

**PERANCANGAN *CITY BRANDING*
KABUPATEN KLATEN**



Oleh:

Yoshida Elma Fauziah

NIM 1312291024

**PROGRAM STUDI S-1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2018**

**PERANCANGAN *CITY BRANDING*
KABUPATEN KLATEN**



Yoshida Elma Fauziah

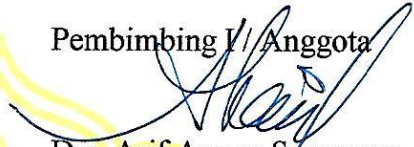
NIM 1312291024

Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta sebagai
salah satu syarat untuk memperoleh
gelar sarjana S-1 dalam bidang
Desain Komunikasi Visual
2018


Tugas Akhir Perancangan berjudul:

PERANCANGAN CITY BRANDING KABUPATEN KLATEN diajukan oleh Yoshida Elma Fauziah, NIM. 1312291024. Program Studi S-1 Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah dipertanggungjawabkan di depan tim penguji Tugas Akhir pada tanggal 18 Januari 2018 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

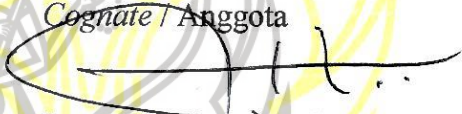
Pembimbing I / Anggota


Drs. Arif Agung Suwasono, M.Sn.
NIP. 19671116 199303 1 001

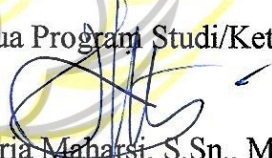
Pembimbing II / Anggota


Indiria Maharsi, S.Sn., M.Sn.
NIP. 19720909 200812 1 001

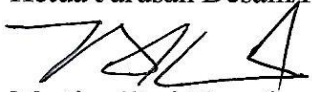
Cognate / Anggota


Drs. Hartono Karnadi, M.Sn.
NIP. 19650209 199512 1 001

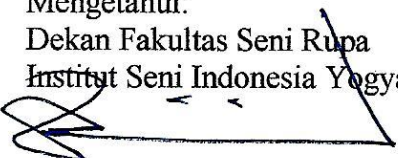
Ketua Program Studi/Ketua/Anggota


Indiria Maharsi, S.Sn., M.Sn.
NIP. 19720909 200812 1 001

Ketua Jurusan Desain/Ketua


Martino Dwi Nugroho, S.Sn., M.A.
NIP. 19770315 200212 1 005

Mengetahui:
Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta


Dr. Suastiwi, M.Des.
NIP. 19590802 198803 2 002

PERSEMBAHAN

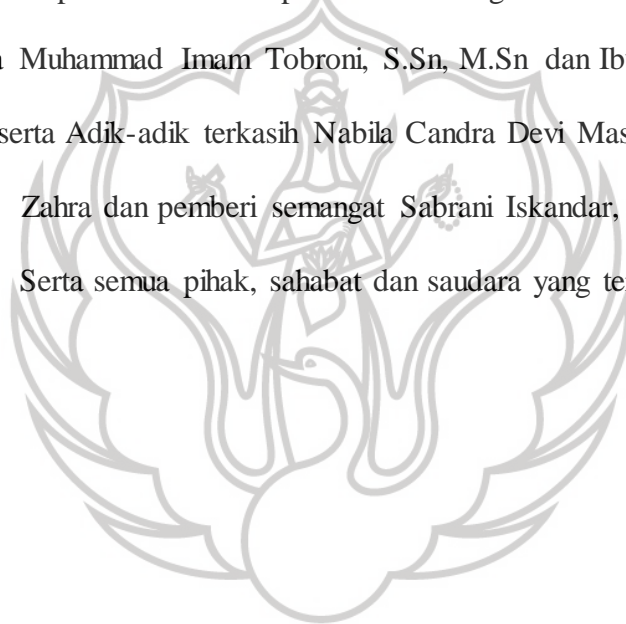
Kupersembahkan kepada kedua orang tuaku tercinta,

Ayahanda Muhammad Imam Tobroni, S.Sn, M.Sn dan Ibunda Rois Indah

Yuliatmi beserta Adik-adik terkasih Nabila Candra Devi Masitha, Keisha Azalia

Zahra dan pemberi semangat Sabrani Iskandar, S.Sn

Serta semua pihak, sahabat dan saudara yang terlibat.



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan Tugas Akhir Karya Desain berjudul ‘Perancangan City Branding Kabupaten Klaten’ ini dengan baik.

Tugas Akhir ini merupakan tugas karya penciptaan yang harus diselesaikan sebagai salah syarat untuk menyelesaikan studi pada jenjang Strata Satu (S1) program studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Penulis berharap, dengan terselesaikannya tugas akhir ini, rancangan penulis dapat menambah khazanah ilmu pengetahuan masyarakat mengenai tema yang penulis angkat.

