

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL
PENDUKUNG PROMOSI PROYEK “*JERON
BETENG HERITAGE TRAIL*” OLEH YOGYAKARTA
HERITAGE SOCIETY YOGYAKARTA**



KARYA DISAIN

oleh:

Ambar Kusuma Wardhani

**TUGAS AKHIR PROGRAM STUDI DISAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DISAIN FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2003**

3012 / H / S (2009)

24 / 8 2009

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL
PENDUKUNG PROMOSI PROYEK “JERON
BETENG HERITAGE TRAIL” OLEH YOGYAKARTA
HERITAGE SOCIETY YOGYAKARTA**



KARYA DISAIN

oleh:

Ambar Kusuma Wardhani

**TUGAS AKHIR PROGRAM STUDI DISAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DISAIN FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2003**

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL
PENDUKUNG PROMOSI PROYEK “JERON
BETENG HERITAGE TRAIL” OLEH YOGYAKARTA
HERITAGE SOCIETY YOGYAKARTA**



KARYA DISAIN

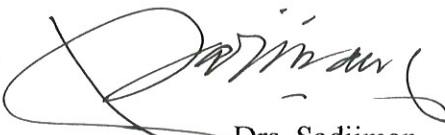
oleh:

Ambar Kusuma Wardhani

961 0874 023 / DK

**Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta sebagai
Salah satu syarat untuk memperoleh
gelar sarjana dalam bidang
Disain Komunikasi Visual
2003**

Tugas akhir ini diterima oleh Tim Penguji
Program Studi Disain Komunikasi Visual Jurusan Disain
Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta
Pada tanggal 22 Februari 2003


Drs. Sadjiman
Pembimbing I / Anggota


Drs. Baskoro Suryo Banindro
Pembimbing II / Anggota


Drs. Pawitra
Cognate / Anggota


Drs. Baskoro Suryo Banindro
Ketua Program Studi DKV /
Anggota


Drs. M. Umar Hadi, MS
Ketua Jurusan Disain / Ketua

Mengetahui,
Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta


Drs. Sukarman
NIP.130521245


KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa. Berkat rahmat dan bimbingan-Nya tugas akhir ini dalam proses penyelesaiannya dapat diselesaikan tepat pada waktunya tanpa halangan berarti.

Tugas Akhir berupa Karya Seni berjudul “Perancangan Komunikasi Visual Pendukung Promosi Proyek Jeron Beteng Heritage Trail oleh Yogyakarta Heritage Society Yogyakarta” ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada program studi S-1 Disain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia.

Dalam Karya Seni Tugas Akhir ini saya menyadari masih banyak kekurangan dan jauh dari sempurna. Oleh karena itu saya menerima kritik dan saran yang dapat membangun penyempurnaannya dari semua pihak.

Penyusunan Tugas Akhir ini tidak akan selesai apabila tanpa bantuan dari berbagai pihak. Saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Drs. Sukarman, selaku Dekan Fakultas Seni Rupa
2. Drs. M. Umar Hadi MS, selaku Ketua Jurusan Disain
3. Drs. Baskoro Suryo Banindro, Selaku Ketua Program Studi Diskomvis dan sebagai pembimbing II
4. Drs. Sadjiman, selaku Pembimbing I
5. Drs. Lasiman MS, selaku Dosen Wali Diskomvis angkatan ‘96
6. Drs. Pawitra selaku Cognate
7. Ibu Sita dari YHS & Punto W.
8. Orang tua (alm.) dan Kakak-kakakku yang selalu mendukung baik spirit & materi

9. Achilleus Agung B.S yang selalu membantu & mendampingi
10. Katarina Pipin, sahabatku dalam suka dan duka
11. Dimas 88 untuk teknis flash-nya
12. Klub Satria: Nini, Ika, Liya, Itung, Pipin atas segala bantuan
13. Ade CoretCakep Design
14. Tari, Santi & Otom Indie, Keluarga Soragan (Ira & Venzha, Rika cs)
15. Teman-teman seangkatan dan Teman-teman T.A awal 2003
16. Semua pihak yang telah membantu serta memberi dorongan moral dan semangat dalam penyusunan karya ini.

