan barang-barang *gimmick* kecil tadi bisa disatukan kemasannya dengan buku.

Dari sisi ukuran bentuk buku juga mengalami revolusi dari yang sebelumnya konvensional (ukuran standar A atau B) menjadi ukuran sesuai dengan kemampuan mesin cetak. Buku dengan bentuk bujur sangkar (segi empat sama sisi) juga kini banyak menjadi pilihan untuk mengikat perhatian pembaca.

2.9 Unsur-unsur Desain

2.9.1 Tipografi

Typeface give voice to words like all disciplines within art and design. Typography has a language and vocabulary of its own. On this spread a few

terms and definitions are presented is make sure we're all on the same page.

(Krause, 2004: 234)

Jenis huruf menyuarkan kata – kata seperti semua disiplin ilmu dalam seni dan desain. Tipografi memiliki bahasa dan kosa kata sendiri. Pada menyebar ini beberapa istilah dan definisi disajikan untuk memastikan kita semua pada halaman yang sama.

Font adalah satu set karakter khusus tipografi yang dirancang bekerja sama, font juga disebut sebagai tipografi, judul besar di atas kolom ini terletak di sebuah jenis huruf yang disebut “ *Sabon Regular* “. *font* individu sering bagian dari *family font* yang mengandung variasi font yang – secara teratur, *Bold*, *Italic*, miring *bold*, dan lain – lain.

Beberapa *type font* berdasarkan *family font* :

1. *Sans Serif*

Meskipun wajah dalam kategori ini mungkin tampak serupa secara sekilas.

Berbagai besar efek ada diantara font sans serif. Banyak keluarga font snas serif yang ditawarkan dalam berbagai macam berat dan lebar.

2. *Serif*

Font serif kembali ke *zaman* ketika orang pertama membawa pahat dari batu, dalam kategori *serif* terdapat banayak perbedaan. (Ada *sub* kategori *serif*) *font serif* yang khususnya cocok untuk bagian – bagian lagi teks, serif mereka membantumemberiakan garis *horizontal* acuan bagi mata pemirsa karena membaca melalui isi.

Sub category Serif

- a. *Old Style serif (goudy)*
- b. *Modern Serif (bodoni)*
- c. *Slab serif (clarendon)*
- d. *Script, Hand lettered.*

Mendapatkan inspirasi dari bentuk tulisan tangan, baik lama dan baru. Beberapa *font script* berasal dari kaligrafi alam, lainnya telah dibuat berdasarkan bentuk tulisan menyadari bahwa keterbacaan sangat bervariasi antara *font script* dan *font* tulisan tangan.

2. *Monospace*



Karakter masing – masing *font* yang paling lebar yang unik, seperti halnya ruang – ruang di sekitar mereka. Lebar karakter dan spasi dalam *font monospace* semua identik. Tipe karakter menggunakan sistem *monospace* untuk *letter form* mereka. *Font modern* yang dirancang untuk *pixel* berbasis.

Pada layar presetasi juga *monospace*. *Font* ini sering mengandung karakter *serif* dan *sans serif*.

3. *Novelty*

Apapun itu dalam kategori ini dari sedikit tweak ke benar – benar aneh. Font kebaruan cenderung datang dan pergi dari adegan grafis seperti menembak bintang spektakuler dan berumur pendek. Kebaruan font tertentu, seperti font kebaruan tertentu, seperti tren mode tertentu, muncul lagi secara teratur.

2.9.2 Warna

Sebagai bagian dari elemen, warna memegang peran sebagai sarana untuk lebih mempertegas dan memperkuat kesan atau tujuan dari gambar tersebut. Dalam penciptaan *destination branding*, warna mempunyai fungsi untuk memperkuat aspek identitas. Lebih lanjut dikatakan oleh Henry Dreyfuss, bahwa warna digunakan dalam simbol-simbol grafis untuk mempertegas maksud dari simbol-simbol tersebut. Sebagai contoh adalah penggunaan warna merah pada segitiga pengaman, warna – warna yang digunakan untuk *traffic light* merah untuk berhenti, kuning untuk bersiap-siap dan hijau untuk jalan. Dari contoh tersebut ternyata pengaruh warna mampu memberikan impresi yang cepat dan kuat.

Kemampuan warna menciptakan impresi, mampu menimbulkan efek-efek tertentu. Secara psikologis diuraikan oleh J. Linschoten dan Drs. Mansyur tentang warna sebagai berikut : Warna – warna itu bukanlah suatu gejala yang hanya dapat diamati saja, warna itu mempengaruhi kelakuan, memegang peranan penting dalam penilaian estetis dan turut menentukan suka tidaknya kita akan benda.

Dari pemahaman diatas dapat dijelaskan bahwa warna, selain hanya dapat dilihat dengan mata ternyata mampu mempengaruhi perilaku seseorang.mempengaruhi penilaian estetis dan turut menentukan suka tidaknya seseorang pada suatu benda. Berikut adalah potensi karakter warna yang masuk :

1. Hitam, sebagai warna yang tertua (gelap) dengan sendirinya menjadi lambing untuk sifat gulita dan gegelapan (juga dlama hal emosi).
2. Putih, sebagai warna yang paling terang, melambangkan cahaya.

3. Abu – abu, merupakan warnayang paling netral dengan tidak adanya kehidupan spesifik.
4. Merah, bersifat menaklukan, ekspansif (meluas), dominan (berkuasa), aktif dan vital (hidup).
5. Kuning, dengan sinarnya yang bersifat kurang dalam, merupakan wakil dari hal-hal atau benda yang bersifat cahaya, momentum.
6. Biru, sebagai warna yang menimbulkan kesan dalamnya sesuatu (dediepte), sifat yang tak terhingga dan transenden, disamping itu memiliki sifat tantangan.
7. Hijau, mempunyaisifat keseimbangan dan selaras, membangkitkan ketenangan dan tempat mengumpulkan daya-daya baru.

Dari sekian banyak warna, dapat dibagi dalm beberapa bagian yang sering dinamakan dengan sistem warna *Prang System* yang ditemukan oleh Louis Prang pada 1876 meliputi :

1. *Hue*, adalah istilah yang digunakan untuk menunjukkan nama dari suatu warna, seperti merah, biru, hijau dsb.
2. *Value*, adalah dimensi kedua atau mengenai terang gelapnya warna. Contohnya adalah tingkatan warna dari putih hingga hitam.
3. *Intensity*, sering kali disebut dengan *chroma*, adalah dimensi yang berhubungan dengan cerah atau suramnya warna.

Selain *Prang System* terdapat beberapa sistem warna lain yakni, CMYK atau *Process Color System*, *Munsell Color System*, *Ostwald Color System*,

Schopenhauer/Goethe Weighted Color System, Subtractive Color System serta Additive Color/RGB Color System.

Diantara bermacam sistem warna diatas, kini yang banyak dipergunakan dalam industri media visual cetak adalah CMYK atau *Process Color System* yang membagi warna dasarnya menjadi *Cyan, Magenta, Yellow* dan *Black*. Sedangkan *RGB Color System* dipergunakan dalam industri media visual elektronika.

2.9.3 Bentuk

Pengertian bentuk menurut *Leksikon Grafika* adalah macam rupa atau wujud sesuatu, seperti bundar elips, bulat segi empat dan lain sebagainya. Dari definisi tersebut dapat diuraikan bahwa bentuk merupakan wujud rupa sesuatu, biasa berupa segi empat, segi tiga, bundar, elip dan sebagainya. Pada proses perancangan logo, bentuk menempati posisi yang tidak kalah penting dibanding elemen–elemen lainnya, mengingat bentuk–bentuk geometris biasa merupakan simbol yang membawa nilai emosional tertentu. Hal tersebut biasa dipahami, karena pada bentuk atau rupa mempunyai muatan kesan yang kasat mata , Seperti yang diungkapkan *Plato*, bahwa rupa atau bentuk merupakan bahasa dunia yang tidak dirintangi oleh perbedaan – perbedaan seperti terdapat dalam bahasa kata–kata. Namun teori *Plato* tersebut tidaklah mesti berlaku semstinya. Ada aspek lain yang mengakibatkan bahasa bentuk tidak selalu efektif. Seperti penerapan bentuk–bentuk internasional dengan target sasaran tradisional atau sebaliknya. Dengan kata lain , bila target tidak terbiasa dengan bahasa kasat mata tradisional, penggunaan bahasa kasat mata internasional demikian pula sebaliknya.

Sebagai contoh adalah bila kita merancang logo armada angkatan bersenjata republik *Tanzania* misalnya, kurang lazim bila kita memilih bentuk keris atau Mandau kurang atau bahkan tidak dikenal oleh rakyat *Tanzania*.

Dari contoh diatas, kemudian muncul teori tentang *frame of reference* (kerangka referensi) dan *field of reference* (lapangan pengalaman) yang menjelaskan bahwa penerimaan suatu bentuk pesan, dipengaruhi oleh beberapa aspek yakni panca indra, pikiran serta ingatan. Jadi seperti contoh masalah diatas, angkatan bersenjata Republik Indonesia, tidak kepada Republik Doninika karena mereka tidak memiliki *frame of reference* dan *field of reference* tentang keris.

Berikut adalah contoh bentuk dan asosiasi yang ditimbulkannya berdasarkan buku *Handbook of Design & Devices* tulisan Clarence P. Hornung.

1. Segitiga, merupakan lambang dari konsep Trinitas, Sebuah konsep religious yang mendasarkan pada tiga unsur alam semesta, yaitu Tuhan, manusia dan alam. Selain itu segitiga merupakan perwujudan dari konsep keluarga yakni ayah, ibu dan anak. Dalam dunia metafisika segitiga merupakan lambing dari raga, pikiran dan jiwa. Sedangkan pada kebudayaan Mesir, segitiga digunakan sebagai simbol feminitas dan dalam huruf *Hieroglyphs* segitiga menggambarkan bulan.

2. Yin Yang , merupakan bentuk yang termasuk dalam jenis *Monad*, yakni bentuk yang terdiri dari *figure geometris* bulat yang terbagi oleh dua bentuk bersinggungan dengan masing – masing titik pusat yang berhadapan. Di China bentuk seperti ini disebut Yin Yang, di Jepang disebut *Futatsum*

Tomoe sedangkan orang Korea menyebutnya *Tah Gook*. Yin Yang merupakan gambaran dua prinsip alam, Yang melambangkan kecerahan Yin melambangkan kegelapan, Yang melambangkan nirwana Yin melambangkan dunia, Yang sebagai matahari Yin sebagai bulan, Yang memiliki pososo aktif, maskulin Yin pasif, feminin. Kesemuanya itu melambangkan prinsip dasar kehidupan, yakni keseimbangan.

2.9.4 Layout

Menurut buku “*How to design grids and use them effectively*” karya (Alam Swan, 1989:23) terdapat beberapa aspek dalam membangun desain layout, antara

lain:

1. *Headings, Sub – Headings and Body copy*

Sebuah elemen yang mengikuti *Headings* adalah sebuah *text*, dan *text* tersebut dinamakan *body copy*. *Body copy* dapat dipastikan akan menggunakan *grid* yang membantu pada penyeragaman dan penataan.

Komposisi dalam sebuah layout. Sedangkan elemen yang tidak kalah penting lainnya yaitu Sub-Headings.

2. *Grid*

Beberapa project sangat membutuhkan *grid* pada bagian awal sebuah proses desain dimana fungsinya sebagai acuan oleh desainer. Dengan bantuan *grid* tersebut kita dapat membagi – bagi area desain atau beberapa kolom sesuai dengan yang diinginkan, dan yang penting bahwa kolom tersebut nantinya kebanyakan akan digunakan untuk penempatan *body copy*. Bagian yang

terpenting dari semua proses desain layout yaitu diawali dengan adalah contoh dari pembagian grid, yaitu :

a. *Three Column and six column grids*

Contoh jenis layout ini sering digunakan pada layout majalah, Koran dan materi advertising lainnya, dan merupakan jenis kolom *standart* yang paling sering digunakan. Namun kita tetap dapat membuat desain yang lebih ekstrim pada layout nya, misalnya dengan lebih cermat Membagi area dan lebih banyak menggunakan gambar dibandingkan *text*.

b. *Two Column and four column grids*

Contoh jenis layout ini sering digunakan pada layout majalah, Koran dan materi advertising lainnya, dan merupakan jenis kolom *standart* yang paling sering digunakan. Namun kita tetap dapat membuat desain yang lebih ekstrim pada layout nya, misalnya dengan lebih cermat membagi area dan lebih banyak menggunakan gambar dibandingkan *text*.

c. *Mixing grid formats*

Pada jenis kolom ini, yang dilakukan yaitu memadukan jenis kolom yang berbeda dalam layout. Namun tetap harus memperhatikan keseimbangan desainnya. Pada jenis kolom ini, elemen desain akan lebih fleksibel untuk diletakkan dan memaksa desainernya untuk lebih bereksperimen dibandingkan pada jenis kolom lainnya.

2.9.5 Sintaksis Tipografi

Faktor tipografi adalah mempertimbangkan jenis huruf atau *font* yang akan digunakan dalam sebuah tampilan buku. Tiap *font* akan memiliki pengertian dan kesan yang berbeda, seperti lincah, anggun, maskulin, feminine, dan kekanak-kanakan. Namun kesan tersebut akan saling terkait dengan seluruh elemen yang ada dalam tampilan, artinya kesan *font* pun akan bergantung dengan seluruh tampilan yang ada. (Swann, 1989: 24) Unsur yang harus ada dalam tipografi adalah:

1. Kejelasan dan Keterbatasan (*Legibility*).
2. Menarik (*Attractiveness*).
3. Memiliki Karakter (*Characterised*).

Sintaksis menurut ilmu bahasa adalah penyusunan kata – kata dalam bentuk dan urutan yang tepat. Sintaksis dalam tipografi adalah sebuah proses penataan elemen–elemen *visual* kedalam kesatuan bentuk *khoesif*. Elemen komposisi adalah sebagai berikut :

1. Huruf
2. Kata
3. Garis
4. Kolom
5. Margin

2.9.6 *White Space* (Ruang Kosong)

Selain delapan prinsip tersebut, dalam layout juga terdapat unsur yang juga penting yaitu white space atau sering disebut ruang kosong. Ruang Kosong memberikan fungsi kejelasan dan keterbacaan. Di dalam Ilmu grafis tutorial belajar desain membentuk White Space atau Ruang Kosong yang ada dalam desain. White Space atau Ruang kosong dimaksudkan agar karya tersebut tidak terlalu padat dalam penempatannya pada sebuah bidang dan menjadikan sebuah obyek menjadi lebih dominan. White Space atau Ruang Kosong dalam desain juga dapat membuat desain tampak elegan. Desain akan tampak sangat anggun (jika penempatan White Spacenya benar) karena berdiri di dalam area yang bersih. Semuanya akan sangat teratur dan rapi sehingga membuatnya kelihatan profesional.

2.9.7 Proses Cetak

Proses cetak buku, diawali dengan men-setting gambar atau layout dan unsur–unsur buku lain, dengan membuat file yang siap cetak. Setelah terbuat file siap cetak, dibuat settingan *color separation* (pemisahan warna) CMYK, dari *color separation* warna ditembakkan pada plat cetak berdasarkan warna cetakan yang telah ditentukan yaitu CMYK.

Setelah Plate cetak terbentuk maka dimasukkan kedalam alat cetak *offset* berdasar standart setting, dengan menggunakan alat cetak *offset* kita dapat mencetak berulang kali sesuai dengan pesanan, namun setiap 100 cetakan akan terus diadakan inspeksi, agar warna yang dicetak tidak meleset atau berbeda

dengan cetakan awal atau *proofing*. Setelah di cetak akan dijadikan satu lalu dipotong–potong berdasarkan halaman dan dibentuk menjadi buku.

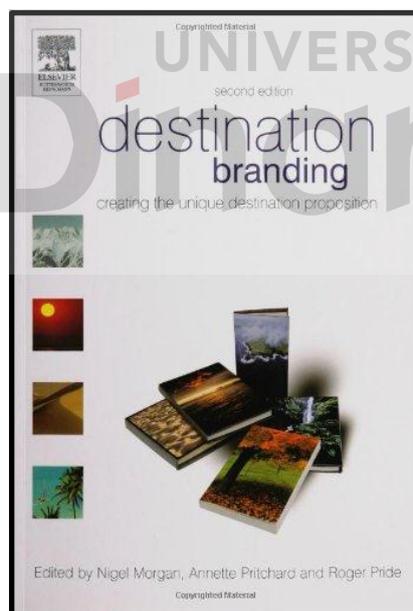
2.10 Media Promosi

2.10.1 Definisi Media Promosi

Promosi merupakan kegiatan penting yang memiliki peran aktif dalam memperkenalkan, memberitahukan, dan memberi informasi potensi suatu produk agar keberadaannya lebih dikenal oleh khalayak luas dan dapat mendorong khalayak untuk berkunjung ke produk atau objek yang dipromosikan. Promosi merupakan hal yang sangat penting, karena tanpa adanya sebuah pesan yang tersampaikan melalui promosi masyarakat tidak akan mengetahui keberadaan sebuah produk.

Sebagai simbol sebuah gaya, destinasi dapat memberikan penawaran keuntungan pemakaian yang sama terhadap barang dengan gaya hidup bermerk yang tinggi. Hal ini digunakan sebagai media komunikasi memberikan pernyataan dan keanggotaan kelompok, seperti perjalanan wisata yang menunjukkan maksud berkomunikasi tentang identitas, gaya hidup dan status (Morgan, 2004, hal.4). *Destination branding* merupakan permulaan untuk mencapai industri pariwisata. Seperti dikutip Morgan, (2009: 59) mengatakan bahwa sebuah *destination branding* dapat dikembangkan melalui berbagai cara, kebanyakan dalam periklanan, melalui pemasaran langsung, *personal selling*, *website* dan brosur tetapi juga melalui hubungan masyarakat dan media, dan melalui kerjasama dengan perkumpulan pemasaran destinasi (DMOs) dengan wartawan,

penyelenggara acara dan pembuat film. Selain itu, tempat pemasaran yang didefinisikan sebagai “kesadaran penggunaan publisitas dan pemasaran untuk mengkomunikasikan gambar tertentu dari lokalitas geografis tertentu untuk sebuah sasaran penonton. (Morgan, hal. 63) menjelaskan *destination branding* sebagai tambahan untuk menyetujui proses kreatif dari pemasaran destinasi, pembangunan *destination brand* seringkali dihancurkan oleh pihak perkumpulan pariwisata. Seperti dikutip (Morgan, hal. 63), Curtis menjelaskan bahwa memerlukan beberapa tahun untuk membangun sebuah citra merk, membangun pengenalan nama dan mengembangkan kesadaran yang kuat dari suatu destinasi atau produk.



Gambar 2.20
Destination branding: creating the unique destination proposition
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

Dalam hal ini, *destination branding* yang sukses adalah yang mencapai keseimbangan antara penerapan solusi mutakhir untuk masalah pemasaran dan pengelolaan politik lokal yang nyata, politik regional dan nasional. Kisah-kisah

keberhasilan nyata mencerminkan *destination branding* yang telah mampu melawan dinamika politik (yang diberikan pada semua tingkat panggung politik). *Brand* yang memiliki warisan pemasaran yang kuat dan konsisten, tetapi pada saat yang sama berkembang dan muncul secara kontemporer juga segar terus menerus. *Destination Branding* yang sukses biasanya memiliki konsistensi, relevansi, iklan yang menarik, ditandai dengan nilai-nilai produksi yang tinggi: periklanan yang mutakhir dan sangat kreatif. Hal ini mudah untuk ditulis, tetapi sulit untuk dicapai dan itulah sebabnya destinasi yang sama terus-menerus disebut sebagai permasalahan klasik, branding jangka panjang, karena hal tersebut langka dan mereka berhasil melawan rintangan. Sebagaimana yang telah terjadi, anggaran yang terbatas, kurangnya kontrol manajemen dan tekanan secara internal maupun eksternal menciptakan tantangan tersendiri bagi pemasar destinasi. Namun, penciptaan sebuah *brand* –pengembangan hubungan emosional dengan konsumen – dapat memegang kunci sebagai perbedaan destinasi. Kegiatan *branding* berkonsentrasi pada penyampaian inti atau semangat dari sebuah destinasi. (Morgan, hal. 68) juga menambahkan bahwa tahap pertama dalam proses pembangunan atau penyegaran *destination branding* adalah untuk membangun nilai-nilai inti dari destinasi dan *brand*; hal ini harus bertahan lama, relevan, menular dan menambah potensi untuk menarik calon wisatawan. Selain itu, (Morgan, hal. 70) juga menyampaikan bahwa untuk menjadi sukses dalam menciptakan keterikatan emosional sebuah *destination branding* harus:

- Dapat dipercaya
- Cara penyampaian yang mudah

- Berbeda dengan yang lain
- Penyampaian gagasan yang kuat
- Keantusiasan para pemangku jabatan dan rekan
- Beresonansi dengan konsumen

2.11 Desain Media Promosi Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat

Sebagai salah satu tempat pariwisata yang ada di daerah kota Solo, selama ini metode promosi pariwisata yang terdapat di Kraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat hanya melalui:

- Media cetak (brosur, baliho, dan *banner*)
- Media elektronik (radio, televisi dan internet)
- *Personal Selling*



UNIVERSITAS
Dinamika

2.12 Pemasaran Wisata (Tourism Marketing)

Bahwa pemasaran wisata merupakan suatu proses manajemen yang dilakukan oleh organisasi pariwisata nasional atau perusahaan-perusahaan termasuk dalam kelompok industri pariwisata untuk melakukan identifikasi terhadap wisatawan yang sudah punya keinginan untuk melakukan perjalanan wisata dan wisatawan yang mempunyai potensi akan melakukan perjalanan wisata dengan jalan melakukan komunikasi dengan mereka, mempengaruhi keinginan, kebutuhan, dan memotivasinya, terhadap apa yang disukai dan tidak disukainya, pada tingkat daerah-daerah lokal, regional, nasional maupun internasional dengan

menyediakan obyek dan atraksi wisata agar wisatawan memperoleh kepuasan optimal.

Selain itu, praktek *destination branding* bukanlah hal yang baru, meskipun kepentingan di dalamnya telah mencapai tingkatan yang baru A.Cai, (2009 : 3). Mengutip pada pernyataan Hall yang mendefinisikan sebuah *brand* dalam pemasaran umum dan menjelaskan tujuan intinya yakni “menghasilkan sebuah kekonsistenan, terfokus pada strategi komunikasi” A.Cai, (2009: 3).



Gambar 2.21

Tourism Branding: Communities in Action

(Sumber: Dokumentasi Peneliti)

Ada banyak inovasi pemasaran kontemporer dalam praktek dan teori, yakni:

- *Experience (experiential) marketing*
- *Relationship marketing*
- *Personal marketing*
- *One-on-one marketing*
- *Permission marketing*

Semua strategi marketing tersebut bertujuan untuk menarik dan mempertahankan para pelanggan dengan cara membangun hubungan yang baik dan menciptakan pengalaman yang positif (Cai, hal. 5). Sedangkan, perluasan pasar dunia dan penggunaan informasi dan telekomunikasi teknologi sebagai dua proses globalisasi yang mengerahkan pengaruh paling besar terhadap branding (Cai, hal. 7).

Hyun dan Cai mengusulkan model dan menjelaskan bagaimana rangsangan komunikasi termasuk media baik *online* dan *offline* dapat mempengaruhi berbagai komponen gambar destinasi virtual, yang pada gilirannya mempengaruhi perilaku tanggapan wisatawan. Selain itu juga, sebuah *brand* di bidang pariwisata dapat ditemukan dalam banyak kategori barang dan jasa yang mempengaruhi banyak aspek beragam kegiatan wisata (Cai, hal. 9).

Seperti dikutip dari Gartner oleh (Cai, hal. 7), Gartner mengedepankan teori ekuitas *destination branding* yang meneliti lima dimensi. Dimensi ini adalah:

- Kesadaran
- Gambar
- Loyalitas

- Kualitas
- Nilai

Hal ini menggambarkan bagaimana ekuitas sebuah *brand* dapat dibangun dengan menggunakan pasar karakteristik dan hubungannya dengan dimensi yang berbeda. Kontribusi lebih lanjut ini meneliti perbedaan dan persamaan antara destinasi dan produk sebuah *brand*. Kedua *brand* saling berbagi karakteristik yang baru, tetapi berbeda dalam karakteristik stabilitas dan berwujud. Mereka juga masing-masing berbeda dalam perspektif internal maupun eksternal. Sebuah perspektif internal terjadi ketika manajer menekankan penggunaan sumber daya untuk mencapai respon pelanggan. Namun, perspektif eksternal terjadi pada cara pelanggan menafsirkan makna sebuah *brand* dan menggunakannya untuk meningkatkan keputusan pembelian mereka.

2.13 Kajian Mengenai Motivasi Kunjungan Wisata

Sebagai salah satu tempat pariwisata khususnya di daerah Solo, Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat ramai dikunjungi oleh pengunjung hampir setiap harinya. Beberapa alasan para wisatawan berkunjung ke tempat ini sangat beragam yakni untuk mengetahui tentang sejarah berdirinya Keraton Kasunanan Solo Hadiningrat, mengetahui warisan budaya yang terdapat di Keraton Kasunanan Solo Hadiningrat dan untuk mempelajari sejarah yang ada di Keraton Kasunanan Solo Hadiningrat. Para wisatawan yang mengunjungi Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat sangat beragam baik wisatawan lokal maupun manca negara, umumnya mereka kebanyakan hanya mengunjungi museum yang

terletak di tempat ini. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh penulis khususnya terhadap para wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat, kebanyakan dari mereka mengaku bahwa motivasi mereka untuk berkunjung ke tempat ini yakni untuk mempelajari kebudayaan yang ada di Keraton. Mereka terutama wisatawan asing banyak belajar tentang Keraton Kasunanan Solo mereka pergi ke Keraton Kasunanan Solo kebanyakan dari mereka menggunakan *map book* atau biasa disebut peta dalam buku, Mr.Jame contohnya dia pergi ke Keraton Kasunanan Solo dengan berjalan kaki. Beliau ingin pergi ke Keraton Kasunanan Solo menggunakan akses *map book* serta bertanya kepada para masyarakat kota Solo. Kebanyakan dari wisatawan yang berkunjung ke Keraton Kasunanan di dominasi wisatawan manca negara baik dari Spanyol, Australia, Amerika, Belanda Jepang dll. Untuk khususnya bagi yang wisatawan Jepang kebanyakan yang berkunjung ke Keraton Kasunanan adalah orang dewasa dengan kisaran umur lebih dari 60 tahun. Karena mereka berkunjung kesana ingin bernostalgia dengan sejarah yang ada di Keraton Kasunanan Hardinigrat. Karena dulunya Jepang menjajah Indonesia, serta melihat kondisi kota Surakarta serta Keraton Kasunanan Hardinigrat saat ini. Namun para wisatawan asing Negara lain, mereka berkunjung kesana karena ingin tahu apa yang ada di dalam Keraton Kasunanan Solo itu sendiri. Serta ingin mengetahui bentuk bangunan Keraton Kasunanan Hardinigrat dalam segi bentuk arsitek dan sejarah dalam pembuatan bangunan kraton kasunanan hardinigrat. Tapi ada juga wisatawan yang berkunjung kesana hanya sekedar ingin berfoto dengan alat – alat museum yang ada di Keraton Kasunanan Solo serta ingin melihat adanya tarian

Bedoyo Ketawang yang kebetulan tarian itu hanya di lakukan pada hari Selasa Kliwon saja tetapi bukan hanya tarian Bedoyo Ketawang saja, hal yang menarik perhatian wisatawan antara lain upacara Sekaten dan Grebeg Suro yang ramai di kunjungi apabila sudah ada pada tanggal dan jam waktunya.

2.14 Media Informasi

Kehadiran media informasi mempunyai arti penting dalam proses pembelajaran, sebagai sarana misalnya dalam metode pembelajaran menggunakan media buku, karena selain menyampaikan ilmu-ilmu, buku juga bisa dibaca berulang-ulang ketika belum mengerti, karena media informasi bersifat sederhana dan mudah di pahami.

Media sendiri adalah alat yang di gunakan untuk mengirim pesan dan sumber kepada penerima. Media juga dapat mewakili informasi yang kurang mampu diucapkan melalui kata – kata atau kalimat tertentu, bahkan keabstrakan bahan dapat dikongkretkan dengan kehadiran media. Pembaca akan lebih mudah memahami materi dengan media pembelajaran, meskipun media informasi mempunyai kunggulan dan kelemahan masing – masing. Karena dengan adanya media informasi akan membuat orang memiliki wawasan yang sangat luas.

2.15 Media Buku

Media meliputi alat yang secara fisik digunakan untuk menyampaikan isi materi pengajaran yang terdiri dari buku, *tape recorder*, kaset, *video camera*, film, foto, gambar, Komputer dan lain- lain. Karena media sebagai suatu komponen sumber belajar atau sebagai wahana fisik dan non –fisik yang mengandung materi

intruksional di lingkungan sehingga dapat menarik untuk membaca Arsyad, (2007: 4).

Meskipun masyarakat banyak tertarik oleh dunia elektronik yang lebih *modern*, tetapi media cetak tidak akan ditinggalkan sebagai sarana pengajaran. Media cetak dalam berbagai bentuk dapat dikirim ke tempat terpencil, dan dapat digunakan atas dasar pengajaran mandiri. Onaya (2014:128), yang menyatakan bahwa “ *The print media are some of the oldest media in education, this category of media are useful for informational or motivational purposes*”, yang intinya media cetak merupakan media tertua dalam pendidikan, yang berguna untuk tujuan informasi atau motivasi. Media cetak adalah *visual* yang pembuatannya melalui proses pencetakan/*printing* atau *offset*. Media cetak menyajikan pesan melalui huruf dan gambar– gambar yang diilustrasikan untuk lebih memperjelas pesan atau informasi yang disajikan. Jenis media antara lain buku *teks*, modul, *bulletin* dan majalah.

Menurut Arsyad (2007 :5), media cetak mempunyai beberapa kelebihan dan kelemahan dalam pembelajaran yaitu *Kelebihan* media cetak yaitu dapat menyajikan pesan atau informasi dalam jumlah yang banyak, selain itu dapat dipelajari oleh pembaca sesuai dengan kebutuhan dan minatnya, dapat dipelajari kapan dan dimana saja karena mudah dibawa dan akan lebih menarik apabila dilengkapi dengan gambar *dan warna serta perbaikan atau revisi mudah dilakukan*.

Kelemahan media cetak yaitu proses pembuatannya membutuhkan waktu yang cukup lama, bahan cetak yang tebal mungkin dapat membosankan dan

mematikan minat pembaca, apabila jilid dan kertasnya jelek, bahan cetak akan mudah rusak dan sobek Arsyad (2007:7).

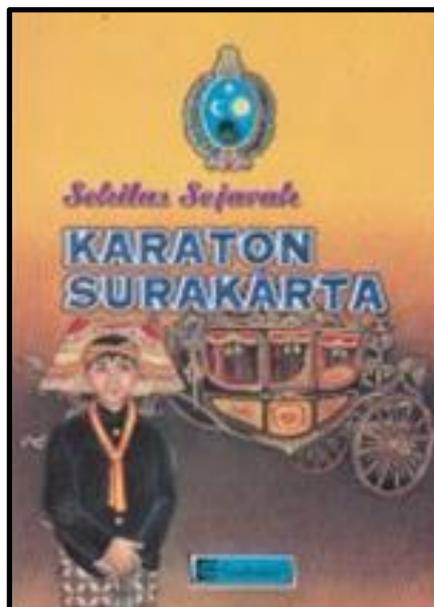
Buku merupakan media cetak yang mudah disimpan dan mudah dibawa kemana-mana, selain itu media ini digunakan sebagai alat bantu yang menyampaikan informasi tentang materi pelajaran dan lainnya yang bersifat satu arah, karena nantinya buku ini akan dicetak dengan *full colour* sehingga dapat menarik wisatawan atau si pembaca agar membacanya, adapun manfaat lainnya sebagai pelestarian budaya karena warisan budaya kita semakin hilang termakan zaman, dan banyak kehadiran serial kartun saat ini yang tidak lain adalah milik budaya barat. Buku juga memiliki kelebihan dan kekurangan, buku sebagai media pembelajaran, antara lain dapat berdampingan dengan media lain, Dapat digunakan oleh semua kalangan, tidak memerlukan peralatan khusus dalam menggunakannya. Dapat digunakan dalam situasi dan kondisi yang kurang mendukung, dan cara penggunaan mudah dan praktis.

Sebagai media pembelajaran tidak menarik dan monoton, membutuhkan waktu untuk memahami sebuah bacaan, tidak dapat digunakan dalam tempat gelap, membutuhkan konsep awal, memerlukan daya ingat yang tajam, membosankan dan bersifat *abstrak* dan pengkonsepan (Nurul dan Jamzuri, 2013: 101).

2.16 Penelitian Terdahulu

2.16.1 Buku Sekilas Sejarah Kraton Surakarta

R.Ay. Sri Winarti P. meneliti kajian tentang Kraton Surakarta yang berjudul “Sekilas Sejarah Kraton Surakarta Hardinigrat”.



Gambar 2.22

Cover Buku “Sekilas Sejarah Karaton Surakarta”

Sumber : Dokumentasi Penulis

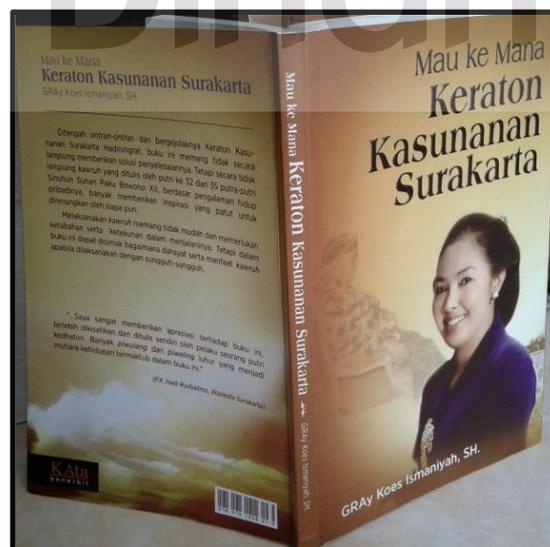
Buku merupakan media informasi yang efektif dalam menyampaikan pesan, karena buku dapat berisi informasi secara verbal seperti uraian-uraian secara *deskriptif* dan *naratif* dan sebagainya yang menunjang buku dalam menyampaikan pesan. Sesuai dengan judulnya, buku ini dalam penelitian ini diceritakan tentang sekilas sekilas sejarah tentang Keraton Surakarta. Buku ini lebih menonjolkan sisi sejarah terbentuknya Keraton Hal ini dikarenakan buku ini berisi tentang silsilah dalam sejarah yang ada di Keraton Surakarta Hardinigrat dan menjelaskan beberapa silsilah yang ada dan yang pernah memimpin sebuah Keraton Surakarta Hardinigrat.

Buku ini juga berisi uraian-uraian dari beberapa penjelasan Keraton Kasunanan seperti upacara yang ada dalam Keraton sehingga membantu pembaca dalam menerima informasi dan memahami isi dalam Keraton Kasunanan. Namun

buku ini tidak menampilkan bagaimana kehidupan yang ada dalam Keraton Kasunanan tersebut, Buku ini juga masih menggunakan cetakan lama tidak menggunakan *full colour* sehingga dapat membuat si pembaca merasa jenuh. Buku ini tidak menyampaikan informasi dengan jelas hanya beberapa paragraf yang menjelaskan tentang sejarah dan adat yang ada di Keraton Kasunanan Surakarta sehingga pembaca khususnya kalangan wisatawan baik wisatawan domestik maupun mancanegara kurang tertarik. Intinya, buku ini kurang bercerita dan menarik sehingga pembaca merasa jenuh.