Dalam penyelesaian tugas akhir ini, penulis mendapat banyak dukungan dan doa, dan karenanya penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

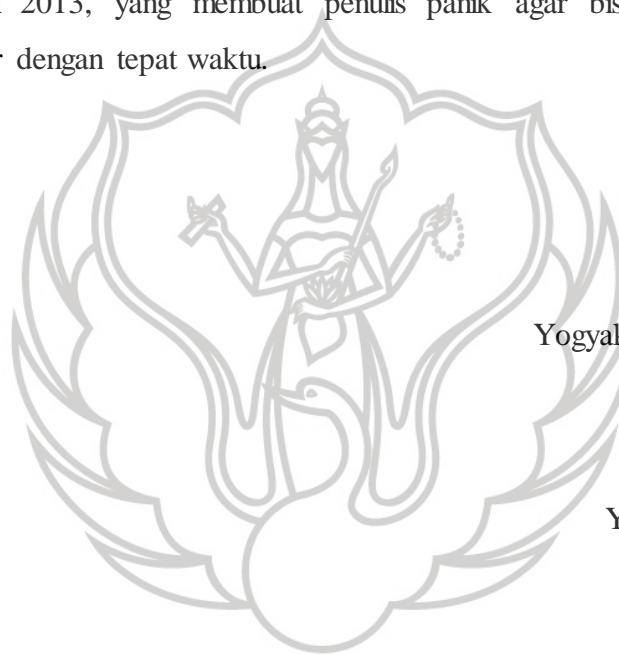
1. Allah SWT yang Maha Rahman dan Rahiim serta berbagai kemudahan yang telah diberikan oleh-Nya.
2. Nabi besar Muhammad saw. yang senantiasa memberikan contoh dan suri tauladan yang baik bagi umatnya.
3. Bapak Prof. Dr. M. Agus Burhan, M.Hum., selaku Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
4. Ibu Dr. Suastiwati, M. Des., selaku Dekan Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
5. Bapak Martino Dwi Nugroho, S.Sn., M.A., selaku Ketua Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
6. Bapak Indiria Maharsi, S.Sn., M.Sn., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual beserta Dosen Pembimbing II dan sekaligus Dosen Waliku, yang telah memberikan saran dan masukan-masukan yang sangat berguna sehingga tugas akhir berjalan dengan lancar dan memberikan dorongan dan semangat agar lulus satu semester.
7. Bapak Drs. Arif Agung Suwasono, M.Sn., selaku Dosen Pembimbing I, atas segala saran yang diberikan dan diskusi-diskusi yang berguna dalam

membantu penyusunan tugas akhir penulis.


8. Almarhumah Ibu Novi Mayasari, S.H., LL.M., selaku dosen wali yang telah membimbing saya dari awal masuk perkuliahan hingga 2 tahun terakhir terima kasih bu atas jasa dan ilmu yang engkau berikan semoga engkau khushnul khotimah dan berada di sisi-Nya.
9. Segenap keluarga besar dosen Program Studi Desain Komunikasi Visual Institut Seni Indonesia terima kasih banyak atas ilmu yang diberikan selama penulis menjalani perkuliahan dan bimbingan yang bermanfaat.
10. Pemerintah Daerah Kabupaten Klaten, Bapak Harris (BAPPEDA) beserta seluruh staf dan tata usaha atas waktu dan kesempatan untuk berbincang-bincang mengenai Kabupaten Klaten.
11. Paguyuban Omah Wayang pak Kris dan sekretariat PEPADI atas waktu dan kesempatan untuk berbincang-bincang mengenai potensi dalang di Kabupaten Klaten.
12. Papa M. Imam Tobroni yang selalu mendukung dan memberikan seluruh tenaga untuk support, waktu, tenaga, bimbingan, bertukar pikiran, dan banyak hal hingga tak dapat lagi dituliskan dengan kata-kata.
13. Mama Rois Indah Yuliatmi atas masakan terenak yang membuat penulis tambah gemuk, maupun membantu dalam banyak hal hingga terselesainya Tugas Akhir ini.
14. Para Adik Keisha Azalia Zahra dan Nabila Candra Devi Masitha atas bantuan membangunkan dan mengingatkan agar diet dan terus mengerjakan hingga terselesainya Tugas Akhir ini.
15. Sabrani Iskandar yang memberikan dorongan semangat supaya bisa membangun bisnis bersama yang telah banyak membantu dan bertukar pikiran dalam keberlangsungan pengerjaan Tugas Akhir Karya Desain ini, waktu, tenaga, dan pikiran.
16. Keluarga besar Klaten terutama eyang Sukepi dan Sukepi Squad yang terus memberikan doa yang terbaik, dukungan moril dan semangat.
17. Sahabat-sahabatku, Chatarina Hayu teman seperjuangan dari awal kuliah masuk hingga lulus bersama saat suka dan duka, Puspita Dewi Kinasih Fae sang calon pelukis idola dan menjadi calon orang Bali selalu memberikan

bantuan saat masa-masa buntu berkarya, Cecilia (cicil) teman pengganti kosku yang selalu memberikan semangat agar wisada bersama, Ashtifani Anneke Putri sang manajemen waktu yang terus mengingatkan agar selalu tepat waktu, semangat dorongan biar cepet lulus supaya bisa liburan bersama, Puji atau puput sang motivator pribadiku, Sherlita Kurnia Putri sahabatku dari awal masuk kuliah sampai terus memotivasiku cepet lulus dan memotivasi untuk terus memberikan yang terbaik sekaligus mentor selama perkuliahan, Wulanda, Lola, Ami teman seperjuangan saat masa-masa sulit.

18. Ghais, Ogi, Sabdo, Arka, Demima, Shella, Fia, Vanya dan teman-teman seangkatan 2013, yang membuat penulis panik agar bisa mengerjakan tugas akhir dengan tepat waktu.



Yogyakarta, 3 Januari 2018


Yoshida Elma Fauziah

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Dengan ini saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yoshida Elma Fauziah

Tempat, tanggal lahir : Klaten, 21 maret 1995

Nomor Induk Mahasiswa : 1312291024

Menyatakan bahwa laporan Karya Tugas Akhir berjudul “Perancangan *City Branding* Kabupaten Klaten” ini asli karya saya sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar kesarjanaan S-1 pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Institut Seni Indonesia Yogyakarta dan tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarajanaan di suatu Perguruan Tinggi dan juga tidak ada karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam laporan Tugas Akhir ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Demiikian pernyataan ini saya buat dengan benar dan penuh tanggung jawab.