Dalam Penyusunan Karya Tugas Akhir ini saya menyadari masih banyak kekurangannya. Meskipun demikian semoga dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, Februari 2003

Ambar Kusuma Wardhani

DAFTAR ISI

Cover.....	i
Inner Cover.....	ii
Dedikasi.....	iii
Lembar Pengesahan.....	iv
Kata Pengantar.....	v
Daftar Isi.....	vii
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Perancangan.....	5
D. Batasan Masalah.....	6
E. Metode Perancangan.....	6
 BAB II IDENTIFIKASI	
A. Identifikasi Data.....	9
1. Data Produk.....	9
2. Data Pengelola.....	17
3. Data Pemasaran.....	18
B. Analisis Data.....	20
C. Kesimpulan Analisis Data.....	22
D. Sintesa.....	22

BAB III KONSEP PERANCANGAN

A. Perencanaan Media.....	26
1. Tujuan Media.....	27
2. Strategi Media.....	28
3. Program Media.....	34
4. Biaya Media.....	37
B. Konsep Kreatif.....	42
1. Tujuan Kreatif.....	42
2. Strategi Kreatif.....	42
3. Program Kreatif.....	46

BAB IV VISUALISASI DISAIN

A. Tujuan Visual Disain.....	50
B. Strategi Visual Disain.....	50
1. Paduan Visual Desain.....	50
2. Tata Disain / Lay out.....	51
3. Lay Out.....	55
4. Karya.....	86

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	117
B. Saran.....	118

DAFTAR PUSTAKA

A. Pustaka Literatur.....	120
B. Pustaka Foto & Ilustrasi.....	121

LAMPIRAN

A. Katalog Pameran.....	122
B. Poster Pameran.....	123
C. Foto Situasi Pameran.....	124



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Yogyakarta sudah lama terkenal dengan kekayaan budayanya. Baik yang berwujud fisik mulai dari kraton, candi, bangunan kolonial, dalem, rumah kampung hingga tanaman langka, atau berbagai bentuk budaya non fisik seperti seni tari, karawitan, bahasa, tata krama, dll. Selain hal diatas ada pula budaya yang tidak terlihat (*intangible*) contohnya kemampuan membangun olah seni tradisional.

Namun, tanpa disadari kekayaan tersebut sedikit demi sedikit semakin berkurang. Dari hari ke hari, bangunan kuno berganti dengan bangunan baru yang belum tentu memiliki disain yang berkualitas. Ahli pembuat blangkon semakin langka. Dolanan tradisional bocah semakin tidak dikenal oleh anak-anak. Penatah perak tinggal generasi tua saja. Tanaman tradisional yang memiliki makna dan fungsi khusus dalam perencanaan tata Keraton Yogyakarta dan lingkungannya banyak yang tidak tersisa. Bahkan nama jalan, nama kampung yang memiliki makna yang sesuai dengan keberadaannya telah secara legal diubah dengan nama-nama baru. Dan masih banyak kasus yang tak terbendung. Pengrusakan dan penghilangan yang “berkesinambungan” ini sangat memprihatinkan, karena bagaimanapun semua ini adalah sumber daya budaya utama yang dimiliki Yogyakarta.

Yogyakarta mulai tahun 1987 menjadi satu-satunya kota di Indonesia yang telah diakui sebagai Kota Bersejarah Dunia oleh jaringan kota-kota bersejarah yang berkedudukan di Kyoto. Dan sejak tahun itu pula, setiap kurang lebih 2 tahun sekali diselenggarakan pertemuan antar walikota berbagai kota bersejarah dunia. Kemudian pada tahun 1996 di Kyoto dibentuk "*League of Historical Cities*" yang pada saat itu beranggotakan 48 kota bersejarah di dunia, diantaranya Paris, London, Kyoto, Boston dan Yogyakarta. Pengakuan dunia ini menunjukkan bahwa kota Yogyakarta memiliki keunikan yang ditunjukkan dari penataan ruang dan bangunan maupun kegiatan kota yang memiliki kekentalan sejarah yang luar biasa. Kekuatan sejarah yang tersemat di kota Yogyakarta telah menjadikan kota ini sebagai sebuah kota dunia, kota yang bertaraf internasional, suatu pengakuan yang justru warganya sendiri maupun *stakeholders* yang lain banyak yang tidak menyadari.¹

Dengan memiliki standar kota sedemikian itu dan melihat segi geografis dari segmentasi target audience, maka peluncuran obyek wisata Jeron Beteng ini langsung dikenalkan ke target audience dengan promosi tersendiri tanpa dipromosikan secara terpadu bersama obyek wisata lain yang ada di Indonesia. Hal ini efektif, dapat langsung mengena sasaran. Obyek wisata bernama unik "*Jeron Beteng Heritage Trail Jogja*" ini dapat dengan mudah di ingat oleh target audience karena terfokus pada satu obyek saja.