2.16.2 Buku “Mau Ke Mana Keraton Kasunanan Surakarta”

GRAY Koes Ismaniyah ,S.H. meneliti kajian tentang Keraton Surakarta yang berjudul “Sekilas Sejarah Keraton Surakarta Hardinigrat”.



Gambar 2.23

Cover Buku “Mau Ke Mana Keraton Kasunanan Surakarta”

Sumber : Dokumentasi Penulis

Buku “Mau Kemana Kraton Surakarta” ini juga berisi uraian-uraian tentang Keraton Kasunanan, seperti kehidupan yang ada dalam keluarga Keraton sehingga membantu pembaca menerima informasi dan memahami isi dalam Keraton Kasunanan itu sendiri. Namun buku ini tidak menampilkan bagaimana sejarah pembentukan Keraton Kasunanan tersebut. Tidak banyak informasi yang didapatkan dari buku ini, hanya beberapa paragraf yang menjelaskan tentang kehidupan keluarga yang ada di Keraton Kasunanan, sehingga pembaca khususnya wisatawan domestik maupun manca negara kurang tertarik. Dibandingkan dengan buku lainnya buku ini kurang dalam hal mengekspresikan dan menarik bagaimana suasana yang ada dalam kehidupan yang ada di Keraton tersebut.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka berisi data yang sesuai dengan penciptaan ini. Dalam kajian pustaka ini akan dipaparkan beberapa fakta, konsep, prosedur, maupun teori – teori yang terkait dengan penciptaan.

2.1 Penciptaan

Ladjamudin, (2005: 39) mengatakan bahwa penciptaan adalah suatu kegiatan yang memiliki tujuan untuk mendesain sistem baru yang dapat menyelesaikan masalah–masalah yang dihadapi perusahaan yang diperoleh dari pemilihan alternatif sistem yang terbaik. Dari definisi tersebut peneliti menarik kesimpulan bahwa penciptaan merupakan suatu pola yang dibuat untuk mengatasi masalah yang dihadapi organisasi setelah melakukan analisis terlebih dahulu.

2.2 Teori Budaya

Kebudayaan atau bisa juga disebut peradaban mempunyai makna yang luas yang meliputi pemahaman perasaan suatu bangsa mengenai pengetahuan, kepercayaan, seni, moral, hukum, dan pembawaan lainnya yang diperoleh dari anggota masyarakat Taylor, (1897: 21). Para ahli sudah banyak yang menyelidiki berbagai kebudayaan, dari hasil penyelidikan timbul dua pemikiran tentang munculnya suatu peradaban, *Pertama* beranggapan bahwa adanya hukum pemikiran atau perbuatan manusia disebabkan oleh tindakan besar yang menuju kepada perbuatan manusia disebabkan oleh tindakan besar yang menuju kepada

perbuatan yang sama dengan penyebab yang sama. *Kedua* bahwa tingkat kebudayaan atau peradaban muncul sebagai akibat taraf perkembangan dan hasil evaluasi masing–masing sejarahnya, kedua pendapat tersebut tidak lepas dari kondisi alam. Demikian pula proses sejarah bukan hal yang mengikat, tetapi merupakan kondisi ilmu pengetahuan, agama, seni, adat istiadat dan kehendak semua masyarakat.

Pengertian kebudayaan yang di kemukakan oleh Taylor, (1897: 23) maupun dalil – dalil yang di kemukakan oleh Harkovis masih bersifat luas sehingga pengkajian kebudayaan sangat bervariasi. Untuk mengkaji kebudayaan lebih sistematis dan ketat, diperlukan *consensus* tentang definisi mengingat kebudayaan merupakan totalitas pandangan hidup. Untuk maksud tersebut, (Kroeber dan Khlukohm, hal. 45) mengajukan konsep kebudayaan sebagai kupas kritis definisi–definisi kebudayaan yang mendekati. Definisi kebudayaan sendiri terdiri atas berbagai pola, bertingkah laku mantap, pikiran, perasaan dan reaksi yang diperoleh dari simbol–simbol yang menyusun pencapaiannya masing–masing dari kelompok manusia, termasuk didalamnya perwujudan benda–benda materi, pusat esensi kebudayaan terdiri atas tradisi terutama keterikatan terhadap nilai–nilai. Kebudayaan itu bersifat universal, dapat diterima secara umum meskipun dalam praktek, kebudayaan menurut pendapat umum sesuatu yang berharga dan bernilai baik (Bakker, hal. 56).

Menurut Koentjaraningrat, (1980: 32), Kata “kebudayaan” berasal dari kata sansekerta *budhayah*, yaitu bentuk jamak dari *Budhi* yang berarti akal. Dengan demikian kebudayaan dapat diartikan “hal – hal yang bersangkutan dengan “akal”.

Sedangkan kata *budaya* merupakan perkembangan majemuk dari “budi daya” yang berarti “daya dari budi “ sehingga dibedakan antara “budaya” yang berarti “daya dari budi” yang berupa cipta, karsa dan rasa, dengan kebudayaan yang berarti hasil cipta, karsa dan rasa Soelaeman, (2001: 19). Menurut Kluckhohn, (1951: 78) hampir semua antropolog Amerika setuju dengan dalil proporsi yang diajukan oleh Herkovits dalam bukunya yang berjudul “Man and His Work” tentang teori kebudayaan, yaitu :

1. Kebudayaan dapat dipelajari.
2. Kebudayaan berasal dari segi biologis, lingkungan, psikologis dan komponen sejarah eksistensi manusia.
3. Kebudayaan mempunyai struktur.
4. Kebudayaan bersifat dinamis.
5. Kebudayaan mempunyai variabel
6. Kebudayaan memperlihatkan keteraturan yang dapat dianalisis dengan metode ilmiah.
7. Kebudayaan merupakan alat bagi seseorang untuk mengatur keadaan totalnya dan menambah arti bagi kesan kreatifnya.

Pengertian kebudayaan masih bersifat luas sehingga arti dari kebudayaan sendiri masih bersifat variatif sehingga Kroeber dan Klokohn, (1950: 65) mengemukakan konsep kebudayaan yang diambil sebagai irisan kritis dai definisi-definisi kebudayaan yang mendekati, yang berbunyi kebudayaan terdiri atas berbagai pola, bertingkah laku mantap, pikiran, perasaan dan reaksi yang diperoleh dan terutama diturunkan oleh simbol-simbol yang menyusun

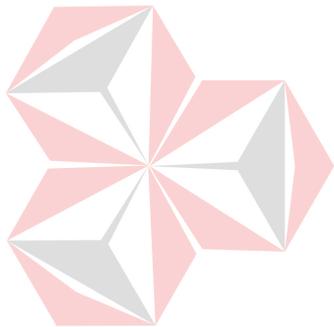
pencapaiannya secara tersendiri dari kelompok-kelompok manusia, termasuk di dalamnya perwujudan benda-benda materi.

2.3 Profil lengkap Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat

Indonesia dikenal sebagai sebuah negara dengan kultur budaya yang masih dipegang erat hingga saat ini. Sebelum menjadi sebuah Negara Republik Indonesia, dulunya Indonesia merupakan negara dengan kerajaan-kerajaan yang dimana menjadi cikal bakal lahirnya bangsa Indonesia. Banyaknya kerajaan yang pernah ada di Indonesia banyak mewariskan budaya untuk generasi selanjutnya, salah satu warisan budaya Indonesia yang keberadaannya dilestarikan hingga saat ini yaitu Keraton Solo atau Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat. Keraton Surakarta lebih dikenal dengan nama Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat. Jaman keemasan Keraton Surakarta Hadiningrat dialami pada masa pemerintahan Sunan Paku Buwono X di tahun 1893-1939 (kerajaan nusantara.com, 2010). Kompleks istana dinastinas Mataram yang megah Kartasura pada tahun 1742, diserbu dan dijarah Raja saingan dari kerajaan Pulau Madura dengan bantuan Belanda Raja Mataram, Pakubuwono II merebut kembali tahtanya dan memindahkan kerajaannya ke dekat Surakarta. Di tempat yang baru ini, ditepi sungai yang terpanjang di Pulau Jawa yang bernama Bengawan Solo, Pakubuwono II membangun istana yang baru. Menurut istana legenda, lokasi Keraton Surakarta dipilih oleh Ratu Laut Selatan, Nyai Roro Kidul, yang secara tradisional berhak mengesahkan kedudukan Raja-raja Jawa. Disekeliling pendopo utama yang terletak di bagian tengah keraton terdapat lautan pasir yang berwarna hitam. Hal ini menandakan bahwa keraton berada dalam wilayah kekuasaan Nyai

Roro Kidul dari Laut Selatan. Keraton Surakarta Hadiningrat atau disebut Keraton Kasunanan Surakarta didirikan oleh Ingkang Sinuhun Kangjeng Susuhunan Pakubuwono II tanggal 17 Suro tahun 1745 Winarti, (2007: 23). Dalam buku *Sekilas Sejarah Keraton Surakarta* dijelaskan bahwa Keraton Surakarta adalah peninggalan asli Indonesia kultur Jawa yang memiliki susunan asli, berpemerintahan asli (Jawa), daerah dan rakyat (kawula) tertentu yang sejak dulu diperintah oleh Ratu Jawa yakni sampeyan dalem Ingkang Sinuhun Kangjeng Susuhunan Paku Buwono secara turun temurun, berdasarkan hak asal-usul atau hak tradisional dan bersifat istimewa Winarti, (2007: 26). Dijelaskan pula bahwa disebut Ratu Jawa, karena memerintah Keraton Jawa, dimana Ratu Jawa selalu orang Jawa atau keturunan orang Jawa atau Ratu Jawa sebelumnya. Keraton Surakarta sendiri didirikan menurut konsep, ajaran, paham atau falsafah hidup Jawa. Keraton Surakarta merupakan sumber kebudayaan Jawa atau kejawen Winarti, (2007: 33). Ratu adalah kepala negara suatu kerajaan atau keraton yang memerintah seumur hidup dan turun-temurun, berdasarkan hak asal-usul atau hak tradisional yang bersifat istimewa. Sifat istimewa ini untuk membedakan dengan pemerintahan lainnya. Sejak berdiri, Keraton Surakarta selalu diperintah oleh Ratu pria yakni Susuhunan Paku Buwono. Tidak ada susuhunan Paku Buwono yang wanita. Seperti yang diketahui, Winarti, (2007: 43) menjelaskan bahwa Keraton Surakarta adalah Keraton Jawa yang berada di Jawa tengah yang diperintah oleh Ratu Jawa, yakni para Susuhunan Paku Buwono secara turun-temurun, sejak sebelum Indonesia berdiri, karena:

1. Didirikan oleh masyarakat Jawa oleh Susuhunan Paku Buwono II yang didukung oleh orang-orang Jawa.
2. Didirikan berdasarkan ajaran, paham, konsep atau falsafah Jawa atau Kejawen dan menggunakan bahasa dan tulisan Jawa serta mengenal unggah-ungguh, subasita atau tatakrama Jawa.
3. Diperintah oleh para Susuhunan Paku Buwono, keturunan Jawa dan Keraton berada di Jawa Tengah.



Gambar 2.1

Buku "Sekilas Sejarah Karaton Surakarta".

Sumber: R. Ay. Sri Winarti P.,2007

Sejarah singkat mengenai Keraton Surakarta berawal ketika kota Surakarta pada mulanya adalah wilayah kerajaan Mataram. Kota ini bahkan pernah menjadi pusat pemerintahan Mataram. Karena adanya Perjanjian Giyanti (13 Februari 1755) menyebabkan Mataram Islam terpecah karena propaganda kolonialisme Belanda. Kemudian terjadi pemecahan pusat pemerintahan menjadi dua yaitu

pusat pemerintahan di Surakarta dan Yogyakarta. Pemerintahan di Surakarta terpecah lagi karena Perjanjian Salatiga (1767) menjadi Kasunanan dan Mangkunegaran. Pada tahun 1742, orang-orang Tionghoa memberontak dan melawan kekuasaan Pakubuwana II yang bertahta di Kartasura sehingga Keraton Kartasura hancur dan Pakubuwana II menyingkir ke Ponorogo, Jawa Timur. Dengan Bantuan VOC pemberontakan tersebut berhasil ditumpas dan Kartasura berhasil direbut kembali. Sebagai ganti ibukota kerajaan yang telah hancur maka didirikanlah Keraton Baru di Surakarta 20 km ke arah selatan timur dari Kartasura pada 17 Februari 1745. Peristiwa ini kemudian dianggap sebagai titik awal didirikannya Keraton Kasunanan Surakarta.

Pemberian nama Surakarta Hadiningrat mengikuti naluri leluhur, bahwa Kerajaan Mataram yang berpusat di Karta, kemudian ke Pleret, lalu pindah ke Wanakarta, yang kemudian diubah namanya menjadi Kartasura. Surakarta Hadiningrat berarti harapan akan terciptanya negara yang *tata tentrem karta raharja* (teratur tertib aman dan damai), serta harus disertai dengan tekad dan keberanian menghadapi segala rintangan yang menghadang (*sura*) untuk mewujudkan kehidupan dunia yang indah (*Hadiningrat*). Dengan demikian, kata “Karta” dimunculkan kembali sebagai wujud permohonan berkah dari para leluhur pendahulu dan pendirian kerajaan Mataram. Sejarah nama kota Solo sendiri dikarenakan daerah ini dahulu banyak ditumbuhi tanaman pohon Sala (sejenis pohon pinus) seperti yang tertulis dalam serat Babad Sengkala yang disimpan di Sana Budaya Yogyakarta. Sala berasal dari bahasa Jawa asli (lafal

bahasa jawa : Solo) Pada akhirnya orang-orang mengenalnya dengan nama Kota Solo (Sejarah Singkat Kota Surakarta., 2014).

Dengan adanya keputusan Presiden Nomor 23 tahun 1988 semakin mempertegas keeksistensian Kraton Surakarta sebagai sumber budaya bangsa yang perlu dilestarikan. Adapun isi keputusan Presiden Nomor 23 tahun 1988 yakni:

1. Keraton Surakarta milik Kasunanan Surakarta yang perlu dilestarikan sebagai peninggalan budaya bangsa dan Sri Susuhunan adalah pimpinan Kasunanan Surakarta.
2. Keraton Surakarta diakui sebagai peninggalan budaya bangsa Indonesia, perlu dilestarikan.
3. Pengelolaan Keraton Surakarta diarahkan atau diupayakan dalam rangka melestarikan budaya nasional dan kepariwisataan yang dilaksanakan oleh Direktorat Jenderal Pariwisata Departemen Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi bersama-sama Pemerintah Daerah Kotamadya Daerah Tingkat II Surakarta dan Kasunanan.

Dengan adanya keputusan Presiden Nomor 23 tahun 1988 tersebut, Keraton Surakarta merupakan simbol dari kota Solo dan merupakan tempat pariwisata yang wajib dikunjungi apabila berkunjung ke kota Solo. Dibangun secara bertahap sejak didirikan pertama di tahun 1744 oleh Sunan Paku Buwono II, menjadikan Keraton Surakarta sebuah tempat yang eksotis juga menyimpan banyak nilai sejarah.



Gambar 2.2
Gamelan, salah satu peninggalan bersejarah di Kraton Kasunanan Surakarta.
(Sumber: Dokumentasi Peneliti)

Kompleks bangunan keraton ini masih berfungsi sebagai tempat tinggal sunan dan rumah tangga istananya yang masih menjalankan tradisi kerajaan hingga saat ini. Di Keraton Kasunanan Surakarta terdapat *Art Gallery* yang menyimpan bermacam benda-benda bersejarah yang mempunyai nilai seni dan sejarah yang tinggi. Beberapa koleksi yang ada diantara lain kereta kencana, bermacam-macam senjata, wayang kulit dan benda-benda peninggalan jaman dulu lainnya (Surakarta.go.id., 2012).



Gambar 2.3

Salah satu peninggalan bersejarah di Kraton Kasunan Surakarta, benda ini sering disebut Dakon dan merupakan permainan tradisional.
(Sumber : Dokumentasi Peneliti)

Keraton Surakarta Hadiningrat terletak di Kelurahan Baluwarti, Kecamatan Pasar Kliwon, Surakarta, Jawa Tengah, Indonesia. Keraton Surakarta Hadiningrat mempunyai luas 54 hektar yang dimulai dari alun-alun utara hingga alun-alun selatan, termasuk di dalamnya Pasar Klewer dan Masjid Agung Surakarta.

Bangunan Keraton terdiri dari Pagelaran, Siti Hinggil, Kori Brojowolo, Kori Kamandungan, Kori Sri Manganti dan Panggung Sangga Buwana. Sedangkan bagian keraton yang tidak boleh dikunjungi para wisatawan adalah Sasana Sewaka, Sasana Pustaka dan Maligi. Kompleks keraton ini juga dikelilingi dengan baluwarti, sebuah dinding pertahanan dengan tinggi 3-5 meter dengan tebal 1 meter tanpa anjungan. Dinding ini melingkungi sebuah daerah dengan bentuk persegi panjang dengan lebar 500 meter dan panjang 700 meter. Kompleks keraton yang berada di dalam dinding adalah Kemandungan Lor/Utara sampai Kemandungan Kidul/Selatan (kratonsurakarta.com., 2013).



Gambar 2.4

Salah satu perayaan tradisional yang diperingati oleh pihak Kraton Kasunanan Solo yakni perayaan Malam 1 Suro.
(Sumber: Dokumentasi Peneliti)

Secara fisik Keraton Surakarta memiliki banyak kesamaan dengan Keraton Yogyakarta dalam hal pola dasar tata ruang, dikarenakan salah satu arsiteknya adalah Pangeran Mangkubumi atau Sultan Hamengkubuwana I, yang juga menjadi arsitek utama keraton Yogyakarta. Kesamaan pola tata ruang sangat jelas terlihat pada letak alun-alun yang berada di utara dan selatan Keraton. Keraton Surakarta melakukan restorasi besar-besaran, dengan percampuran gaya arsitektur antara Jawa dan Eropa dalam nuansa putih dan biru (disolo.com., 2010). Lingkungan Keraton Surakarta dikelilingi benteng tembok yang kuat yang menjadikan kota dibalik tembok tempat keluarga kerajaan yang tidak terlalu dekat dan para abdi dalem beserta keluarganya berdiam. Di sebelah barat bangunan Keraton utama terdapat masjid Ageng dan pesantren yang dibangun oleh

Pakubuwono III pada tahun 1750. Tempat lain yang juga menarik untuk dikunjungi adalah tempat penyimpanan kereta, yang didalamnya terdapat kereta kencana kerajaan yang antik, termasuk kereta yang baru diperbaiki, hadiah dari Ratu Belanda Wilhelmina. Konstruksi bangunan kraton menggunakan bahan kayu jati yang diperoleh dari Alas Kethu di dekat kota Wonogiri. Luas keraton ini sekitar 54 hektar (Indonesia.travel., 2013).



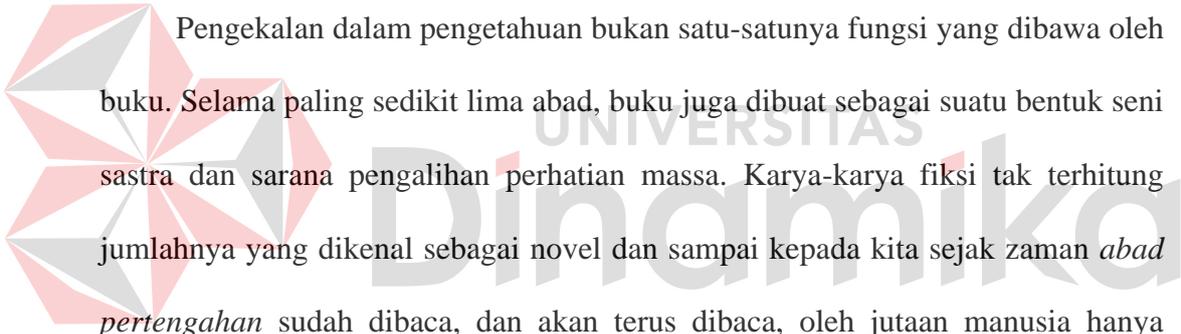
Gambar 2.5
Kompleks Karaton Kasunanan Surakarta.
(sumber : Dokumentasi Peneliti)

2.4 Kajian Tentang Buku

Buku dalam arti luas buku mencakup semua tulisan dan gambar yang ditulis dan dilukis segala macam lembaran papyrus, lontar, perkamen, dan kertas dengan segala macam bentuknya : berupa gulungan, dilubangi dan diikat atau di jilid muka belakangnya dengan kulit, kain, katron dan kayu. Buku merupakan hasil perekaman dan perbanyakan (multiplikasi) yang paling populer dan awet. Berbeda dengan majalah, apalagi surat kabar, buku direncanakan untuk dibaca dengan tak

seberapa memperdulikan kebaruannya karena tanggal terbitnya kurang mempengaruhi.

Buku adalah sumber ilmu pengetahuan dan sumber pembangunan watak bangsa (Muktiono, 2003: 22). Karena buku adalah benda material, buku bisa disimpan di dalam “Museum Buku” yang dikenal sebagai perpustakaan. Perpustakaan ini berawal di *Timur Tengah* sekitar 3000-2000SM kira-kira pada waktu yang sama dengan mulai semakin besarnya peranan penulisan *piktografik* di zaman dahulu. Salah satu perpustakaan kuno terbesar dibangun oleh orang Yunani di *Alexandria* pada abad ke-3. (Danesi, 2010: 74)



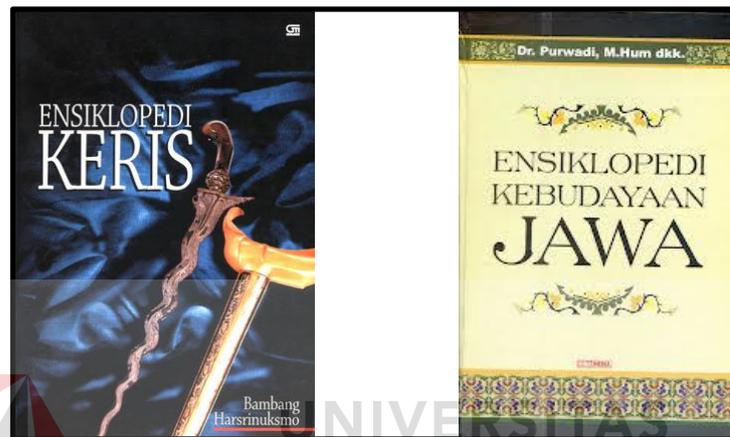
Pengekalan dalam pengetahuan bukan satu-satunya fungsi yang dibawa oleh buku. Selama paling sedikit lima abad, buku juga dibuat sebagai suatu bentuk seni sastra dan sarana pengalihan perhatian massa. Karya-karya fiksi tak terhitung jumlahnya yang dikenal sebagai novel dan sampai kepada kita sejak zaman *abad pertengahan* sudah dibaca, dan akan terus dibaca, oleh jutaan manusia hanya untuk kenikmatan pembacanya saja. (Danesi, 2010: 74)

Dari pemaparan di atas dapat kita simpulkan buku merupakan alat komunikasi berjangka panjang dan mungkin yang paling berpengaruh kepada perkembangan kebudayaan manusia. Di dalam buku, dipusatkan dan dihimpun lebih banyak hasil pemikiran dan pengalaman manusia daripada di dalam sarana komunikasi lainnya.

2.4.1 Kategori Jenis Buku

1. Ensiklopedia dan Semua Jenis Lektikon

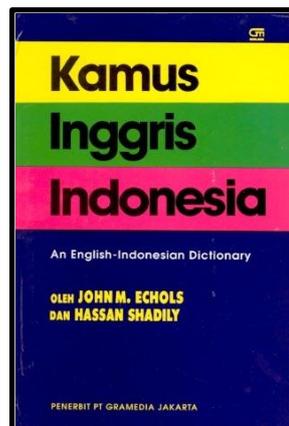
Ensiklopedia atau ensiklopedi, adalah sejumlah buku yang berisi penjelasan mengenai setiap cabang ilmu pengetahuan yang tersusun menurut abjad atau menurut kategori secara singkat dan padat.



Gambar 2.6
Ensiklopedia Budaya Jawa Dan Keris
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

2. Kamus

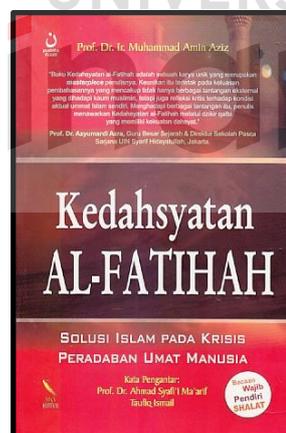
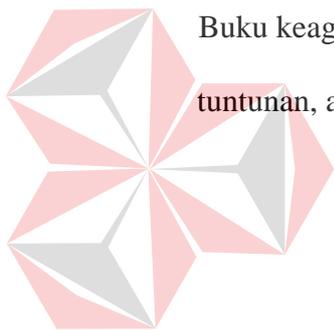
Kamus adalah sejenis buku rujukan yang menerangkan makna kata-kata. berfungsi untuk membantu seseorang mengenal perkataan baru. Selain menerangkan maksud kata, kamus juga mungkin mempunyai pedoman sebutan, asal-usul (etimologi) sesuatu perkataan.



Gambar 2.7
Kamus Inggris-Indonesia
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

3. Buku Keagamaan

Buku keagamaan adalah buku yang berisi dan menjelaskan perihal agama, tuntunan, ataupun hal-hal yang memiliki unsur spiritual dan kerohanian.

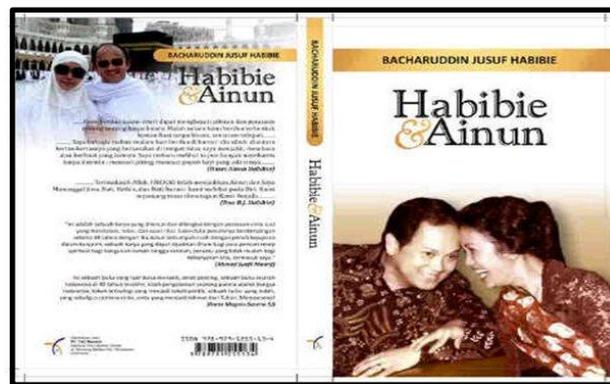


Gambar 2.8
Buku Religi
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

4. Karya Sastra

Karya yang berisi karangan yang bersifat menjelaskan secara terurai mengenai suatu masalah atau hal atau peristiwa dan lain-lain. Pada dasarnya ada dua macam, yakni karya sastra yang bersifat sastra dan karya

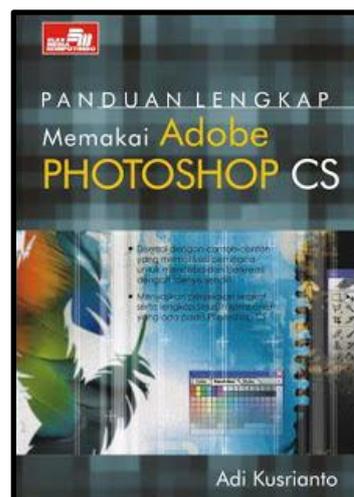
sastra yang bersifat bukan sastra. Yang bersifat sastra merupakan karya sastra yang kreatif imajinatif, sedangkan karya sastra yang bukan sastra ialah karya sastra yang non imajinatif.



Gambar 2.9
Novel Best Seller
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

5. Buku Panduan

Buku panduan adalah buku yang memberikan informasi atau intruksi berkenaan suatu hal dan memberikan penjelasan sejelas-jelasnya dan seinformatif mungkin untuk memberikan pemahaman pada pengguna.



Gambar 2.10
Buku Panduan
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

2.4.2 Tata Aturan Halaman Buku

Tata urutan halaman buku menurut buku Anatomi Buku karya Iyan WB, yaitu sebagai berikut :

1. *Cover*, merupakan bagian terluar buku, berfungsi sebagai penarik perhatian konsumen serta untuk melindungi isi buku. Halaman kosong, merupakan halaman kedua setelah *cover* atau sampul buku.
2. Halaman Baru, juga merupakan halaman kosong, berhadapan dengan halaman belakang sampul.
3. Halaman judul, merupakan halaman yang berisi teks berupa judul tanpa disertai dengan apapun. Pada halaman ini teks judul merupakan *point of interest* dari halaman tersebut.
4. Halaman ilustrasi, merupakan halaman pendukung (ada atau tidak adanya, tidak begitu berpengaruh terhadap identitas buku) ilustrasi hanya sebagai pendukung atau untuk mempercantik buku.
5. Pembuka, merupakan halaman yang hampir mirip dengan halaman judul namun terdapat beberapa ornamen atau ilustrasi pendukungnya.
6. Halaman identitas penerbitan, halaman ini berisikan identitas buku yaitu berupa judul, pengarang, tahun penerbitan, designer, nama pencetak, banyak halaman serta ukuran buku.
7. Halaman isi, merupakan halaman inti dari karya pengarang.

2.4.3 Manfaat Buku

Salah satu manfaat buku adalah buku dapat menceritakan kepada kita tentang masa lalu. Betapa menakjubkan bisa melihat penyebab kehancuran dan runtuhnya suatu peradaban di masa lalu, atau faktor-faktor penentu kemenangan dari kelompok yang mengendalikan peradaban. Hanya dengan membaca buku kita dapat segera mendapatkan pengalaman mereka tanpa harus membayar dengan pengorbanan yang besar.

Buku ini juga dapat mengajarkan penemuan-penemuan yang dilakukan oleh ahli-ahli pada waktu lampau. Penemuan yang mungkin membutuhkan waktu seumur hidup dari penemunya untuk dipelajari. Penemuan yang mungkin membutuhkan nyawa dari penemunya untuk mempelajarinya.

Dengan buku, kita bisa meningkatkan peradaban manusia. Akan tetapi, seperti sebuah jendela, kita dapat melihat ke arah yang benar dan dapat juga melihat ke arah yang salah. Jika kita membaca buku yang salah, maka kita bisa saja mendapatkan hal yang sebaliknya dari yang kita inginkan. Bisa saja kita mendapatkan sejarah yang salah yang telah banyak dirubah dan ditutupi. Setelah membaca suatu buku, bisa jadi timbul marah, dan haru.

Buku juga dapat berisi ilmu pengetahuan yang salah, yang jika diterima begitu saja, dapat membawa kita ke arah yang salah. Buku juga bisa berisi ramalan masa depan yang berdasarkan statistic atau bahkan tidak berdasar.

2.4.4 Karakter buku dengan gambar

Jika sebuah buku dalam kontennya banyak mengandung gambar atau foto sebaiknya tidak terlalu kecil, setidaknya tidak jauh dari ukuran 20cm x 27cm,

21cm x 28cm, 21cm x 29,7cm. Adapun peletakkan *page number* pada tiap halaman sebaiknya mengikuti aturan, untuk halaman ganjil diletakkan pada bagian kiri buku, sedangkan pada halaman genap pada bagian halaman kanan buku. Unsur yang harus ada pada sebuah buku dengan gambar, antara lain adalah:

1. Gambar, dapat menyampaikan suatu informasi/pesan dengan lebih jelas dari pada teks.
2. Mutu, bukan hanya dilihat dari segi estetika tetapi juga dari segi perkembangan target audience dari aspek efektif dan kognitif.
3. Urutan cerita atau fakta dari gambar-gambar yang dilihat perlu ada.
4. Bahasa-bahasa yang digunakan hendaklah yang mudah dipahami. Akan lebih baik jika terdapat unsur-unsur yang nantinya dapat menambah perbendaharaan kata.
5. Perkataan dan ungkapan, hendaklah disajikan berulang-ulang sebagai tujuan pengukuhan.
6. Gaya penyajian, perlu jelas dan teratur serta mempunyai unsur hiburan.
7. Keharmonian antara teks dan gambar, mengingat hal ini sangat penting pastikan gabungan antara gambar dan tulisan saling melengkapi.
8. Ciri fisik buku ini adalah :
 - a. Cover yang menarik
 - b. Mutu kertas yang baik
 - c. Penjilidan yang kuat
 - d. Ukuran huruf

e. Cetak huruf tidak menutupi gambar agar tidak membingungkan.

(Iyan WB, 2007: 87)

2.5 Fotografi

Fotografi berasal dari bahas Yunani, yaitu *photos* dan *graphos*. *Photos* berarti cahaya, sedangkan *graphos* berarti tulisan, jadi dapat disimpulkan fotografi adalah melukis menggunakan cahaya. Dari beberapa sumber yang didapat fotografi memiliki beberapa pengertian, diantaranya :

1. Fotografi adalah seni dan proses penghasilan gambar (melukis dengan sinar) pada film atau permukaan yang di pekatkan. Gambar yang dihasilkan diharapkan sama persis dengan obyek asli, hanya saja ukurannya lebih kecil.
2. Menurut *Oxford Ensiklopedia Pelajar*, fotografi adalah seni mengambil gambar dengan kamera
3. Menurut *Encarta Dictionary 2002*, fotografi adalah sebuah seni, hobi, atau juga profesi mengambil gambar dan memprosesnya, kemudian hasil akhirnya berupa gambar yang dicetak.



Gambar 2.11
Kamera *Single Lens Reflect*
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

Foto merupakan media untuk menyampaikan gagasan, pikiran, ide, cerita, dan peristiwa, foto harus terlihat menarik. Pada umumnya, didalam foto yang menarik terdapat berbagai prinsip desain, seperti kesatuan keseimbangan, irama, proporsi, dan perspektif.

Foto adalah media visualisasi dengan alat bantu kamera yang memiliki akurasi keaktualan gambar/visual sangat tinggi. Esai foto merupakan foto jurnalistik adapun bagian dari foto jurnalistik adalah :

1. *Spot news* : foto-foto insidental/tanpa perencanaan.(contoh : foto bencana, kerusuhan dll.)

2. *General new* : Foto yang terencana.(contoh : foto olahraga)

3. Foto Feature : Foto untuk mendukung suatu artikel

4. Esai Foto : Kumpulan foto yang dapat bercerita

Fotografi jurnalistik muncul dan berkembang di dunia sudah lama sekali, tetapi lain halnya dengan di Indonesia, foto pertama yang di buat oleh seseorang warga negara Indonesia terjadi pada detik-detik ketika bangsa ini berhasil melepaskan diri dari belenggu rantau penjajahan. Alex Mendur (1907-1984) yang bekerja sebagai kepala foto kantor berita Jepang Domei, dan adiknya sendiri Frans Soemarto Mendur (1913-1971), mengabadikan peristiwa pembacaan teks Proklamasi kemerdekaan Republik Indonesia dengan kamera Leica, dan pada saat itulah pada pukul 10 pagi tanggal 17 Agustus 1945 foto jurnalistik lahir.

Ciri-ciri foto jurnalistik adalah

1. Memiliki nilai berita atau menjadi berita itu sendiri.
2. Melengkapi suatu berita atau artikel.

3. Dimuat dalam satu media.

Pada jurnalistik foto sangat penting karena foto merupakan salah satu media visual untuk merekam/mengabadikan atau menceritakan suatu peristiwa.

Menurut editor foto harian Kompas, Katono Riyadi “*Semua foto pada dasarnya adalah dokumentasi dan foto jurnalistik adalah bagian dari foto dokumentasi*”.