Yogyakarta, 3 Januari 2018



Yoshida Elma Fauziah

LEMBAR PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini, saya mahasiswa Institut Seni Indonesia Yogyakarta :

Nama : Yoshida Elma Fauziah
Nomor Mahasiswa : 1312291024

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya memberikan kepada UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta, karya tugas akhir perancangan yang berjudul **PERANCANGAN CITY BRANDING KABUPATEN KLATEN**. Dengan demikian penulis memberikan kepada UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta hak untuk menyimpan, mengalihkan dalam bentuk lain, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data, mendistribusikan secara terbatas, dan mempublikasikan di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 3 Januari 2018



Yoshida Elma Fauziah
NIM 1312291024

ABSTRAK

PERANCANGAN *CITY BRANDING* KABUPATEN KLATEN

Perkembangan era zaman saat ini menuntut pada ketahanan ekonomi, antara satu kota dengan kota lainnya memiliki tujuan yang sama, yaitu meningkatkan perekonomian di wilayahnya. Letak Kabupaten Klaten sangat strategis berada di jalur tengah Jogja-Solo yang sebagai poros budaya dan aset pertumbuhan perekonomian Jawa Tengah. Kabupaten Klaten memiliki potensi-potensi unggulan dari sumber daya manusia yang kuat, rajin, kreatif hingga wisata alam, budaya, kuliner dan edukasi yang layak dikunjungi oleh masyarakat. Banyaknya potensi tersebut membuat Pemerintah Kabupaten Klaten semakin bingung untuk memunculkan *brand* daerahnya. Melatarbelakangi berbagai permasalahan yang ada maka, peneliti mengupayakan sebuah rancangan yang menarik untuk meningkatkan dan menjadi kekuatan sebagai wujud identitas visual yaitu perancangan *city branding* Kabupaten Klaten. Perancangan tersebut dapat menjadi sebuah gagasan atau ide yang dapat menyajikan keunikan dan kekayaan potensi yang dimiliki Kabupaten Klaten.

Metode perancangan ini di mulai tahap pengumpulan data dari acuan landasan teori yang berkaitan dengan *city branding*, melakukan studi visual dan studi kasus di Kabupaten Klaten. Selanjutnya dianalisis SWOT dan USP mendapatkan analisis potensi yang sangat unik. Kemudian mengerucut pada Kabupaten Klaten sebagai pusat pembelajaran budaya wayang terutama dalang di Jawa Tengah dengan menggunakan unsur budaya warna oranye, hijau, coklat kemerahan dan emas, dipilih dengan menggunakan konsep *nature*, *culture* dan *gold*. Dari konsep tersebut maka gaya desain akan diselaraskan dengan konsep budaya, *clean*, dinamis, sehingga diharapkan memiliki daya tarik dan daya saing yang tinggi dengan kota lainnya.

Kesimpulan yang didapat bahwa dalam perancangan *city branding* ini digunakan pendekatan potensi sumber daya manusia. Sumber daya ini merupakan salah satu aset yang menarik perhatian masyarakat, untuk dijadikan suatu *positioning* dan *image*, untuk pencitraan Kabupaten Klaten. Sehingga, *city branding* dengan nuansa budaya dan modern dapat menarik masyarakat atau wisatawan untuk berkunjung.

Kata Kunci: Klaten, Dalang, *City Branding*, Budaya

ABSTRACT

Designing City Branding of Klaten

At the current era demands economic, resilience between one town with other towns having the same purpose, namely to improve economic conditions in the area. Klaten is very strategically located between of Jogja-Solo as the center of culture and assets of the economic growth in Central Java. Klaten having various excellent potentials, ranging from local residents who are strong, diligent, creative and tourism natural potential, culture, culinary and education, that are worth visited by people. Many of these potentials make Klaten Government increasingly confused to bring up the brand of the region. With these various problems, the researcher seeks an attractive design to enhance and become a strength as a form of visual identity, by designing city branding for Klaten. The design can also be used as an idea that can present uniqueness and wealthy potentials of Klaten.

This design method starts from the data collection of reference the theory that relates to city branding, conducting visual studies and case studies in Klaten. Further analyzed SWOT and USP to get a very unique potential analysis. The results are then simplified to Klaten as a learning center of wayang culture especially dalang in Central Java using cultural elements of orange, green, reddish-brown and gold, selected by using the concept of nature, culture and gold. From these concepts, the design style will be aligned with the concept of culture, clean and dynamic, so it is expected to have high attractiveness and competitiveness with other cities.

The conclusion is that the approach used in this city branding designing is a human resource potential approach. This potential is one of the assets that attracts the public attention to be a positioning and image for Klaten's image. Therefore, city branding with the shades of culture and modern can draw the people or travelers for a visit.

Keywords : Klaten, Dalang, City Branding, Culture

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	vii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	viii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. LATAR BELAKANG MASALAH	1
B. RUMUSAN MASALAH	3
C. TUJUAN PERANCANGAN	4
D. BATASAN MASALAH	4
E. MANFAAT PERANCANGAN	4
F. METODE PERANCANGAN	5
G. METODE ANALISIS DATA	7
H. TAHAP PERANCANGAN	8
I. SKEMATIKA PERANCANGAN	9
BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA	10
A. LANDASAN TEORI	10
1. <i>Branding</i>	10
2. <i>City Branding</i>	11
3. Identitas Visual	13
B. IDENTIFIKASI DATA	21
1. Data Kabupaten Klaten	21
a. Kabupaten Klaten	21

