

PERANCANGAN CITY BRANDING KOTA NGAWI MELALUI WISATA SEJARAH***CITY BRANDING FOR NGAWI CITY THROUGH HISTORICAL DESTINATION*****Alvia Nora Pradita**

Prodi S1 Desain Komunikasi Visual, Universitas Telkom

alvianorap@gmail.com

Abstrak. Kota-kota besar di Indonesia sudah banyak memiliki identitas untuk memperkenalkan keunggulannya, antara lain Jakarta, Bandung, Jogja, Solo, dan masih banyak lagi. Kota Ngawi adalah kota yang berada di pintu masuk provinsi Jawa Timur di bagian barat, banyak sekali pelancong yang melewati Ngawi untuk menuju daerah lain di Jawa Timur, menurut sekretaris Dinas Pariwisata dan Pemuda Olah Raga, pelancong tersebut kurang mengenal Ngawi, hanya sekedar lewat, padahal Ngawi memiliki lima destinasi wisata sejarah yang beragam, mulai dari zaman manusia purba hingga pasca Indonesia merdeka. Kelima lokasi ini berkaitan langsung dengan sejarah Indonesia, sehingga masyarakat sebaiknya mengetahui bagaimana perjuangan para pahlawan sebagai wujud apresiasi dan penghormatan terhadap pahlawan, terutama remaja dewasa yang menyukai kegiatan menjelajah wisata-wisata di Indonesia maupun di luar negeri, informasi yang mereka peroleh dapat diteruskan kembali kepada khalayak umum, dan berpengaruh untuk pengenalan Ngawi. Sehingga diperlukan pengenalan terhadap Ngawi, melalui kelima wisata sejarah tersebut. Oleh karena itu tujuan penelitian ini adalah untuk dapat merancang *city branding* Kota Ngawi melalui wisata sejarah tersebut sebagai cara memperkenalkan Ngawi. Menggunakan metode pengumpulan data kualitatif yaitu studi pustaka, observasi, wawancara dan metode analisis SWOT. Hasil perancangan tersebut berupa buku ilustrasi tempat wisata sejarah di Ngawi serta uraian pengenalan hasil *city branding* yaitu berupa logo dan slogan.

Kata kunci : *city branding*, wisata sejarah, buku, ilustrasi, memperkenalkan, informatif.

Abstract. Major cities in Indonesia have many identities to introduce their superiority, including Jakarta, Bandung, Jogja, Solo, and many more. The city of Ngawi is a city located at the entrance of East Java province in the west, many travelers passing through Ngawi to other areas of East Java, according to the secretary of Tourism and Youth Sports, the traveler is less familiar with Ngawi, just passing by, Ngawi has five different historical tourist destinations, ranging from ancient human era to post-independence Indonesia. These five locations are directly related to the history of Indonesia, so the public should know how the heroes struggle as a form of appreciation and respect for the heroes, especially adolescents who love the activities of exploring the tours in Indonesia and abroad, the information they get can be forwarded back to Public, and influential for the introduction of Ngawi. So that required introduction to Ngawi, through the five historical tours. Therefore, the purpose of this study is to be able to design city branding of Ngawi City through the historical tour as a way of introducing Ngawi. Using qualitative data collection method is literature study, observation, interview and SWOT analysis method. The design result is a book illustration of historical sights in Ngawi as well as the description of the city branding in the form of logo and slogan.

Keywords: *city branding*, historical tours, books, illustrations, introduce, informative.