Perbedaan foto jurnalis adalah terletak pada pilihan, membuat foto jurnalis berarti memilih foto mana yang cocok. (contoh: didalam peristiwa pernikahan, dokumentasi berarti mengambil/memfoto seluruh peristiwa dari mulai penerimaan tamu sampai selesai, *fotografer* mengambil foto yang menarik, apakah *public figure* atau saat pemotongan tumpeng saat tumpengnya jatuh) hal lain yang membedakan antara foto dokumentasi dengan foto jurnalis hanya terbatas pada apakah foto itu dipublikasikan (media masa) atau tidak. Nilai suatu foto ditentukan oleh beberapa unsur :

1. Aktualitas.
2. Mewakikan objek keseluruhan.
3. Kejadian luar biasa.
4. Promosi.
5. Kepentingan.
6. Human Interest.

2.5.1 Macam-macam Efek Fotografi

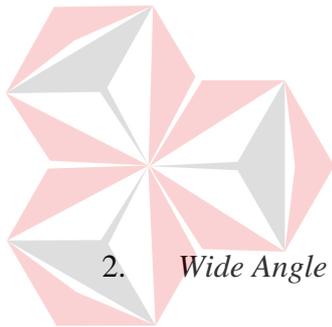
Efek fotografi bisa kita peroleh melalui sudut angle, kecepatan rana, dan lensa. Efek-efek fotografi tersebut seperti:

1. *Low Angle*

Derajat posisi kamera berada di bawah objek (sejajar dengan mata kaki), sehingga objek terlihat lebih besar atau lebih tinggi.



Gambar 2.12
Efek Low Angle
(Sumber: Dokumentasi Penulis)



2. *Wide Angle*

Derajat posisi kamera berada di atas objek sehingga objek terlihat tampak bahwa $\frac{3}{4}$, efek yang ditimbulkan yaitu objek terlihat lebih kecil atau kurus.



Gambar 2.13
Efek Wide Angle
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

3. *Perspective*

Derajat posisi kamera mendekati objek, sehingga objek terlihat lebih gemuk dari pada aslinya.



Gambar 2.14
Efek Perspektif
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

4. Ruang tajam

Efek ruang tajam yaitu, efek dimana membentuk persepsi tentang kedalaman luar gambar yang dihasilkan. Efek ruang tajam ini dibagi menjadi 2, efek ruang tajam sempit dan efek ruang tajam luas.



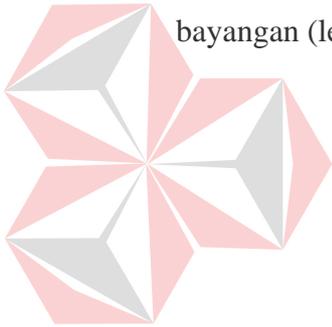
Gambar 2.15
Efek Ruang Tajam Sempit
(Sumber: Dokumentasi Penulis)



Gambar 2.16
Efek Ruang Tajam Luas
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

5. Efek Siluet

Efek ini diperoleh dengan posisi membelakangi objek yang terkena cahaya dari depan, sehingga efek yang diperoleh, yaitu objek terlihat seperti bayangan (lebih gelap).



Gambar 2.17
Efek Siluet
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

6. Efek *Freeze*

Efek ini diperoleh dengan meninggikan kecepatan rana sehingga objek yang bergerak dengan cepat dapat tampak diam.



Gambar 2.18
Efek *Freeze*
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

7. Efek Difraksi

Efek difraksi yaitu penyebaran cahaya ketika cahaya masuk melalui lubang atau celah sempit sehingga untuk objek yang bergerak terlihat pergerakannya.



Gambar 2.19
Efek Difraksi
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

2.6 Presepsi Visual

Persepsi menciptakan sebuah kesatuan visual yang mudah dipahami oleh penglihatan pemirsa. Pemahaman terhadap prinsip persepsi visual adalah kunci memahami tendensi mata kita dalam melihat sebuah pola visual. Adapun aspek-

aspek dalam persepsi visual, yaitu:

1. *Similarity*

Objek yang sama akan terlihat secara bersamaan sebagai kelompok. Hal ini dapat ditemukan lewat bentuk, warna, arah, ukuran.

2. *Continuity*

Penataan visual yang dapat menggiring gerak mata mengikuti ke sebuah arah tertentu.

3. *Proximity*

Sebuah kesatuan akan mengelompokkan yang terbentuk karena adanya korelasi antara elemen-elemen yang saling berdekatan.

4. *Closure*

Bentuk yang tertutup akan menyambung terlihat stabil. Tendensi : tanpa disadari mata akan mencoba menyambung bagian dari lingkaran yang terputus.

5. *Focal Point* (Pokok Penekanan)

Focal point adalah pokok penekanan sebuah rancangan visual yang secara cepat dapat menstimulasi dan mengarahkan penglihatan pemirsa visual.

6. *Grid System*

Sebuah sistem sistematika guna menjaga konsistensi dalam melakukan repetisi dari sebuah komposisi yang sudah diciptakan. Tujuan grid system adalah untuk menciptakan suatu rancangan yang komunikatif dan memuaskan secara estetika.

2.7 Beberapa Pendekatan Untuk Sebuah Penugasan

Beberapa pendekatan foto dibagi menjadi 4 cara pendekatan menggunakan teknik Fotografi, yaitu:

1. Foto Tunggal

Foto tunggal adalah foto yang dapat berdiri sendiri tanpa perlu diterangkan oleh foto lain. Bila diberikan keterangan, foto tersebut sudah cukup menggambarkan semua yang mau diceritakan.

Misalnya fotografer mendapat penugasan untuk memotretan peluncuran sejuta pasang sepatu merek NIKE yang akan diekspor keluar negeri.

Beberapa pendekatan foto tunggal yang dapat dilakukan antara lain:

- a. Foto peristiwa: Kita dapat mengambil peristiwa maupun seremonialnya.
- b. Foto umum: Kita juga bisa memotret direktur utama perusahaan tersebut sedang memegang sepatu yang akan diekspor.
- c. Foto feature: Kita juga bisa memotret buruh-buruh yang sedang beristirahat sambil bercengkrama dengan rekan-rekannya.

Sekarang kita sudah punya 3 macam foto tunggal. Salah satu foto dapat diberitakan tanpa perlu tambahan foto lainnya.

2. Foto Perbandingan

Ketika kita mengamati mesin-mesin dan buruh, kita tentu saja menemukan hal-hal yang menarik perhatian. Tapi akan segera terasa hasilnya hanyalah foto-foto statik yang tidak memberikan menggambarkan efisiensi. Untuk menggambarannya kita perlu perbandingan yang butuh dua foto.

3. Foto Ilustrasi

Misalkan seorang reporter telah ditugaskan untuk menulis artikel tentang pabrik itu. Setelah mewawancarai manager dan buruh di pabrik, Ia memberikan penekanan pada dua hal. Pertama si manager yang progresif, Kedua system pembuangan yang ramah lingkungan. Maka kita dapat memotret si manager dengan latar belakang system pengolahan limbah pabrik yang canggih, foto tersebut sifatnya memberi ilustrasi.

a. Cerita foto butuh tema

Misalkan, untuk mendapatkan gambaran yang menyeluruh dari industri tersebut mengeksplorasi pabrik sehari penuh. Memotret manager didepan

meja kerja, para pekerja dengan berjalan, profil gedung yang megah, foto detail dan banyak lagi lainnya.

b. Merancang sebuah cerita foto

Dalam cerita foto harus punya alur. Dengan foto pembuka cerita sehari bersama buruh pabrik sepatu memperkenalkan tokoh pada pembaca, kemudian membawa pada cerita selanjutnya. Menggiring pada klimaks dengan sebuah foto puncak, sebagai penutup, foto yang menyelesaikan masalah dan menutup cerita.

Jadi disini pembaca akan diajak untuk melihat pabrik sepatu melalui kacamata seorang buruh. Keseharian si tokoh untuk menarik perhatian pembaca.

2.8 *Intergrated Book Development*

Menurut Bambang Trim, praktisi perbukuan nasional, direktur MQS Publishing, ketua forum editor Indonesia. Aspek-aspek yang dikembangkan dari penerbitan sebuah buku:

1. *Content*

Menetapkan ide buku yang saat ini dibutuhkan masyarakat dengan mengacu pada positioning penerbit, memilih penulis yang bereputasi, dan terutama seorang public speaker, membuat pola naskah yang dapat diturunkan menjadi outline yang menarik, menyediakan referensi yang memadai, memberikan penulis seorang editor pendamping berkarakter editor pengembang (development editor) sehingga juga bisa berlaku co-writer atau ghost writer, melibatkan editor ahli atau pembaca ahli.

2. Context

Menetapkan format buku, merancang pola atau template design untuk sebuah naskah yang akan disiapkan, menyiapkan visualisasi yang “eye catching” untuk cover serta judul yang menarik, mengaplikasikan teknologi penerbitan baik high end guna mempermudah pekerjaan dan memberikan sentuhan kualitas tingkat tinggi, mempersiapkan dummy sebagai review akhir ditingkat penerbit.

3. Creativity

Memberikan kebebasan berekspresi dan berkreaitivitas bagi personal penerbitan dengan batasan-batasan yang wajar, merutinkan kegiatan edutainment seperti, menonton film bersama, wisata pameran buku bersama (termasuk keluar negeri, pelatihan bersama, memberikan apresiasi).

4. Community

Merangkul komunitas yang ada sesuai dengan positioning penerbit, merangkul public figure yang menjadi motor komunitas, mengembangkan jaringan media dengan membina hubungan baik dengan para wartawan, aktif dalam asosiasi penerbitan maupun proses penerbitan, membangun konsersium ataupun kekuatan bersama dengan sesama penerbit sevisi.

5. Costumer

Memberikan layanan purna jual, seperti Tanya-jawab berkaitan dengan content buku, membentuk training center berbasis buku, mengadakan acara book signing dan temu penulis, menetapkan pembaca potensial dan membina mereka.

Kelima aspek diatas dibangun secara terpadu oleh tim editorial dan tim marketing berdasarkan arahan dari pemimpin penerbit. Dalam hal ini memang sangat dibutuhkan visi dan misi yang kuat dan terdefinisi jelas dari sebuah penerbit. Langkah-langkah praktis kelima aspek tadi dapat diterjemahkan menjadi strategi pengembangan untuk jangka pendek, jangka menengah, maupun jangka panjang.

Di Indonesia hanya terbiasa meluncurkan dua jenis produk saja yang belum membudaya, yaitu *paperback* dan *hard cover*. Hal ini mungkin disebabkan pasar pembaca Indonesia tidak terbagi dalam dua kategori : pasar khusus dan pasar umum sehingga penerbitan buku dua edisi (jenis) kurang berprospek. Pasar *paperback* tentu untuk pembaca umum yang menginginkan harga murah tanpa mempedulikan betul persoalan kualitas fisik, sedangkan pasar *hard cover* untuk mereka yang berselera tinggi soal kualitas fisik dan menginginkan buku tersebut bisa dikoleksi sehingga nilainya makin lama makin tinggi.

Buku konvensional mengacu pada standar-standar umum yang berlaku secara internasional. Standar anatomi buku yang umum terdiri atas :

Tabel 2.1, Standar Anatomi Buku

Cover depan + spine + cover belakang
Preliminaries (Halaman pendahuluan)
Text Matter (Halaman teks)
Postliminaries (Halaman Penutup)

Sumber Data : Iyan WB, Anatomi Buku

Tampilan standar umum ini yang kemudian dikembangkan dengan kreasi lain oleh para penerbit sehingga sebuah buku bisa memiliki keunikan, kemenarikan, kekhasan, ataupun keunggulan tersendiri. Penerbit yang *inovatif* akan tampak berani melakukan terobosan-terobosan yang membuat sebuah buku *konvensional* menjadi menarik, dan langsung mempengaruhi calon pembaca.

Sebagai contoh setelah memasuki fase teknologi cakram digital sebagai alat penyimpan data maka penerbit pun memberikan *added value* kepada buku terbitannya dengan dilengkapi CD. Pilihan lain, buku *konvensional* bisa digandengkan dengan produk-produk *gimmick* semacam poster, pin, gantungan kunci, atau apapun. Mungkin kelak buku-buku kesehatan tradisional juga bisa menambahkan nilai bukunya dengan satu *sachet* jamu pada setiap kemasan buku. Teknologi *shrink-wrap* juga memungkinkan barang-barang *gimmick* kecil tadi bisa disatukan kemasannya dengan buku.

Dari sisi ukuran bentuk buku juga mengalami revolusi dari yang sebelumnya konvensional (ukuran standar A atau B) menjadi ukuran sesuai dengan kemampuan mesin cetak. Buku dengan bentuk bujur sangkar (segi empat sama sisi) juga kini banyak menjadi pilihan untuk mengikat perhatian pembaca.

2.9 Unsur-unsur Desain

2.9.1 Tipografi

Typeface give voice to words like all disciplines within art and design. Typography has a language and vocabulary of its own. On this spread a few

terms and definitions are presented is make sure we're all on the same page.

(Krause, 2004: 234)

Jenis huruf menyuarkan kata – kata seperti semua disiplin ilmu dalam seni dan desain. Tipografi memiliki bahasa dan kosa kata sendiri. Pada menyebar ini beberapa istilah dan definisi disajikan untuk memastikan kita semua pada halaman yang sama.

Font adalah satu set karakter khusus tipografi yang dirancang bekerja sama, font juga disebut sebagai tipografi, judul besar di atas kolom ini terletak di sebuah jenis huruf yang disebut “ *Sabon Regular* “. *font* individu sering bagian dari *family font* yang mengandung variasi font yang – secara teratur, *Bold*, *Italic*, miring *bold*, dan lain – lain.

Beberapa *type font* berdasarkan *family font* :

1. *Sans Serif*

Meskipun wajah dalam kategori ini mungkin tampak serupa secara sekilas.

Berbagai besar efek ada diantara font sans serif. Banyak keluarga font snas serif yang ditawarkan dalam berbagai macam berat dan lebar.

2. *Serif*

Font serif kembali ke *zaman* ketika orang pertama membawa pahat dari batu, dalam kategori *serif* terdapat banayak perbedaan. (Ada *sub* kategori *serif*) *font serif* yang khususnya cocok untuk bagian – bagian lagi teks, serif mereka membantumemberikan garis *horizontal* acuan bagi mata pemirsa karena membaca melalui isi.

Sub category Serif

- a. *Old Style serif (goudy)*
- b. *Modern Serif (bodoni)*
- c. *Slab serif (clarendon)*
- d. *Script, Hand lettered.*

Mendapatkan inspirasi dari bentuk tulisan tangan, baik lama dan baru. Beberapa *font script* berasal dari kaligrafi alam, lainnya telah dibuat berdasarkan bentuk tulisan menyadari bahwa keterbacaan sangat bervariasi antara *font script* dan *font* tulisan tangan.

2. *Monospace*



Karakter masing – masing *font* yang paling lebar yang unik, seperti halnya ruang – ruang di sekitar mereka. Lebar karakter dan spasi dalam *font monospace* semua identik. Tipe karakter menggunakan sistem *monospace* untuk *letter form* mereka. *Font modern* yang dirancang untuk *pixel* berbasis.

Pada layar presetasi juga *monospace*. *Font* ini sering mengandung karakter *serif* dan *sans serif*.

3. *Novelty*

Apapun itu dalam kategori ini dari sedikit tweak ke benar – benar aneh. Font kebaruan cenderung datang dan pergi dari adegan grafis seperti menembak bintang spektakuler dan berumur pendek. Kebaruan font tertentu, seperti font kebaruan tertentu, seperti tren mode tertentu, muncul lagi secara teratur.

2.9.2 Warna

Sebagai bagian dari elemen, warna memegang peran sebagai sarana untuk lebih mempertegas dan memperkuat kesan atau tujuan dari gambar tersebut. Dalam penciptaan *destination branding*, warna mempunyai fungsi untuk memperkuat aspek identitas. Lebih lanjut dikatakan oleh Henry Dreyfuss, bahwa warna digunakan dalam simbol-simbol grafis untuk mempertegas maksud dari simbol-simbol tersebut. Sebagai contoh adalah penggunaan warna merah pada segitiga pengaman, warna – warna yang digunakan untuk *traffic light* merah untuk berhenti, kuning untuk bersiap-siap dan hijau untuk jalan. Dari contoh tersebut ternyata pengaruh warna mampu memberikan impresi yang cepat dan kuat.

Kemampuan warna menciptakan impresi, mampu menimbulkan efek-efek tertentu. Secara psikologis diuraikan oleh J. Linschoten dan Drs. Mansyur tentang warna sebagai berikut : Warna – warna itu bukanlah suatu gejala yang hanya dapat diamati saja, warna itu mempengaruhi kelakuan, memegang peranan penting dalam penilaian estetis dan turut menentukan suka tidaknya kita akan benda.

Dari pemahaman diatas dapat dijelaskan bahwa warna, selain hanya dapat dilihat dengan mata ternyata mampu mempengaruhi perilaku seseorang.mempengaruhi penilaian estetis dan turut menentukan suka tidaknya seseorang pada suatu benda. Berikut adalah potensi karakter warna yang masuk :

1. Hitam, sebagai warna yang tertua (gelap) dengan sendirinya menjadi lambing untuk sifat gulita dan gegelapan (juga dlama hal emosi).
2. Putih, sebagai warna yang paling terang, melambangkan cahaya.

3. Abu – abu, merupakan warnayang paling netral dengan tidak adanya kehidupan spesifik.
4. Merah, bersifat menaklukan, ekspansif (meluas), dominan (berkuasa), aktif dan vital (hidup).
5. Kuning, dengan sinarnya yang bersifat kurang dalam, merupakan wakil dari hal-hal atau benda yang bersifat cahaya, momentum.
6. Biru, sebagai warna yang menimbulkan kesan dalamnya sesuatu (dediepte), sifat yang tak terhingga dan transenden, disamping itu memiliki sifat tantangan.
7. Hijau, mempunyaisifat keseimbangan dan selaras, membangkitkan ketenangan dan tempat mengumpulkan daya-daya baru.

Dari sekian banyak warna, dapat dibagi dalm beberapa bagian yang sering dinamakan dengan sistem warna *Prang System* yang ditemukan oleh Louis Prang pada 1876 meliputi :

1. *Hue*, adalah istilah yang digunakan untuk menunjukkan nama dari suatu warna, seperti merah, biru, hijau dsb.
2. *Value*, adalah dimensi kedua atau mengenai terang gelapnya warna. Contohnya adalah tingkatan warna dari putih hingga hitam.
3. *Intensity*, sering kali disebut dengan *chroma*, adalah dimensi yang berhubungan dengan cerah atau suramnya warna.

Selain *Prang System* terdapat beberapa sistem warna lain yakni, CMYK atau *Process Color System*, *Munsell Color System*, *Ostwald Color System*,

Schopenhauer/Goethe Weighted Color System, Subtractive Color System serta Additive Color/RGB Color System.

Diantara bermacam sistem warna diatas, kini yang banyak dipergunakan dalam industri media visual cetak adalah CMYK atau *Process Color System* yang membagi warna dasarnya menjadi *Cyan, Magenta, Yellow* dan *Black*. Sedangkan *RGB Color System* dipergunakan dalam industri media visual elektronika.

2.9.3 Bentuk

Pengertian bentuk menurut *Leksikon Grafika* adalah macam rupa atau wujud sesuatu, seperti bundar elips, bulat segi empat dan lain sebagainya. Dari definisi tersebut dapat diuraikan bahwa bentuk merupakan wujud rupa sesuatu, biasa berupa segi empat, segi tiga, bundar, elip dan sebagainya. Pada proses perancangan logo, bentuk menempati posisi yang tidak kalah penting dibanding elemen–elemen lainnya, mengingat bentuk–bentuk geometris biasa merupakan simbol yang membawa nilai emosional tertentu. Hal tersebut biasa dipahami, karena pada bentuk atau rupa mempunyai muatan kesan yang kasat mata , Seperti yang diungkapkan *Plato*, bahwa rupa atau bentuk merupakan bahasa dunia yang tidak dirintangi oleh perbedaan – perbedaan seperti terdapat dalam bahasa kata–kata. Namun teori *Plato* tersebut tidaklah mesti berlaku semstinya. Ada aspek lain yang mengakibatkan bahasa bentuk tidak selalu efektif. Seperti penerapan bentuk–bentuk internasional dengan target sasaran tradisional atau sebaliknya. Dengan kata lain , bila target tidak terbiasa dengan bahasa kasat mata tradisional, penggunaan bahasa kasat mata internasional demikian pula sebaliknya.

Sebagai contoh adalah bila kita merancang logo armada angkatan bersenjata republik *Tanzania* misalnya, kurang lazim bila kita memilih bentuk keris atau Mandau kurang atau bahkan tidak dikenal oleh rakyat *Tanzania*.

Dari contoh diatas, kemudian muncul teori tentang *frame of reference* (kerangka referensi) dan *field of reference* (lapangan pengalaman) yang menjelaskan bahwa penerimaan suatu bentuk pesan, dipengaruhi oleh beberapa aspek yakni panca indra, pikiran serta ingatan. Jadi seperti contoh masalah diatas, angkatan bersenjata Republik Indonesia, tidak kepada Republik Doninika karena mereka tidak memiliki *frame of reference* dan *field of reference* tentang keris.

Berikut adalah contoh bentuk dan asosiasi yang ditimbulkannya berdasarkan buku *Handbook of Design & Devices* tulisan Clarence P. Hornung.

1. Segitiga, merupakan lambang dari konsep Trinitas, Sebuah konsep religious yang mendasarkan pada tiga unsur alam semesta, yaitu Tuhan, manusia dan alam. Selain itu segitiga merupakan perwujudan dari konsep keluarga yakni ayah, ibu dan anak. Dalam dunia metafisika segitiga merupakan lambing dari raga, pikiran dan jiwa. Sedangkan pada kebudayaan Mesir, segitiga digunakan sebagai simbol feminitas dan dalam huruf *Hieroglyphs* segitiga menggambarkan bulan.

2. Yin Yang , merupakan bentuk yang termasuk dalam jenis *Monad*, yakni bentuk yang terdiri dari *figure geometris* bulat yang terbagi oleh dua bentuk bersinggungan dengan masing – masing titik pusat yang berhadapan. Di China bentuk seperti ini disebut Yin Yang, di Jepang disebut *Futatsum*

Tomoe sedangkan orang Korea menyebutnya *Tah Gook*. Yin Yang merupakan gambaran dua prinsip alam, Yang melambangkan kecerahan Yin melambangkan kegelapan, Yang melambangkan nirwana Yin melambangkan dunia, Yang sebagai matahari Yin sebagai bulan, Yang memiliki pososo aktif, maskulin Yin pasif, feminin. Kesemuanya itu melambangkan prinsip dasar kehidupan, yakni keseimbangan.

2.9.4 Layout

Menurut buku “*How to design grids and use them effectively*” karya (Alam Swan, 1989:23) terdapat beberapa aspek dalam membangun desain layout, antara

lain:

1. *Headings, Sub – Headings and Body copy*

Sebuah elemen yang mengikuti *Headings* adalah sebuah *text*, dan *text* tersebut dinamakan *body copy*. *Body copy* dapat dipastikan akan menggunakan *grid* yang membantu pada penyeragaman dan penataan.

Komposisi dalam sebuah layout. Sedangkan elemen yang tidak kalah penting lainnya yaitu Sub-Headings.

2. *Grid*

Beberapa project sangat membutuhkan *grid* pada bagian awal sebuah proses desain dimana fungsinya sebagai acuan oleh desainer. Dengan bantuan *grid* tersebut kita dapat membagi – bagi area desain atau beberapa kolom sesuai dengan yang diinginkan, dan yang penting bahwa kolom tersebut nantinya kebanyakan akan digunakan untuk penempatan *body copy*. Bagian yang

terpenting dari semua proses desain layout yaitu diawali dengan adalah contoh dari pembagian grid, yaitu :

a. *Three Column and six column grids*

Contoh jenis layout ini sering digunakan pada layout majalah, Koran dan materi advertising lainnya, dan merupakan jenis kolom *standart* yang paling sering digunakan. Namun kita tetap dapat membuat desain yang lebih ekstrim pada layout nya, misalnya dengan lebih cermat Membagi area dan lebih banyak menggunakan gambar dibandingkan *text*.

b. *Two Column and four column grids*

Contoh jenis layout ini sering digunakan pada layout majalah, Koran dan materi advertising lainnya, dan merupakan jenis kolom *standart* yang paling sering digunakan. Namun kita tetap dapat membuat desain yang lebih ekstrim pada layout nya, misalnya dengan lebih cermat membagi area dan lebih banyak menggunakan gambar dibandingkan *text*.

c. *Mixing grid formats*

Pada jenis kolom ini, yang dilakukan yaitu memadukan jenis kolom yang berbeda dalam layout. Namun tetap harus memperhatikan keseimbangan desainnya. Pada jenis kolom ini, elemen desain akan lebih fleksibel untuk diletakkan dan memaksa desainernya untuk lebih bereksperimen dibandingkan pada jenis kolom lainnya.

2.9.5 Sintaksis Tipografi

Faktor tipografi adalah mempertimbangkan jenis huruf atau *font* yang akan digunakan dalam sebuah tampilan buku. Tiap *font* akan memiliki pengertian dan kesan yang berbeda, seperti lincah, anggun, maskulin, feminine, dan kekanak-kanakan. Namun kesan tersebut akan saling terkait dengan seluruh elemen yang ada dalam tampilan, artinya kesan *font* pun akan bergantung dengan seluruh tampilan yang ada. (Swann, 1989: 24) Unsur yang harus ada dalam tipografi adalah:

1. Kejelasan dan Keterbatasan (*Legibility*).
2. Menarik (*Attractiveness*).
3. Memiliki Karakter (*Characterised*).

Sintaksis menurut ilmu bahasa adalah penyusunan kata – kata dalam bentuk dan urutan yang tepat. Sintaksis dalam tipografi adalah sebuah proses penataan elemen–elemen *visual* kedalam kesatuan bentuk *khoesif*. Elemen komposisi adalah sebagai berikut :

1. Huruf
2. Kata
3. Garis
4. Kolom
5. Margin

2.9.6 *White Space* (Ruang Kosong)

Selain delapan prinsip tersebut, dalam layout juga terdapat unsur yang juga penting yaitu white space atau sering disebut ruang kosong. Ruang Kosong memberikan fungsi kejelasan dan keterbacaan. Di dalam Ilmu grafis tutorial belajar desain membentuk White Space atau Ruang Kosong yang ada dalam desain. White Space atau Ruang kosong dimaksudkan agar karya tersebut tidak terlalu padat dalam penempatannya pada sebuah bidang dan menjadikan sebuah obyek menjadi lebih dominan. White Space atau Ruang Kosong dalam desain juga dapat membuat desain tampak elegan. Desain akan tampak sangat anggun (jika penempatan White Spacenya benar) karena berdiri di dalam area yang bersih. Semuanya akan sangat teratur dan rapi sehingga membuatnya kelihatan profesional.

2.9.7 Proses Cetak

Proses cetak buku, diawali dengan men-setting gambar atau layout dan unsur–unsur buku lain, dengan membuat file yang siap cetak. Setelah terbuat file siap cetak, dibuat settingan *color separation* (pemisahan warna) CMYK, dari *color separation* warna ditembakkan pada plat cetak berdasarkan warna cetakan yang telah ditentukan yaitu CMYK.

Setelah Plate cetak terbentuk maka dimasukkan kedalam alat cetak *offset* berdasar standart setting, dengan menggunakan alat cetak *offset* kita dapat mencetak berulang kali sesuai dengan pesanan, namun setiap 100 cetakan akan terus diadakan inspeksi, agar warna yang dicetak tidak meleset atau berbeda

dengan cetakan awal atau *proofing*. Setelah di cetak akan dijadikan satu lalu dipotong–potong berdasarkan halaman dan dibentuk menjadi buku.

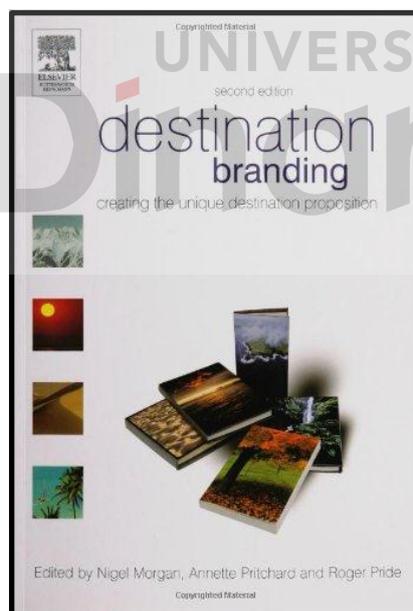
2.10 Media Promosi

2.10.1 Definisi Media Promosi

Promosi merupakan kegiatan penting yang memiliki peran aktif dalam memperkenalkan, memberitahukan, dan memberi informasi potensi suatu produk agar keberadaannya lebih dikenal oleh khalayak luas dan dapat mendorong khalayak untuk berkunjung ke produk atau objek yang dipromosikan. Promosi merupakan hal yang sangat penting, karena tanpa adanya sebuah pesan yang tersampaikan melalui promosi masyarakat tidak akan mengetahui keberadaan sebuah produk.

Sebagai simbol sebuah gaya, destinasi dapat memberikan penawaran keuntungan pemakaian yang sama terhadap barang dengan gaya hidup bermerk yang tinggi. Hal ini digunakan sebagai media komunikasi memberikan pernyataan dan keanggotaan kelompok, seperti perjalanan wisata yang menunjukkan maksud berkomunikasi tentang identitas, gaya hidup dan status (Morgan, 2004, hal.4). *Destination branding* merupakan permulaan untuk mencapai industri pariwisata. Seperti dikutip Morgan, (2009: 59) mengatakan bahwa sebuah *destination branding* dapat dikembangkan melalui berbagai cara, kebanyakan dalam periklanan, melalui pemasaran langsung, *personal selling*, *website* dan brosur tetapi juga melalui hubungan masyarakat dan media, dan melalui kerjasama dengan perkumpulan pemasaran destinasi (DMOs) dengan wartawan,

penyelenggara acara dan pembuat film. Selain itu, tempat pemasaran yang didefinisikan sebagai “kesadaran penggunaan publisitas dan pemasaran untuk mengkomunikasikan gambar tertentu dari lokalitas geografis tertentu untuk sebuah sasaran penonton. (Morgan, hal. 63) menjelaskan *destination branding* sebagai tambahan untuk menyetujui proses kreatif dari pemasaran destinasi, pembangunan *destination brand* seringkali dihancurkan oleh pihak perkumpulan pariwisata. Seperti dikutip (Morgan, hal. 63), Curtis menjelaskan bahwa memerlukan beberapa tahun untuk membangun sebuah citra merk, membangun pengenalan nama dan mengembangkan kesadaran yang kuat dari suatu destinasi atau produk.



Gambar 2.20
Destination branding: creating the unique destination proposition
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

Dalam hal ini, *destination branding* yang sukses adalah yang mencapai keseimbangan antara penerapan solusi mutakhir untuk masalah pemasaran dan pengelolaan politik lokal yang nyata, politik regional dan nasional. Kisah-kisah

keberhasilan nyata mencerminkan *destination branding* yang telah mampu melawan dinamika politik (yang diberikan pada semua tingkat panggung politik). *Brand* yang memiliki warisan pemasaran yang kuat dan konsisten, tetapi pada saat yang sama berkembang dan muncul secara kontemporer juga segar terus menerus. *Destination Branding* yang sukses biasanya memiliki konsistensi, relevansi, iklan yang menarik, ditandai dengan nilai-nilai produksi yang tinggi: periklanan yang mutakhir dan sangat kreatif. Hal ini mudah untuk ditulis, tetapi sulit untuk dicapai dan itulah sebabnya destinasi yang sama terus-menerus disebut sebagai permasalahan klasik, branding jangka panjang, karena hal tersebut langka dan mereka berhasil melawan rintangan. Sebagaimana yang telah terjadi, anggaran yang terbatas, kurangnya kontrol manajemen dan tekanan secara internal maupun eksternal menciptakan tantangan tersendiri bagi pemasar destinasi. Namun, penciptaan sebuah *brand* –pengembangan hubungan emosional dengan konsumen – dapat memegang kunci sebagai perbedaan destinasi. Kegiatan *branding* berkonsentrasi pada penyampaian inti atau semangat dari sebuah destinasi. (Morgan, hal. 68) juga menambahkan bahwa tahap pertama dalam proses pembangunan atau penyegaran *destination branding* adalah untuk membangun nilai-nilai inti dari destinasi dan *brand*; hal ini harus bertahan lama, relevan, menular dan menambah potensi untuk menarik calon wisatawan. Selain itu, (Morgan, hal. 70) juga menyampaikan bahwa untuk menjadi sukses dalam menciptakan keterikatan emosional sebuah *destination branding* harus:

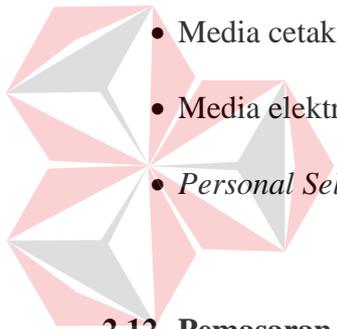
- Dapat dipercaya
- Cara penyampaian yang mudah

- Berbeda dengan yang lain
- Penyampaian gagasan yang kuat
- Keantusiasan para pemangku jabatan dan rekan
- Beresonansi dengan konsumen

2.11 Desain Media Promosi Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat

Sebagai salah satu tempat pariwisata yang ada di daerah kota Solo, selama ini metode promosi pariwisata yang terdapat di Kraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat hanya melalui:

- Media cetak (brosur, baliho, dan *banner*)
- Media elektronik (radio, televisi dan internet)
- *Personal Selling*



UNIVERSITAS
Dinamika

2.12 Pemasaran Wisata (Tourism Marketing)

Bahwa pemasaran wisata merupakan suatu proses manajemen yang dilakukan oleh organisasi pariwisata nasional atau perusahaan-perusahaan termasuk dalam kelompok industri pariwisata untuk melakukan identifikasi terhadap wisatawan yang sudah punya keinginan untuk melakukan perjalanan wisata dan wisatawan yang mempunyai potensi akan melakukan perjalanan wisata dengan jalan melakukan komunikasi dengan mereka, mempengaruhi keinginan, kebutuhan, dan memotivasinya, terhadap apa yang disukai dan tidak disukainya, pada tingkat daerah-daerah lokal, regional, nasional maupun internasional dengan

menyediakan obyek dan atraksi wisata agar wisatawan memperoleh kepuasan optimal.

Selain itu, praktek *destination branding* bukanlah hal yang baru, meskipun kepentingan di dalamnya telah mencapai tingkatan yang baru A.Cai, (2009 : 3). Mengutip pada pernyataan Hall yang mendefinisikan sebuah *brand* dalam pemasaran umum dan menjelaskan tujuan intinya yakni “menghasilkan sebuah kekonsistenan, terfokus pada strategi komunikasi” A.Cai, (2009: 3).



Gambar 2.21

Tourism Branding: Communities in Action

(Sumber: Dokumentasi Peneliti)

Ada banyak inovasi pemasaran kontemporer dalam praktek dan teori, yakni:

- *Experience (experiential) marketing*
- *Relationship marketing*
- *Personal marketing*
- *One-on-one marketing*
- *Permission marketing*

Semua strategi marketing tersebut bertujuan untuk menarik dan mempertahankan para pelanggan dengan cara membangun hubungan yang baik dan menciptakan pengalaman yang positif (Cai, hal. 5). Sedangkan, perluasan pasar dunia dan penggunaan informasi dan telekomunikasi teknologi sebagai dua proses globalisasi yang mengerahkan pengaruh paling besar terhadap branding (Cai, hal. 7).