b. Sejarah	22
c. Letak dan Kondisi Geografis <i>Branding</i>	24
d. Topografi.....	25
e. Demografi Penduduk	26
f. Lambang	29
2. Potensi Kabupaten Klaten Lambang	31
a. Potensi Wilayah Lambang	31
b. Potensi Wisata	33
c. Potensi Sumber Daya Manusia	40
C. ANALISIS DATA	53
1. Analisis SWOT	53
2. Analisis USP/ <i>Positioning</i>	55
3. Kesimpulan Analisis	56
BAB III KONSEP PERANCANGAN	58
A. KONSEP KREATIF	58
1. Tujuan Kreatif	58
2. Strategi Kreatif	58
a. Isi Pesan (<i>What to say</i>)	61
b. Bentuk Pesan (<i>How to say</i>)	62
c. Khalayak Sasaran	63
3. Program Kreatif	66
a. Ide Besar	66
b. Pemilihan Bentuk Verbal	67
c. Pemilihan Bentuk Visual	68
B. KONSEP MEDIA	73
1. Tujuan Media	73
2. Strategi Media	76
3. Program Media	76
a. Media Utama	77
b. Media Pendukung	79
4. Jadwal Perencanaan Media	82

5. Perencanaan Biaya	82
BAB IV VISUALISASI	87
A. DESAIN LOGO CITY BRANDING KABUPATEN KLATEN	87
1. Referensi Visual Logo	87
2. Penjaringan Ide Visual Logogram	90
3. Studi Visual Logogram	91
4. Alternatif Logogram	92
5. Logogram Terpilih	92
6. Studi Visual Logotype	93
7. Logotype Terpilih	94
8. Alternatif Logo	95
9. Evaluasi Logo	96
10. Logo Terpilih	96
11. Studi Tipografi Tagline	97
12. Studi Warna Logo	97
13. Final Logo	97
14. Komsep Logo	98
B. SUPERGRAFIS/<i>CORPORATE GRAPHIC</i>	100
1. Referensi Visual Supergrafis	100
2. Sketsa supergrafis	100
3. Digitalisasi supergrafis	101
4. Keterangan Elemen supergrafis	101
C. DESAIN MASKOT <i>CITY BRANDING</i>	101
1. Referensi Visual Maskot	101
2. Sketsa Maskot	102
3. Digitalisasi Maskot	103
4. Final Maskot	104
5. Deskripsi Maskot	104
D. ELEMEN VISUAL / ILUSTRASI	104
E. PENERAPAN DESAIN MEDIA	109
1. Landmark	109

2. Desain Poster dan Media Cetak	112
3. Virtual Media	125
4. Merchandise	128
5. Stationary	136
6. Lain - lain	142
BAB V PENUTUP	146
A. KESIMPULAN	146
B. SARAN.....	147
DAFTAR PUSTAKA.....	150
LAMPIRAN	152



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Peta Wilayah Kabupaten Klaten	26
Gambar 2 Perkembangan Jumlah KK	30
Gambar 3. Lambang Kabupaten Klaten.....	30
Gambar 4. a. Umbul Ponggok; b. Foto di dalam air.....	35
Gambar 5. a. Umbul Cokro Tulung; b. Umbul Nilo.....	35
Gambar 6. a. Umbul Manten; b. Umbul Kapilaler, Sigedang.....	36
Gambar 7. Umbul Jolotundo	36
Gambar 8. a. Candi Sewu; b. Candi Plaosan	37
Gambar 9. a. Candi Lumbung; b. Candi Merak	37
Gambar 10. Goa Suran.....	37
Gambar 11. a. Bukit Sidoguro; b. Watu Prau	38
Gambar 12. a. Puncak Clongop; b. Kali Pusur	38
Gambar 13. a. Curug Bayat; b. Luweng Sampang	38
Gambar 14. a. Rowo Jombor; b. Deles Indah	39
Gambar 15. a. Gerbang Komplek; b. Makam Sunan Panandaran	39
Gambar 16. a. Warung Apung; b. Warung Apung Tampak Atas	39
Gambar 17. 1000 Pemancingan di Kawasan Janti	40
Gambar 18. Gondang Wianangoen	40
Gambar 19. a. Pengrajin Tanduk Kerbau; b. Hasil Kerajinan Tanduk Kerbau...	41
Gambar 20. a. Pengrajin Tatah Sungging; b. Hasil Kerajinan Wayang Kulit	41
Gambar 21. a. Roro Blonyo; b. Hasil Kerajinan Wayang Kayu	42
Gambar 22. a. Proses Pembuatan Gerabah; b. Hasil Kerajinan Gerabah	42
Gambar 23. a. Kerajinan Payung Potho; b. Industri Tekstil.....	42
Gambar 24. a. Industri Mebel; b. Industri Alat Pertanian.....	43
Gambar 25. a. Proses Cor Logam; b. Proses Pembuatan Tenun Lurik.....	43
Gambar 26. Dalang Klaten	44
Gambar 27. a. Ki Narto Sabdo; b. Ki Anom Suroto.....	44
Gambar 28. a. Dalang memainkan Wayang; b. Pembukaan Jalan Cerita Wayang ..	87

