

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Audio visual merupakan media yang menguntungkan dalam menggambarkan keistimewaan potensi suatu kawasan dalam upaya *city branding* Kotagede. Video dengan konsep *travelling diary* mampu menampilkan keberagaman Kotagede serta menjadi kebebasan ekspresi dalam mengungkap citra yang diperoleh ketika berada di Kotagede. Adanya potensi-potensi heritage di antaranya peninggalan sejarah kerajaan Mataram berupa bangunan makam, kerajinan perak, kampung, kesenian Srandul, dan roti Kembang Waru, menjadikan Kotagede sebagai tempat yang memiliki kekhasan dan menjadi daya saing terhadap kota lain.

Pada tahapan proses perancangan *social* video guna mendukung promosi Kotagede ini, penulis dituntut untuk mendalami *insight* yang ada di Kotagede dengan mempelajari lintas bidang ilmu terkait *brand*, perkotaan dan sosial media. Pengembangan ide cerita dalam promosi ini, menyerap pengalaman-pengalaman warga Kotagede yang memunculkan kebanggaan terhadap potensi heritage Kotagede. Adanya penambahan narasi video secara audio dan visual berupa teks mampu mengarahkan pesan yang dimaksud terhadap pemirsa dalam menggiring memori-memori dari tiap adegan, lalu menjadi satu pesan pada akhir cerita dengan penambahan *tagline* Kotagede dan alamat web yang bisa dikunjungi oleh target *audience*. Website berisi informasi-informasi tentang lokasi

Kotagede berupa peta, video *diary*, serta dokumentasi kegiatan-kegiatan masyarakat Kotagede dengan tampilan seperti blog *diary* Kotagede. Adanya website menjadi bagian dari kampanye melalui media internet yang akan membuat target *audience* merasakan suasana dengan tema *diary* serta menimbulkan *brand experience* yang positif.

Social video dalam jejaring sosial memberi keuntungan terhadap luasnya jangkauan sehingga harus terpikirkan bahasa yang dipilih dalam narasi video. Dalam video ini akhirnya menempelkan *subtitle* bahasa Inggris pada setiap pemunculan narasi yang menggunakan audio bahasa Indonesia sehingga target *audience* dapat mencapai masyarakat wisatawan domestik maupun mancanegara yang ingin menikmati jelajah Kotagede.

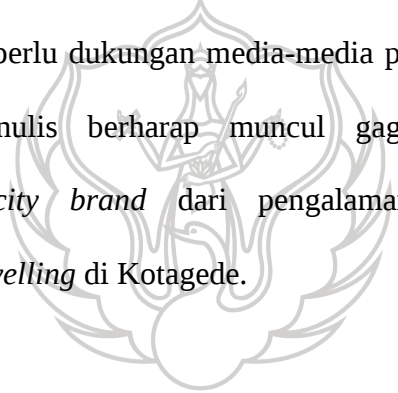
Adanya *diary* sebagai konsep perancangan ini, memunculkan keinginan penulis untuk mendokumentasikan kegiatan *travelling* dalam mengobservasi Kotagede, sehingga dapat mendukung *city branding* Kotagede melalui proses promosi atau publikasi.

B. Saran

Saran merupakan proses pembelajaran untuk menuju hasil yang lebih baik ketika dicermati kemudian direspon. Penulis mengakui dalam membangun brand tidak dapat dilakukan dalam waktu yang singkat dan melalui satu media. Pendokumentasian terhadap kawasan Kotagede yang memiliki nilai sejarah, diharapkan tetap dijaga dan terus diupayakan sebagai kekayaan potensi Kotagede.

Social video merupakan sarana yang dapat mendukung dalam kegiatan *Public Relation* dalam upaya mempublikasi Kotagede. *Branding* Kotagede berdasarkan filosofi tata kota “Catur Gatra Tunggal” diperlukan pengetahuan sejarah yang runut serta diskusi secara fokus terhadap target *audience* dan masyarakat Kotagede.