Hyun dan Cai mengusulkan model dan menjelaskan bagaimana rangsangan komunikasi termasuk media baik *online* dan *offline* dapat mempengaruhi berbagai komponen gambar destinasi virtual, yang pada gilirannya mempengaruhi perilaku tanggapan wisatawan. Selain itu juga, sebuah *brand* di bidang pariwisata dapat ditemukan dalam banyak kategori barang dan jasa yang mempengaruhi banyak aspek beragam kegiatan wisata (Cai, hal. 9).

Seperti dikutip dari Gartner oleh (Cai, hal. 7), Gartner mengedepankan teori ekuitas *destination branding* yang meneliti lima dimensi. Dimensi ini adalah:

- Kesadaran
- Gambar
- Loyalitas

- Kualitas
- Nilai

Hal ini menggambarkan bagaimana ekuitas sebuah *brand* dapat dibangun dengan menggunakan pasar karakteristik dan hubungannya dengan dimensi yang berbeda. Kontribusi lebih lanjut ini meneliti perbedaan dan persamaan antara destinasi dan produk sebuah *brand*. Kedua *brand* saling berbagi karakteristik yang baru, tetapi berbeda dalam karakteristik stabilitas dan berwujud. Mereka juga masing-masing berbeda dalam perspektif internal maupun eksternal. Sebuah perspektif internal terjadi ketika manajer menekankan penggunaan sumber daya untuk mencapai respon pelanggan. Namun, perspektif eksternal terjadi pada cara pelanggan menafsirkan makna sebuah *brand* dan menggunakannya untuk meningkatkan keputusan pembelian mereka.

2.13 Kajian Mengenai Motivasi Kunjungan Wisata

Sebagai salah satu tempat pariwisata khususnya di daerah Solo, Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat ramai dikunjungi oleh pengunjung hampir setiap harinya. Beberapa alasan para wisatawan berkunjung ke tempat ini sangat beragam yakni untuk mengetahui tentang sejarah berdirinya Keraton Kasunanan Solo Hadiningrat, mengetahui warisan budaya yang terdapat di Keraton Kasunanan Solo Hadiningrat dan untuk mempelajari sejarah yang ada di Keraton Kasunanan Solo Hadiningrat. Para wisatawan yang mengunjungi Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat sangat beragam baik wisatawan lokal maupun manca negara, umumnya mereka kebanyakan hanya mengunjungi museum yang

terletak di tempat ini. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh penulis khususnya terhadap para wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat, kebanyakan dari mereka mengaku bahwa motivasi mereka untuk berkunjung ke tempat ini yakni untuk mempelajari kebudayaan yang ada di Keraton. Mereka terutama wisatawan asing banyak belajar tentang Keraton Kasunanan Solo mereka pergi ke Keraton Kasunanan Solo kebanyakan dari mereka menggunakan *map book* atau biasa disebut peta dalam buku, Mr.Jame contohnya dia pergi ke Keraton Kasunanan Solo dengan berjalan kaki. Beliau ingin pergi ke Keraton Kasunanan Solo menggunakan akses *map book* serta bertanya kepada para masyarakat kota Solo. Kebanyakan dari wisatawan yang berkunjung ke Keraton Kasunanan di dominasi wisatawan manca negara baik dari Spanyol, Australia, Amerika, Belanda Jepang dll. Untuk khususnya bagi yang wisatawan Jepang kebanyakan yang berkunjung ke Keraton Kasunanan adalah orang dewasa dengan kisaran umur lebih dari 60 tahun. Karena mereka berkunjung kesana ingin bernostalgia dengan sejarah yang ada di Keraton Kasunanan Hardinigrat. Karena dulunya Jepang menjajah Indonesia, serta melihat kondisi kota Surakarta serta Keraton Kasunanan Hardinigrat saat ini. Namun para wisatawan asing Negara lain, mereka berkunjung kesana karena ingin tahu apa yang ada di dalam Keraton Kasunanan Solo itu sendiri. Serta ingin mengetahui bentuk bangunan Keraton Kasunanan Hardinigrat dalam segi bentuk arsitek dan sejarah dalam pembuatan bangunan kraton kasunanan hardinigrat. Tapi ada juga wisatawan yang berkunjung kesana hanya sekedar ingin berfoto dengan alat – alat museum yang ada di Keraton Kasunanan Solo serta ingin melihat adanya tarian

Bedoyo Ketawang yang kebetulan tarian itu hanya di lakukan pada hari Selasa Kliwon saja tetapi bukan hanya tarian Bedoyo Ketawang saja, hal yang menarik perhatian wisatawan antara lain upacara Sekaten dan Grebeg Suro yang ramai di kunjungi apabila sudah ada pada tanggal dan jam waktunya.

2.14 Media Informasi

Kehadiran media informasi mempunyai arti penting dalam proses pembelajaran, sebagai sarana misalnya dalam metode pembelajaran menggunakan media buku, karena selain menyampaikan ilmu-ilmu, buku juga bisa dibaca berulang-ulang ketika belum mengerti, karena media informasi bersifat sederhana dan mudah di pahami.

Media sendiri adalah alat yang di gunakan untuk mengirim pesan dan sumber kepada penerima. Media juga dapat mewakili informasi yang kurang mampu diucapkan melalui kata – kata atau kalimat tertentu, bahkan keabstrakan bahan dapat dikongkretkan dengan kehadiran media. Pembaca akan lebih mudah memahami materi dengan media pembelajaran, meskipun media informasi mempunyai kunggulan dan kelemahan masing – masing. Karena dengan adanya media informasi akan membuat orang memiliki wawasan yang sangat luas.

2.15 Media Buku

Media meliputi alat yang secara fisik digunakan untuk menyampaikan isi materi pengajaran yang terdiri dari buku, *tape recorder*, kaset, *video camera*, film, foto, gambar, Komputer dan lain- lain. Karena media sebagai suatu komponen sumber belajar atau sebagai wahana fisik dan non –fisik yang mengandung materi

intruksional di lingkungan sehingga dapat menarik untuk membaca Arsyad, (2007: 4).

Meskipun masyarakat banyak tertarik oleh dunia elektronik yang lebih *modern*, tetapi media cetak tidak akan ditinggalkan sebagai sarana pengajaran. Media cetak dalam berbagai bentuk dapat dikirim ke tempat terpencil, dan dapat digunakan atas dasar pengajaran mandiri. Onaya (2014:128), yang menyatakan bahwa “ *The print media are some of the oldest media in education, this category of media are useful for informational or motivational purposes*”, yang intinya media cetak merupakan media tertua dalam pendidikan, yang berguna untuk tujuan informasi atau motivasi. Media cetak adalah *visual* yang pembuatannya melalui proses pencetakan/*printing* atau *offset*. Media cetak menyajikan pesan melalui huruf dan gambar– gambar yang diilustrasikan untuk lebih memperjelas pesan atau informasi yang disajikan. Jenis media antara lain buku *teks*, modul, *bulletin* dan majalah.

Menurut Arsyad (2007 :5), media cetak mempunyai beberapa kelebihan dan kelemahan dalam pembelajaran yaitu *Kelebihan* media cetak yaitu dapat menyajikan pesan atau informasi dalam jumlah yang banyak, selain itu dapat dipelajari oleh pembaca sesuai dengan kebutuhan dan minatnya, dapat dipelajari kapan dan dimana saja karena mudah dibawa dan akan lebih menarik apabila dilengkapi dengan gambar *dan warna serta perbaikan atau revisi mudah dilakukan*.

Kelemahan media cetak yaitu proses pembuatannya membutuhkan waktu yang cukup lama, bahan cetak yang tebal mungkin dapat membosankan dan

mematikan minat pembaca, apabila jilid dan kertasnya jelek, bahan cetak akan mudah rusak dan sobek Arsyad (2007:7).

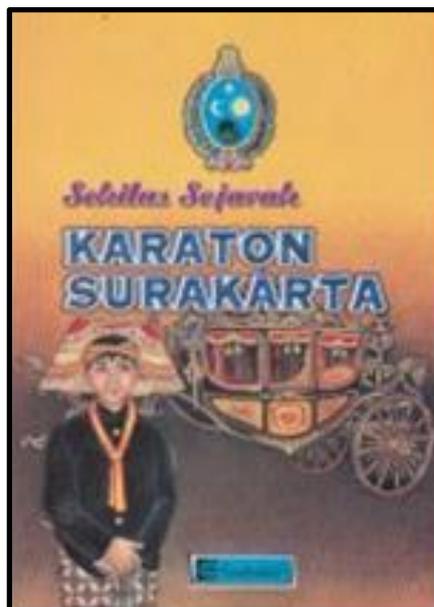
Buku merupakan media cetak yang mudah disimpan dan mudah dibawa kemana-mana, selain itu media ini digunakan sebagai alat bantu yang menyampaikan informasi tentang materi pelajaran dan lainnya yang bersifat satu arah, karena nantinya buku ini akan dicetak dengan *full colour* sehingga dapat menarik wisatawan atau si pembaca agar membacanya, adapun manfaat lainnya sebagai pelestarian budaya karena warisan budaya kita semakin hilang termakan zaman, dan banyak kehadiran serial kartun saat ini yang tidak lain adalah milik budaya barat. Buku juga memiliki kelebihan dan kekurangan, buku sebagai media pembelajaran, antara lain dapat berdampingan dengan media lain, Dapat digunakan oleh semua kalangan, tidak memerlukan peralatan khusus dalam menggunakannya. Dapat digunakan dalam situasi dan kondisi yang kurang mendukung, dan cara penggunaan mudah dan praktis.

Sebagai media pembelajaran tidak menarik dan monoton, membutuhkan waktu untuk memahami sebuah bacaan, tidak dapat digunakan dalam tempat gelap, membutuhkan konsep awal, memerlukan daya ingat yang tajam, membosankan dan bersifat *abstrak* dan pengkonsepan (Nurul dan Jamzuri, 2013: 101).

2.16 Penelitian Terdahulu

2.16.1 Buku Sekilas Sejarah Kraton Surakarta

R.Ay. Sri Winarti P. meneliti kajian tentang Kraton Surakarta yang berjudul “Sekilas Sejarah Kraton Surakarta Hardinigrat”.



Gambar 2.22

Cover Buku “Sekilas Sejarah Karaton Surakarta”

Sumber : Dokumentasi Penulis

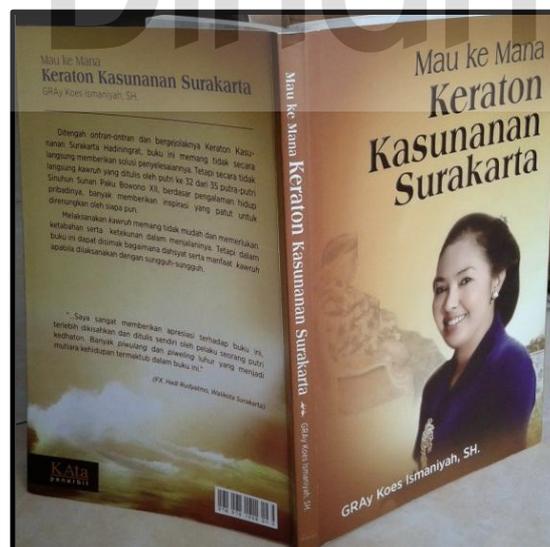
Buku merupakan media informasi yang efektif dalam menyampaikan pesan, karena buku dapat berisi informasi secara verbal seperti uraian-uraian secara *deskriptif* dan *naratif* dan sebagainya yang menunjang buku dalam menyampaikan pesan. Sesuai dengan judulnya, buku ini dalam penelitian ini diceritakan tentang sekilas sekilas sejarah tentang Keraton Surakarta. Buku ini lebih menonjolkan sisi sejarah terbentuknya Keraton Hal ini dikarenakan buku ini berisi tentang silsilah dalam sejarah yang ada di Keraton Surakarta Hardinigrat dan menjelaskan beberapa silsilah yang ada dan yang pernah memimpin sebuah Keraton Surakarta Hardinigrat.

Buku ini juga berisi uraian-uraian dari beberapa penjelasan Keraton Kasunanan seperti upacara yang ada dalam Keraton sehingga membantu pembaca dalam menerima informasi dan memahami isi dalam Keraton Kasunanan. Namun

buku ini tidak menampilkan bagaimana kehidupan yang ada dalam Keraton Kasunanan tersebut, Buku ini juga masih menggunakan cetakan lama tidak menggunakan *full colour* sehingga dapat membuat si pembaca merasa jenuh. Buku ini tidak menyampaikan informasi dengan jelas hanya beberapa paragraf yang menjelaskan tentang sejarah dan adat yang ada di Keraton Kasunanan Surakarta sehingga pembaca khususnya kalangan wisatawan baik wisatawan domestik maupun mancanegara kurang tertarik. Intinya, buku ini kurang bercerita dan menarik sehingga pembaca merasa jenuh.

2.16.2 Buku “Mau Ke Mana Keraton Kasunanan Surakarta”

GRAY Koes Ismaniyah ,S.H. meneliti kajian tentang Keraton Surakarta yang berjudul “Sekilas Sejarah Keraton Surakarta Hardinigrat”.



Gambar 2.23

Cover Buku “Mau Ke Mana Keraton Kasunanan Surakarta”

Sumber : Dokumentasi Penulis

Buku “Mau Kemana Kraton Surakarta” ini juga berisi uraian-uraian tentang Keraton Kasunanan, seperti kehidupan yang ada dalam keluarga Keraton sehingga membantu pembaca menerima informasi dan memahami isi dalam Keraton Kasunanan itu sendiri. Namun buku ini tidak menampilkan bagaimana sejarah pembentukan Keraton Kasunanan tersebut. Tidak banyak informasi yang didapatkan dari buku ini, hanya beberapa paragraf yang menjelaskan tentang kehidupan keluarga yang ada di Keraton Kasunanan, sehingga pembaca khususnya wisatawan domestik maupun manca negara kurang tertarik. Dibandingkan dengan buku lainnya buku ini kurang dalam hal mengekspresikan dan menarik bagaimana suasana yang ada dalam kehidupan yang ada di Keraton tersebut.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB III

METODE PENELITIAN

Pembahasan dalam bab ini akan dijabarkan bagaimana langkah–langkah yang diambil oleh peneliti dalam mendapatkan data serta langkah dalam perancangan karya, observasi data serta teknik pengolahannya dalam penciptaan *Destination Branding* Keraton Kasunanan Solo Guna Menciptakan Minat Kunjungan Wisatawan Domestik.

3.1 Jenis Penelitian

Dalam penciptaan ini peneliti berusaha mencari informasi dan menganalisa gejala dan fenomena yang terjadi pada Keraton Kasunanan Solo dengan melakukan pendekatan *kualitatif*. Metode ini di definisikan sebagai suatu proses yang mencoba untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik mengenai kompleksitas yang ada dalam interaksi manusia.

Menurut Moleong dalam Arifin, (2010: 26), penelitian Kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian, misalnya, perilaku, persepsi, pandangan, motivasi, tindakan sehari-hari, secara holistik dan dengan metode *deskripsi* dalam bentuk kata-kata dan bahasa (naratif) pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

3.2 Metode Penelitian

Metode merupakan kerangka dasar dari tahapan penyelesaian Tugas Akhir. Jenis metode penelitian yang dipilih adalah *kualitatif*. Menurut Bogdan dan Taylor (Moleong, 2006: 4) metode *kualitatif* sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data *deskriptif* berupa kata-kata atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Dengan pendekatan ini diharapkan memperoleh informasi yang mendalam mengenai obyek yang diteliti.

Pendekatan yang dimaksud antara lain observasi, wawancara, dokumentasi, *studi eksisting*, dan kepustakaan. Penelitian ini dibatasi oleh waktu dan aktifitas, sehingga mengharuskan peneliti mengumpulkan informasi yang detail dengan menggunakan beragam prosedur pengumpulan data selama periode waktu tertentu.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan pengembangan metode riset yang dipilih, agar data bisa dikumpulkan. Data yang dikumpulkan memiliki peranan yang sangat penting untuk mengetahui garis besar permasalahan yang dihadapi dalam penciptaan *Destination Branding* Keraton Kasunanan Solo.

1. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang menggunakan pertanyaan secara lisan kepada responden atau narasumber. Menurut Sutopo, (2006: 72) dalam penelitian *kualitatif* wawancara yang digunakan adalah wawancara mendalam. Wawancara mendalam (*in-depth interview*) adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya

jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara, dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama. Pada penelitian ini wawancara dilakukan dengan Gusti Puger, beliau adalah sesepuh Keraton Kasunanan Solo, serta Mr Jame adalah orang yang berkunjung ke Keraton Kasunanan Solo. Wawancara diarahkan pada pertanyaan yang menyangkut sejarah dan visi dan misi tentang Keraton Kasunanan Solo serta media promosi sebelumnya. Dari wawancara tersebut dapat diketahui permasalahan, kendala dan berbagai informasi pendukung kajian ini.

2. Observasi

Observasi diartikan sebagai kegiatan mengamati secara langsung sesuatu objek untuk melihat dengan dekat kegiatan yang dilakukan objek tersebut (Kriyantono, 2006: 110). Dalam hal ini observasi dilakukan dengan cara mengamati dan bertanya tentang sejarah kraton kasunanan solo. Kegiatan ini penting untuk melihat lebih dalam tentang kraton kasunanan, solo itu sendiri

3. Focus Group Discussion (FGD)

Focus Group Discussion (FGD) adalah teknik pengumpulan data yang umumnya dilakukan pada penelitian *kualitatif* dengan tujuan menemukan makna sebuah tema menurut pemahaman sebuah kelompok. Teknik ini digunakan untuk mengungkap pemaknaan dari suatu kelompok berdasarkan hasil diskusi yang terpusat pada suatu masalah tertentu. Menurut Sutopo (2006: 73) *Focus Group Discussion* juga dimaksudkan untuk menghindari

permaknaan yang salah dari seorang peneliti terhadap fokus masalah yang sedang diteliti. Pada penelitian ini banyak buku yang digunakan seperti buku tentang sejarah, *branding* serta buku-buku lainnya yang menjadi bahan acuan dalam melaksanakan penelitian ini. Sumber kepustakaan diperoleh dari buku, sejarah, *branding* serta majalah, hasil-hasil penelitian (Tesis dan Disertasi) dan sumber-sumber lainnya yang sesuai (internet, koran, televisi, radio dan lain-lain).

4. Studi Pustaka

Metode ini menggunakan literatur dalam menunjang semua data yang diperoleh dari berbagai sumber kepustakaan untuk memperoleh teori-teori yang berhubungan dengan penulisan ini dan menunjang keabsahan data yang diperoleh di lapangan.

Pada metode ini, digunakan berbagai literatur berhubungan dengan proses penciptaan *Destination Branding* Keraton Kasunanan Solo sebagai upaya meningkatkan minat kunjungan wisatawan domestik, buku, *branding*, dan artikel yang diperoleh dari *website*.

5. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2008: 83) studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian *kualitatif*. Metode dokumentasi merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh semua informasi berupa gambar yang berkaitan dengan *Destination Branding* Keraton Kasunanan Solo berupa foto tempat alat – alat

yang ada di Keraton, ruang Sultan, suasana, dan beberapa Abdi yang ada di Keraton Solo.

3.4 Teknik Analisis Data

Dalam Ardhana, (2007: 24) menjelaskan bahwa analisis data adalah sebuah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa analisis data merupakan proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan yang terakhir membuat kesimpulan menjadi satu pernyataan yang menjawab pertanyaan penelitian. Selanjutnya, berdasarkan hasil analisis data tersebut selesai dilaksanakan, maka dibuat beberapa ciptaan *Destination Branding* yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan.

3.4.1 Hasil Wawancara dan Analisis Data Wawancara

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan di Keraton Kasunanan Solo pada tanggal 20 September 2014 dengan Gusti Puger sebagai sesepuh di Keraton Kasunanan Solo menyatakan bahwa selama ini Keraton Kasunanan merupakan salah satu Keraton yang ada di Solo. Keraton Surakarta berdiri tahun 1745 masehi atau tahun 1670 jawa. Secara *history* keberadaan atau ekstitensi Keraton Surakarta telah ada jauh sebelumnya berdirinya Negara republik Indonesia. Dengan demikian Keraton Surakarta telah melintasi perjalanan sejarah yang panjang. Sejak dahulu hingga kini Keraton Surakarta di perintah oleh Ratu Jawa. Visi dari Keraton Kasunanan sendiri adalah ingin lebih di kenal luas oleh wisatawan domestik maupun wisatawan manca negara serta

masyarakat kota Solo sendiri. Untuk promosi Keraton Kasunanan ini lebih menonjolkan sejarah berdirinya serta hal yang menarik yang ada di dalam Keraton. Berdasarkan hasil wawancara, dengan melihat peluang yang ada untuk menarik segmentasi baru pada target *audience* terutama wisatawan domestik.

Media promosi yang pernah digunakan selama ini adalah brosur, *banner flyer*, *website*. Media promosi yang terdahulu lebih menonjolkan isi dalam Keraton Kasunanan dan kurang menonjolkan kelebihan pada Keraton Kasunanan itu sendiri. Oleh karena itu perlu diciptakan suatu *Destination Branding* yang tepat dan terstruktur dengan harapan dapat menghasilkan sesuatu yang lebih menarik dan memuaskan dari kegiatan promosi sebelumnya.

3.4.2 Studi Eksisting

Analisis studi eksisting dalam penciptaan ini mengacu pada observasi yang telah dilakukan terhadap obyek yang diteliti, media promosi terdahulu serta kompetitornya. Studi eksisting yang didapatkan dari observasi, dokumentasi dan wawancara yang dilakukan, memperoleh informasi tentang promosi yang telah dilakukan yaitu menggunakan brosur, *banner*, *flyer*, *website*.

Website merupakan salah satu media promosi yang populer saat ini, memiliki jangkauan ruang dan waktu yang tak terbatas. Merupakan salah satu media promosi yang telah dibuat Keraton Kasunanan dalam mempromosikan wisata Keraton telah memenuhi dasar-dasar pembuatan *website* yaitu telah mencakup informasi yang dibutuhkan masyarakat tentang Keraton Kasunanan ini.

Namun, kekurangan dari *website* ini adalah pada segmen desain yang meliputi layout, pemilihan warna, komposisi foto, serta tipografi. Tidak adanya

keterangan isi maupun alat yang ada di Keraton Kasunanan, itu menjadi kekurangan pada *website* tersebut. Selain itu pada *website* ini terlalu menonjolkan sejarah dari Keraton Kasunanan Solo ini dan tidak menonjolkan isi tentang sebuah liputan yang ada di Keraton Solo yang dimiliki.

Flyer merupakan media promosi yang harus bisa membawa informasi dari Keraton Solo yang tengah dipromosikan. *Flyer* yang ada di Keraton Kasunanan Solo memiliki kekurangan pada segmen desain yang meliputi layout, pemilihan warna, komposisi foto serta tipografi. Kekurangan pada *flyer* ini juga terletak pada tidak adanya informasi Keraton Kasunanan Solo, dan tidak menonjolkan isi dari Keraton Kasunanan Solo, hanya berisikan sejarah yang ada.

3.4.3 Strategi Media

Penciptaan media promosi Keraton Kasunanan Solo menggunakan media yang sesuai dengan target audiens antara lain :

1. Buku Profil Keraton Kasunanan Solo

Pemilihan media buku profil ini secara efisien dan praktis. Buku profil ini akan menjadi media utama tentang Keraton Kasunanan Solo. Media ini memudahkan para wisatawan domestik yang ingin mengetahui lebih dalam tentang Keraton Kasunanan Solo. Buku ini berisi tentang sejarah, visi di dalam Keraton Solo, beberapa upacara yang diadakan di Keraton Kasunanan Solo. Buku profil kraton kasunanan solo ini di buat dengan ukuran A4 *landscape* dan di cetak *full color*.

2. *Website*

Penggunaan media promosi digital berupa *website* berfungsi sebagai media informatif yang memiliki jangkauan luas. Informasi yang disampaikan dalam *website* juga lebih lengkap dan mudah untuk diakses. Pembuatan *website* menjadi yang utama dalam promosi Keraton Kasunanan. *Website* ini menyampaikan tentang profil, isi serta hasil wawancara dan observasi dari Keraton Kasunanan Solo itu sendiri yang membuat Keraton Kasunanan Solo agar lebih di kenal dan di ketahui. *Website* disesuaikan kembali dengan konsep awal yaitu *Survive In The Modern Culture Atmosphere*.

3. Media Promosi Pendukung

Iklan *video Keraton Kasunanan Solo, flyer, rollbanner, poster, dan sticker*

Iklan merupakan salah satu media promosi dengan digital yang efektif dikarenakan kecenderungan konsumen mengakses serta kurang tahunya konsumen pada sebuah iklan Keraton tersebut kemudian untuk flyer, rollbanner, poster dan sticker adalah iklan media cetak yang sangat efektif dimana para konsumen langsung mengetahui dan tertuju ke pada sebuah produk yang akan dipromosikan atau di jual.

BAB IV

KONSEP DAN PERANCANGAN

Pembahasan dalam bab ini akan lebih terfokus kepada metode yang digunakan dalam perancangan karya, observasi data serta teknik pengolahannya dalam Penciptaan Destination Branding Kraton Kasunanan Solo Sebagai Upaya Meningkatkan Minat Kunjungan Wisatawan Domestik.

4.1 Obyek Penelitian

Dalam penelitian ini didapat obyek penelitian yaitu sejarah Kraton Kasunanan yang sebagai pembahasan utama sehingga dapat membantu dalam pembuatan analisis data dan mampu menetapkan sintesis, sebagai dasar perancangan yang akan dilakukan.

Keraton Kasunanan sering juga disebut Kasunanan Hardinigrat yang dimana peninggalan asli Indonesia kultur Jawa yang memiliki susunan asli, dibawah pemerintahan asli (Jawa), daerah dan rakyat (kawula) tertentu yang sejak dulu diperintah oleh Ratu Jawa yakni sampeyan dalem Inkgang Sinuhun Kangjeng Susuhunan Paku Buwono secara turun temurun, berdasarkan hak asal-usul atau hak tradisional dan bersifat istimewa Winarti, (2007: 26). Keraton Surakarta sendiri didirikan menurut konsep, ajaran, paham atau falsafah hidup Jawa. Keraton Surakarta merupakan sumber kebudayaan Jawa atau kejawen Winarti, (2007: 33).

4.2 Data Produk

Pelestarian budaya harus dilakukan khususnya dalam pembahasan ini adalah Kraton Kasunanan. Media yang cukup membantu saat ini salah satunya yaitu buku sebagai buku bacaan yang akrab dengan wisatawan domestik maupun mancanegara, dengan buku lebih mudah dalam mengenal atau memahami pesan yang disampaikan dalam berbagai aspek terutama dalam hal kraton kasunanan. Dengan buku para wisatawan lebih cepat memahami pesan yang disampaikan karena buku merupakan sebuah bacaan dengan pesan yang mudah dicerna oleh para pembaca, karena buku dalam menyajikan informasinya menggunakan gambar-gambar serta penjelasan dalam gambar yang disusun sehingga membentuk suatu bentuk cerita dan informasi.

Sebagai media pembelajaran guna mengenalkan Kraton Kasunanan, Buku merupakan media yang tepat. Karena buku lebih menarik perhatian dibanding buku bacaan lain yang lebih menonjolkan pesan verbal serta tulisan saja tanpa menonjolkan gambar full color. Buku juga memiliki keunggulan tersendiri jika dimanfaatkan dalam kegiatan belajar mengajar. Antara lain, buku dapat menambah wawasan yang membaca, mempermudah menangkap hal-hal atau rumusan yang abstrak, mampu mengembangkan minat baca dan juga pesan yang lebih mudah dicerna, sehingga mudah memahami apa pesan yang disampaikan oleh buku itu sendiri.

Buku juga mempunyai potensi sebagai media pembelajaran yang efektif, karena selain buku mampu menarik perhatian wisatawan mancanegara khususnya juga bisa menambah minat baca para pelajar. Buku juga memiliki manfaat

tersendiri, jika buku digunakan dalam media pembelajaran, maupun desainnya harus di rancang khusus dalam menyampaikan pesan-pesan yang mendidik. Inti pesan harus bisa diterima dengan jelas oleh pembaca. Namun buku juga harus memiliki cerita yang menarik bagi pembaca, jika tidak buku akan terasa menggurui dan membosankan.

4.3 Profil Pembaca Buku

4.3.1 Posisi Pasar

Buku merupakan salah satu media yang akrab dengan masyarakat dengan menempatkan diri di beberapa media selain sebagai buku bacaan. Buku juga hidup dan berkembang di masyarakat sebagai seni populer. Dengan kondisi seperti ini buku diduga belum akan menghilang beberapa decade kedepan, buku pada dasarnya merupakan media yang mapan dengan segala elemen tulisan maupun visualnya, dan sudah mengakar pada segmen-segmen masyarakat hingga usia dini hingga usia dewasa. Hal tersebut dikarenakan sifat dari tulisan dan gambar sebagai bahasa yang universal, sehingga semua kalangan dan semua usia dapat mengerti dan memahami komik.

Semakin luasnya tema buku saat ini membuat buku semakin mampu bersaing di pasaran dibandingkan dengan majalah, komik atau bacaan lainnya. Bahkan sekarang ini buku mendominasi dan memenuhi elemen utama rak di toko-toko buku. Melihat begitu luasnya perkembangan buku sebagai sebuah media penyimpan dan penyampai nilai, dapat dikatakan kurang lebih sama dengan hasil budaya seni maupun desain seperti foto, lukisan, penjelasan, dan pembelajaran.

Belum adanya penilaian baik dari masyarakat, buku Indonesia saat ini masih belum mendapat tempat yang cukup baik, terutama dibandingkan dengan komik, majalah maupun tabloid impor lainnya. Komik, majalah dan tabloid merupakan kompetitor utama di dalam dunia buku. Sekalipun terdapat beraneka ragam tema atau genre yang ada pada dunia buku, sangat disayangkan buku Indonesia masih belum menemukan gaya yang sesuai dengan selera pasar saat ini.

4.3.2 Potensi Pasar

Buku salah satu media hiburan yang menyegarkan, banyak juga yang menganggap buku sebagai media pembelajaran yang menarik. Buku merupakan media pembelajaran yang sangat potensial. Berbeda dengan media-media lain seperti halnya televisi yang lebih memaksa mata dan telinga, sedangkan Buku mendorong kita untuk mengoptimalkan mata untuk mencermati panel-panel dan teks yang disertakan. Kebanyakan orang merupakan pembelajar tulisan dan visual yang mengasosiasikan kepingan informasi dengan imajinasi tertentu (Ascott 2006). Jadi buku dapat membantu wisatawan domestic maupun mancanegara dalam pembelajaran suatu topik.

Buku juga dapat memotivasi pembaca, seperti yang dikemukakan Hutchinson, bahwa 74% guru yang disurvei menganggap bahwa buku "membantu memotivasi" (hal. 244), sedangkan 79% mengatakan buku "meningkatkan partisipasi individu" (hal. 244). Satu guru bahkan mengatakan bahwa buku membuat pembelajaran menjadi "pembelajaran yang sangat mudah" (Hutchinson,

1949, hal. 244). Kata Sones menyimpulkan bahwa kualitas gambar dan tulisan dalam buku dapat meningkatkan kualitas pembelajaran.

Buku juga mempunyai potensi jika diciptakan sebagai media pembelajaran seperti yang dikemukakan Karl Koenke, bahwa buku bisa mengarahkan pembaca untuk disiplin membaca khususnya mereka yang tidak suka membaca atau yang memiliki kekhawatiran akan kesalahan.

4.3.3 Segmentasi Pasar

Buku merupakan alat bantu penjelasan dan pemahaman yang sangat mengikat banyak kalangan. Banyak penikmat atau pembaca buku tidak peduli dari kalangan apa saja, dari yang tua, muda, besar, kecil, laki-laki, perempuan, anak-anak bahkan usia dewasa pun menyukai buku. Orang banyak tidak suka dengan buku bacaan lain atau buku pelajaran, mungkin dikarenakan kurangnya gambar sebagai daya Tarik dalam membaca suatu buku. Buku juga lebih difavoritkan karena didalamnya mengangkat penjelasan dalam suatu gambar, fiksi ilmiah dan sebagainya. Seperti itulah yang membuat pencinta buku melanjutkan beberapa para kalangan pembaca dan melanjutkan membaca buku dan membeli buku terbaru dan seterusnya.

4.3.4 Pemandangan

Buku merupakan buku bacaan yang ringan dan mudah dicerna oleh pembacanya, tentunya buku digunakan sebagai media pembelajar. Buku dengan tema sejarah Keraton Kasunanan yang sebagai salah satu media pengenalan kepada

wisatawan domestik masa kini. Seperti buku karya Gray Koes Ismaniyah, S.H. dengan bukunya mau kemana Kraton Kasunanan Surakarta, didalamnya mengisahkan tentang kehidupan masa kecil si penulis. Buku ini menceritakan akan keindahan masa kecil dan kehidupan keluarga si penulis dengan mengedepankan kehidupannya dimasa kecil hingga sampai mendapat gelar sarjana dan bangsawan. Dengan mefokuskan silsilah dalam keluarga si penulis buku. Buku Mau Kemana Kraton Kasunanan tak hanya bernostalgia akan masa kecil, tetapi juga mengenalkan beberapa keluarga si penulis yang hidup di istana Keraton Kasunanan Surakarta.

Buku yang mengekspresikan gambar atau tulisan yang disesuaikan dengan hal-hal yang sedang terjadi dimasyarakat. Dengan konsep dan karakteristik yang kuat, dikemas dalam elemen-elemen gaya visual dan semiotika pada buku Mau Kemana Keraton Kasunanan Surakarta menyampaikan informasi secara efektif dan estetika visual ketika dipandang, sehingga pembaca mampu menangkap kesan pertama cerita dan tertarik untuk membaca edisi selanjutnya.

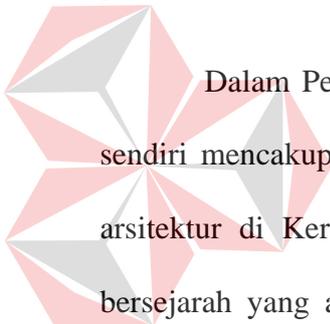
4.4 Analisis Data

Analisis data merupakan proses sistematis pencarian dan pengaturan transkrip observasi, wawancara, dokumentasi dan studi pustaka yang telah dikumpulkan guna meningkatkan pemahaman mengenai materi-materi dan memungkinkan penyajian data yang sudah ditemukan.

Terbukti bahwa pengunjung Keraton Kasunanan lebih di dominasi wisatawan mancanegara daripada wisatawan domestik yang dimana itu sangat

tidak efisien di karenakan wisatawan mancanegara yang lebih mendominasi. dari dibandingkan dengan wisatawan domestik. Oleh karena itu target yang akan diambil dalam penciptaan Buku Profil Keraton Kasunanan Surakarta adalah wisatawan domestik.

Media Buku Profil Keraton Kasunanan Surakarta dipilih sebagai media informasi karena wisatawan domestik selalu kurang peduli terhadap hasil peninggalan-peninggalan kerajaan yang terdahulu. Selain itu media buku merupakan media yang sering digunakan dalam metode pembelajaran, sumber referensi, maupun wawasan terlebih buku bersifat praktis, nyaman dan aman tidak seperti pada media elektronik yang lebih membebaskan.