Gambar 29. Dalang Ki Narto Sabdo	87
Gambar 30. a. Keris; b. Keris Dalang	88
Gambar 31. Gawang Kelir atau layar	88
Gambar 32. Penjaringan Ide Visual Logogram	89
Gambar 33. Studi Visual Logogram	90
Gambar 34. Alternatif Logogram	91
Gambar 35. Logogram Terpilih	91
Gambar 36. Studi Visual Logotype	92
Gambar 37. Logotype Terpilih	93
Gambar 38. Alternatif Logo	94
Gambar 39. Evaluasi Logo	95
Gambar 40. Logo Terpilih.....	95
Gambar 41. Sudi Tipografi Tagline.....	96
Gambar 42. Sudi Warna Logo	96
Gambar 43. Final Logo	96
Gambar 44. a. Macam-macam Suku / Jarit b. Bagian-bagian Wayang	99
Gambar 45. Studi Visual Supergrafis	99
Gambar 46. Digitalisasi Supergrafis	100
Gambar 47. Dalang Klaten	100
Gambar 48. Gunungan Wayang	101
Gambar 49. Sketsa Maskot	101
Gambar 50. Digitalisasi Maskot	102
Gambar 51. Final Maskot	102
Gambar 52. Elemen Visual Cor Logam	103
Gambar 53. Elemen Visual Wayang Orang	104
Gambar 54. Elemen Visual Menanam Padi Delanggu	104
Gambar 55. Elemen Visual Festival Lurik	105
Gambar 56. Elemen Visual Pembuatan Gerabah Bayat	105
Gambar 57. Elemen Visual Tambak Ikan	106
Gambar 58. Elemen Visual <i>Snorkeling</i> Umbul Ponggok	106
Gambar 59. Elemen Visual Pengrajin Logam	107

Gambar 60. Elemen Visual Pengrajin Batik Bayat	107
Gambar 61. Elemen Visual Candi Merak	108
Gambar 62. Elemen Visual Dalang Klaten	108
Gambar 63. Suasana <i>landmark</i> perspektif depan	109
Gambar 64. Suasana <i>landmark</i> Perspektif Atas	109
Gambar 65. Suasana <i>landmark</i> perspektif samping	109
Gambar 66. <i>Jogging track</i> di lokasi <i>Landmark</i>	110
Gambar 67. Taman Bermain di lokasi <i>Landmark</i>	110
Gambar 68. <i>Landmark</i> perspektif depan	111
Gambar 69. <i>Landmark</i> perspektif atas	111
Gambar 70. <i>Landmark</i> perspektif samping	111
Gambar 71. Poster Semarak HUT Klaten 214	112
Gambar 72. Poster Alternatif 1 Festival Dalang pada HUT Klaten 214	113
Gambar 73. Poster Informasi Peluncuran Logo dan Maskot HUT Klaten 214 .	114
Gambar 74. Poster Alternatif 2 Festival Dalang pada HUT Klaten 214	115
Gambar 75. Poster Alternatif 3 Festival Dalang pada HUT Klaten 214	116
Gambar 76. Poster Desain Konsep Proses Perancangan	117
Gambar 77. Poster Desain Konsep Proses Perancangan 2	118
Gambar 78. Billboard Festival Dalang pada HUT Klaten 214	119
Gambar 79. Billboard dari atas gedung Festival Dalang HUT Klaten 214	119
Gambar 80. Poster Festival Dalang pada HUT Klaten 214	120
Gambar 81. Media Surat Kabar Festival Dalang pada HUT Klaten 214	120
Gambar 82. Brosur Keragaman Wisata pada HUT Klaten 214	121
Gambar 83. Co Card Panitia Festival pada HUT Klaten 214	121
Gambar 84. Kalender Klaten 2018	122
Gambar 85. Isi Kalender Klaten 2018	122
Gambar 86. Roll Banner Peluncuran Logo dan Maskot	123
Gambar 87. Grafis Kendaraan	124
Gambar 88. Grafis Kendaraan Depan	124
Gambar 89. Grafis Kendaraan Hitam	124
Gambar 90. Website	125

Gambar 91. Media Sosial Facebook	125
Gambar 92. Media Sosial Twitter	126
Gambar 93. Media Sosial Instagram	126
Gambar 94. Web Banner Ad	127
Gambar 95. Pop-up Ad.....	127
Gambar 96. Kaos	128
Gambar 97. Kaos Cewek Lengan Panjang	128
Gambar 98. Kaos Cowok Lengan Panjang	129
Gambar 99. Kaos Polo	129
Gambar 100. Paper bag	130
Gambar 101. Topi	130
Gambar 102. Stiker	131
Gambar 103. Pin	131
Gambar 104. Pulpen	132
Gambar 105. Tumblr	132
Gambar 106. Gantungan Kunci	133
Gambar 107. Souvenir Penghargaan	133
Gambar 108. Cangkir	134
Gambar 109. Mug	134
Gambar 110. Jam	135
Gambar 111. Post Card	135
Gambar 112. Stationary	136
Gambar 113. Aplikasi logo Virtual	136
Gambar 114. Kop Surat	137
Gambar 115. Kartu Nama	138
Gambar 116. Amplop	138
Gambar 117. Map Folder	139
Gambar 118. CD	139
Gambar 119. ID Card	140
Gambar 120. Stempel	140

Gambar 121. Booknote a. Sampul Bookmote besar; b. Memo; c. Isi booknote	141
Gambar 122. Transit Ad	142
Gambar 123. Transit Ad 2	142
Gambar 124. Wayfinding	143
Gambar 125. Wayfinding Penerapan alam	143
Gambar 126. Lampu kota.....	144
Gambar 127. Aplikasi lampu kota	144
Gambar 128. Aplikasi Gapura / Pintu Gerbang Kabupaten Klaten	145
Gambar 129. Gapura / Pintu Gerbang Kabupaten Klaten	145



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Jumlah Penduduk dan Laju Pertumbuhan di Kabupaten Klaten	28
Tabel 2 Rasio Beban Tanggungan Tahun 2011-2015.....	29
Tabel 3 Daftar Anggota Dalang di Kabupaten Klaten	53
Tabel 4 Daftar Almarhum Dalang Sepuh di Kabupaten Klaten.....	53
Tabel 5 Daftar Almarhum Penatah Sungging di Kabupaten Klaten.....	54
Tabel 6 Daftar Almarhumah Sindhen Sepuh di Kabupaten Klaten.....	54
Tabel 7 Jadwal Perencanaan Media	83



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kota merupakan sebuah peradaban antara manusia dan lingkungan binaannya yang juga merupakan tempat tumbuhnya suatu aktivitas dan suatu peradaban. Selain itu kota juga merupakan tempat tinggal manusia, bukan sekedar kumpulan bangunan, namun juga bukan merupakan kumpulan manusia saja. Manusia di dalam ruang kota membentuk suatu komunitas. Oleh karena itu, satu kota dengan kota lain tidak akan memiliki kesamaan dan tentunya memiliki keunikan maupun keunggulan satu sama lain.