Konsep dalam *social video* harus relevan dengan brand yang akan dipromosikan serta dapat mewakili brand dengan realitas yang ada sehingga mudah diserap dan tersebar dengan cepat di masyarakat. Keterbatasan durasi dalam penayangan *social video* Kotagede menyebabkan perlu dukungan media-media promosi lain dalam *branding* Kotagede. Penulis berharap muncul gagasan-gagasan baru dalam membangun *city brand* dari pengalaman-pengalaman lain ketika melakukan *travelling* di Kotagede.



KEPUSTAKAAN

- Agustrijanto. 2002. *Copywriting Seni Mengasah Kreativitas dan Memahami Bahasa Iklan* cetakan kedua. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Albiladiyah, S. Ilmi & Suratmin. 1997. *Kotagede, Pesona dan Dinamika Sejarahnya*. Yogyakarta: Lembaga Studi Jawa.
- Ambrose, Gavin. 2006. *The Fundamentals of Typography*. Switzerland: AVA Publishing SA.
- Atmosudiro, Sumijati, dkk. _____. *Ensiklopedi Yogyakarta*. Yogyakarta: Dinas Kebudayaan Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.
- Burke, J. Peter. 2009. *Identity Theory*. New York: Oxford University Press, Inc.
- Block, Bruce. 2008. *The Visual Story Creating The Visual Structure of Film, TV, and Digital Media second edition*. USA: Elsevier, Inc.
- Brata, T.B. Vincent. 2007. *Videografi dan Sinematografi Praktis*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Budi Santosa, Revianto dan Tri Atmojo, Bambang. 2007. *Kotagede, Life Between Walls*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Departemen Pendidikan Nasional. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia, edisi ketiga*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Dubberly, Hugh. 2004. *How Do You Design? 'A Compendium of Models*. San Francisco: Dubberly Design Office.
- Echols, M. John & assan Shadily. 1996. *Kamus Inggris-Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Hahn, E. Fred. 2002. *Do it – Yourself Advertising & Promotion Beriklan dan Berpromosi Sendiri Edisi Kedua*. Jakarta: PT Grasindo.
- Indratma, Samuel. 2008. *Kode Pos Art Project*. Yogyakarta: Jogja Mural Forum (JMF).
- Iswati, Tri Yuni. 2009. *Kampung Dalem Dibalik Kemegahan Kotagede*. Surakarta: UNS Press.
- Jenn. 2008. *The Information Design Handbook*. Switzerland: Rotovision SA.

- Rahmi, Dwita Hadi & Titi Handayani. 2009. *Post-Disaster Conservation Manual For Kotagede Heritage District Yogyakarta, Indonesia*. Yogyakarta: Jogja Heritage Society.
- Kartajaya, Hermawan. 2010. *Connect! Surfing New Wave Marketing*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kuntowijoyo. 2003. *Metodologi Sejarah edisi kedua*. Yogyakarta: PT Tiara Wacana.
- Landa, Robin. 2011. *Graphic Design Solutions, Fourth Edition*. USA: Planet Friendly Publishing.
- Moriarty, Sandra. 2011. *Advertising* (edisi ke delapan). Jakarta: Kencana.
- Myers, Kathy. 1986. *Understains,...the Sence and Seduction of Advertising* atau *Membongkar Sensasi dan Godaan Iklan*, terjemahan Asma Bey Mahyuddin.2012. Yogyakarta: Jalasutra.
- Riyadi, Muammad Fuad. 2001. *Kampung Santri, Tatanan Dari Tepi Sejarah*.Yogyakarta: Ittaqa Press.
- Safanayong, Yongki. 2006. *Desain Komunikasi Visual Terpadu*. Jakarta: Arte Intermedia.
- Sanyoto, E. Sadjiman. 2006. *Metode Perancangan Komunikasi Visual Periklanan*. Yogyakarta: Dimensi Press.
- Scott, Meerman David. 2008. *The New Rules of Viral Marketing How Word-of-Mouse Spreads Your Ideas For Free*. United States of America: creativecommons.org.
- Shrum, L.J. 2004. *Psikologi Media Entertainment, Membedah Keampuhan Periklanan Subliminal dan Bujukan yang tak Disadari Konsumen*, terjemahkan An.Ismanto, Yogyakarta: Jalasutra.
- Sindhunata. 2008. *Kitab Si Taloe Gambar Watjan Botjah 1909-1961*. Yogyakarta: Bentara Budaya.
- Sternberg, Robert J. 1999. *Handbook of Creativity*. USA: Cambridge University Press.
- Studi Diskom DKV FSR ISI Yogyakarta. 2010. *Kotagede dalam Komik*. Yogyakarta: Jalasutra.