Dalam Penciptaan isi dari Buku Profil Keraton Kasunanan Surakarta ini sendiri mencakup 3 bagian, yang pertama adalah pengenalan profil tempat dan arsitektur di Keraton Kasunanan Surakarta, kedua alat peninggalan-peninggalan bersejarah yang ada di Keraton Kasunanan Surakarta, dan yang ketiga adalah bagaimana sejarah Keraton Kasunanan Surakarta Berdiri,

4.4.1 Hasil Observasi

Observasi adalah salah satu cara pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap suatu obyek dalam suatu periode tertentu dan melakukan pencatatan secara sistematis tentang hal-hal tertentu yang menjadi target pengamatan .

1. Berdasarkan hasil observasi setelah berkunjung ke Keraton Kasunanan Surakarta, ditemukan berbagai macam data yang ditemukan dengan.

Mengamati bahwa pengunjung yang berkunjung ke Keraton Kasunanan Surakarta ternyata lebih didominasi wisatawan mancanegara sehingga Keraton Kasunanan Surakarta masih sangat membutuhkan media untuk mempromosikan guna menarik minat kunjungan wisatawan domestik.

2. Mengenai observasi tentang pemilihan media buku dibandingkan dengan media online atau elektronik lainnya, didapat beberapa kelebihan media buku cetak dibanding dengan media online atau elektronik, adalah :
 - a. Buku bersifat monumental yang artinya buku bisa bertahan lama dan berumur panjang.
 - b. Buku dapat memuat informasi esensial dan strategis, bermanfaat sebagai alat pemecah masalah.
 - c. Buku bersifat efisien dan memiliki isi yang sangat komplit, terbukti masih banyaknya orang yang mempergunakan buku dalam prosen pembelajaran.
 - d. Membaca melalui media online atau elektronik secara terus menerus bisa menjadi sangat melelahkan bagi mata pembaca.
 - e. Menurut Dodik Setiyadi (media.kompasiana.com) yaitu buku tidak membutuhkan alat elektronik yang mahal untuk membacanya hanya memerlukan cahaya untuk membacanya.

4.5 Segmentasi, Targeting, Positioning

Dalam buku “Profil Keraton Kasunanan Surakarta”, memahami isi “kemegahan” yang ada di Keraton Kasunanan Surakarta.

Khalayak sasaran atau target audience yang dituju adalah :

1) *Demografis*

- Usia 18-45 Tahun : Dewasa dini dan dewasa
- Jenis Kelamin : Pria dan Wanita
- Siklus hidup : Belum menikah, menikah, belum mempunyai anak, menikah punya anak.
- Jenis kelamin : Pria dan Wanita
- Profesi : Pelajar, pegawai negeri/swasta, wiraswasta professional, mahasiswa, dosen, guru.

2) *Geografis*

- Dari hasil wawancara adapun sasaran pasar dari produk meliputi wilayah geografis Jawa Tengah dengan luas wilayah kota besar dan kabupaten

3) *Psikografis*

- Believers atau pemercaya atau yang menganggap segalanya sudah baik/benar dengan ciri konservatif dan konvensional.
- Experincer : Orang yang suka mencoba, muda, bersemangat, suka lihat-lihat buku bersejarah dan tertarik untuk membacannya

4) *Behavioral*

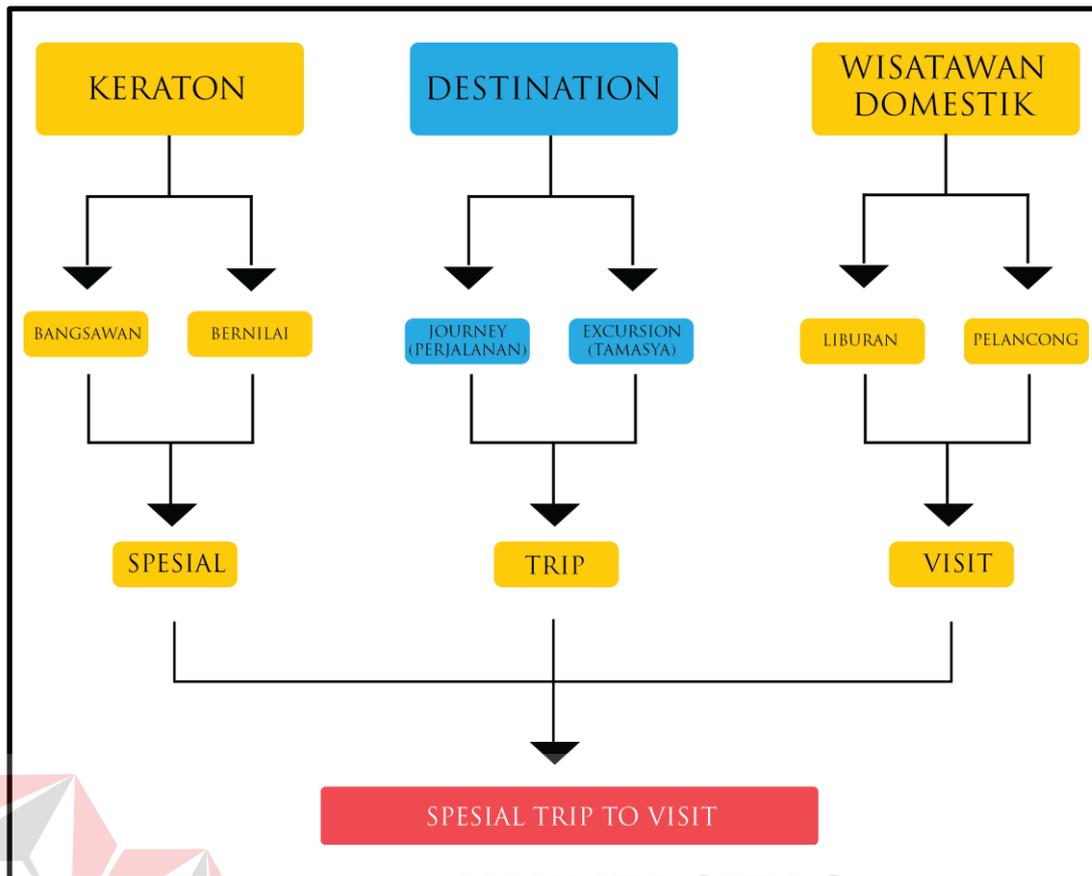
- Manfaat : untuk menambah pengetahuan yang berkaitan dengan sejarah yang ada di daerah Jawa Tengah.

- Dewasa dini dan dewasa 18-45 tahun pada umumnya masih suka membaca buku

4.6 Keyword

Dari hasil kajian pustaka maka analisis untuk menentukan keyword menggunakan beberapa sudut pandang yaitu Keraton, destination, dan wisatawan domestik. Ketiga keyword tersebut digunakan dalam proses pengambilan data beserta analisis data yang terdiri dari hasil wawancara dan observasi.

Dimana definisi untuk Keraton dititikberatkan pada bangsawan dan bernilai yang dihubungkan dengan filosofi yang berkenaan dengan kehidupan yang ada di dalam keraton kasunanan. Sedangkan definisi untuk destination dititikberatkan pada journey (perjalanan) dan excursion (tamasya) yang merupakan tanggapan yang ingin dilakukan manusia terhadap destination. Di lain pihak untuk definisi dari wisatawan domestik dititikberatkan pada liburan dan pelancong yang dihubungkan dengan gambaran umum *target audience* yang dituju.



Gambar 4.1

Proses Penentuan Final Keyword Atau Konsep Perancangan

(Sumber: Peneliti)

4.7 Deskripsi Konsep

Berdasarkan analisa keyword, dapat dijabarkan bahwa “Special Trip To Visit” adalah bentuk makna dari Keraton Kasunanan sendiri yang lebih kepada pengunjung yang berkunjung ke Keraton Kasunanan Surakarta. Konsep utama adalah upaya dalam pelestarian budaya atau adat yang ada pada Keraton Kasunanan Surakarta sehingga dapat mengajak perorangan ataupun juga dalam system pemerintahan turut serta menjaga, atau mengkonversi salah satu adat di Keraton Kasunanan Surakarta ini dalam penciptaan sebuah buku profil Keraton

Kasunanan Surakarta dengan menceritakan tentang rentetan sejarah, alat-alat peninggalan dan arsitektur bangunan, dan sejarah terbentuknya Keraton Kasunanan Surakarta. Penciptaan buku profil Keraton Kasunanan Surakarta ini masih erat kaitannya dengan promosi dinas pariwisata Jawa Tengah yang menggugulkan Keraton-Keraton yang ada di Jawa

Dari konsep yang dijabarkan di atas harapannya wisatawan domestik bisa lebih banyak untuk berkunjung ke Keraton Kasunanan Surakarta serta lebih mengenal lagi sejarah yang ada dan filosofi yang ada di Keraton Kasunanan Surakarta karena memiliki nilai-nilai ajaran sangat baik dan juga sebagai penerus generasi untuk melestarikan kebudayaan Indonesia, supaya bermanfaat bagi sarana pendidikan dan kritik sosial, karena nantinya Buku ini menampilkan secara berbeda tidak seperti buku-buku sebelumnya pada umumnya karena buku ini lebih kepada sejarah berdiri Keraton Kasunanan Surakarta, penjelasan mengenai alat-alat peninggalan di Keraton Kasunanan Surakarta serta bangunan arsitektur dan museum yang ada di Keraton Kasunanan Surakarta sehingga diharapkan semakin banyak yang menyukainya dan mau mengenal tentang budaya yang ada di Keraton Kasunanan Surakarta.

4.8 Perencanaan Kreatif

4.8.1 Tujuan Kreatif

Untuk membuat sebuah buku yang menarik dan mampu mengundang daya tarik masyarakat terhadap buku profil Keraton Kasunanan Surakarta maka dibutuhkan sebuah konsep atau keyword yang matang. Dengan adanya konsep

keyword, diharapkan akan memberikan sebuah visualisasi yang sesuai dengan segmentasi yang dituju serta sebagai upaya menarik minat kunjungan Wisatawan Domestik, Keyword tersebut adalah “ Spesial Trip To Visit“ ini merupakan perwujudan dan penggabungan antara hasil observasi dan wawancara, serta dokumentasi atau pun melihat jurnal yang ada, dan sudah melalui proses reduksi data, sehingga munculah sebuah konsep “ Spesial Trip To Visit “ sebagai dasar dalam pembuatan buku profil Keraton Kasunanan Surakarta.

4.8.2 Strategi Kreatif

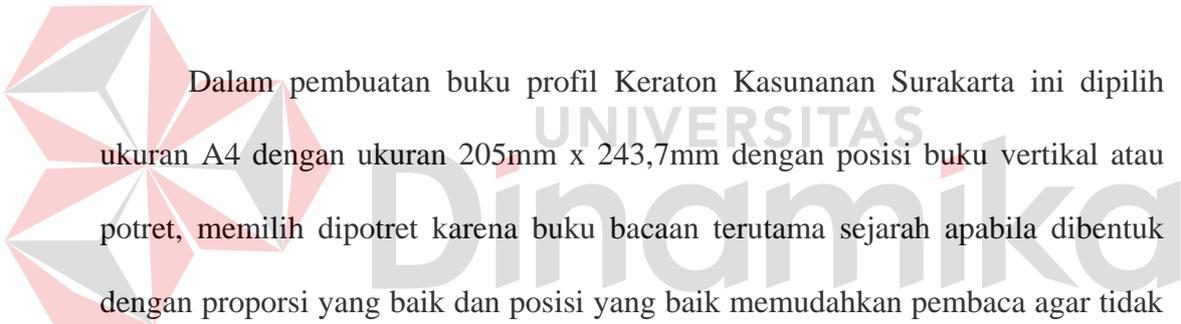
Dengan penggunaan verbal, tagline dan Bodycopy dikemas secara modern dengan tetap mempertahankan unsur tradisional dengan penggunaan kata yang lebih lembut, dan menuntun wisatawan domestik maupun mancanegara, maka didalam konsep untuk mempertahankan kepedulian budaya Keraton Kasunanan. Dengan menggunakan bahasa verbal secara tradisional, lembut dan menyentuh juga menuntun wisatawan domestik dan mancanegara.

Visualisasi tipografi serta warna sebagai identitas desain buku profil Keraton Kasunanan surakarta memiliki karakter domestik yang menunjukkan semangat tinggi kepada pelestarian budaya. Hasil foto yang digunakan mengarah kepada bagaimana alat peninggalan sejarah teksture bangunan dan adat apa saja yang dilakukan di Keraton Kasunanan Surakarta serta font yang digunakan Typeface San Serif, pemilihan jenis tersebut berdasarkan pertimbangan bahwa huruf San Serif, tersebut berdasarkan pertimbangan bahwa huruf San Serif memiliki tebal dan tipis yang kontras pada garis–garis hurufnya. Kesan yang

ditimbulkan adalah klasik, anggun, dan feminim. Keuntungan jenis Typeface ini memiliki legibility dan fleksible untuk semua media (Rustan, 2011: 48).

4.8.3 Ukuran dan Halaman Buku

Jenis Buku	: Buku Profil Keraton Kasunanan Surakarta
Dimensi Buku	: 205mm x 243,7 mm
Jumlah Halaman	: 53 Halaman
<i>Gramature</i> isi buku	: 120 gr
<i>Gramature Cover</i>	: 150 gr
<i>Finishing</i>	: <i>Hard Cover</i> laminasi <i>doff</i> dan dijilid lem dan dijahit.



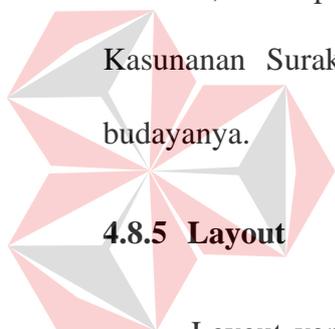
Dalam pembuatan buku profil Keraton Kasunanan Surakarta ini dipilih ukuran A4 dengan ukuran 205mm x 243,7mm dengan posisi buku vertikal atau potret, memilih dipotret karena buku bacaan terutama sejarah apabila dibentuk dengan proporsi yang baik dan posisi yang baik memudahkan pembaca agar tidak jenuh sehingga berminat untuk membaca tanpa rasa bosan hal ini juga dilakukan dengan pertimbangan ukuran tersebut memudahkan penyusunan informasi visual maupun teks yang ditampilkan, selain itu menggunakan ukuran tersebut ialah perbandingan legibility dalam buku ini diutamakan, sehingga menghindari kebosanan ketika membaca (Rustan, 2008) yang menerapkan bahwa lebar suatu paragraph merupakan faktor yang menentukan tingkat kenyamanan dalam membaca.

4.8.4 Headline dan Sub Headline

Headline yang digunakan untuk buku profil Keraton Kasunanan Surakarta ini adalah “*Spesial Trip To Visit*”. Pemilihan headline tersebut terkait dengan pada buku yang berisi ulasan cerita sejarah Keraton Kasunana Surakarta kemudian penjelasan arsitektur bangunan dan beberapa peninggalan benda-benda bersejarah serta makna filosofinya tiap-tiap benda. Dan sub headline pada buku ini adalah “Keraton Kasunanan Surakarta” untuk menyampaikan bahwa Keraton Kasunanan merupakan sebuah tempat kerajaan yang ada di pulau jawa yang memang merupakan tempat peninggalan dari kerajaan Majapahit, dengan headline dan sub headline, diharapkan supaya wisatawan domestik beranggapan bahwa Keraton Kasunanan Surakarta ini patut untuk dikenali dan dijaga serta dilestarikan budayanya.

4.8.5 Layout

Layout yang digunakan dalam Buku profil Keraton Kasunanan Surakarta ini berawal dari membuat coretan layout gagasan sesuai deskripsi kreatif dengan prinsip-prinsip desain sampai mendapatkan susunan yang terbaik. Untuk mencapai susunan yang bernilai seni yang elegan perlu memperhatikan prinsip-prinsip dasar tata desain (emphasis, movement, balance, unity, proportion, clarity, simplicity) selanjutnya ide-ide tersebut dipilih lalu disempurnakan ke dalam bentuk layout kasar dan dikerjakan secara manual. Setelah itu Rough layout bisa dikerjakan manual atau dengan computer. Pada rough layout ini juga dilakukan pemberian warna, menetapkan warna yang paling tepat. Dari satu pilihan pada



UNIVERSITAS
Dinamika

layout kasar atau rough, kemudian dilanjutkan pada tahap layout lengkap tahap ini merupakan desain final dimana semua sudah lengkap mulai dari ilustrasi, warna, tipografi dan tata letak, sehingga dapat dibayangkan bentuk atau hasil jadinya. Pada tingkat layout lengkap penyelesaiannya dapat dilakukan secara manual atau diselesaikan dengan computer.

4.8.6 Bahasa

Bahasa yang digunakan dalam Buku Profil Keraton Kasunanan Surakarta ini adalah Bahasa Indonesia dipilih karena merupakan bahasa umum bagi bangsa Indonesia, karena pemilihan bahasa Indonesia dibidang tepat karena nantinya yang paling utama akan dinikmati oleh masyarakat bangsa Indonesia terutama pada generasi muda yang dewasa yakni dewasa dini dan dewasa, sehingga para pembaca dapat mudah membaca dan mencerna isi ulasan yang disampaikan.

4.8.7 Visual

Visualisasi yang akan digunakan dalam Buku Kasunanan ini adalah visual yang identik dengan kemewahan, dimana bisa digambarkan dengan ornamen yang ada di dalam Keraton Kasunanan Surakarta seperti pada umumnya seperti tekstur bangunan, dan beberapa benda yang ada di Keraton Kasunanan Surakarta karena visual nanti mengacu pada konsep yang dibuat yakni “special trip to visit”, karena melihat keadaan yang ada di dalam Keraton Kasunanan Surakarta sendiri selalu menggambarkan keistimewaan dalam upacara maupun pertunjukan seperti grebeg dan upacara-upacara lainnya dengan batasan tertentu karena Keraton Kasunanan

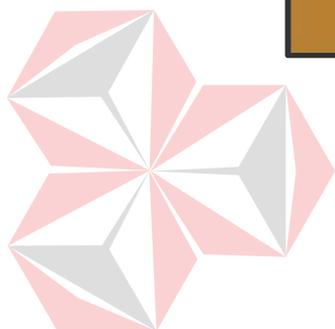
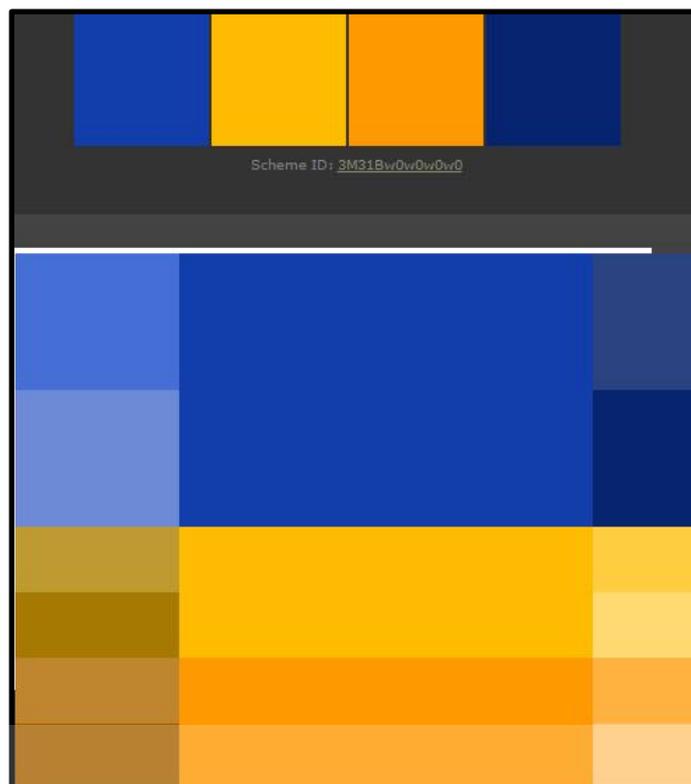
itu sendiri merupakan sebuah tempat warisan budaya yang perlu dilestarikan yang ada di Jawa.

4.8.8 Warna

Warna merupakan hal terpenting dalam menciptakan suatu desain karena setiap warna memiliki makna, kesan dan psikologi akan berbeda setiap perorangan. Menurut Sanyoto warna dapat mempengaruhi jiwa manusia dengan kuat atau dapat mempengaruhi emosi manusia, warna juga dapat menggambarkan suasana hati seseorang. Pada seni sastra lama maupun modern warna diartikan sebagai kiasan atau perumpamaan (Sanyoto, 2002: 38). Setiap warna memiliki karakteristik tertentu yang dimaksud adalah ciri-ciri atau sifat-sifat khas tertentu yang dimiliki oleh suatu warna.

Warna-warna digolongkan menjadi dua golongan besar tersebut, karena adanya dua alasan yang didasarkan pada arti simbolisnya. Pertama karena keluarga warna biru sering diasosiasikan dengan dingin, sejuk, elegan adalah benda-benda yang memberikan kesan panas atau merangsang kejiwaan warna-warna ini tergolong dari biru, orange, kuning, warna-warna langit atau warna dingin memiliki sifat sejuk atau tenang. Kedua jauh dari sifat yang eksternal, warna seolah-olah menimbulkan efek langsung, baik rasa panas maupun rasa sejuk kepada badan kita, diuraikan bahwa warna merah menimbulkan emosi lebih tinggi atau lebih kuat dibandingkan dengan warna lainnya sementara warna biru adalah kebalikannya.

Maka dapat disimpulkan berdasarkan analisis dari penulis bahwa Buku Profil Keraton Kasunanan Surakarta nantinya menggunakan warna-warna kemegahan atau yang dijelaskan pada sebelumnya warna dingin, warna-warna kemegahan disini meliputi warna-warna yang terdiri dari warna biru, emas, putih karena warna ini memiliki makna yang sesuai dengan karakter buku profil Keraton Kasunanan Surakarta yang nantinya akan dibuat. Warna-warna ini dipilih berdasar makna dan karakternya seperti warna emas memiliki arti sebuah optimisme sebuah kemegahan dan harapan, lalu warna putih dan biru memiliki arti sebuah kepercayaan, kekuatan, agresif dan energik, kenapa juga memilih warna-warna tersebut yang digunakan Karena juga terkait pada konsep penulis pada buku Profil Keraton Kasunanan Surakarta ini yakni "*Spesial Trip To Visit*" dari kata-kata ini dapat diuraikan bahwa kata "Spesial Trip" dilambangkan pada warna emas warna ini juga dilambangkan warna kemegahan dan elegan lalu dari kata "Visit" dilambangkan warna putih dan biru dimana putih dan biru melambangkan warna agresif, nyaman yang diwujudkan oleh sifat remaja dan dewasa sehingga bisa disebut juga warna-warna dinamis jika melihat dari sifat remaja dan orang dewasa tersebut.

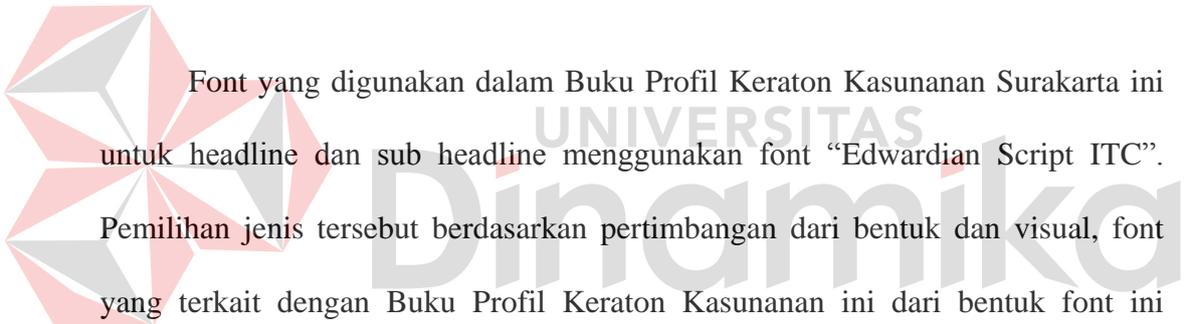


Gambar 4.2
Color Chart Color Scheme Designer
(Sumber: Peneliti)

Warna yang terpilih adalah warna kobayashi, dimana arti dari kata ini adalah kemegahan, mewah, elegan. Apabila diaplikasikan kedalam buku ini nantinya warna biru muda yang akan menggambarkan warna-warna background seperti langit misalnya, lalu warna emas adalah warna yang digunakan untuk karakter utama warna yang akan digunakan untuk karakter logo pada cover buku warna putih adalah warna yang digunakan untuk setting tempat misalnya divisualisasikan seperti sebuah pemandangan, lalu warna abu-abu dan kuning warna-warna ini digunakan sebagai warna hiasan, merupakan warna pelengkap.

Seperti yang sudah dijelaskan semua warna ini juga merupakan warna-warna kategori mewah sebagaimana yang dituturkan oleh Diana Sari yang mengatakan bahwa apabila ingin mendesain media grafis untuk remaja atau orang dewasa, maka sebaiknya memilih warna-warna mewah yang mengikuti logo dari sebuah Keraton Kasunanan Surakarta untuk membuat suasana nyaman, karena dalam komunikasi grafis dalam penggunaan warna harus disusun dan ditata secara tepat sehingga menimbulkan suasana dan lambang psikologis, warna akan menimbulkan kesan atau mood untuk keseluruhan gambar selain itu warna mampu memberikan sugesti yang mendalam kepada manusia.

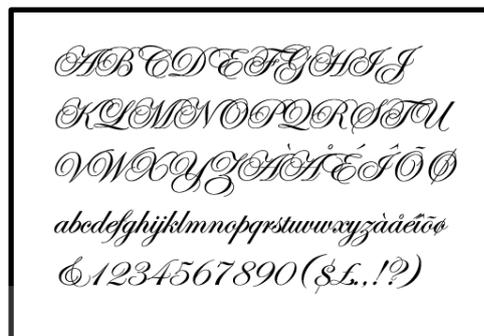
4.8.9 Tipografi



Font yang digunakan dalam Buku Profil Keraton Kasunanan Surakarta ini untuk headline dan sub headline menggunakan font “Edwardian Script ITC”. Pemilihan jenis tersebut berdasarkan pertimbangan dari bentuk dan visual, font yang terkait dengan Buku Profil Keraton Kasunanan ini dari bentuk font ini fleksibel, simple dan futuristik. Berdasarkan pertimbangan font ini bisa digunakan pada headline dan sub headline karena dari tingkat keterbacaannya sehingga lebih memudahkan para pembaca dalam membaca nantinya.

Sedangkan untuk isi konten atau isi cerita dalam buku Profil Keraton Kasunanan Surakarta menggunakan font dengan times new roman, menurut (Kusrianto, 2007). Font yang digunakan sub headline yaitu times new roman, diasumsikan bahwa informasi yang didapat atau yang dibaca menuju otak akan tinggal dan memberkas lebih lama sehingga memperoleh rekaman yang baik. Font

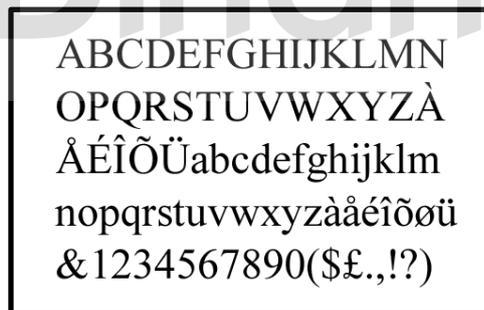
yang digunakan dalam isi buku ini adalah “times new roman” dimana font ini memiliki karakter dari bentuknya, font ini juga mudah dibaca selain itu font ini juga kategori remaja dan dewasa karena sifatnya fleksibel dan tidak kaku, selain itu juga font ini mewakili keyword yang ditemukan yakni “Spesial Trip To Visit” dari font ini harapannya si pembaca dapat mengerti pesan dan isi cerita dalam sebuah buku yang disampaikan.



Gambar 4.3

Font Edwardian Script ITC

(Sumber: Dokumentasi Peneliti)



Gambar 4.4

Font times new roman

(Sumber: Dokumentasi Peneliti)

4.9 Strategi Media

Strategi media adalah siasat atau kebijakan-kebijakan atau langkah-langkah yang dilakukan untuk mencapai tujuan, strategi media dibentuk oleh *target audience* dengan paduan media yang terdiri dari pilihan media, yang disusun dengan memperhitungkan media, yaitu kebiasaan *target audience* masing-masing pangsa pasar dalam penggunaan media. Target audience inilah yang menentukan saluran media yang dimana paling efektif dan efisien. Efektif artinya cocok untuk mengiklankan produk yang dirancang, dan efisien artinya biaya yang terjangkau.

Media yang digunakan dalam proses perancangan karya ini terbagi atas dua jenis, yaitu media utama dan media penunjang atau pendukung. Adapun media utama yang digunakan adalah Buku profil Keraton Kasunanan Surakarta yang menjadi focus utama dalam proses perancangan karya. Sedangkan media pendukung digunakan untuk membantu publikasi media utama yang telah dirancang. Adapun media yang digunakan terdiri atas :

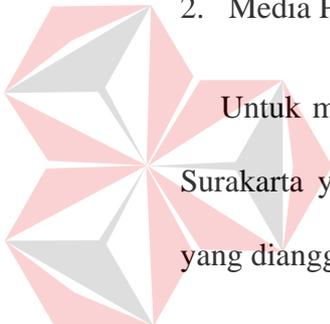
1. Buku Profil Keraton Kasunanan Surakarta

Pertimbangan pemilihan media ini adalah daya penyampaian pesan yang mendalam (detail) dengan daya Tarik visual yang dapat dijadikan sebagai penggambaran pesan yang ingin disampaikan. Dengan menggunakan teknik foto sebagai *point of interest* yang disertai dengan paragraf deskripsi singkat, menjadi keunggulan untuk menarik minat *target audience* yang memiliki usia antara 18-45 tahun. Untuk mendukung *durability*, estetika, kenyamanan dan *legibility* dari buku Profil Keraton

Kasunanan Surakarta, maka buku ini memiliki beberapa kriteria sebagai acuan.

Ukuran yang diimplementasikan pada buku ini adalah Ukuran Trim 205mm x 243,7mm dan Bleed 210mm x 248,7mm. *Cover* dari buku ini dicetak dengan menggunakan *hard cover* dengan laminasi doff untuk memberikan kesan elegan sehingga dapat menyiratkan pesona. Jenis kertas yang di gunakan adalah art paper 120 grm dengan system cetak offset *full color* dua sisi untuk meningkatkan *durability* dari buku. Total jumlah halaman pada buku ini adalah 45 halaman.

2. Media Pendukung



Untuk media pendukung publikasi dari buku Profil Keraton Kasunanan Surakarta yang telah dirancang, maka dibutuhkan 3 jenis media promosi yang dianggap paling efektif untuk menarik minat *target audience*.

- a. Website, alasan pemilihan media ini karena memiliki life span yang lama yang memungkinkan untuk diakses di spesifikasi dalam internet, mampu memberikan informasi yang detail tentang sejarah, alat peninggalan, dan beberapa informasi yang ada di Keraton serta biaya cakupan yang luas dan terarah karena membantu para audiens yang ingin mencari tahu tentang sebuah sejarah dalam keratin.
- b. Flyer, dengan desain yang menonjolkan gambar logo Keraton Kasunanan yang dapat mewakili daya tarik dan keunggulan dari buku dengan disertai elemen ornament secara singkat dan menarik.

Media below the line ini dipilih karena memiliki efektifitas dan efisiensi yang tinggi untuk menyampaikan pesan kepada target audience.

- c. X-banner, dengan desain yang menonjolkan estetika baik dari gambar logo keraton yang terdapat pada buku dengan disertai elemen ornamen yang sangat singkat, untuk menarik perhatian target audience saat melintas di sekitar media promosi tersebut.
- d. Poster, dengan desain yang menonjolkan estetika gambar gambar dan copy writing ulasan sekilas tentang Keraton Kasunanan dari salah satu halaman buku disertai dengan penjelasan berupa elemen verbal secara singkat, untuk menarik perhatian target audience yang melintas di sekitar media promosi tersebut.
- e. Video Dokumenter, alasan pemilihan media ini karena mudah dilihat, memudahkan audiens media ini digunakan pada saat launching buku serta memberikan informasi secara sekilas kepada para audiens. Video dokumenter ini didesain dengan durasi waktu 8-12 menit dengan menggunakan narasi di dalam sebuah video dokumenter.
- f. Kartu nama, dengan gaya desain simple dan menonjolkan segi informatif tentang biodata dari penulis.

Media ini nantinya adalah untuk penunjang penyebaran informasi kepada target audiens yang dituju oleh buku Profil Keraton Kasunan Surakarta ini, agar menimbulkan efektifitas, target audiens yang ingin dicapai untuk buku Profil

Keraton Kasunanan Surakarta ini adalah berjenis kelamin laki-laki dan perempuan dari usia 18 sampai 45 tahun memiliki karakter yang ingin tahu, sehingga media yang dipilih adalah media yang dapat menyampaikan ulasan cerita disertai gambar. Media utamanya adalah buku Profil Keraton Kasunanan Surakarta, media pendukung lainnya adalah website dan iklan video dokumenter.

4.9.1 Buku Keraton Kasunanan

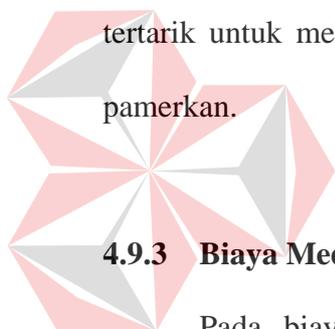
Ukuran yang diimplementasikan pada buku ini adalah ukuran A4 *potrait* dengan ukuran 30 cm x 21 cm. cover dari buku ini dicetak dengan menggunakan hard cover yang dimana logo akan di cetak *hot print cetak hard cover* dengan menggunakan laminasi *glossy* lalu setelah hardcover isinya menggunakan kertas *konpenhagen*, karena *konpenhagen* sering digunakan pada buku remaja dan buku-buku bergambar dengan *full color*. Total jumlah halaman ini adalah 53 halaman, karena Buku Keraton Kasunanan ini terdiri dari 29 *chapter* dimana 32 *chapter* tersebut adalah tempat-tempat penting yang disahkan dan di pakai yang ada di Keraton Kasunanan Surakarta.

4.9.2 Media Pendukung

Untuk mendukung publikasi dari Buku Keraton Kasunanan membutuhkan beberapa jenis media promosi guna meningkatkan kunjungan atau menarik kunjungan dari wisatawan domestik untuk datang. Menurut Ludwig (2000) bahwa setiap media memiliki keunggulan dan keterbatasan tertentu, karena tidak ada jaminan bahwa setiap media efektif untuk setiap jenis produk (Hasan, 2008: 396). Maka dari itu diperlukan media pendukung sebagai berikut.

Website, pemilihan media ini sangat penting apabila mempromosikan suatu produk karena dengan media ini diharapkan para konsumen juga tau tentang apa itu keraton kasunanan Surakarta secara singkat tentang penjelasan dari sebuah Keraton Kasunanan Surakarta dan juga media promosi yang digunakan pada saat pameran atau selama promosi berlangsung, *website* nantinya akan bersifat online menggunakan media laptop dan computer PC.

Video Dokumenter, alasan pemilihan media ini karena video memiliki sifat maupun kesempatan untuk menarik para konsumene sehingga memudahkan dimana letak produk yang di *display* sehingga menarik perhatian calon konsumen, video dokumenter menggunakan media PC agar para konsumen terlihat jelas dan tertarik untuk melihat video dan produk saat produk yang ada di diplayatau di pameran.