Perkembangan zaman menuntut ketahanan ekonomi dalam perkotaan. Antara satu kota dengan kota yang lain tentunya memiliki tujuan yang sama, yaitu meningkatkan perekonomian di wilayahnya untuk mensejahterakan masyarakatnya. Salah satu cara untuk meningkatkan perekonomian suatu kota adalah dengan meningkatkan aliran dana dari luar daerah untuk perkembangan sebuah kota itu sendiri. Peningkatan investasi dan modal yang menjadi salah satu tujuan kota-kota di seluruh dunia.

Satu sama lain, antara kota satu dan kota lainnya melakukan persaingan dalam meningkatkan investasi di daerahnya. Tujuannya masih tetap sama yaitu pembangunan yang bertujuan untuk menarik pengunjung untuk berkunjung ke kotanya. Sudah seharusnya sebuah kota mengetahui apa yang menjadi potensi atau keunikan tersendiri dalam kotanya. Potensi berupa keunikan maupun keunggulan dalam sebuah tempat atau kota itulah yang menjadikan kota atau tempat tersebut “berbeda” dari kota-kota maupun tempat-tempat yang lainnya.

Kabupaten Klaten terletak di Provinsi Jawa Tengah merupakan daerah penyangga dua kota besar yakni Surakarta (Solo) dan Yogyakarta. Luas wilayah kabupaten Klaten mencapai 655,56 km². Di sebelah timur berbatasan dengan kabupaten Sukoharjo. Di sebelah selatan berbatasan dengan kabupaten Gunungkidul (Daerah Istimewa Yogyakarta). Di sebelah barat berbatasan dengan kabupaten Sleman (Daerah Istimewa Yogyakarta) serta Kabupaten

Magelang dan di sebelah utara berbatasan dengan kabupaten Boyolali. Wilayah Kabupaten Klaten terbagi menjadi tiga dataran yakni Sebelah Utara Dataran Lereng Gunung Merapi, Sebelah Timur Membujur Dataran Rendah, Sebelah Selatan Dataran Gunung Kapur. Keunikan maupun keunggulan tersebut itulah yang seharusnya diolah dan diberdayakan untuk menarik pengunjung. Sebagai negara kepulauan Indonesia memiliki banyak ragam potensi wisata di setiap wilayahnya. Klaten menjadi salah satu daerah di Indonesia yang memiliki potensi. Promosi akan potensi-potensi yang luar biasa dimiliki oleh Kabupaten Klaten ini nampaknya belum begitu diketahui khalayak luas termasuk masyarakat global yang sebenarnya layak. Namun kelayakan sebuah obyek potensi daerah berpengaruh besar terhadap seberapa eksistensi Kabupaten Klaten di mata masyarakat yang ada di luar Kabupaten Klaten. Dengan adanya visi tersebut maka perlu adanya sebuah tindakan positif untuk memajukan daerah tersebut dengan mengenalkan potensi daerah Kabupaten Klaten terhadap masyarakat di dalam maupun di luar Kabupaten Klaten sebagai wujud eksistensi bahwa Kabupaten Klaten mampu bersaing dengan kota dan daerah lainnya.

City branding atau dapat juga disebut dengan sebutan slogan bagi sebuah kota yang merupakan bagian dari place marketing yang bertujuan untuk mempromosikan kota untuk menarik minat pengunjung juga belum terbentuk dengan baik di kota-kota Indonesia. Dengan melakukan perancangan *city branding* yang efektif, komunikatif, maka diharapkan akan membantu Kabupaten Klaten untuk menunjukkan eksistensinya dalam hal pemberdayaan aset pada beberapa sektor terkait. Kabupaten Klaten belum memiliki brand yang spesifik untuk diperkenalkan. Kabupaten Klaten memiliki slogan KLATEN BERSINAR (Bersih, Sehat, Indah, Nyaman, Aman, Rapi) branding tersebut seperti, SERASI (Sehat, Rapi, Sejahtera, Indah), BERSENYUM (Beriman, Sehat, Nyaman Untuk Masyarakat) atau BERSERI (Bersih, Sehat, Rapi, Indah) yang dimiliki sebagian besar kota-kota di Indonesia sangat bersifat tidak jelas dan tidak mencerminkan potensi maupun keunggulan yang berbeda yang layak dijual yang seharusnya terdapat di masing-masing kota di Indonesia. Selain mengabaikan potensi-potensi kota yang ada, slogan-slogan

tersebut juga terkesan tidak memiliki tujuan yang jelas untuk mempromosikan kotanya.