Tedjoworo, H. 2001. *Imaji dan Imajinasi Suatu Telaah Filsafat Postmodern*. Yogyakarta: Kanisius.

Wibowo, Erwito. 2011. *Toponim Kotagede Asal Muasal Nama Tempat*. Jakarta: Kementrian Pekerjaan Umum Direktorat Jenderal Cipta Karya.

Wiryawan, B. Mendiola. 2008. *Kamus Brand A-Z*. Jakarta: Red & White Publishing.

Zoetmulder, P.J. 2006. *Kamus Jawa Kuna Indonesia*. Cetakan kelima. Jakarta: PT. Gramedia.

Zubair, Charis Achmad, dkk. _____. *Ensiklopedi Kotagede*. Yogyakarta: Dinas Kebudayaan Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

Yayasan Pondok Rakyat dan Muda Mudi Bumen Didukung oleh Direktorat Jenderal Penataan Ruang Kementrian Pekerjaan Umum. 2011. *Aku Bangga Jadi Anak Kampung memaknai Kembali Identitas Kampung Bumen*. Yogyakarta: Pass Offset.

Artikel Majalah:

_____, 2012. *Peluang Bisnis yang Akan Berkembang Pesat di 2012*. Majalah SWA edisi 19 Januari – 1 Februari 2012. Jakarta: PT Temprint.

_____, 2011. *City Branding, Desain Menjual Kota*. Majalah Concept edisi Agustus Vol. 07. Jakarta: PT Concept Media

Harian Umum:

Kompas, Minggu 29 April 2012.

Webtografi:

www.senidanbudayajawayogyakarta.blogspot.com, diunduh pada tanggal 3 Oktober 2011.

www.basic-advertising.blogspot.com, diunduh pada tanggal 1 Mei 2011.

www.rejanglebongkab.go.id, diunduh pada tanggal 2 Maret 2012.

www.amazon.co.uk, diunduh pada tanggal 6 Maret 2012.

www.jogjatv.tv, diunduh pada tanggal 3 Maret 2012

www.oaithesis.eur.nl, diunduh pada tanggal 26 November 2011

www.indobackpacker.com, diunduh pada tanggal 6 Maret 2012.

www.blog.dodolperak.com diunduh pada tanggal 3 Maret 2012

www.eprints.undip.ac.id, diunduh pada tanggal 9 Juni 2012

www.kotagedeheritage.com, diunduh 18 April 2011, cari judul artikelnya

www.facebook.com (Muhammad Natsir) diunduh 12 Mei 2012

www.facebook.com (My Travel Diary), diunduh 6 Maret 2012

www.youtube.com (My Travel Diary), diunduh 6 Maret 2012

Narasumber:

Basis Hargito (67th), seniman (penggiat seni) dan pengusaha roti Kembang Waru, wawancara tanggal 27 Juni 2012 di kampung Bumen, RT 23 RW 6, Kelurahan Purbayan, Kotagede, Yogyakarta, Indonesia.

Muhammad Natsir (51th), pengangguran, wawancara tanggal 4 Februari 2012 dan di Pekaten KG II 850 RT 45 RW IX Prenggan, Kotagede, Yogyakarta, Indonesia, 55172.

Priyo J. Salim (51th), pengusaha kerajinan perak Priyo Salim Silver Jewelry, wawancara tanggal 28 Juni 2012 di Kebohan KG 3/547, Kotagede, Yogyakarta, Indonesia, 55173.

Sukarja (...th), warga Kotagede, wawancara tanggal 19 Juli 2012 di kampung Jagungan, Kelurahan Purbayan, Kotagede, Yogyakarta.