4.9.3 Biaya Media

UNIVERSITAS
Dinamika

Pada biaya media ini membahas tentang pencetakan buku meliputi

beberapa hal yang harus dihitung dalam pencetaan buku Keraton Kasunanan:

a) Tingkatan Efisiensi HPP Cetak

HPP dapat dikatakan efisiensi jika harga yang ditawarkan terhadap order buku cukup kompetitif dengan kualitas cetak terjamin baik.

b) Kualitas Buku

Penetapan harga sesuai dengan kualitas buku jika harga buku sama dengan mutu cetak sehingga dapat bersaing dengan yang lain.

c) Ketepatan jadwal Produksi

Penetapan harga dianggap bijaksana dan tepat jika jadwal produksi dilaksanakan tepat waktu. Ketepatan waktu penyerahan hasil cetak sangat penting. Ketepatan waktu sangat mempengaruhi kredibilitas dan profit dari percetakan

d) Kelancaran waktu penyerahan/pengiriman

Apabila penyerahan buku ke penerbitan sesuai dengan jadwal produksi berarti penerbit memperoleh ketepatan waktu edar. Ketepatan waktu edar mempengaruhi laku tidaknya buku

e) Sehatnya pertumbuhan

Kelancaran produksi, ketepatan waktu, baiknya mutu dan terjaminnya berarti akan memperlancar pembayaran dari pelanggan (penerbitan). Kelancaran pembayaran akan memperlancar cash flow percetakan sehingga perusahaan bisa tumbuh dengan sehat.

Adapula rumus-rumus yang harus diperhitungkan dalam menentukan Harga Pokok Produksi Cetak Buku dengan asumsi Finishing Soft Cover

1. Menghitung Biaya desain cover dan isi buku

a. Menghitung desain = 1

b. Harga desain per buku = Rp. 300.000 ,-

Rumus : Biaya Desain = 1 x Rp. 300.000 = Rp. 300.000,-

2. Menghitung Biaya setting naskah

a. Jumlah halaman setting = 53 halaman

b. Ukuran buku = 30 x 21 cm

c. Harga setting per halaman = Rp. 13.000.-

Rumus : Biaya setting per halaman = $53 \times \text{Rp. } 13.000 = \text{Rp. } 689.000,-$

3. Menghitung biaya pemrosesan output film separasi warna (Fulcolor)

- a. Jumlah model = 1
- b. Ukuran buku = $30 \times 21 \text{ cm}^2$
- c. Harga pembuatan per $\text{cm}^2 = \text{Rp. } 45,-$

Rumus : Biaya = $(32 \times 24) \times 4 \times \text{Rp. } 45,- = \text{Rp. } 138.240,-$

4. Menghitung biaya pemrosesan film negatif dan positif

- a. Jumlah halaman = 53 halaman
- b. Ukuran buku = $30 \times 21 \text{ cm}$
- c. Harga pembuatan film B/W = $\text{Rp. } 30,-$

Rumus : Biaya pemrosesan film B/W

$4 \times 22 \times 40 \times \text{Rp. } 30,-/\text{cm}^2 = \text{Rp. } 105.600,- \times 4 \text{ warna} = \text{Rp. } 422.400,-$

5. Menghitung Biaya montage cover dan isi buku

- a. Jumlah halaman buku = 53 halaman
- b. Jumlah hal. dalam per lintasan/montage = 4 halaman
- c. Jumlah montage cover = 4 (film)
- d. Harga montage cover = $\text{Rp. } 22.500,-$
- e. Harga montage isi = $\text{Rp. } 45.000,-$

Rumus : Jumlah montage isi = $40 : 16 = 3 \text{ lbr film}$

Biaya montage cover dan isi buku :

$(4 \times \text{Rp. } 22.500,-) + (3 \times \text{Rp. } 45.000,-) = \text{Rp. } 244.000,-$

6. Menghitung biaya plate cover buku

- a. Jumlah plate cover = 4 lembar

b. Ukuran maximum cetak naik di mesin

c. Harga /lembar utk GTOV = Rp. 35.000,-

Rumus : Biaya plate cover = 4 x Rp. 35.000,- = Rp. 140.000,-

7. Menghitung biaya plate isi buku

a. Jumlah plate isi buku = 10 lembar

b. Ukuran maximum cetak di mesin 72

c. Harga /lembar = Rp. 150.000,-

Rumus : Biaya plate isi = 10 x Rp. 150.000,- = Rp. 1.500.000,-

8. Menghitung biaya kertas cover buku

a. Oplah cetak = 2.500 eks.

b. Inschiet = 40 %

c. Ak 210 gr plano per rim = Rp. 650.000,-

d. Jumlah hal. dlm 1 lembar kertas plano = 8 halaman

Rumus : Biaya kertas cover buku =

$2.500 \times \text{Rp. } 650.000,- \times 140 \% = \text{Rp. } 568.750,-$

8×500

9. Menghitung biaya kertas isi buku

a. Oplah cetak = 2.500 eks.

b. Jumlah halaman = 53 halaman

c. Inschiet = 20 %

d. Konpenhagen 210 gr plano per rim = Rp. 120.000,-

e. Jumlah hal. dlm 1 lembar plano = 32 halaman

Rumus : Biaya kertas isi buku =

$$(2.500 \times \text{Rp. } 120.000,- \times 160 \times 120 \%) / (32 \times 500) = \text{Rp. } 3.600.000,-$$

10. Menghitung biaya pencetakan (ongkos cetak) cover buku

a. Warna cover = 4/

b. Inschiet = 40 %

c. Jumlah plate cetak cover = 4 lembar

d. Ongkos cetak per lintasan = Rp. 120,-

e. Oplah cetak = 2.500 eks.

Rumus : Biaya pencetakan cover =

$$4 \times \text{Rp. } 120,- \times 2.500 \times 140 \% = \text{Rp. } 1.680.000,-$$

11. Menghitung biaya pencetakan (ongkos cetak) isi buku

a. Warna isi = 1/1

b. Inschiet = 30 %

c. Jumlah plate cetak isi = 3

d. Ongkos cetak isi per lintasan = Rp. 55

e. Oplah = 2.500 eks.

Rumus : Biaya pencetakan isi =

$$10 \times \text{Rp. } 55,- \times 2.500 \times 130 \% = \text{Rp. } 1.787.500,-$$

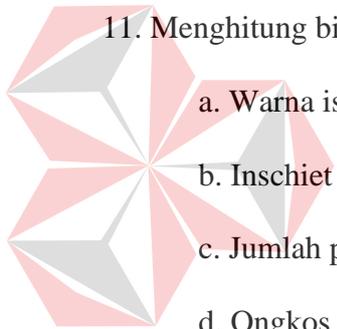
12. Menghitung biaya pelipatan katern

a. Jumlah halaman = 53 halaman/32 katern

b. Jumlah katern = 2 katern

c. Ongkos pelipatan per katern = Rp. 50,-

d. Oplah cetak = 2.500 eks.



Rumus : Biaya pelipatan = $2 \times 2.500 \times \text{Rp. } 50,- = \text{Rp. } 250.000,-$

13. Menghitung biaya komplit katern

a. Oplah cetak = 2.500 eks.

b. Biaya komplit per buku = Rp. 25,-

Rumus : Biaya Komplit buku = $2.500 \times \text{Rp. } 25,- = \text{Rp. } 62.500,-$

14. Menghitung biaya jilid lem

a. Oplah cetak = 2.500 eks.

b. Biaya penjilidan lem buku = Rp. 75,-

Rumus : Biaya penjilidan lem = $2.500 \times \text{Rp. } 75,- = \text{Rp. } 187.500,-$

15. Menghitung biaya/ongkos potong buku

a. Oplah cetak = 2.500

b. Biaya potong per buku = Rp. 25,-

Rumus : Biaya potong buku = $2.500 \times \text{Rp. } 25,- = \text{Rp. } 62.500,-$

16. Menghitung biaya pengepakan

a. Oplah cetak = 2.500 eks.

b. Jumlah buku dalam satu pak = 125

c. Ongkos pengepakan termasuk casing= Rp. 10.000,-

Rumus : Biaya pengepakan = $(2.500 \times \text{Rp. } 10.000,-)/125 = \text{Rp. } 200.000,-$

17. Jumlah seluruh biaya (1 s/d 16) = Rp. 11.918.890,-

18. Margin Keuntungan (20%) = Rp. 2.980.318,-

19. Jumlah biaya (17-18) = Rp. 14.099.208,-

20. Ppn + PPh (10%) = Rp. 1.409.920,-

21. Jumlah keseluruhan = Rp. 15.508.128,-

22. Harga per buku/ HPP (jumlah biaya : oplah)

Rp. 15.508.128,- : 2.500 eks. = Rp. 6.203,-/eks

Rp. 10.600,-

Dijual =Rp. 30.000,-

Keuntungan = Rp. 15.000,-

Keuntungan = Rp. 15.000,- x 2500

= Rp. 38.000.000,-

4.10 Estimasi Harga Buku

Melalui interview dengan pihak produksi di Harapan Utama maka penulis mendapatkan harga estimasi untuk produksi buku Kasada : Offering Ceremony dalam jumlah massal yaitu 1000 eksemplar, pihak percetakan memberi estimasi harga sebesar Rp.11.000,- per buku, harga ini dengan catatan dihitung oleh pihak percetakan menggunakan bahan kertas yang baik (jerman), tinta dari jerman, dan mesin cetak *Heidelberg* (jerman) yang merupakan alat kualitas1 dalam dunia percetakan, maka untuk menghitung berapakah harga minimal buku ini jika dijual ke end user, digunakan metode perhitungan sebagai berikut :

Perhitungan berdasar harga jual per buku :

✓ Penerbit 10%	= 5	x	=Rp.4.660,-
✓ Penulis 10%	=	x	=Rp.4.660,-
✓ Produksi 30%	= 3	x	=Rp.11.000,-
✓ Distributor 50%	=	x	=Rp.23.300,-
✓ Total			=Rp.43.620,-

Jadi harga minimal buku Kasada : Offering Ceremony adalah Rp.43.260,- jika harga per buku telah diketahui maka berapakah jumlah laba yang akan didapatkan oleh penerbit dan penulis, maka tinggal mengalikan jumlah eksemplar dengan presentase pihak penerbit dan penulis dalam jumlah rupiah, namun berapakah buku yang harus terjual agar modal awal produksi dan distribusi buku bisa kembali, digunakan metode pengukuran BEP (*Break Event Point*), berikut adalah metodenya:

Laba Penerbit

- Penerbit = Rp.4.660,- x 1000 x 5 =Rp.23.300.000,-

Laba Penulis

- Penulis = Rp.4.660,- x 2000 =Rp. 4.660.000,-

Modal Awal

- Produksi = Rp.11.000,- x 1000 eksemplar =Rp.11.000.000,-
- Distributor = Rp.23.300,- x 1000 eksemplar =Rp.23.300.000,-

BEP

Total Modal Awal : Harga Jual Per Buku = BEP

Rp. 23.300.000 : Rp.43.620,- =Rp.534 Buku

Jadi BEP akan tercapai jika buku dapat terjual sebanyak 534 eksemplar di pasar, sehingga 466 buku yang lain merupakan laba bagi penerbit dan penulis sesuai presentase bagiannya.

BEP dalam jumlah 534 buku merupakan BEP yang umumnya diharapkan oleh Masmmedia Buana Pustaka pada tiap buku biografi yang pernah diterbitkannya, yaitu tidak melebihi $\frac{1}{2}$ jumlah eksemplar yang diluncurkan, pihak Masmmedia Buana Pustaka menyatakan hal ini dilakukan untuk mensiasati kerugian yang mungkin terjadi karena kesalahan produksi, distribusi, maupun regulasi peraturan pemerintah yang berubah. (Wisnu, 2009).

4.11 Metode Pengujian Hasil Desain

Untuk menentukan kelayakan dan kesesuaian tujuan dari desain yang telah dibuat, maka dibutuhkan sebuah metode yang dipakai untuk menguji hasil desain buku Keraton Kasunanan.

4.12 Skala dan Pengukuran Desain

Proses pengumpulan data untuk pengujian hasil desain dalam penciptaan ini adalah dengan menggunakan angket. Angket adalah suatu alat pengumpul data yang berupa serangkaian pertanyaan yang diajukan pada responden untuk mendapat jawaban (Depdikbud, 1975). Untuk jenis perancangan ini, angket dianggap memiliki efektifitas yang baik dalam mengamati pandangan dan tanggapan target audience terhadap hasil desain. Angket yang digunakan dalam pengujian ini mempergunakan skala pengukuran Likert. Skala ini mengukur

ordinal karena hanya dapat membuat ranking tetapi tidak dapat diketahui berapa kali satu responden lebih baik atau lebih buruk dari responden lainnya di dalam nilai skala (Sidik dan Muis, 2009:14).

Responden yang digunakan dalam pengumpulan data untuk pengujian hasil desain ini memiliki ketentuan tenggang usia antara 17-45 tahun dengan jenis kelamin laki-laki dan perempuan. Pengambilan responden dalam perancangan ini berlokasi di East Coast Surabaya Lt.1 area Atrium pada saat pameran karya Tugas Akhir Artdinary tanggal 7-9 Februari 2015

4.13 Metode Analisis Pengujian Hasil Desain

Metode yang digunakan untuk menganalisis pengujian hasil desain yang diambil dari data angket ini adalah analisis korelasi Pearson. Menurut analisis korelasi Pearson nilai korelasi (r) berkisar antara 1 sampai -1, nilai semakin mendekati 1 atau -1 berarti hubungan antara dua variabel semakin kuat, sebaliknya nilai mendekati 0 berarti hubungan antara dua variabel semakin lemah.

Nilai positif menunjukkan hubungan searah (X naik maka Y naik) dan nilai negatif menunjukkan hubungan terbalik (X naik maka Y turun). Menurut Sugiyono (2007) pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut:

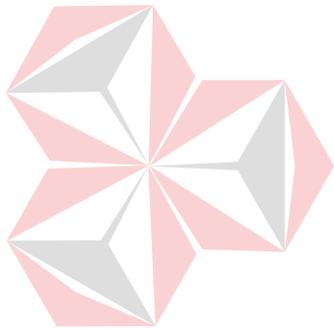
0,00 - 0,199 = sangat rendah

0,20 - 0,399 = rendah

0,40 - 0,599 = sedang

0,60 - 0,799 = kuat

0,80 - 1,000 = sangat kuat.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB V

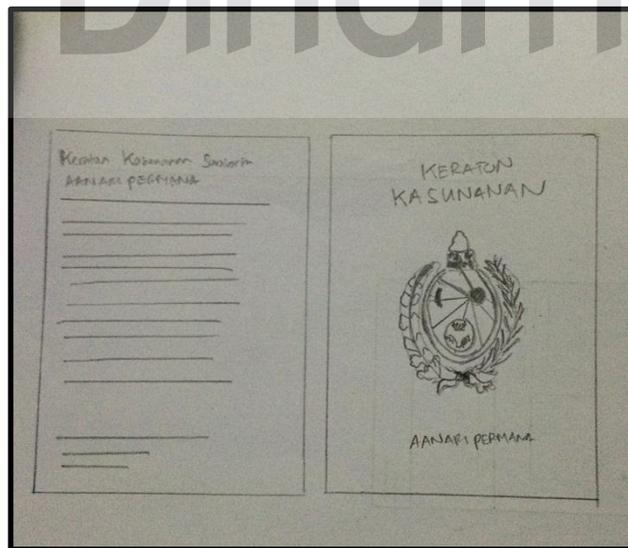
IMPLEMENTASI KARYA

Pada bab V ini akan di jelaskan mengenai implementasi karya yang diperoleh melalui proses penelitian dan pembuatan sketsa. Keseluruhan implementasi dibuat dengan menggunakan kata kunci yang telah ditentukan pada bab sebelumnya.

5.1 Implementasi Desain

Sebelum itu penulis akan menjelaskan beberapa alternatif desain cover dan juga elemen apa saja yang akan dihadirkan, desain yang akan digunakan sebagai karya tugas akhir yang berupa Buku Keraton Kasunanan, mulai hingga bentuk visual, elemen visual, background dan lainnya.

5.1.1 Implementasi Seketsa Desain Cover Buku Keraton Kasunanan

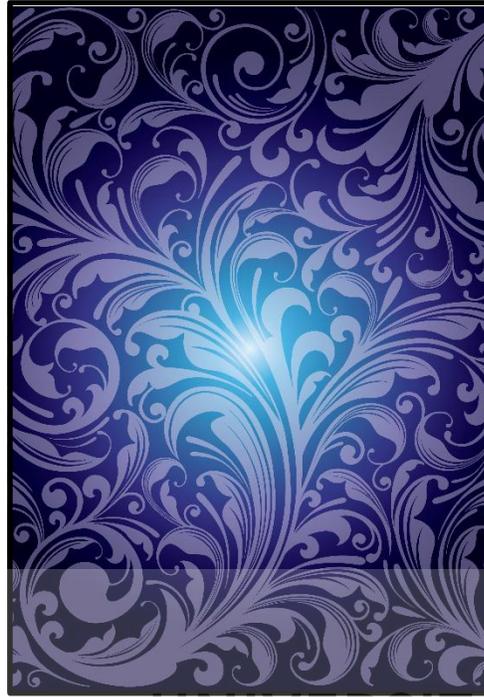


Gambar 5.1
Konsep Sketsa Desain Cover
(Sumber: Dokumentasi Peneliti)

Konsep Sketsa desain *cover* depan dan belakang yang digunakan untuk menggambarkan bagian depan cover pada buku Profil Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat ini mengacu pada segmentasi yang ada yang ikut dalam proporsi bentuk logo Keraton Kasunanan Surakarta yang dimana adanya logo Keraton Kasunanan yang berada ditengah serta di ikuti dengan layout ornamen yang menciri khas khan kemewahan di dalam sebuah buku Profil Keraton Kasunanan Surakarta kemudian untuk sketsa desain cover belakang konsepnya hanya berisikan penjelasan secara singkat tentang Keraton Kasunanan dan penulis saja.

5.1.2 Konsep Desain Visual Ornamen Cover Buku Keraton Kasunanan

Visual Ornamen yang digunakan pada Buku Keraton Kasunanan ini yang saya gunakan, saya mengadopsi, referensi dari ornamen yang ada di Keraton Kasunanan Surakarta gaya dari itu semua terdiri dari gaya ornamen lengkungan, *artistic* yang dimana nanti bentuknya yang tetap mengacu pada bentuk ornamen dari keraton kasunanan itu sendiri. Sehingga kesan kemewahan yang ada di Keraton tidak akan hilang serta bentuk cover Buku Keraton Kasunanan nanti tetap menggunakan kaidah-kaidah yang berlaku pada bentuk pakem yang pada umumnya karena pada setiap Keraton memiliki ciri khas masing-masing baik dalam arsitektur bangunan maupun ornamennya. Berikut contoh bentuk ornamen pada cover buku Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat yang digunakan:



Gambar 5.2

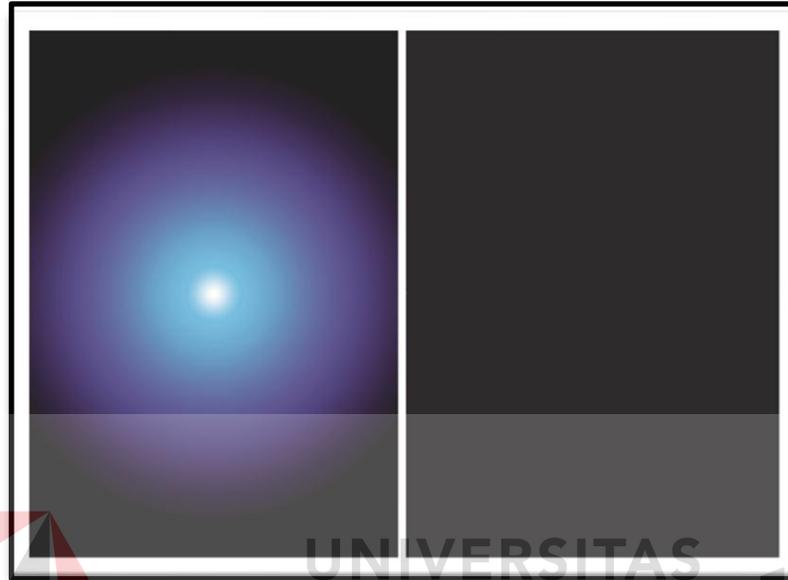
Konsep Desain Visual Ornamen Cover Buku Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat
Sumber: Hasil Olahan Peneliti



5.1.3 Elemen Warna *Background Cover* Buku Keraton Kasunanan

Warna *background* dalam *cover* Buku Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat memberikan sebuah warna kemewahan yang dimana warna ini diambil dari analisis data yang telah dilakukan dan di ambil dengan pengaturan dan penimbangan yang maksimal dari *color scheme designer* untuk informasi warna pada *background cover* Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat ini diambil dalam warna bangunan yang ada di Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat dimana warna ini didominasi warna biru tua dengan gradasi warna putih sehingga kesan mewah yang

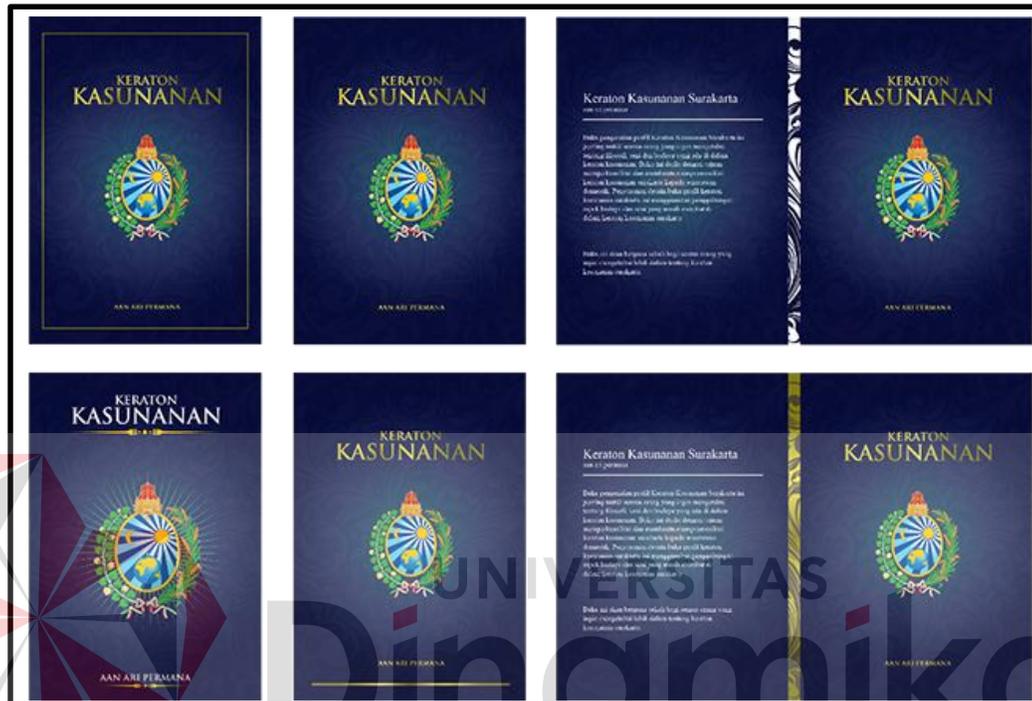
timbul tidak akan hilang. Berikut warna yang di gunakan dalam Cover Buku Keraton Kasunanan.



Gambar 5.3
Elemen Warna Background Pada Buku Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Warna serta gradasi yang digunakan pada warna *background* Buku Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat adalah warna biru tua yang didominasi warna putih warna ini adalah warna mewakili logo dari Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat sekaligus bangunan yang ada di Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat elemen warna ini nanti menggunakan pakem yang diberi tambahan ornamen sehingga kesan kemewahan nantinya tidak akan hilang.

5.1.4 Alternatif Desain Cover Buku Keraton Kasunanan Surakarta



Gambar 5.4

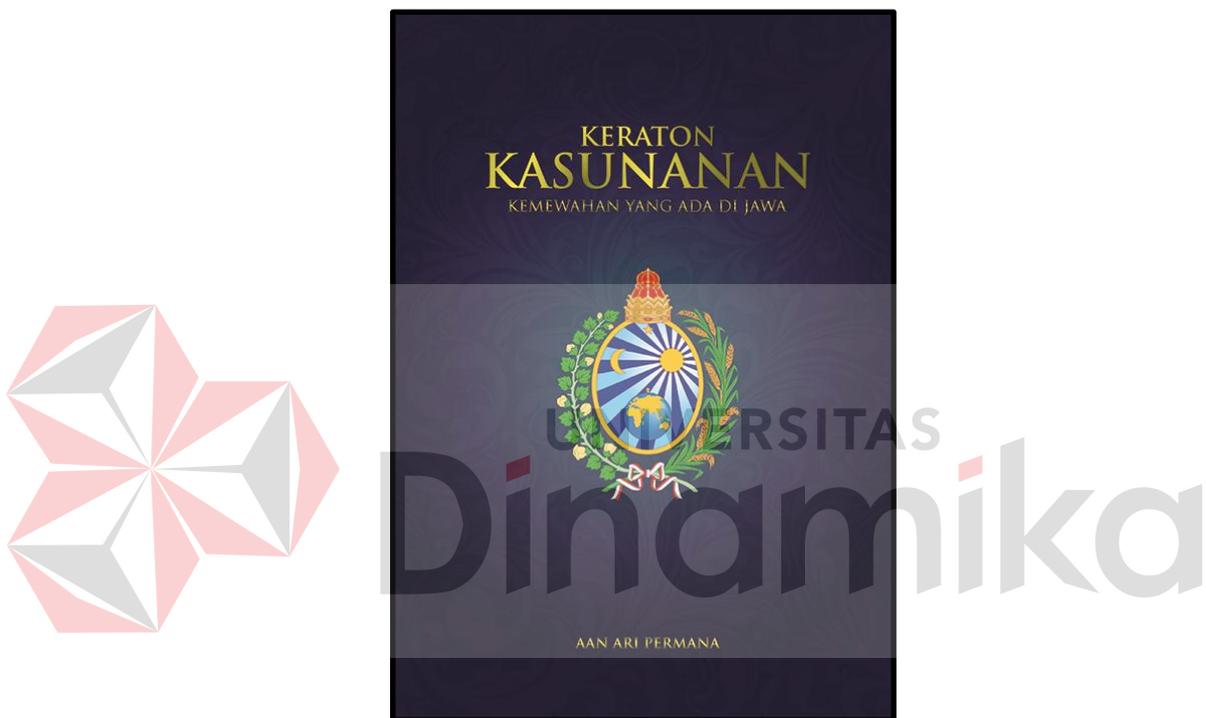
Alternatif Desain Cover Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat

Sumber: Hasil Olahan Peneliti

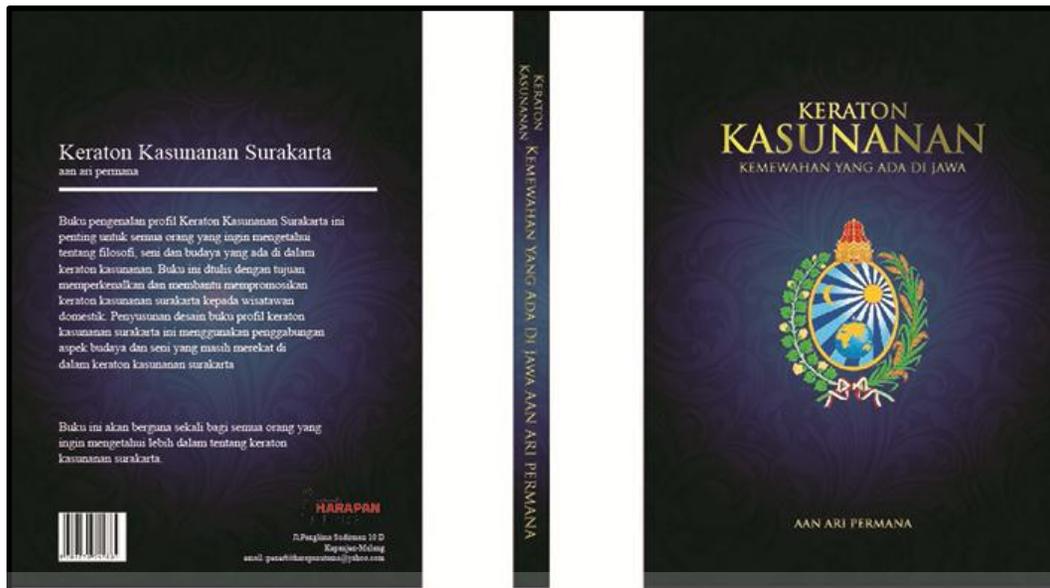
Hasil *alternative cover* desain warna dalam cover Buku Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat adalah warna biru tua yang sudah di jelaskan pada tahap gambar sebelumnya, yang dimana warna ini didominasi warna biru tua dan diberi gradasi atau campuran warna putih sehingga memberikan sebuah warna kemewahan yang dimana warna ini diambil dari analisis data yang telah dilakukan sebelumnya, untuk bentuk dalam *cover* buku Keraton Kasunanan Surakarta sengaja diberi logo dari Keraton Kasunanan Surakarta untuk memberikan kesan kemewahan dan memberi informasi kepada para Wisatawan Domestik.

5.1.5 Hasil Desain Cover Buku Keraton Kasunanan

Melalui bahan pertimbangan, baik dari konsep perancangan dan bahan referensi tersebut maka desain *cover* buku yang telah dirancang adalah sebagai berikut:



Gambar 5.5
Desain Cover Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat
Sumber: Hasil Olahan Peneliti



Gambar 5.6
Implementasi Cover Buku Depan, Samping dan Belakang
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Desain *cover* keseluruhan memiliki latar belakang *background* berwarna biru dengan latar belakang ornamen yang menimbulkan kesan elegan dan mewah. Didukung dengan judul buku dengan komposisi yang rapi, disertai gradasi warna di bagian judul tulisan buku semakin memperkuat kesan mewah yang ada di dalam buku Keraton Kasunanan.

Pada bagian depan cover, disertakan gambar logo Keraton Kasunanan yang merupakan gambar konten yang dibuat bertujuan memberikan kesan terselubung yang diharapkan dapat menimbulkan daya tarik pada target audience.

Di bagian belakang dari cover disertakan ringkasan atau sinopsis buku yang dapat memberikan gambaran umum pada target audience tentang konten yang terdapat dalam buku. Disertai pula judul, nama penulis dan elemen ornamen yang berfungsi untuk

memerkuat karakter mewah pada buku yang dapat menimbulkan sebuah “Kemewahan Yang Ada Di Jawa”.

5.1.6 Implementasi Sketsa Desain Isi Buku Keraton Kasunanan



Gambar 5.5
Konsep Sketsa Desain Isi Buku
(Sumber: Dokumentasi Peneliti)

Konsep sketsa desain isi buku Keraton Kasunanan yang digunakan untuk menggambarkan bagian pada isi buku Profil Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat ini tetap mengacu pada segmentasi yang ada dalam proporsi *layout* ornamen yang diterapkan sehingga bentuk kemewahan yang ada di Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat tidak hilang dan dimana adanya ornamen yang berada di kiri dan bawah

di buat transparan serta di ikuti dengan warna yang berciri khas kemewahan di dalam sebuah buku Profil Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat.

5.1.7 Konsep Desain Visual Ornamen Isi Dalam Buku Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat



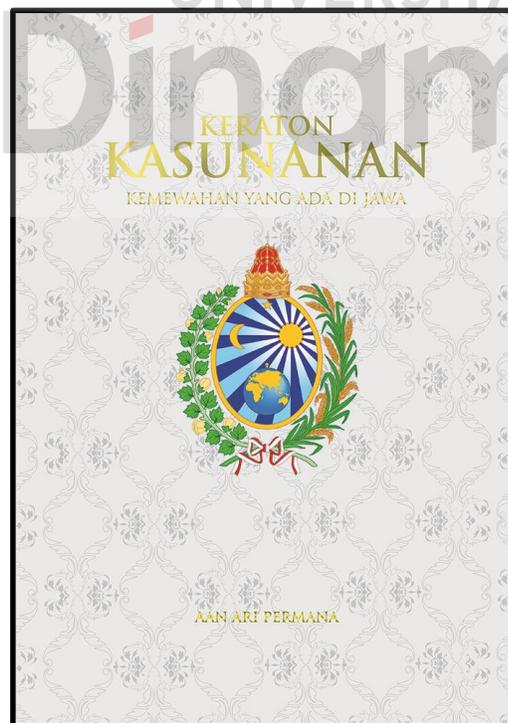
Gambar 5.6
Konsep Desain Ornamen Pada Isi Buku Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Visual Ornamen yang digunakan pada Isi Buku Keraton Kasunanan ini yang saya gunakan, saya tetap mengacu pada elemen ornamen yang ada di Keraton Kasunanan yang dimana elemen Keraton Kasunanan referensi dari ornamen yang ada di Keraton Kasunanan Surakarta gaya Hadiningrat dari itu semua terdiri dari gaya

ornamen lengkungan, *artistic* yang dimana nanti bentuk ornamennya yang tetap mengacu pada bentuk ornamen dari Keraton Kasunanan itu sendiri serta *cover* buku pada Buku Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat, sehingga kesan kemewahan yang ada di Keraton tidak akan hilang.

2. Halaman Pembuka

Halaman pembuka merupakan konten paling awal yang ditemui pembaca pada saat membuka buku. Pada halaman ini dibutuhkan penguatan karakter buku melalui pengulangan atau repetisi yang terdapat di *cover* buku dengan penambahan atau pengurangan elemen yang dianggap perlu.



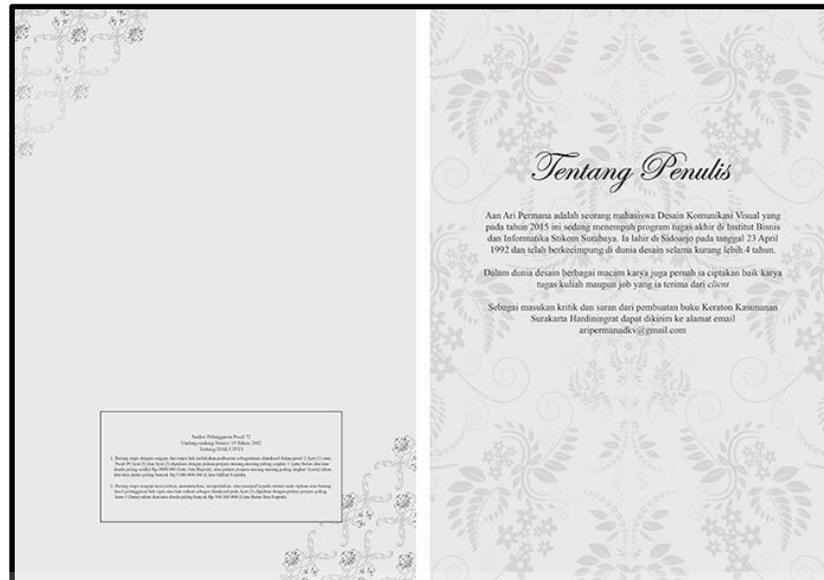
Gambar 5.7
Implementasi Halaman Pembuka
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Desain dari halaman pembuka tidak jauh berbeda dengan cover depan buku. Latar belakang yang terdapat di *cover* depan ditampilkan kembali dengan perubahan efek warna pada *background* menjadi abu-abu. Sedangkan judul dan gambar logo Keraton Kasunanan yang ada pada buku ditampilkan kembali dengan posisi logo di tengah bidang halaman, dengan penambahan elemen ornamen di bagian *background* yang di beri transparan yang memberikan kesan mewah dalam buku Keraton Kasunanan.