Klaten sebagai wilayah potensial suatu daerah, saat ini belum memiliki brand daerah yang spesifik untuk diperkenalkan bertujuan mengangkat dan menggali potensi dari keunggulan suatu daerah. Dikutip dari artikel Radar Solo Jawa Pos dengan *headline* “Pekab Klaten Bingung Munculkan Brand Daerah” Kepala Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah (Bappeda) Klaten, Surti Hartini mengatakan, potensi daerah masih terus digali dan didiskusikan sebelum ditetapkan sebagai brand kabupaten, karena Klaten memiliki tujuh produk unggulan yakni batik, lurik, keramik, tembakau, beras rojolele, dalang, dawet. Pekab sudah terpikirkan pada perencanaan ke depan, namun belum dapat terlaksana dengan maksimal karena banyaknya produk unggulan dan potensi daerah yang adanya perlu untuk dikaji lebih dalam. diakses pada 17 September 2016 pukul 21.03 WIB

Dari permasalahan tersebut pada perancangan ini akan menggunakan metode perancangan dengan tahapan identifikasi data, yakni tahapan dalam pengumpulan dan pencarian data Kabupaten Klaten, tahapan analisis data dengan menganalisa permasalahan pada Kabupaten Klaten, dari tahapan analisis digabungkan dengan tahapan sintesa dengan beberapa teori kemudian perancangan dan tahapan kesimpulan. Digunakan juga metode analisis SWOT agar *city branding* yang dirancang dapat sesuai dengan permasalahan yang ada. Metode pembandingan untuk mendukung terciptanya pencitraan Kabupaten Klaten, baik dari dalam atau luar negeri.

Dengan permasalahan di atas maka Kabupaten Klaten merasa perlu menentukan adanya *city branding* untuk memajukan dan mengenalkan potensi Kabupaten Klaten pada masyarakat umum, sehingga nantinya dapat menarik pengunjung untuk datang sekaligus sebagai pemasukan pendapatan daerah Kabupaten Klaten.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang *city branding* Kabupaten Klaten yang sesuai dengan ciri khas dan potensi dari wilayah tersebut?

C. Tujuan Perancangan

Merancang sebuah desain komunikasi visual *city branding* dengan unsur khas Kabupaten Klaten yang merefleksikan ciri khas dan potensi wilayah Kabupaten Klaten yang dimilikinya secara menarik, komunikatif.

D. Batasan Masalah

Dalam perancangan ini penulis akan membatasi permasalahan hanya mencakup lingkup identitas visual (logo dan maskot) dan landmark Kabupaten Klaten.

E. Manfaat Perancangan

1. Manfaat Teoritis

Penulisan tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis sebagai pengembangan pengetahuan tentang *city branding* dengan melihat aspek-aspek lokalitas melalui potensi daerah sebagai bahan referensi untuk menambah wawasan lebih dalam.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi penulis

Dapat menambah pengetahuan dan wawasan pada perancangan *city branding* serta dapat menambah ilmu pengetahuan tentang mengonsep sebuah kota dengan image yang baru.

b. Bagi pemerintah

- 1) Mendapatkan informasi dan metode baru dari konsep *city branding* sebagai salah satu untuk memperkenalkan sekaligus mempromosikan aset kabupaten Klaten kepada masyarakat luas.
- 2) Sebagai bahan referensi dalam pengembangan konsep *city branding* pada wilayah-wilayah di Indonesia yang akan dipromosikan sebagai destinasi kota.

c. Bagi masyarakat Klaten

- 1) Termotivasi dalam melestarikan aset potensi wilayah Kabupaten Klaten

- 2) Dapat mengenal lebih dalam dan paham potensi dari sebelumnya.
- 3) Dampak luasnya akan meningkatkan perekonomian masyarakat dan menjadi peluang lapangan kerja.

F. Metode Perancangan

Metode perancangan ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang memiliki tujuan *descriptive research*. *Descriptive Research* bertujuan untuk mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi pada saat sekarang. Metode *basic research* adalah metode yang digunakan saat menjawab suatu *main* dan *mini research* yaitu melakukan penelitian langsung ke tempat Kabupaten Klaten yaitu lokasi penelitian, melalui interview/wawancara, observasi, analisis dokumen dan mendokumentasi saat melakukan penelitian tersebut.

Penelitian juga dilakukan dengan empat tahapan yaitu, melakukan pengumpulan data, metode pengumpulan data, kajian pustaka dan instrumen pengumpulan data Adapun detail dari tahapan dalam perancangan *city branding* ini secara garis besar memaparkan tentang penyelesaian permasalahan berdasarkan proses perancangan yang sistematis yang diuraikan sebagai berikut;

1. Pengumpulan Data

a. Data Primer

Data Primer dikumpulkan melalui sumber literatur sejarah, literatur RTRW (Rencana Tata Ruang Wilayah) Kabupaten Klaten 2009-2031 yaitu letak dan kondisi geografis, topografi, demografi penduduk, lambang Kabupaten Klaten dan data arsip potensi sumber daya alam dan manusia 2016-2021 Kabupaten Klaten. Selanjutnya terdapat Undang-undang Nomor 13 Tahun 1950 tentang Pembentukan Daerah-daerah Kabupaten dalam Lingkungan Provinsi Jawa Tengah, dan Peraturan Pemerintah Nomor 32 Tahun 1950 tentang Penetapan Mulai Berlakunya Undang-undang Nomor 12, 13, 14, dan 15 Tahun 1950 Tentang Pembentukan Daerah Kabupaten di Jawa Timur, Jawa Tengah, Jawa Barat, dan Daerah Istimewa Yogyakarta. Data potensi wilayah berupa Peraturan Daerah Kabupaten Klaten Nomor 11 Tahun 2011 tentang

Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Kabupaten Klaten Tahun 2011-2031, rencana pola ruang meliputi kawasan lindung dan kawasan budi daya.