1. PENDAHULUAN

Ngawi adalah kota yang terletak di bagian paling barat provinsi Jawa Timur yang berbatasan langsung dengan provinsi Jawa Tengah. Ngawi sebagai Daerah Swatantra dan Naditira Pradesa, pada jaman Pemerintahan Raja Hayam Wuruk (Majapahit) tepatnya tanggal 7 Juli 1358 Masehi, yang tersebut dalam Prasasti Canggal yang berangka Tahun Saka 1280. Wisata pada Jatipangawitan ini mendominasi wisata sejarah, mulai dari zaman prasejarah sampai Indonesia merdeka, ini membuktikan bahwa Ngawi erat sekali kaitannya dengan sejarah, yang pertama adalah ditemukannya fosil manusia kera berjalan tegak yaitu *Pithecanthropus Erectus* oleh Eugene Dubois, di Ngawi. Sekarang lokasi penemuan tersebut dijadikan sebagai destinasi wisata yang bernama Museum Trinil, museum berisikan fosil-fosil manusia dan hewan purba, serta tugu yang dibuat oleh E. Dubois sebagai penanda pernah ditemukannya fosil-fosil tersebut, yang kemudian diresmikan oleh gubernur Jawa Timur yaitu Soelarso pada tahun 1991. Wisata sejarah selanjutnya adalah wisata sejarah yang menawarkan peninggalan-peninggalan bersejarah pada jaman majapahit, yaitu situs Reco Banteng, atau yang biasa disebut oleh warga Ngawi adalah Reco Banteng. Kemudian ditemukan patung-patung, yang menurut warga adalah patung Ganesha, Nandi, Lingga dan yoni. Selain itu terdapat batu bekas bangunan candi yang runtuh. Kemudian benteng Van Den Bosch. Lokasi benteng ini sangat strategis karena berada di Kota Ngawi. Karena Kota Ngawi menjadi salah satu pusat perdagangan dan pelayaran di Jawa Timur, maka oleh Belanda digunakan sebagai pusat pertahanan Belanda di wilayah Ngawi dalam perang Diponegoro. Sebagai pertahanan dalam kedudukannya dan fungsi strategis Ngawi untuk menguasai jalur perdagangan. Selanjutnya setelah Indonesia merdeka Ngawi masih menjadi peranan penting bagi tokoh-tokoh terkemuka, yaitu Dr. Radjiman Wedyodiningrat, sebagai ketua BPUPKI, setelah beliau pernah menjadi dokter di keraton Surakarta beliau mendirikan rumah dan tinggal di wilayah Dirgo, yang berada di plosok Ngawi pada tahun 1935. Beliau memilih lokasi ini karena suasananya yang sejuk dan tenang. Beliau menempati rumah ini hingga menutup usia pada tahun 1952. Kediaman beliau kini masih dirawat oleh pemerintah daerah Ngawi, tampak pada sekitar lokasi dan bangunan yang bersih.

Kemudian berjalan kembali setelah Indonesia merdeka, Ngawi masih lekat dengan sejarahnya yaitu, terbunuhnya gubernur Jawa Timur yang pertama kali yaitu Raden Mas Toemenggoeng Ario Soerjo. Begitu Indonesia merdeka, strategis dan pentingnya Ngawi tidak terlihat kembali, sehingga perkembangan diberbagai bidang sangat lambat. Pada bidang pariwisata juga menjadi dampaknya. Padahal peninggalan sejarah di Ngawi layak menjadi tujuan wisata dan menyimpan nilai historis dan budaya. Apabila lokasi-lokasi ini dipelihara dan dijaga lagi dapat digunakan sebagai media pembelajaran dan pengenalan edukasi situs sejarah, serta menambah devisa apabila mendatangkan wisatawan dengan jumlah yang banyak dan meningkat setiap tahunnya. Beberapa informasi yang terangkum dalam media masih belum lengkap untuk menjelaskan keberadaan potensi wisata sejarah di Ngawi. Citra yang dibangun oleh pemerintah masih belum membentuk *positioning* jati diri dari Ngawi, atau yang biasa disebut *City Branding*.

Membangun *brand* sebuah kota berarti membangun identitas kota. Sebab, identitas, citra, dan komunikasi adalah tiga komponen penting dalam *brand* kota (Yananda, 2014: 85). Komponen ini sangat penting dalam sebuah target pemasaran. Oleh karena itu, perlu adanya *city branding* untuk kota Ngawi sesuai citra yang terbentuk pada Ngawi.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 City Branding

Menurut Merrilees, Miller and Herington (2009) dalam artikel berjudul "*Antecedents of Residents' City Brand Attitudes*" menyatakan *City branding* adalah tentang tata cara berkomunikasi yang tepat untuk membangun merek kota, daerah, masyarakat yang tinggal di dalamnya berdasarkan pasar entitas mereka.