Peninggalan-peninggalan sejarah tersebut merupakan piranti pariwisata Kota Yogyakarta yang menjadi aset penting untuk menambah pemasukan

¹ Yogyakarta Heritage Society, Artikel *Selamatkan Pusaka Budaya Jogja!*, 2001

pemerintah maupun individu yang ada di dalamnya, termasuk industri kecil. Tentu saja secara otomatis kita berkewajiban untuk tetap melestarikan sumber sejarah dan sumber nafkah tersebut.

Pelestarian budaya bukan saja merupakan upaya mempertahankan dan melindungi warisan masa lalu, melainkan lebih dari itu merupakan usaha mengembangkan pariwisata melalui aktualisasi obyek dalam pemanfaatannya yang optimal (secara terkendali tentunya).

Di Indonesia, khususnya di Yogyakarta, terdapat banyak lembaga swadaya masyarakat (LSM) yang bekerja dalam upaya pelestarian. Ada banyak LSM yang berkonsentrasi pada bentuk pelestarian kehidupan bersejarah di Yogyakarta. Salah satunya adalah YHS atau *The Yogyakarta Heritage Society*.

The Yogyakarta Heritage Society (YHS) atau Lembaga Pelestarian Budaya Yogyakarta (LPBY) merupakan lembaga swadaya masyarakat bersifat nirlaba yang peduli peninggalan masa lalu, saat ini mempunyai proyek bernama "*Jeron Beteng Heritage Trail*". Proyek ini secara garis besar bertujuan mengkampanyekan kepada umum, sebuah rangkaian peninggalan atau situs di wilayah Keraton Yogyakarta, yang di dalamnya tercakup pula sejarah dan kebudayaan Keraton Yogyakarta. (Tujuan selengkapnya dapat dilihat pada Bab II, Inventarisasi Data)

Jeron beteng adalah wilayah Kasultanan Keraton Yogyakarta yang dibatasi dengan tembok (berfungsi sebagai pelindung dan pertahanan). Wilayah di dalam Jeron Beteng terdiri atas tiga zona. Zona pertama adalah kompleks pusat kerajaan/ Keraton, yang mencakup bangunan istana, perumahan abdi dalem dan barak. Zona

ini merupakan pusat pemerintahan sekaligus tempat tinggal Sultan, yang selain itu mencakup pula tempat tinggal istri-istrinya , tempat pengadilan, tempat tinggal pelayan dan prajurit. Zona dua adalah wilayah untuk orang-orang yang mempunyai hubungan dengan Keraton. Zona tiga adalah tempat tinggal rakyat.

Pada saat ini, Jeron Beteng merupakan monumen bagi peninggalan kebudayaan Indonesia, karena banyak sekali situs-situs peninggalan di dalamnya yang bercerita tentang masa lalu.

Sayang sekali situs yang sungguh luas dan tersebar ini belum terkelola dengan baik, yaitu belum adanya bentuk komunikasi visual yang mendukung pemasarannya.

Situs yang sangat luas ini tidak semua lokasi / keberadaannya diketahui oleh para wisatawan. Sebagai contoh, banyak wisatawan telah mengetahui Keraton, Taman Sari, Museum Kereta, kompleks pemandian “*Umbul Winangun*”, atau pasar burung Ngasem. Tetapi sedikit yang mengetahui keberadaan situs ini secara keseluruhan dan terpadu. Masih banyak pula peninggalan sejarah yang informasinya sangat minim diterima oleh wisatawan. Kesenjangan inilah yang akan coba kita atasi melalui penyusunan komunikasi visual pendukung promosi “*Jeron Beteng Heritage Trail*” secara menarik.