Dalam pengumpulan data primer tersebut dilakukan dengan menggunakan metode wawancara dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan terkait perancangan *city branding* Kabupaten Klaten. Wawancara tersebut diajukan langsung oleh peneliti kepada:

- 1) Pemerintah daerah bagian BAPPEDA (Badan Perencanaan Pembangunan Daerah)
- 2) Pemerintah daerah bagian pariwisata dan budaya kabupaten Klaten
- 3) Tokoh masyarakat Kabupaten Klaten
- 4) Duta wisata Kabupaten Klaten 2016
- 5) Sekretaris Umum Persatuan Pedalangan Indonesia Daerah Klaten
- 6) Dalang Klaten
- 7) Narasumber lain

Kemudian keseluruhan hasil dari jawaban responden akan ditulis ditambah dengan beberapa literatur yang diberikan pada pemerintah daerah Kabupaten Klaten untuk selanjutnya dianalisis untuk mendapatkan informasi dan data yang akurat

b. Data Sekunder

Pengumpulan data sekunder dalam perancangan *city branding* ini mencakup pencarian data dan kepustakaan seperti buku yang mengenai *city branding*, *branding*, identitas visual, buku pendukung perancangan *city branding* lainnya, media internet, media cetak, penyebaran kuisioner.

- 1) Penelitian pustaka, sebagai referensi dan sumber-sumber yang memuat informasi mengenai topik perancangan dan landasan teori yang digunakan. Sumber-sumber dapat berupa buku, artikel media massa dan literatur lain yang berkaitan dengan topik perancangan.
- 2) Studi dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data secara langsung berupa foto hasil survei lapangan untuk mendapatkan fakta yang akurat dan sebagai acuan ilustrasi dalam mendesain.

Data yang dimaksud berkaitan dengan permasalahan yang menjadi titik sentral dalam *city branding*, hambatan-hambatan, serta solusi yang akan ditawarkan.

2. Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2005:62), “Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data”. Dari pemaparan tersebut disimpulkan metode pengumpulan data sangat diperlukan dalam suatu penelitian ilmiah, metode ini merupakan metode atau teknik yang digunakan peneliti untuk mendapatkan data-data yang diperlukan dari narasumber dengan menjabarkan informasi-informasi data secara detail yang diperoleh melalui proses pengumpulan data.

Proses Pengumpulan data dimulai dari identifikasi data dengan waktu yang relatif cukup lama yakni mengumpulkan data melalui literatur yang berisikan sejarah, teori, dalil, rencana tata ruang wilayah dan berbagai informasi yang terkait tentang objek penelitian ini, wawancara dilakukan kepada pejabat pemerintahan daerah Kabupaten Klaten, para ahli sejarawan dan juga masyarakat luas, kemudian kuisisioner disebarakan berbagai titik lokasi strategis, dilanjutkan dengan observasi dan dokumentasi di beberapa daerah yang mewakili dan menjadi ciri khas Kabupaten Klaten yang dapat digunakan guna menambah kepustakaan warna, bentuk dan visual sebagai bahan perancangan *city branding* Kabupaten Klaten.

3. Instrumen Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2006), Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur kejadian (variabel penelitian) alam maupun sosial yang diamati. Menurut Sanjaya (2011), Instrumen penelitian adalah alat yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data atau informasi penelitian.

Berdasarkan paparan di atas terdapat beberapa instrumen untuk menunjang pengumpulan data yaitu,

- a. ATK (pensil, kertas, pena, dsb) untuk mencatat atau menuliskan informasi.
- b. Kamera, untuk mendokumentasikan gambar objek, dan momen pengumpulan data dalam bentuk foto dan video.
- c. Perekam suara, untuk merekam hasil wawancara dengan narasumber

G. Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian historis kualitatif, karena penelitian ini bertujuan untuk mereka ulang kejadian pada masa lalu secara sistematis dan objektif dengan mengumpulkannya data-data valid melalui data dokumen tertulis, hasil wawancara dan observasi. Analisis data penelitian ini menggunakan SWOT dan juga analisis USP (*Unique Selling Proposition*).

H. Tahap Perancangan

1. Mengetahui latar belakang masalah Kabupaten Klaten yang belum mempunyai identitas yang jelas mengenai *city branding*.
2. Menentukan tujuan perancangan untuk menjawab persoalan Kabupaten Klaten yaitu merancang sebuah desain komunikasi visual *city branding* dengan unsur khas Kabupaten Klaten yang merefleksikan ciri khas dan potensi wilayah Kabupaten Klaten yang dimilikinya secara menarik, komunikatif.
3. Menentukan batasan perancangan agar tidak terlalu luas namun fokus pada perancangan *city branding* Kabupaten Klaten.
4. Pengumpulan data melalui literatur, studi referensi, buku maupun internet, wawancara, dan juga survei ke lokasi.
5. Memperlajari data yang telah didapat dari proses pengumpulan data.
6. Menyimpulkan sementara data analisis dan permasalahan.
7. Penyiapan materi yang terdiri dari pengolahan data verbal dan visual.
8. Memulai tahapan konsep perancangan dimulai dari konsep komunikasi, konsep kreatif hingga menentukan konsep media.
9. Eksperimen penyampaian komunikasi dengan pemilihan konsep visual dan media visual yang sesuai dengan target *audience*.

10. Memulai tahap pengerjaan sketsa dan ide besar.
11. Mulai tahap olah digital *city branding*.
12. Tahap penyelesaian proses desain dan produksi, hasil dari rancangan tersebut dimasukkan dalam serangkaian proses produksi, yaitu mulai dari mencetak oleh percetakan kemudian diproduksi sampai menjadi bentuk visual.
13. Penerapan desain yang telah selesai diproduksi sesuai media masing masing diterapkan dengan konsep awal hingga mewujudkan desain tersebut.
14. Kesimpulan pada perancangan *city branding* Kabupaten Klaten.



I. Skematika Perancangan