2.2 Logo

Entitas adalah objek yang sebenarnya dimaksudkan. Pertama kali istilah *logotype* muncul tahun 1810-1840 diartikan sebagai : tulisan nama entitas yang didesain secara khusus dengan menggunakan teknik *lettering* atau memakai jenis huruf tertentu

2.3 Layout

Dalam merancang sebuah karya desain diperlukan *layout*. *Layout* pada dasarnya dapat dijabarkan sebagai tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep/pesan yang dibawanya.

2.4 Tipografi

Tipografi merupakan ilmu memilih dan menata huruf sesuai pengaturannya pada ruang-ruang yang tersedia guna menciptakan kesan tertentu, sehingga menolong pembaca mendapatkan kenyamanan membaca semaksimal mungkin.

2.5 Warna

Warna adalah mutu cahaya yang dapat ditangkap oleh indra penglihatan atau mata manusia (Wibowo, 2013:148). Warna merupakan salah satu elemen yang dapat menarik perhatian, meningkatkan *mood*, menggambarkan citra sebuah perusahaan, dan lainnya.

2.6 Ilustrasi

Ilustrasi menurut definisinya adalah seni gambar yang dimanfaatkan untuk memberi penjelasan atas suatu maksud atau tujuan secara visual.

2.7 Buku

Buku digunakan untuk menyampaikan informasi berupa cerita, alporan, ilustrasi, dan masih banyak lagi.

2.8 Promosi

Promosi adalah kegiatan penjualan dan pemasaran dalam rangka menginformasikan dan mendorong permintaan terhadap produk, jasa, dan ide dari perusahaan dengan cara memengaruhi konsumen agar mau membeli produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan.

3. Konsep dan Hasil Perancangan

3.1 Konsep Kreatif

Konsep media yang penulis buat adalah berupa buku dengan ilustrasi menarik pada setiap tempat wisata, sehingga pembaca tidak monoton ketika membaca, karena komponen ilustrasi yang lebih dominan, pada media buku tersebut akan dicantumkan logo atau identitas dari Kabupaten Ngawi yang dibuat melalui citra yang terbentuk dari Kabupaten Ngawi. Mampu membantu program kerja pemerintah.

3.2 Konsep Media

Media utama yang digunakan untuk mempromosikan identitas Kabupaten Ngawi adalah buku ilustrasi yang menggambarkan tempat wisata, dengan menambahkan logo yang sudah terbentuk sebagai identitas yang kuat dari citra masyarakat Ngawi.

Media pendukung:

A. Poster

Terdapat dua konten yang digunakan untuk pembuatan poster. Poster pertama berisi ajakan kepada masyarakat untuk berwisata ke Ngawi. Poster yang kedua berisi peluncuran buku ilustrasi wisata sejarah Kabupaten Ngawi beserta identitasnya. Penempatan poster ini akan diletakkan pada mading kampus dan toko buku.

B. Merchandise

1. Identitas Kabupaten Ngawi akan diaplikasikan pada *merchandise* adalah seperti logo dan beberapa sampel ilustrasi tempat wisata yang diaplikasikan pada:
 1. Gantungan Kunci
 2. *Mug*
 3. Topi
 4. Stiker
 5. Kalender

6. Kaos

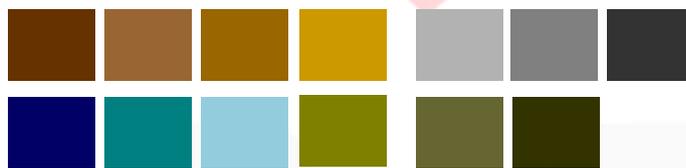
Merchandise ini akan dijual pada masing-masing tempat wisata. Dengan adanya ini bisa menarik pengunjung untuk datang ke tempat wisata.