Hal tersebut dimaksudkan untuk memperkuat karakter filosofis judul buku yang didukung dengan sub-judul untuk memberikan gambaran nyata karakteristik tersebut.

3. Hak Cipta dan Tentang Penulis

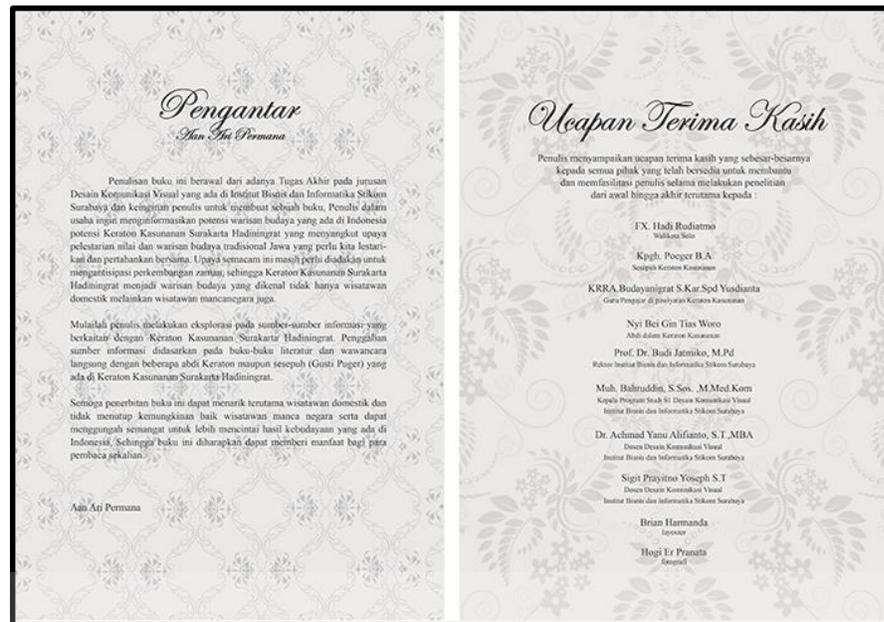
Pada halaman hak cipta, terdapat informasi yang berkaitan dengan nama penulis sebagai pemegang kuasa hak cipta dari buku. Pada halaman hak cipta disertakan *layout* ornamen dari unsur Keraton Kasunanan, dengan fokus gambar atau *layout* tersebut, yang menjadi ciri khas Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat tersebut yang memiliki fungsi sebagai pengenalan awal kepada pembaca. Kemudian juga adanya tentang penulis dimana si penulis menjelaskan tentang biodata sekilas dari sipenulis Buku Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat yang bertujuan untuk memperkenalkan sekilas kepada para pembaca buku Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat.



Gambar 5.8
Halaman Hak Cipta dan Tentang Penulis
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

4. Ucapan Terima Kasih dan Kata Pengantar Penulis

Halaman ini berfungsi sebagai ucapan syukur kepada pihak-pihak terkait yang telah membantu dan memfasilitasi penulis, baik secara langsung maupun tidak langsung selama proses penciptaan buku Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat. Selain itu, halaman ini juga terdapat kata pengantar dari penulis buku yang dapat dan bertujuan memperkuat keabsahan konten buku terkait dengan adanya sejumlah pihak yang menjadi narasumber untuk data yang digunakan sebagai konten buku.



Gambar 5.9
Implementasi Halaman Ucapan Terima Kasih dan Kata Pengantar Penulis
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Untuk menghormati pihak-pihak terkait maka desain halaman ucapan terima kasih harus memiliki kesan formal. Akan tetapi tetap menyertakan karakteristik dari buku yang telah dirancang sebelumnya. Kemudian untuk kata pengantar penulis Penggunaan jenis huruf yang sama dengan isi *sub headline* dalam buku Keraton Kasunanan disertai elemen ornamen pada *background* serta tetap mencitrakan karakteristik dari buku.

5. Ucapan Terima Kasih dan Kata Sambutan Wali Kota Surakarta

Kata sambutan dalam buku Keraton Kasunanan Surakarta diberikan kepada walikota solo yang bertujuan agar para pembaca dapat tertarik untuk melestarikan nilai-nilai budaya yang ada di Jawa khususnya Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat, Serta

diharapkan dapat membantu keabsahan dari buku Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat, kemudian juga diharapkan sebagai narasi kata sambutan bagi pembaca dalam memahami konten dari buku merupakan fungsi dari adanya halaman ini. Halaman ini mencakup pandangan terhadap fenomena saat ini yang melandasi penciptaan buku Keraton Kasunanan pada kata sambutan ini disusun secara sistematis guna menunjang penyampaian pesan secara verbal.



Gambar 5.10
Implementasi Halaman Kata Sambutan Wali Kota Surakarta
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

6. Kata Pengantar Penulis

Sebagai narasi pengantar bagi para pembaca dalam memahami konten dari buku merupakan fungsi dari adanya halaman ini. Halaman ini mencakup pandangan penulis terhadap fenomena saat ini yang melandasi penciptaan buku Keraton Kasunanan, pada

kata pengantar ini disusun secara sistematis guna menunjang penyampaian pesan secara verbal bagi para pembaca Buku Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat.



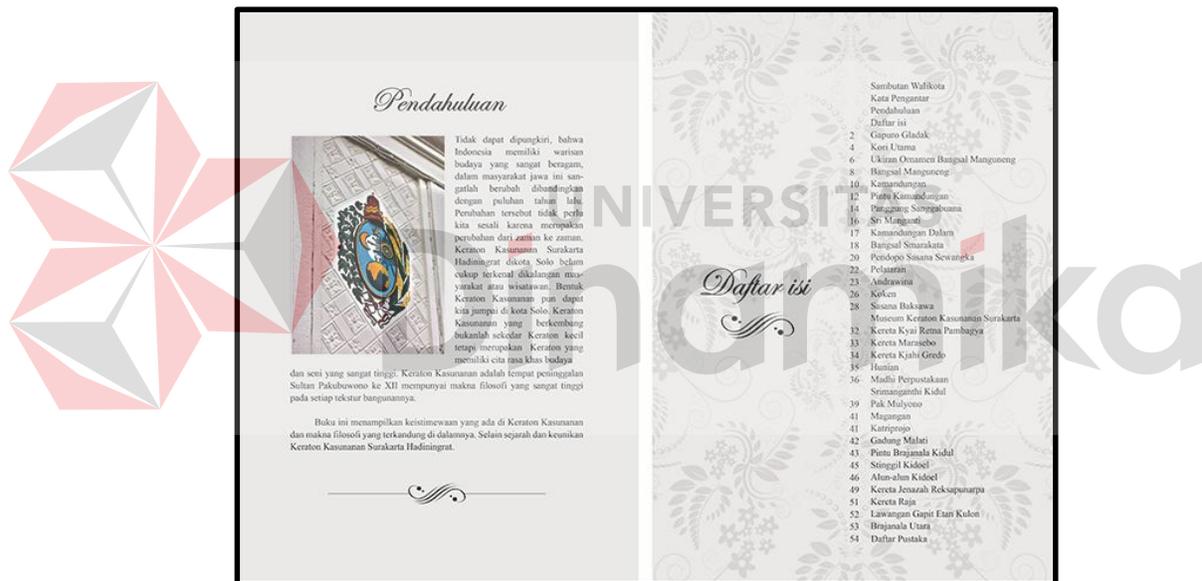
Gambar 5.11
Implementasi Halaman Kata Pengantar
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Implementasi atau *body copy* yang disusun pada kata pengantar menggunakan teknik segitiga terbalik yang memiliki konsep penyempitan konteks pembahasan secara sistematis. Selain itu, pengangkatan fenomena yang terjadi di masyarakat menjadi poin penting untuk mengajak pembaca melestarikan nilai-nilai budaya asli yang ada di Indonesia. Selayaknya halaman yang memiliki konsentrasi pada komunikasi verbal, desain halaman kata pengantar berkonsentrasi pada komposisi *body copy* yang memiliki *legibility* yang baik. Untuk menghindari kejenuhan dalam membaca teks,

maka desain halaman ini memberikan *white space* dengan proporsi yang cukup memberikan kelegaan pada pembaca.

7. Pendahuluan dan Daftar Isi

Halaman daftar isi merupakan halaman yang berisi informasi mengenai letak halaman masing-masing konten buku. Halaman ini menjadi acuan bagi pembaca yang ingin mencari letak konten yang sedang dicarinya.



Gambar 5.12
Implementasi Halaman Pendahuluan dan Daftar Isi
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Untuk memudahkan pembaca mencari konten yang sedang dicarinya, maka desain dari daftar isi dirancang untuk menghasilkan tingkat *legibility* yang baik.

Di samping daftar isi disertakan foto logo Keraton Kasunanan yang berada pada penjelasan pendahuluan, logo Keraton terletak pada gapura arca kembar yang dimana pilar tersebut adalah pintu masuk Keraton Kasunanan yang diberi penjelasan secara

singkat tentang Keraton Kasunanan dan melalui proses untuk memberikan gambaran nyata dari sebuah Keraton Kasunanan. Foto tersebut diambil di tempat gapura arca kembar pilar pintu masuk Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat.

8. Gapuro Gladak

Bagian ini berisi gambaran atau foto pilar dua arca pintu masuk Keraton Kasunanan. Karena foto atau gambar unik inilah, yang salah satunya menyebabkan Keraton Kasunanan Surakarta memiliki bentuk kemewahan yang bernilai tinggi.

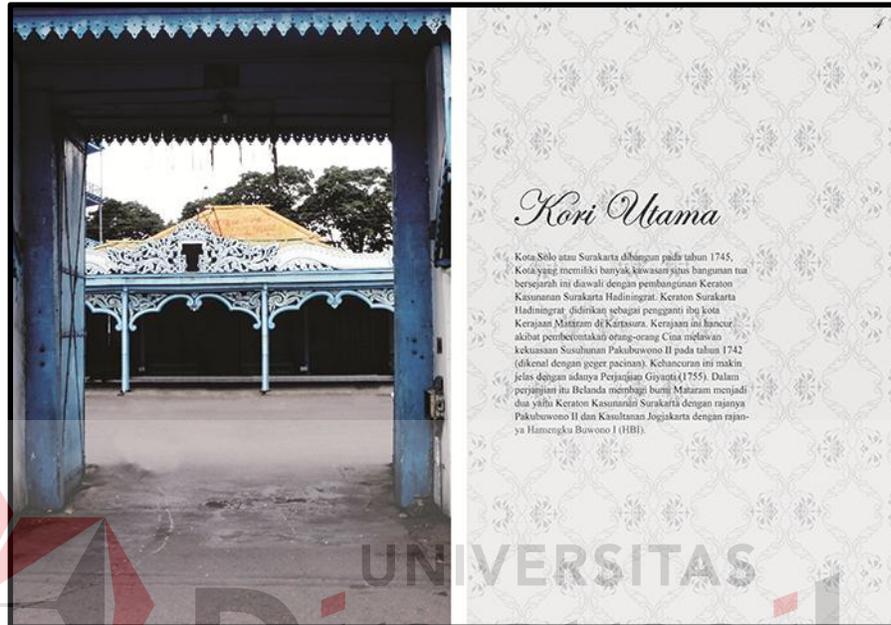


Gambar 5.13
Implementasi Gapuro Gladak
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

9. Kori Utama

Bagian ini berisi tentang penggambaran sejarah yang memiliki kaitan erat dengan perkembangan Keraton Kasunanan Surakarta. Penggambaran pada bagian ini

menjelaskan tentang sejarah dan pendiri tempat Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat sehingga diharapkan dapat menyampaikan pesan yang dikehendaki.

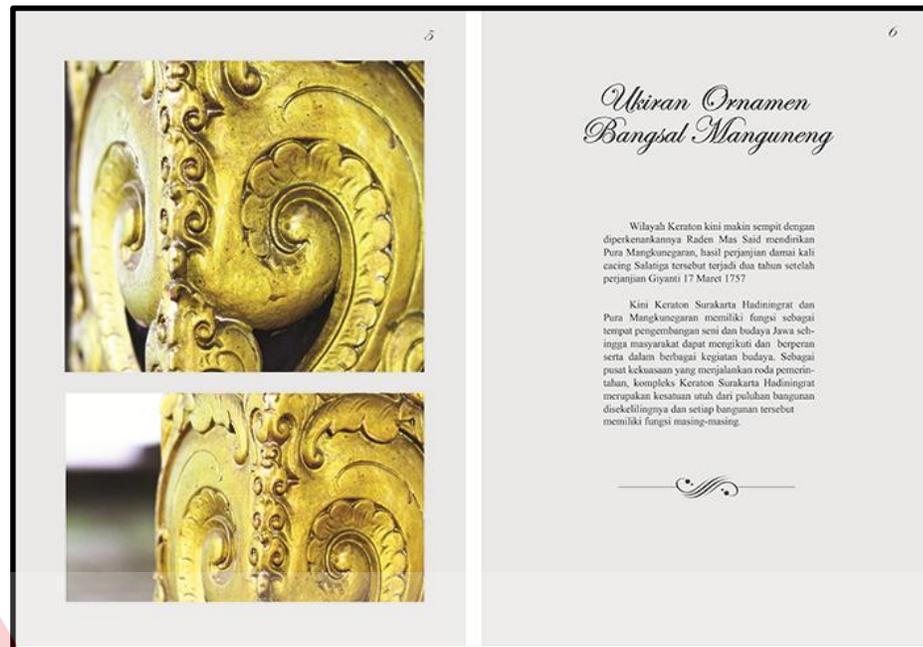


Gambar 5.14
Implementasi Kori Utama
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Implementasi yang terdapat pada bagian ini menjelaskan tentang sekilas sejarah tentang Keraton Kasunanan yang dimana sebagai akibat adanya proses akulturasi ini menyebabkan adanya sejarah yang saling melengkapi antara satu dengan yang lain.

9. Ukiran Ornamen Bangsal Manguneng

Bagian ini menjelaskan sekilas tentang ukiran ornamen yang ada di Bangsal Manguneng yang telah dikenal menjadi ciri khas Keraton Kasunanan. *Point of interest* yang ingin dicapai pada halaman ini adalah gambar atau foto ornamen dengan disertai narasi singkat tentang ornamen yang ada di keraton kasunanan Surakarta Hadiningrat.



Gambar 5.15
Implementasi Ukiran Ornamen Bangsal Manguneng
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

10. Bangsal Manguneng

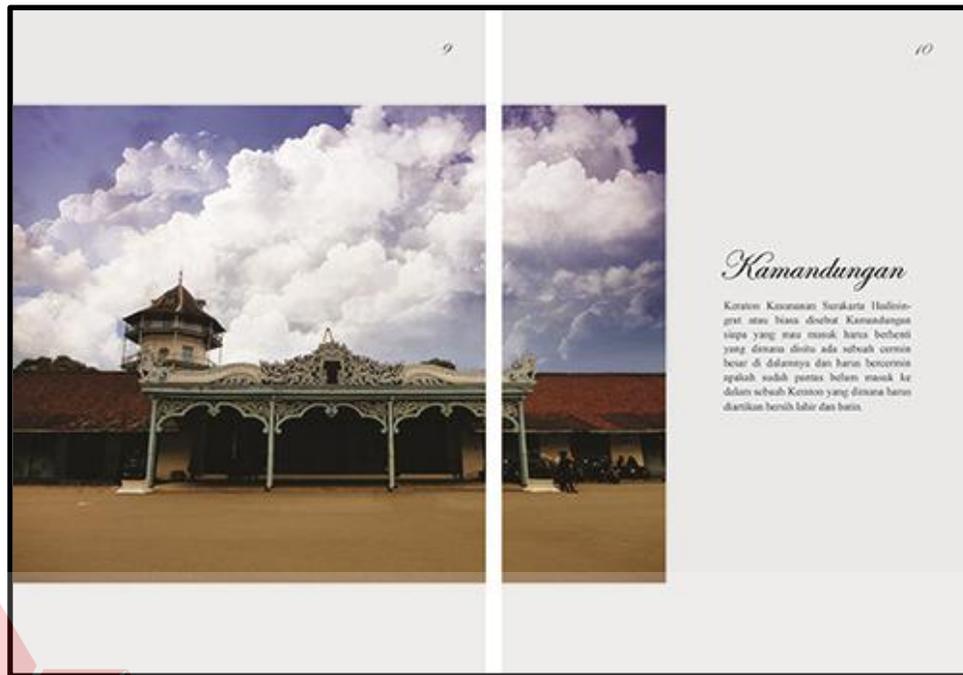
Bagian ini menjelaskan tentang kegunaan Bangsal Manguneng yang ada di daerah Keraton Kasunanan. *Point of interest* yang ingin dicapai pada halaman sama dengan penjelasan sebelumnya yaitu fungsi dan penjelasan secara singkat tentang Bangsal Manguneng yang diharapkan dapat mewakili keseluruhan dari konten di bagian ini.



Gambar 5.16
Implementasi Bangsal Mangueng
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

11. Kamandungan

Bagian ini menjelaskan tentang fungsi dari Kamandungan sebagai elemen utama yang sering diperlihatkan hingga saat ini oleh masyarakat kota Solo. Penjelasan yang ingin dicapai pada bagian ini adalah sama seperti penjelasan sebelumnya yaitu fungsi dari kamandungan dengan disertai deskripsi singkat.



Gambar 5.17
Implementasi Kamandungan
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

11. Pintu Kamandungan

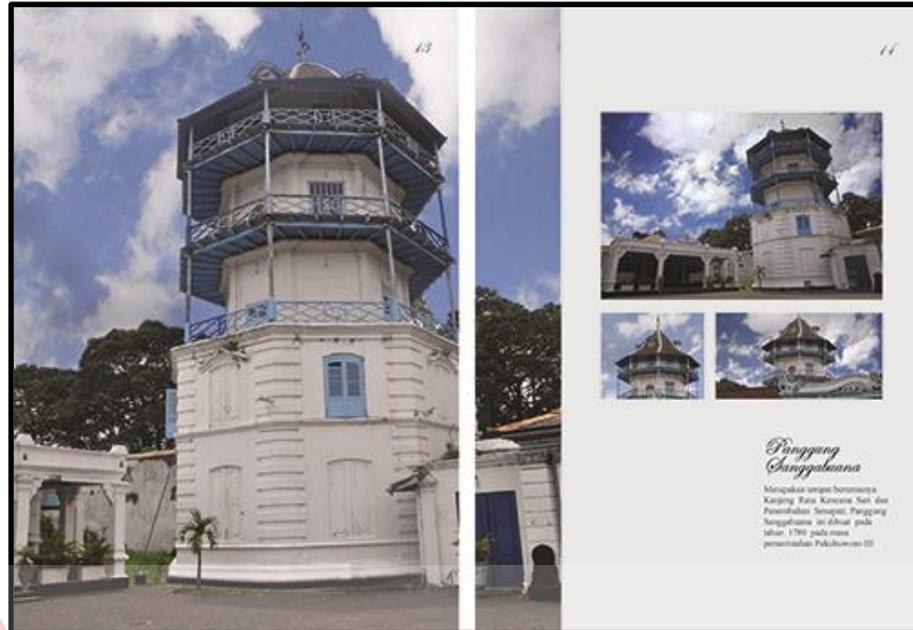
Pada bagian ini menjelaskan tentang deskripsi singkat tentang Pintu Kamandungan yang menjadi ciri khas dari pintu Keraton Kasunanan. Selain itu disertakan juga filosofi dan makna yang ada di balik pintu kamandungan tersebut.



Gambar 5.18
Implementasi Pintu Kamandungan
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

12. Panggung Sanggabuana

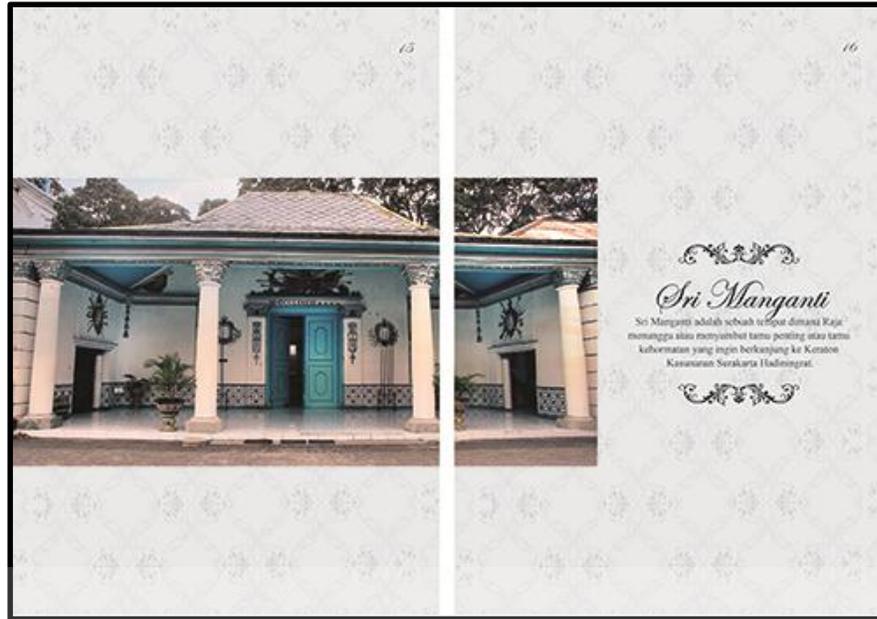
Bagian ini menjelaskan tentang tempat Panggung Sanggabuana yang dimana Panggung Sanggabuana merupakan tempat bertemunya Kanjeng Ratu Kencana Sari dan Panembahan Senopati



Gambar 5.19
Implementasi Panggung Sanggabuana
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

13. Sri Manganti

Sri Manganti merupakan tempat bagi para raja untuk menyambut para tamu dengan fokus utama para tamu yang ingin berkunjung ke Keraton Kasunanan, yang menjadi *point of interest* pada bagian ini adalah komposisi gambar atau foto yang diambil pada sangatlah perpektif yang menonjolkan arsitektur bangunan dari Sri Manganti dan pangambungan warna pada hasil foto dengan kondisi pintu terbuka sehingga kesan kemewahan yang ada di Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat tidak hilang.



Gambar 5.20
Implementasi Sri Manganti
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

13. Kamandungan Dalam dan Bangsal Surakarta

Bagian ini menjelaskan tentang pengertian dan fungsi dari Kamandungan Dalam dan Bangsal Surakarta yang menjadi perbedaan pada bagian ini juga terdapat gambar atau foto alat musik yang biasa di mainkan oleh para abdi Keraton pada saat diadakanya upacara atau adanya acara seperti Tari Bedhoyo Ketawang yang disertai dengan deskripsi singkat tentang apa itu Kamandungan Dalam dan Bangsal Surakarta tersebut.



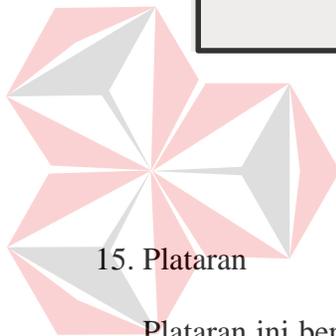
Gambar 5.21
Implementasi Kamandungan Dalam dan Bangsal Surakarta
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

14. Pendapa Sasana Sewangka

Bagian ini merupakan sama dengan bagian sebelumnya yaitu bagian yang berkesinambungan pada tempat yang sangat di sakralkan atau penting bagi pihak Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat, yang dimana pada bagian ini sama seperti sebelumnya sama-sama menjelaskan tentang kegunaan dan fungsi dari Pendapa Sasana Sewangka.



Gambar 5.22
Implementasi Pendapa Sasana Sewangka
Sumber: Hasil Olahan Peneliti



15. Plataran

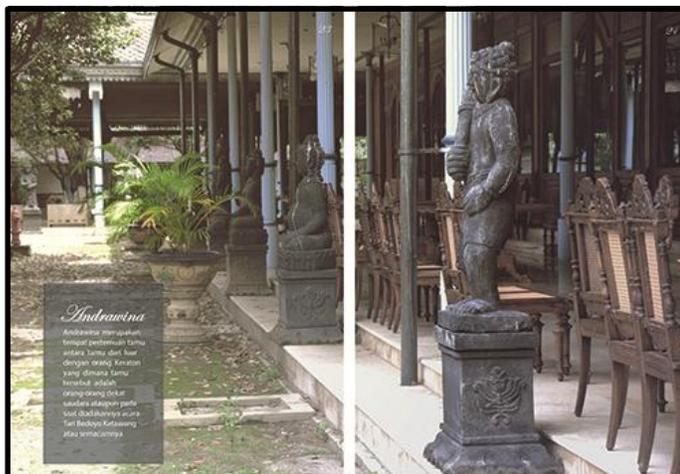
Plataran ini berisi tentang makna yang dimana Plataran merupakan halaman yang ada di dalam Plataran Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat tersebut yang setiap harinya selalu ada para abdi-abdi yang melakukan baik kegiatan ritual maupun membersihkan halaman tersebut yang di anggap sacral oleh pihak Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat.



Gambar 5.23
Implementasi Plataran
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

16. Andrawina

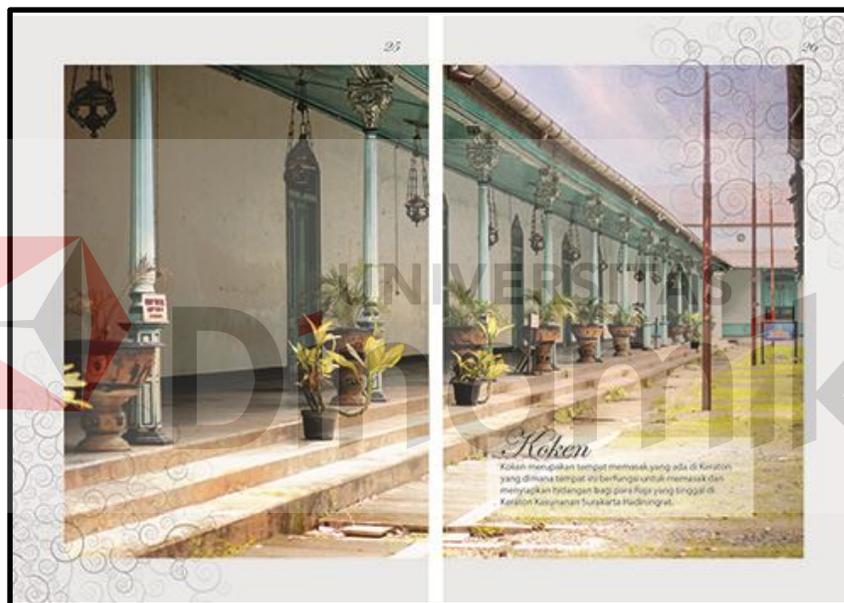
Pada bagian ini sama dengan sebelumnya seperti Pendapa Sasana Sewangka yaitu sama-sama menjelaskan tentang kegunaan tempat yaitu merupakan tempat pertemuan tamu penting bagi pihak-pihak Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat.



Gambar 5.23
Implementasi Andrawina
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

17. Koken

Bagian ini menjelaskan tentang fungsi dan makna yang terdapat pada salah satu tempat yang ada di Keraton yaitu Koken yang dimana Koken diberi penjelasan dengan menyertakan deskripsi singkat tentang makna dan fungsi Koken yang dapat memberikan gambaran umum pada pembaca dalam memahami apa fungsi dari Koken tersebut.



Gambar 5.24
Implementasi Koken
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

18. Sasana Baksawa

Bagian ini menjelaskan tentang kegunaan Sasana Baksawa yang dimana Sasana Baksawa merupakan tempat sesaji makanan untuk para raja Keraton Kasunanan yang ingin mengadakan acara di Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat.

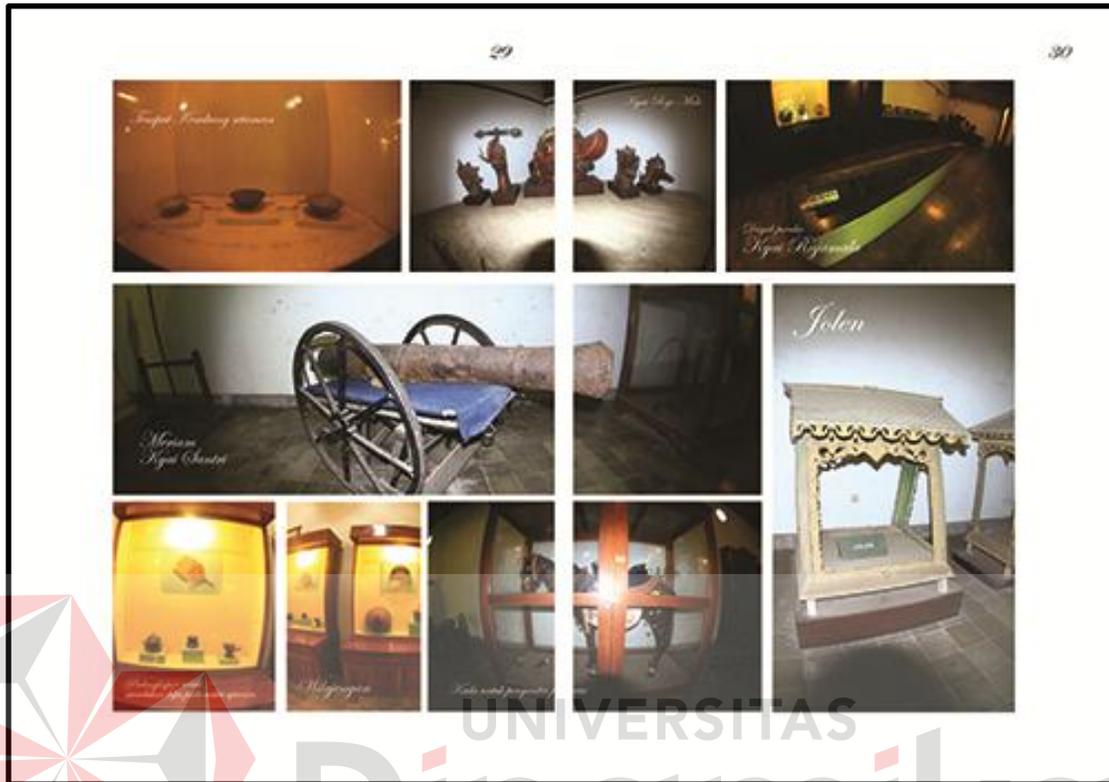


Gambar 5.25

Implementasi Sasana Baksawa
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

19. Museum Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat

Pada bagian ini berisi tentang nama benda bersejarah yang dirawat dan disimpan di dalam sebuah Museum yang ada di Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat. Benda-benda ini disimpan dan dirawat karena menurut filosofinya benda ini berguna pada saat Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat melakukan adat upacara dan ritual yang ada.



Gambar 5.25
Implementasi Museum Keraton
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

20. Kereta Kyai Retna Pembagya

Pada bagian ini menjelaskan tentang gambar dan foto yang dimana foto pada halaman ini merupakan foto Kereta Kyai Retna Pembagya yang dimana Kereta ini dahulunya berfungsi sebagai Kereta untuk menjemput utusan-utusan raja maupun tamu penting raja Keraton Kasunanan namun sekarang Kereta ini hanya sebagai Museum saaj yang ada di Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat.



Gambar 5.26
Implementasi Kereta Kyai Retna Pembagya
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

21. Kereta Marasebo dan Kjahi Gredo

Pada bagian ini sama dengan gambar sebelumnya yaitu sama-sama menjelaskan tentang gambar dan foto yang dimana foto pada halaman ini merupakan foto Kereta Marasebo yang dimana Kereta ini dahulunya berfungsi sebagai Kereta untuk menjemput para raja maupun atau Kereta raja yang hendak ingin pergi ke suatu tempat namun sekarang Kereta tersebut hanya sebagai Museum saja .



Gambar 5.27
Implementasi Kereta Marasebo dan Kjahi Gredo
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

22. Hunian

Bagian ini menjelaskan apa itu Hunian yang merupakan salah satu pintu yang ada di dalam Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat *Point of interest* yang ingin dicapai pada bagian ini adalah gambar maupun foto yang disertai deskripsi singkat terkait dengan hasil foto yang bersangkutan.



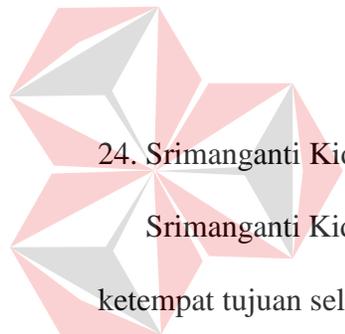
Gambar 5.28
Implementasi Hunian
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

23. Madih Perpustakaan

Pada bagian ini menjelaskan tentang deskripsi dan fungsi dari Madih Perpustakaan Hal ini bertujuan untuk memberikan informasi pada pembaca tentang fungsi dari tempat-tempat yang ada di Keraton Kasunanan.yang diharapkan pembaca juga tertarik untuk ingin tahu lebih tentang apa itu Madih Perpustakaan tersebut.

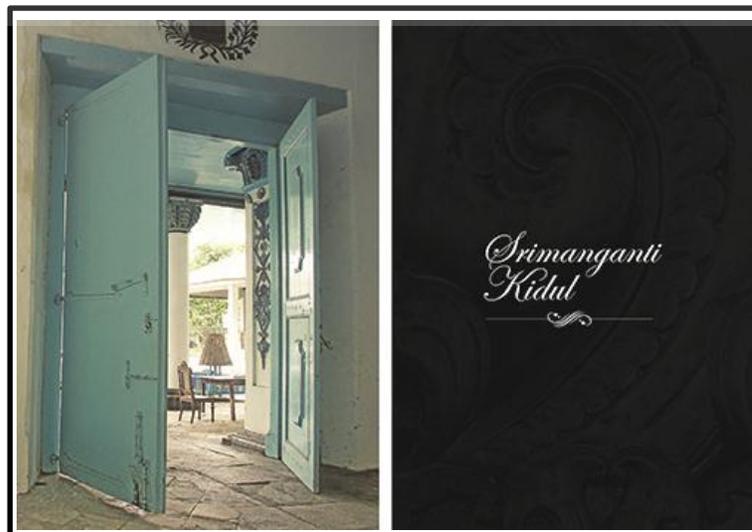


Gambar 5.29
Implementasi Madih Perpustakaan
Sumber: Hasil Olahan Peneliti



24. Srimanganti Kidul

Srimanganti Kidul merupakan pintu yang dimana pintu ini berfungsi untuk menuju ketempat tujuan selanjutnya yang ada di dalam Keraton Kasunanan.



Gambar 5.30
Implementasi Srimanganti Kidul
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

25. Pak Mulyono

Pada bagian ini memperkenalkan tentang salah satu nama para abdi yang ada di Keraton Kasunanan. Hal ini bertujuan untuk memberikan informasi pada pembaca tentang abdi-abdi dari tempat yang ada di Keraton Kasunanan, yang di harapkan pembaca agar lebih mengetahui dan lebih akrab apabila nantinya berkunjung ke Keraton Kasunanan serta di harapkan juga tertarik untuk datang ke Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat tersebut.



Gambar 5.31
Implementasi Pak Mulyono Salah Satu Abdi Keraton Kasunanan
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

26. Magangan dan Kartipraja

Pada bagian ini menjelaskan tentang gambar dan foto yang dimana foto Magangan dan Kartipraja, pada halaman ini merupakan foto sebuah tempat bagi para abdi-abdi maupun masyarakat kota solo yang ingin menjadi prajurit, dimana Kartipraja itu sendiri

adalah sebuah tempat bagi para raja yang hendak memberi apresiasi atau pangkat bagi para prajurit-prajurit yang ada di Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat.