Dengan adanya bentuk komunikasi visual pendukung promosi “*Jeron Beteng Heritage Trail*” ini istilah *Jeron Beteng* akan dikenal luas terutama oleh wisatawan asing dan masyarakat pada umumnya. Selain itu, proyek komunikasi visual pendukung promosi “*Jeron Beteng Heritage Trail*” akan memberikan keuntungan ke berbagai pihak.

Bagi Pemerintah Daerah Yogyakarta kedatangan wisatawan asing ke Jeron Beteng secara langsung maupun tidak langsung akan menambah devisa negara. Sedangkan dampaknya terhadap masyarakat di kawasan Jeron Beteng adalah dengan kehadiran wisatawan akan menambah pemasukan keuangan atas keahlian mereka masing-masing seperti menjadi gaet, membuat & menjual batik, pertunjukan gamelan, membuat wayang, pertunjukan sendratari.

Bagi para wisatawan asing dengan adanya nama baru dalam pariwisata Indonesia khususnya di Yogyakarta akan membuat mereka penasaran dan jiwa bertualang mereka akan terangsang untuk menjelajahi obyek wisata baru ini. Dengan mengunjungi Jeron Beteng, wisatawan akan membawa pulang kesan, kenangan dan souvenir yang khas Jeron Beteng Jogja, yang kesemuanya merupakan keuntungan bagi wisatawan.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang komunikasi visual untuk mendukung promosi proyek "*Jeron Beteng Heritage Trail*" melalui media utama dan media pendukungnya secara tepat sesuai dengan tujuannya?

C. Tujuan Perancangan

1. Merencanakan media komunikasi visual yang dapat menjangkau target audience
2. Memperoleh disain komunikasi visual yang artistik komunikatif untuk proyek "*Jeron Beteng Heritage Trail*"

D. Batasan Masalah

Untuk memulai proses Perancangan Komunikasi Visual Pendukung Promosi Proyek “ *Jeron Beteng Heritage Trail* ” kita harus membatasi ruang gerak agar target lebih terfokus dan memutuskan kepada siapa pesan ditujukan. Maka target audience ditetapkan sebagai berikut:

Segi geografis

Wilayah Primer : Daerah Istimewa Yogyakarta dan kawasan sekitarnya

Wilayah Sekunder : Internasional

Sifat : urbanis/ semi urbanis/ rural

Segi demografis

Jenis kelamin : Laki-laki dan perempuan

Usia : 20-50 tahun

Status : turis mancanegara (baik grup maupun perorangan)

Special interest group

E. Metode Perancangan

Proses disain dapat diartikan sebagai “penuangan ide, gagasan, konsep perancangan, kedalam wujud yang komunikatif terhadap kebutuhan tertentu yang datang kepadanya atas dasar perintah dari pihak tertentu atau inisiatif perancang itu sendiri”². Jadi dalam bagian metode perancangan ini secara garis besar akan dipaparkan tentang bagaimana cara mengelola permasalahan desain berdasarkan proses perancangan yang sistematis.

² M. Umar hadi, Ms, *Metodologi Dalam Desain*, Ceramah Ilmiah Fakultas Seni Rupa ISI, Yogya

Proses perancangan dalam proyek tugas akhir ini secara garis besar dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Pendahuluan

Didalamnya memuat hal-hal yang menjadi dasar perancangan komunikasi visual ini yaitu latar belakang masalah, tujuan perancangan dan metode perancangan. Disini masalah akan diidentifikasi dan dirumuskan sehingga dapat ditentukan apa yang ingin dicapai dari aktivitas perancangan ini.

2. Tahap persiapan

Meliputi pengumpulan data dan pengolahan data serta perumusan.

3. Tahap perencanaan

Meliputi perencanaan media dan konsep kreatif. Dalam perencanaan media akan ditentukan apa yang menjadi tujuan, strategi, program media dan biaya. Sedangkan dalam konsep kreatif pada intinya akan membahas bagaimana bentuk visual dan isi, yang terangkum dalam tujuan dan strategi kreatif.

4. Tahap perancangan

Merupakan tahap kelanjutan dari proses menentukan tata desain rancangan proyek Jeron Beteng Heritage Trail. Proses merancang diawali dengan pembuatan beberapa lay out untuk menemukan susunan desain yang paling sesuai dari segi artistik, komunikatif, persuasif dan memiliki karakter yang kuat.

METODE PERANCANGAN