3.3 Konsep Visual

4.4.1 Buku Ilustrasi Tempat Wisata Sejarah

a. Warna

Warna-warna yang digunakan penulis untuk perancangan ini adalah nuansa warna zaman dahulu (jadul), agar mendapatkan nuansa perjuangan pada zaman dahulu. Warna-warna akan lebih menuju pada warna gelap dan netral yang disukai laki-laki dan perempuan pada remaja akhir.



b. Tipografi

Jenis *font* yang digunakan adalah jenis *sans serif*. Karena jenis *font* ini memiliki tingkat keterbacaan yang baik. Jenis *font* ini akan diaplikasikan pada *body text*. Nama font yaitu Helvetica.

c. Gaya Ilustrasi

Pada buku ilustrasi ini penulis memakai gaya ilustrasi dengan teknik manual menggunakan kertas dan kuas, media yang digunakan adalah media cat air. Pemilihan gaya ilustrasi ini menurut target *audience* sesuai dengan tema sejarah yang diambil, karena teknik ini terlihat tidak terlalu modern.



d. Layout

Layout yang dipilih dalam perancangan ini adalah menyerupai buku catatan, dengan ilustrasi tempat wisata yang lebih dominan daripada teksnya.



e. Rancangan Isi Buku

Di dalam sebuah buku tentunya terdapat bagian-bagian dari isi buku agar mudah dibaca dan dipahami dengan runtun. Berikut adalah bagian-bagian dari isi buku ilustrasi tempat wisata sejarah di Kabupaten Ngawi:

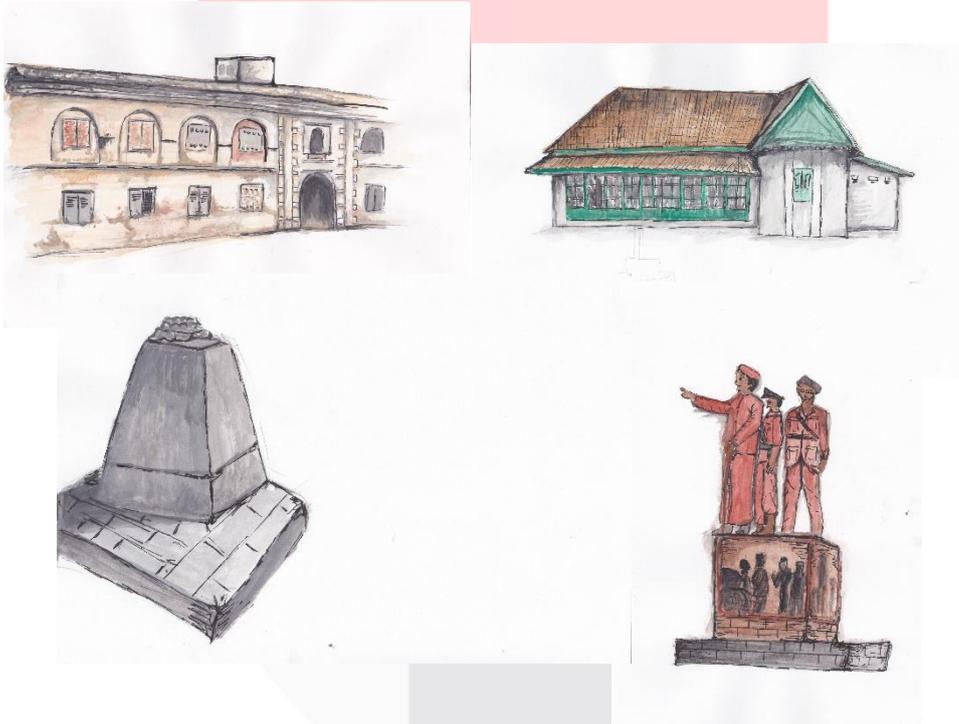
1. Kata Pengantar
2. Daftar Isi
3. Pembukaan :
 - Sejarah dan asal usul Ngawi
 - Pengenalan Logo dan Slogan untuk Ngawi
4. Isi : wisata sejarah :
 - Museum Trinil
 - Arca Banteng
 - Benteng Van Den Bosch
 - Kediaman Dr. Radjiman Wedyadiningrat
 - Monumen Soerjo

Pada bagian isi utama ini akan dilengkapi dengan denah dari pusta kota menuju lokasi tempat wisata.