Gambar 5.32
Implementasi Magangan dan Kartipraja
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

27. Gadung Melati dan Pintu Brajanala Kidul

Pada bagian menjelaskan tentang gambar ataupun foto dimana foto Gadung Melati dan Pintu Brajanala Kidul dimana foto ini merupakan sebuah pintu atau tempat bagi para pengunjung ataupun masyarakat kota solo yang ingin berkunjung ke alun-alun Kidul dimana Gadung Melati dan Brajanala Kidul itu sendiri adalah sebuah tempat atau pintu bagi para abdi-abdi Keraton apabila ingin pergi ke alun-alun Kidul atau

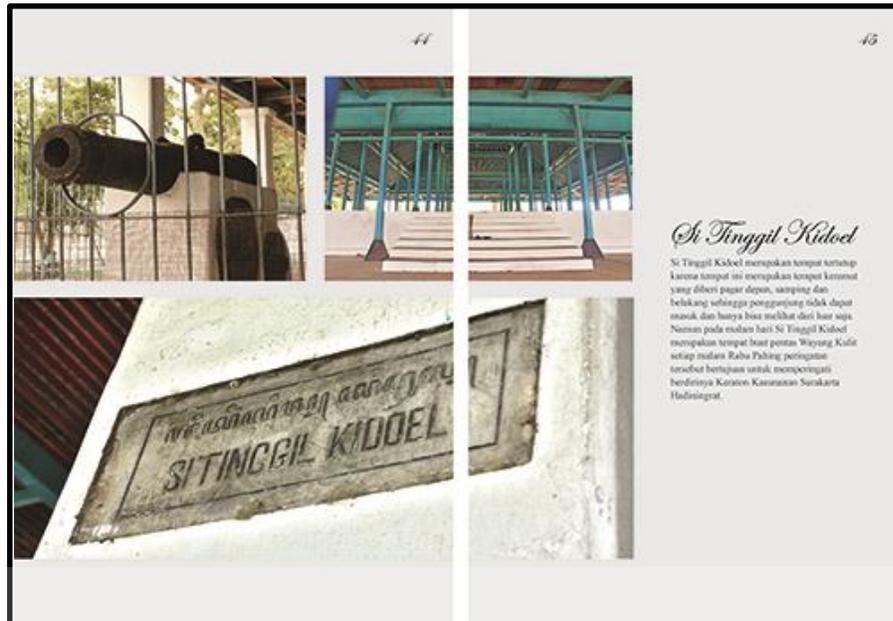
masyarakat kota Solo baik itu Wisatawan Domestik maupun Mancanegara, Pintu Brajanala Kidul di buka jam 9 pagi sampai jam 11 malam.



Gambar 5.33
Implementasi Gadung Melati dan Pintu Brjanala Kidul
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

28. Si Tinggil Kidoel

Pada bagian ini menjelaskan tentang gambar ataupun foto yang dimana foto Si Tinggil Kidoel ini merupakan foto sebuah tempat bagi para masyarakat kota atau Wisatawan yang ingin mengetahui lebih dalam tentang apa itu Si Tinggil Kidoel dan apa fungsi dari Si Tinggil Kidoel.



Gambar 5.34
Implementasi Si Tinggil Kidoel
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

29. Alun-alun Kidul

Pada bagian ini sama dengan gambar sebelumnya yaitu sama-sama menjelaskan tentang gambar dan foto yang dimana foto pada halaman ini merupakan foto alun-alun Kidul yang terletak di belakang Keraton Kasunanan dimana Alun-alun Kidul pada saat bulan atau tanggal tertentu akan ada pementasan wayang golek di tiap harinya namun apabila tidak ada acara pementasan wayang golek alun-alun Kidul setiap harinya di buat tempat olahraga bagi para abdi-abdi atau masyarakat kota Solo sendiri tidak hanya olahraga melainkan juga tempat untuk mengobrol.



Gambar 5.35
Implementasi Alun-alun Kidul
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

30. Kereta Jenasah Reksa Punorpo

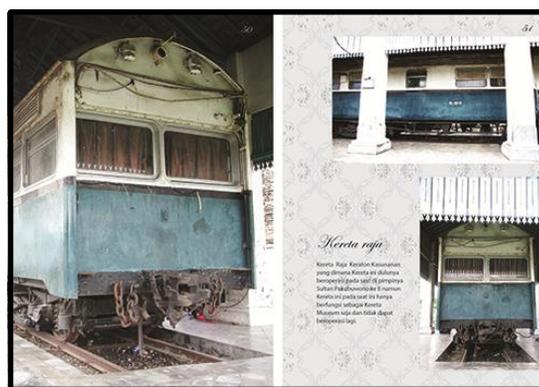
Pada bagian ini yaitu menjelaskan tentang gambar dan foto Kereta yang dimana foto pada halaman ini merupakan foto Kereta Jenasah Reksa Punorpo yang dimana Kereta ini dahulunya berfungsi sebagai Kereta untuk mengantarkan jenasah yang hendak ingin pergi ke suatu tempat, namun Kereta ini sayangnya tidak berfungsi lagi hanya sebagai hiasan ataupun museum saja.



Gambar 5.36
Implementasi Kereta Jenazah Reksa Punorpo
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

31. Kereta Raja

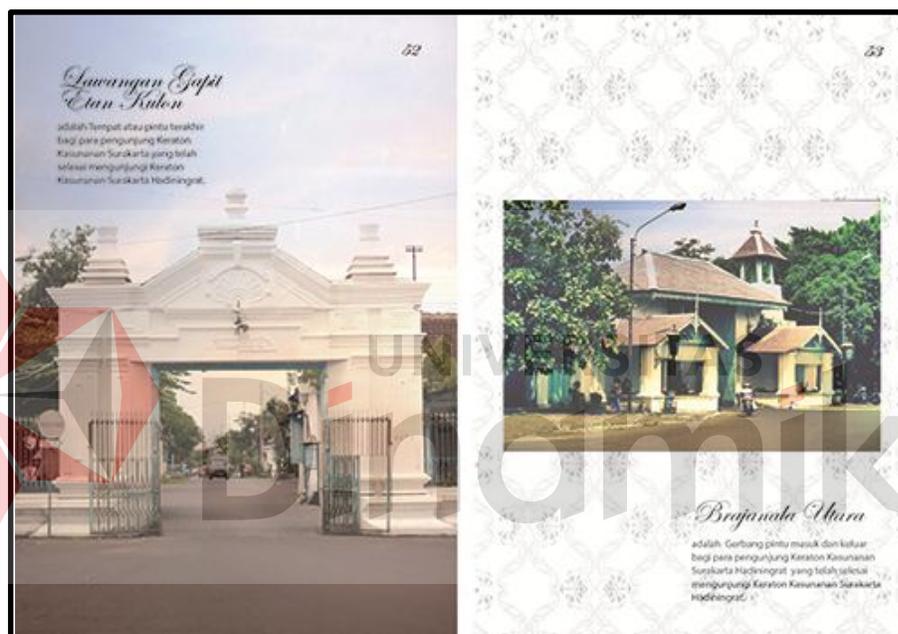
Pada bagian ini sama dengan gambar sebelumnya yaitu sama-sama menjelaskan tentang gambar dan foto yang dimana foto pada halaman ini merupakan foto Kereta Raja dari Keraton Kasunanan yang dimana Kereta ini dahulunya berfungsi sebagai kereta untuk menjemput maupun mengantar para raja pada saat dipimpinnya pakubuwono II, namun sekarang kereta ini tidak di fungsikan lagi melainkan hanya sebagai museum saja.



Gambar 5.37
Implementasi Kereta Raja
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

32. Lawangan Gapit Etan Kulon dan Brajanala Utara

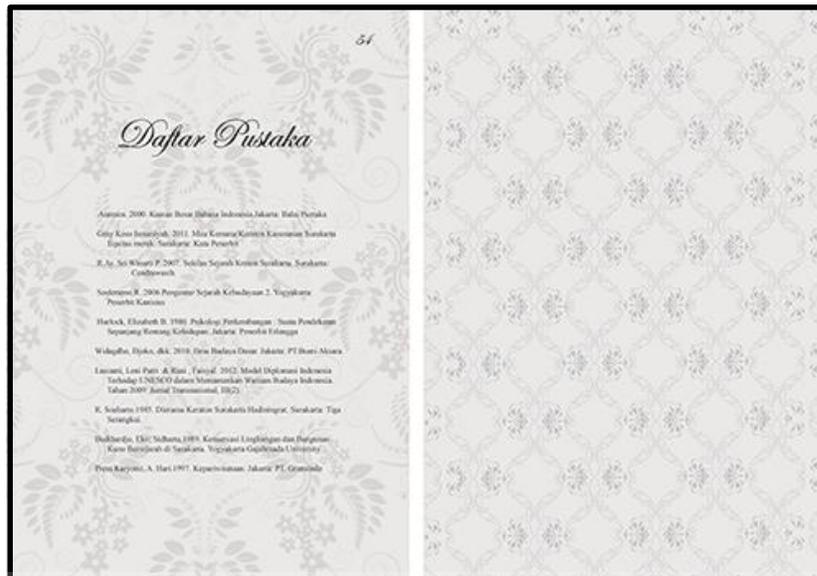
Pada bagian ini yaitu menjelaskan tentang gambar dan foto dimana foto pada halaman ini merupakan foto tempat pintu keluar bagi para pengunjung yang sudah mengunjungi atau berkunjung ke Keraton Kasunanan pintu ini selalu di buka di setiap harinya namun ada jam tertentu pada saat di buka dan di tutup.



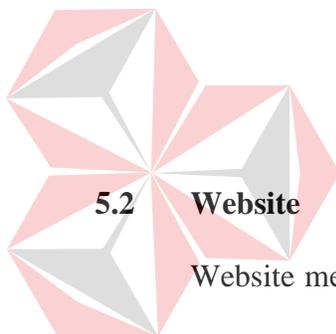
Gambar 5.38
Implementasi Lawangan Gapit Etan Kulon dan Brajanala Utara
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

33. Daftar Pustaka

Pada bagian terakhir dari isi buku ini yaitu menjelaskan tentang beberapa referensi maupun ulasan yang terdapat dalam buku Keraton Kasunanan dan membantu menyelesaikan buku Keraton Kasunanan sehingga terciptanya buku Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat ini.



Gambar 5.39
Implementasi Daftar Pustaka
Sumber: Hasil Olahan Peneliti



5.2 Website

Website merupakan media online yang memiliki jangkauan yang luas. Selain itu website juga dapat mencerminkan profesionalitas atau Informasi di dalam suatu tempat. Website memungkinkan pengguna mengakses informasi tanpa terbatas jarak dan waktu.

Dalam penciptaan destination branding Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat ini menggunakan konsep kemewahan dengan menggunakan *button* yang berada di atas untuk memunculkan kesan simpel. Sedangkan *layout* dan pemilihan warna dibuat untuk memunculkan kesan *glorious* (kemewahan) yang menggunakan dominasi gradasi warna biru dan putih sebagai *background* dan ornamen.

5.2.1 Implementasi Sketsa Desain Website



Gambar 5.40
Konsep Sketsa Desain Website
(Sumber: Dokumentasi Peneliti)

Konsep desain website yang digunakan untuk menggambarkan bagian pada website Profil Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat ini tetap mengacu pada segmentasi yang ada dalam proporsi elegan dan mewah yang diterapkan sehingga bentuk kemewahan yang ada di Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat ini tidak akan hilang dan dimana untuk *layout* kotak-kotak yang berada di bawah serta di ikuti dengan warna yang menciri khas dengan kemewahan di dalam sebuah website yang baik di dalam website Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat.

5.2.2 Hasil Desain Website Keraton Kasunanan Surakarta



Gambar 5.41
Website Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat
Sumber : Hasil Olahan Peneliti

5.2.3 Penempatan Website



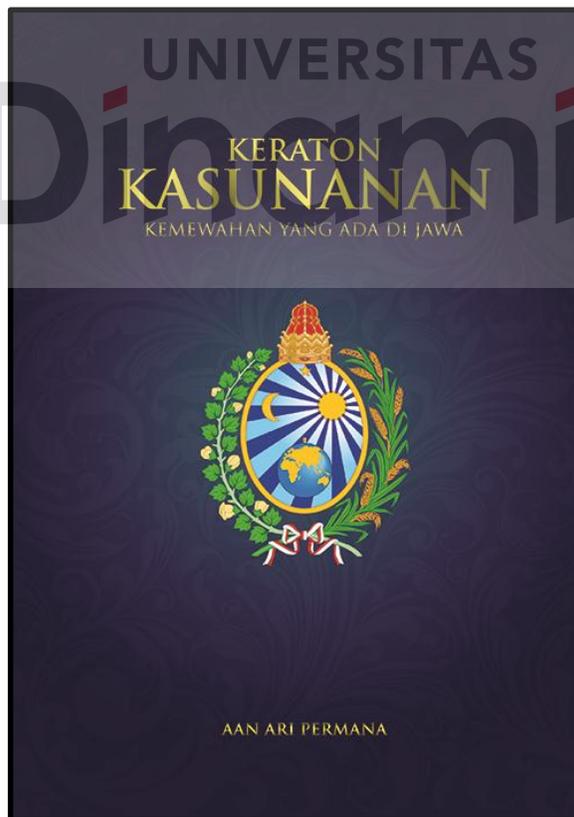
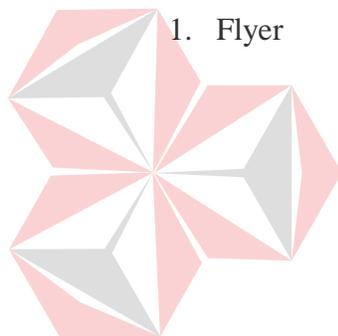
Gambar 5.42
 Penempatan Media Website
 Keraton Kasunanan Surakarta Hardiningrat
 Sumber : Hasil Olahan Peneliti

Pada gambar 5.42 merupakan halaman penempatan media website. Pada halaman ini Wisatawan Domestik khususnya dapat melihat sekilas tentang apa itu Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat bagi kaum awam yang kurang tahu atau belum mengetahui tentang Keraton, namun tidak menutup kemungkinan bagi para Wisatawan Mancanegara yang ingin mengetahui sekilas sejarah tentang Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat dan apa saja yang ada di dalam Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat. Selain berfungsi sebagai sarana informasi, website juga

berfungsi memberi informasi kepada para wisatawan yang ingin mengetahui sekilas benda apa saja yang ada di Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat baik benda yang tidak dipakai dan menjadi museum serta benda yang masih sering di pakai di dalam kegiatan upacara yang ada di Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat.

5.1.2 Implementasi Desain Media Publikasi

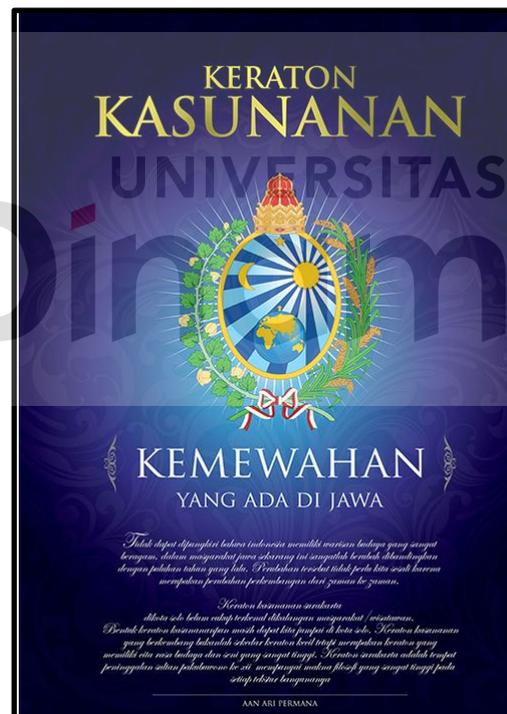
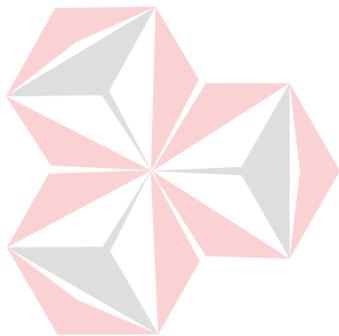
Berikut disajikan implementasi final desain media publikasi buku Keraton Kasunanan beserta penjelasannya.



Gambar 5.43 Implementasi Desain Flyer
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti)

Point of interest pada media ini terletak pada gambar logo Keraton Kasunanan yang berada di tengah halaman. Warna *colorful* dengan logo Keraton Kasunanan yang menampilkan kemewahan memberikan daya tarik pada flyer ini, bagian bawah diletakkan judul buku yang dipublikasikan untuk memberikan informasi secara verbal tentang media publikasi ini. Ukuran flyer ini adalah 148 mm x 210 mm (A5) dan dicetak dengan art paper 85 gsm.

2. Poster



Gambar 4.44 Implementasi Desain Poster
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti)

Konsep desain yang ada dalam poster ini tidak jauh berbeda dengan desain flyer. Akan tetapi dalam desain poster disertakan sinopsis atau ringkasan yang ada dalam

buku. Hal ini bertujuan untuk memberikan pesan verbal yang lebih intens kepada target audience guna menarik konsumen untuk membeli buku. Poster dicetak dengan ukuran 420 mm x 594 mm (A2) dengan jenis kertas art paper 120 gsm.

3. Roll-Banner



Gambar 4.45 Implementasi Desain Roll Banner
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti)

Pesan dan elemen yang terdapat pada media ini sama dengan yang terdapat pada poster. Perbedaan desain hanya terletak pada layout desain dan skala desain Roll

banner dicetak dengan ukuran 60 cm x 160 cm dengan menggunakan sistem cetak digital printing/flexo bahan PVC dengan laminasi doff

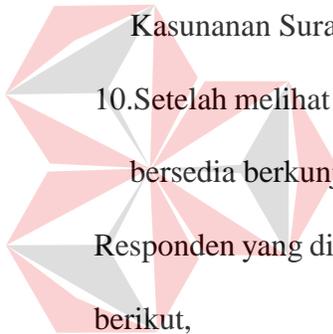
6.1 Implementasi Pengujian Hasil Desain

Untuk menguji efektifitas dan kelayakan hasil desain maka dibutuhkan pengumpulan data melalui angket berskala *Likert* dengan responden yang diambil pada saat pameran Tugas Akhir Artdinary tanggal 7-9 Februari 2015 yang bertempat di Mall East Coast Surabaya Lt.1 area Atrium.

Angket yang dipakai untuk pengujian ini menggunakan skala *Likert* yang berisi 10 poin pernyataan sebagai berikut,

1. Buku “Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat” dapat membantu melestarikan nilai-nilai budaya.
2. Fotografi yang ada di buku “Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat” dapat menyampaikan nilai-nilai budaya (makna, filosofi, kisah/mitos) yang terkandung di dalam buku “Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat”
3. Fotografi yang ada di buku “Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat” cocok/sesuai dengan teks penjelasnya.
4. Fotografi dan penjelasan (narasi) yang ada di dalam buku “Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat” mudah untuk dipahami.
5. Buku “Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat” masih memerlukan pengembangan dari segi visual (fotografi)

6. Buku “Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat” masih memerlukan pengembangan dari aspek verbal (teks)
 7. Media promosi yang mendukung publikasi buku “Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat” menarik perhatian anda.
 8. Saya berminat mengunjungi Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat setelah melihat dan membaca buku ini, saya berminat mengunjungi Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat.
 9. Setelah melihat dan membaca buku ini, saya bersedia merekomendasikan Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat sebagai tempat tujuan wisata.
 10. Setelah melihat dan membaca buku Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat saya bersedia berkunjung ke Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat lebih dari sekali.
- Responden yang digunakan dalam pengujian hasil desan memiliki karakteristik sebagai berikut,



UNIVERSITAS
Dinamika

Tabel 5.1 Karakteristik Responden

Karakteristik Responden	Kategori Pengukuran	N	%	Karakteristik Responden	Kategori Pengukuran	N	%
Usia	18 Tahun	20	18,02	Jenis Kelamin	Laki-Laki	57	51,35
	19 Tahun	15	12,61				
	20 Tahun	12	10,81				
	21 Tahun	15	14,41				
	22 Tahun	25	20,72		Perempuan	54	48,65
	23 Tahun	14	12,61				
	24 Tahun	5	4,50				
	25 Tahun	7	6,31				
Total		111	100%	Total		111	100%

Sumber: Hasil Olahan Peneliti

6.2. Analisis Pengujian Hasil Desain

Berdasarkan penghitungan hasil angket pengujian desain, analisis pengujian hasil desain dapat dilihat dalam Tabel 5.2.

Tabel 5.2 Karakteristik Responden

Pernyataan	STS		TS		N		S SS		Mean
	f	%	f	%	f	%	f	%	
Buku “Keraton Kasunanan Surakarta” dapat membantu melestarikan nilai-nilai budaya.	0	0%	0	0%	0	0%	42	37,84%	4,62
Fotografi yang ada di buku “Keraton Kasunanan Surakarta” dapat menyampaikan nilai budaya (makna, filosofi, kisah/mitos) yang terkandung di dalam buku “Keraton Kasunanan Surakarta”	0	0%	0	0%	10	9,01%	55	49,55%	4,32

Fotografi yang ada di buku “Keraton Kasunanan Surakarta” cocok/sesuai dengan teks penjelasnya.	0	0%	0	0%	15	13,51%	51	45,95%	4,27
Fotografi dan penjelasan (narasi) yang ada di dalam buku “Keraton Kasunanan Surakarta” mudah untuk dipahami.	0	0%	0	0%	12	10,01%	47	42,34%	4,38
Buku “Keraton Kasunanan Surakarta” masih memerlukan pengembangan dari segi visual (fotografi)	0	0%	0	0%	10	9,01%	40	42,34%	4,38
Buku “Keraton Kasunanan Surakarta” masih memerlukan pengembangan dari aspek verbal (teks)	0	0%	0	0%	10	9,01%		42,34%	4,38
Media promosi yang mendukung publikasi buku “Keraton Kasunanan Surakarta” menarik perhatian anda.	0	0%	3	2,70%	11	9,01%	69	62,16%	4,62
Saya berminat mengunjungi Keraton Kasunanan Surakarta setelah melihat dan membaca buku ini, saya berminat mengunjungi Keraton Kasunanan Surakarta	0	0%	3	2,70%	11	9,01%	51	49,55%	4,32
Setelah melihat dan membaca buku ini, saya bersedia merekomendasikan Keraton Kasunanan Surakarta sebagai tempat tujuan wisata.	0	0%	3	2,70%	12	10,01%	51	49,55%	4,32
Setelah melihat dan membaca buku Keraton Kasunanan Surakarta saya bersedia berkunjung ke Keraton Kasunanan Surakarta lebih dari sekali.	0	0%	3	2,70%	10	9,01%	42	37,84%	4,62

Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Tabel 5.3 Hasil Analisis Korelasi

	Pernyataan 1	Pernyataan 2	Pernyataan 3	Pernyataan 4	Pernyataan 5
Pernyataan 1 Pearson Correlation sig,(2-tailed) N	1 111	,400- ,000 111	,363- ,000 111	,364- ,000 111	,242- ,011 111
Pernyataan 2 Pearson Correlation sig,(2-tailed) N	,400- ,000 111	1 111	,527- ,000 111	,355- ,000 111	,382- ,000 111
Pernyataan 3 Pearson Correlation sig,(2-tailed) N	,363- ,000 111	,527- ,000 111	1 111	,513- ,000 111	,237- ,012 111
Pernyataan 4 Pearson Correlation sig,(2-tailed) N	,364- ,000 111	,355- ,000 111	,513- ,000 111	1 111	,362- ,000 111
Pernyataan 5 Pearson Correlation sig,(2-tailed) N	,242- ,011 111	,382- ,000 111	,237- ,012 111	,362- ,000 111	1 111
	Pernyataan 6	Pernyataan 7	Pernyataan 8	Pernyataan 9	Pernyataan 10
Pernyataan 6 Pearson Correlation sig,(2-tailed) N	1 111	,400- ,000 111	,363- ,000 111	,364- ,000 111	,242- ,011 111
Pernyataan 7 Pearson Correlation sig,(2-tailed) N	,400- ,000 111	1 111	,527- ,000 111	,355- ,000 111	,382- ,000 111
Pernyataan 8 Pearson Correlation sig,(2-tailed) N	,363- ,000 111	,527- ,000 111	1 111	,513- ,000 111	,237- ,012 111
Pernyataan 9 Pearson Correlation sig,(2-tailed) N	,364- ,000 111	,355- ,000 111	,513- ,000 111	1 111	,362- ,000 111
Pernyataan10 Pearson Correlation sig,(2-tailed) N	,242- ,011 111	,382- ,000 111	,237- ,012 111	,362- ,000 111	1 111

Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Dapat dilihat dalam tabel 5.3 tentang hasil analisa korelasi dari pernyataan-pernyataan yang digunakan kepada responden untuk menguji hasil desain, didapatkan bahwa seluruh pernyataan tersebut memiliki korelasi yang signifikan. Hal itu berarti bahwa hasil desain yang ada mampu memenuhi tujuan buku Keraton Kasunanan sebagai upaya meningkatkan minat kunjungan Wisatawan Domestik.

Tabel 5.4 Deskripsi Hasil Angket

Pernyataan	Loading	Mean
Buku “Keraton Kasunanan Surakarta” dapat membantu melestarikan nilai-nilai budaya.	242	4,62
Fotografi yang ada di buku “Keraton Kasunanan Surakarta” dapat menyampaikan nilai budaya (makna, filosofi, kisah/mitos) yang terkandung di dalam buku “Keraton Kasunanan Surakarta”	,382	4,32
Fotografi yang ada di buku “Keraton Kasunanan Surakarta” cocok/sesuai dengan teks penjelasnya.	237	4,27
Fotografi dan penjelasan (narasi) yang ada di dalam buku “Keraton Kasunanan Surakarta” mudah untuk dipahami.	,362	4,38
Buku “Keraton Kasunanan Surakarta” masih memerlukan pengembangan dari segi visual (fotografi)	,362	4,38
Buku “Keraton Kasunanan Surakarta” masih memerlukan pengembangan dari aspek verbal (teks)	237	4,27
Media promosi yang mendukung publikasi buku “Keraton Kasunanan Surakarta” menarik perhatian anda.	,382	4,32
Saya berminat mengunjungi Keraton Kasunanan Surakarta setelah melihat dan membaca buku ini, saya berminat mengunjungi Keraton Kasunanan Surakarta	,362	4,38
Setelah melihat dan membaca buku ini, saya bersedia merekomendasikan Keraton Kasunanan Surakarta sebagai tempat tujuan wisata.	362	4,38
Setelah melihat dan membaca buku Keraton Kasunanan Surakarta saya bersedia berkunjung ke Keraton Kasunanan Surakarta lebih dari sekali.	237	4,27

. Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Berdasarkan hasil analisis korelasi mengenai pengujian hasil desain, didapatkan bahwa faktor yang paling penting dari desain buku ini adalah penyampaian pesan tentang nilai budaya yang terkandung di dalam buku Keraton Kasunanan melalui gambar atau foto yang ada di dalam buku “Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat”.

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan *destination branding* Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat sebagai upaya meningkatkan minat kunjungan Wisatawan Domestik. Dari rumusan masalah penciptaan yang diajukan, pengumpulan serta analisis data yang telah dilakukan serta pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, ditarik beberapa kesimpulan pada penciptaan ini.

Adapun kesimpulan yang dirumuskan adalah sebagai berikut :

1. Dalam melakukan *destination branding* Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat sebagai upaya meningkatkan minat kunjungan Wisatawan Domestik diperoleh konsep penciptaan “*spesial trip to visit*” yang didapatkan melalui hasil pengumpulan data serta teknik analisis data melalui observasi, wawancara, *depth interview*, SWOT, dan STP.
2. Konsep *spesial trip to visit* pada desain Buku Profil Keraton Kasunan Surakarta Hadiningrat dan media penunjang diimplementasikan dengan bentuk media yang dapat mencerminkan kesan kemewahan yang diimplementasikan pada tatanan layout serta pemilihan warna pada proyek penciptaan Buku Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat.

3. Teknik ilustrasi yang digunakan dalam penciptaan media Buku adalah dengan menggunakan dominasi teknik fotografi *architecture* bangunan Keraton dan benda-benda bersejarah serta ilustrasi berupa *vector* ornamen pada isi buku Keraton Kasunanan dan Website.

6.2 Saran

Berdasarkan penjelasan penciptaan diatas maka dapat diberikan saran untuk pengembang sistem ini sebagai berikut :

1. Penciptaan Buku Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat ini masih dapat dikembangkan dari segi desain yang selalu berkembang di tiap tahunnya. Penyesuaian karakter desain harus sesuai dengan keinginan pihak Keraton Kasunanan agar tidak meniggalkan konsep awal dari Keraton Kasunanan ini.
2. Penciptaan Buku Profil Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat ini masih dapat berkembang sesuai dengan keinginan Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat. Seperti menggunakan media BTL, atau menggunakan media lain yang sesuai dengan target pasar dan kemampuan Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat.
3. Lebih disempurnakan lagi dalam penulisan laporan dan desain Buku Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat yang telah dibuat.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Bahra bin Ladjamudin. 2005. Analisis dan Desain Sistem Informasi. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Ardhana. (2007). Teknik Analisis Data dalam Penelitian. Bandung: Jurusan Pendidikan.
- Arifin, Zainal. (2010). Penelitian Pendidikan Metode dan Paradigma Baru. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Arsyad, Azhar, 2007. Manajemen Pengetahuan. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Danesi, Marcel. 2010. Pengantar Memahami semiotika Media. Yogyakarta: Jalasutra.
- Gray Koes Ismaniyah. 2011. *Mau Kemana Kraton Surakarta Equitas Merek*. Surakarta: Kata Penerbit.
- Iyan Wb. 2007. Anatomi Buku. Bandung: Penerbit Kolbu.
- Kusrianto. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: penerbit ANDI
- Kroeber dan Klokhojn. 1950. *The Concept Of Culture : A Critical Review Of Definition*. Poper of the Peabody Museum Harvard University
- Kluckhohn. 1951. *The Study Of Culture*. New York: Stamford University Press
- LiPing A.Cai 2009. *Tourism Branding : Communities And Action*. Surabaya: Emergold
- Masri, A. 2010. *Strategi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Muktiono, 2003. *Aku Cinta Buku*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Moleong,M.A 1999. Metodologi Penelitian Kualitatif :Bandung : PT.Remaja Roesdakarya
- Nigel Morgan. 2009. *Destination Branding Second Edition*. Yogyakarta: penerbit ANDI
- Prof. Dr. Koentjaraningrat. 1980. *Manusia dan Kebudayaan di Indonesia*. Penerbit : Djambatan, cet. kelima,

Rahmat, Kriyantono 2006, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: PT Kencana Prenada Media Group.

R.Ay. Sri Winarti P. 2007. *Sekilas Sejarah Kraton Surakarta*. Surakarta: Cendrawasih.

Rustan, Surianto. 2009. *Mendesain Logo*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.

Soekmono, R. 2006. *Pengantar Sejarah Kebudayaan Indonesia 2*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.

Soelaeman, Munandar. 2001. *Ilmu budaya dasar : suatu pengantar*,. Bandung: Refika aditama

Sunyoto, Danang. 2012. *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS.

Supriyono, Rakhmat. 2010. *Desain Komunikasi Visual: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Sidik dan Muis, 2009. *Metodoogi Penelitian Ekonomi & Bisnis* Yogyakarta: penerbit ANDI

Swann. 1989. *Communicating with Rough Visuals*. Surabaya: Usaha Nasional

Taylor. 1897. *Primitive Culture Kebudayaan* .Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia

Widagdho, Djoko, dkk. 2010. *Ilmu Budaya Dasar*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Yatim, Riyanto. 2001. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Surabaya: Penerbit SIC

Sumber Jurnal:

Lusianti, Leni Putri & Rani, Faisyal. 2012. Model Diplomasi Indonesia Terhadap UNESCO dalam Mematenkan Keraton Sebagai Warisan Budaya Indonesia Tahun 2009. *Jurnal Transnasional*, III(2).

Rizali, Nanang & Waluyo. 2012. Akulturasi Budaya Jawa dan Tionghoa dalam warisan budaya Sebagai Pembentuk Karakter Bangsa. Skripsi. Surakarta: Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Internet :

<http://surakarta.go.id/konten/keraton-kasunanan-surakarta> (Diakses pada 13 September 2014)

<http://www.indonesia.go.id/in/kementerian/kementerian/kementerian-pariwisata-dan-ekonomi-kreatif/842-pariwisata/13947-pariwisata-indonesia-lampau-pertumbuhan-ekonomi> (Diakses pada 13 September 2014)

<http://www.disolo.com/keraton-kasunanan-surakarta-hadiningrat/> (Diakses pada 13 September 2014)

<http://surakarta.go.id/konten/keraton-kasunanan-surakarta> (Diakses pada 13 September 2014)

<http://kratonsurakarta.com/> (Diakses pada 13 September 2014)

<http://www.solopos.com/2013/12/14/pariwisata-solo-kunjungan-wisatawan-ke-solo-turun-474398> (Diakses pada 13 September 2014)

<http://tentangsolo.web.id/sejarah-singkat-kota-solo.html> (Diakses pada 18 September 2014)

<http://www.amazon.co.uk/Tourism-Branding-Communities-Bridging-Practice/dp/1849507201> (Diakses pada 18 September 2014)

http://www.academia.edu/1173811/Destination_Brands_Managing_place_reputation (Diakses pada 18 September 2014)

<http://www.kerajaannusantara.com/id/surakarta-hadiningrat/sejarah-umum/>

(Diakses pada 25 September 2014)

[http://id.scribd.com/doc/137323183/Defenisi-Pemasaran-Pariwisata-Oleh-](http://id.scribd.com/doc/137323183/Defenisi-Pemasaran-Pariwisata-Oleh-Beberapa-Ahli-Yaitu)

[Beberapa-Ahli-Yaitu](http://id.scribd.com/doc/137323183/Defenisi-Pemasaran-Pariwisata-Oleh-Beberapa-Ahli-Yaitu) (Diakses pada 25 September 2014)

Anonim. 2010, September 30. Rainbow Eleven. “03-cute-newborn-baby-photo.jpeg”. Retrieved 1 August, 2014, from (Toronto Baby Photographer)

Aethan: <http://www.rainboweleven.com/2010/09/newborn-photography/toronto-baby-photographer-aethan/>.

Anonim. 2011, April 1. Mercola. “coconut-4-1.jpeg”. Retrieved 1 August, 2014,

from 5 Tropical Fruits That Can Change Your Life: [http://articles.mercola.com/sites/articles/archive/2011/04/01/5-tropical-fruits-that-can-change-your](http://articles.mercola.com/sites/articles/archive/2011/04/01/5-tropical-fruits-that-can-change-your-life.aspx)

[- life.aspx](http://articles.mercola.com/sites/articles/archive/2011/04/01/5-tropical-fruits-that-can-change-your-life.aspx).

Anonim. 2011, April 4. CanStockPhoto. “Stock Images of Very dangerous big Scorpion - Brown Scorpion in front of a... csp13478956 - Search Stock Photos,

Pictures, Photographs, and Photo Clipart_20140822071217.jpeg”. Retrieved 1

August, 2014, from Stock Photo - Very dangerous big Scorpion:

[http://www.canstockphoto.com/images-photos/scorpion.html#file_view.php](http://www.canstockphoto.com/images-photos/scorpion.html#file_view.php?id=13478956)

[?id=13478956](http://www.canstockphoto.com/images-photos/scorpion.html#file_view.php?id=13478956).

<http://arjunabelajar.com/2011/03/komik-sebagai-media-pembelajaran.html>

(Diakses pada tanggal 20 Februari 2015)