5. Penutup:
 - info penginapan
 - info transportasi menuju Ngawi
 - info toko oleh-oleh di Ngawi.

f. Hasil Sketsa

Berikut ini adalah sketsa dari perancangan buku ilustrasi wisata sejarah Kabupaten Ngawi. Beberapa sketsa ini adalah tempat wisata sejarah yang ada di Ngawi.

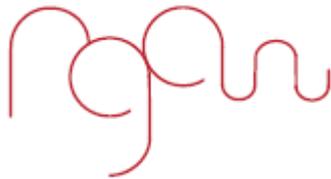
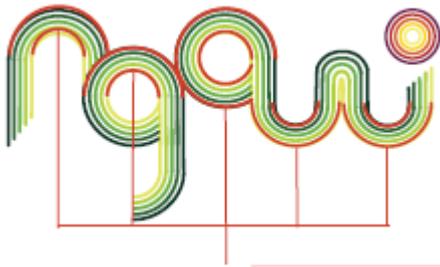


3.4 Logo

Menurut data observasi diketahui bahwa masyarakat Ngawi memiliki karakter yang guyub rukun, andap asor dan ayem tentrem. Kemudian Ngawi berasal dari kata awi yang artinya bambu. Data inilah yang menjadi dasar terbentuknya logo.

Bambu Bentuk dasar huruf adalah bambu. Bambu yang dipotong sehingga terlihat bentuknya yang bulat. Bambu ini berasal dari kata dasar Ngawi yaitu “awi” yang berarti bambu. Karena tumbuhan bambu ini banyak tumbuh di sekitaran sungai bengawan solo yang melewati Ngawi.





5 Gari = 5 tempat wisata sejarah



3.5 Hasil perancangan

a. Buku ilustrasi



b. buku panduan logo



kom
ersity

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Perancangan tugas akhir ini berdasarkan kurang dikenalnya Kabupaten Ngawi yang memiliki situs sejarah yang lengkap mulai dari awal peradaban manusia, yaitu manusia purba, kemudian zaman Majapahit, setelah itu peninggalan sejarah pada masa perjuangan merebut kemerdekaan, hingga pasca Indonesia merdeka. Selain itu, Ngawi belum memiliki identitas yang kuat dan sesuai untuk menggambarkan citranya.

Berdasarkan fenomena tersebut, penulis mengumpulkan data dan menganalisis permasalahan yang ada, sehingga diperoleh perancangan *city branding* untuk Ngawi, melalui wisata sejarah tersebut. Perancangan ini menghasilkan dua buah karya, yaitu komponen dari *city branding* itu sendiri, yaitu berupa logo dan slogan. Kemudian yang kedua adalah buku ilustrasi situs sejarah yang ada di Ngawi, dengan target audiens adalah remaja penyuka travelling, maupun pekerja kantoran yang memerlukan kegiatan untuk jalan-jalan. Konsep buku ilustrasi ini dibuat untuk menginformasikan wisata sejarah dengan pengayaan ilustrasi berupa cat air manual, dimana pembaca akan dibawa untuk menjelajah wisata sejarah tersebut.

4.2 Saran

Perancangan *city branding* ini, penulis mengalami beberapa kesulitan, sehingga bagi pembaca sebaiknya melakukan saran dari penulis yang telah menyelesaikan perancangan :

1. Memahami pengertian *city branding* dengan mendalam.
2. Memahami betul *keyword* dari kota yang akan dipilih, sehingga tidak akan mengalami kesulitan dalam membuat komponen *city branding*, misalnya logo dan *tagline*.
3. Pahami teori yang digunakan dalam perancangan, sehingga perancangan lebih sesuai dengan konsep.
4. Ketelitian dalam mengerjakan
5. Pengetesan pertama dalam mencetak buku, sehingga meminimalisir kesalahan yang terjadi saat mencetak buku.
6. Perhatikan kembali buku yang telah dicetak, segera lakukan perbaikan apabila masih terdapat kesalahan dalam pencetakan.

Kurang lebih sudah disebutkan kesulitan yang dialami penulis, sebaik diperhatikan dengan benar. Sehingga meminimalisir kembali kesalahan yang pernah dilakukan penulis dalam perancangan. Semoga apa yang penulis sampaikan bermanfaat bagi pembaca.