

# MONUMEN KERIS SEBAGAI *CITY BRANDING* DALAM STRATEGI *CULTURE KNOWLEDGE* DI KOTA SURAKARTA

**Haris Fajar Nugroho**

Pascasarjana Institut Seni Indonesia Surakarta

Email:

## ABSTRACT

*The development of Surakarta (Solo—the spirit of Java) city construction has various forms of buildings that have the potential to support the city's identity through tourism and culture. One of them is the Keris monument. The Keris monument as a landmark or city marker strongly reflects the identity values of a city (attachment). This study examines the role and function of the Keris Monument as a landmark in cultural knowledge strategy for visiting tourists. This study is field research using qualitative research methods. The results of this research are not in measurement but in contextual descriptive values and meanings. The research approach is based on descriptive qualitative research methods using a naturalistic paradigm. The main focus of this research is to find out the role and function of the Keris monument as city branding in support of the cultural knowledge strategy in Surakarta. This research was conducted to review developments following the slogan of Surakarta, 'Solo, the Spirit of Java,' which is based on existing ethnic identity as a characteristic of a tourist and cultural city.*

**Keywords:** *Keris Monument, city branding, culture knowledge.*

## PENDAHULUAN

Kota merupakan salah satu dari hasil inisiatif dari gagasan manusia dalam konteks pembentukan ruang melangsungkan aktivitas dan budaya. Kondisi peradaban manusia tercermin melalui bentuk kota yang dapat dijadikan sebagai indikator dalam suatu lini masa. Kota yang secara representatif memiliki elemen fisik yang menjadi identitas atau citra dari keunggulan yang dimiliki melalui bentuk monumen sebagai simbol atau penanda. Pada umumnya sebuah kota berusaha mempresentasikan identitas secara umum, serta menyeluruh dengan nilai dan makna tertentu. Sehingga keberadaannya menjadi ciri dan karakteristik, yang dapat membedakan wilayah tersebut dengan wilayah yang lain. Identitas sebuah kota tersaji sebagai upaya *culture knowledge* melalui visualisasi mo-

numen yang berkaitan erat dengan masyarakat penghuni kota (Amikarsa 2016, 21).

Kota Solo atau Surakarta merupakan salah satu kota yang menjadi tujuan destinasi wisata di Provinsi Jawa Tengah. Kota Surakarta yang letaknya strategis dari aspek transferabilitas dan aksesibilitas transportasi, dengan ragam obyek wisata dan budaya. Promosi kota Surakarta, antara lain; "Solo Tempo Dulu", "Solo Kotaku", "Jawa Budayaku" dan "Solo The Spirit of Java" sebagai bentuk slogan dengan konsep *city branding*. Konsep tersebut sekaligus menjadi strategi dalam membentuk identitas kota Surakarta (Madan, 2006).

*Landmark* kota Surakarta salah satunya adalah Tugu Keris sebagai peran kota yang berkaitan dengan pusat pengkajian,

pengembangan serta pelestarian keris. Keris sebagai warisan budaya dunia asal Indonesia yang telah diakui oleh UNESCO, menjadi sebuah kebanggaan bagi bersama khususnya bagi generasi muda. Monumen berupa tugu keris merupakan bentuk penghormatan dan penghargaan terhadap nenek moyang yang telah mewariskan karya budaya bangsa yang berupa keris. Keberadaan tugu keris diharapkan mampu menjadi ikon baru bagi kota Surakarta. Tugu keris yang letaknya cukup strategis yaitu; berada di sebelah timur pintu masuk terminal Tirtonadi dengan tinggi 25 meter berwarna tembaga. Letak tugu keris berpotensi menjadi *city branding* sebagai elemen fisik kota Surakarta, yang di dalamnya terdapat makna sehingga harus tersampaikan dengan baik bagi pengamat.

Tujuan penelitian adalah untuk mengkaji peran dan fungsi Monumen Keris sebagai *city branding* dalam strategi *culture knowledge* bagi masyarakat atau wisatawan yang berkunjung di kota Surakarta. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan atau *field research* dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Capaian dari penelitian bukan pada pengukuran, melainkan pada nilai dan makna secara deskriptif kontekstual (Mulyana, 2011). Adapun pendekatan dalam penelitian ini berdasarkan metode penelitian kualitatif deskriptif menggunakan paradigma naturalistik. Menurut Moleong (1989: 34), paradigma naturalistik dengan tujuan untuk dapat mengetahui aktualitas dan realitas atas objek penelitian, serta persepsi manusia sebagai subjek atau pengguna melalui pengakuan manusia yang mungkin tidak dapat diungkapkan melalui penonjolan atau pengukuran formal dengan pertanyaan penelitian yang telah dipersiapkan.

Fokus utama dalam penelitian ini adalah untuk dapat mengetahui bagaima-

na peran tugu keris, sebagai *city branding* dalam mendukung strategi *culture knowledge* di kota Surakarta. Penelitian ini dilakukan untuk dapat meninjau perkembangan sesuai dengan slogan kota Surakarta yaitu '*Solo The Spirit Of Java*' yang berpijak pada identitas etnik yang ada sebagai ciri khas kota wisata dan budaya.

## METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan berdasarkan metode penelitian kualitatif deskriptif menggunakan paradigma naturalistic. Menurut Moleong (1989: 34), Tujuan utama dengan menggunakan paradigma naturalistik adalah untuk dapat mengetahui realitas yang actual atas objek penelitian tertentu yang dianalisa. Persepsi manusia menjadi subjek atau pengguna melalui adanya pengakuan yang tidak dapat diungkapkan melalui pengukuran formal atau penyanganan dan terdapat pertanyaan penelitian yang telah dipersiapkan.

Paradigma tersebut dapat digunakan untuk dapat memahami suatu gejala lingkungan dengan segenap perubahan atau dampak, apabila berhasil memperoleh fakta pendukung bersumber pada persepsi atau ungkapan dari para pelaku yang saling berkaitan. Ciri dari paradigma naturalistik adalah pengamatan dan pengumpulan data yang dilakukan pada latar tanpa *setting* atau alamiah, yang berarti tanpa adanya manipulasi objek yang diteiti atau diamati. Paradigma naturalistic dalam penelitian ini berguna untuk dapat mengetahui keterkaitan antara monument berupa tugu keris yang ada di kota Surakarta dengan adanya persepsi pengguna berdasarkan nilai, fungsi dan makna sebagai *city branding* atau identitas kota.

Paradigma naturalistik yang cenderung berorientasi pada proses, maka penelitian

ini dianggap tepat untuk dapat mendalami hal berkaitan dengan objek penelitian. Pengkajian dengan paradigma naturalistic dapat dilakukan dengan focus deskriptif, yang relatif membutuhkan improvisasi terkait pertanyaan penelitian. Pertanyaan-pertanyaan dapat lebih terfokus dengan ruang lingkup analisa yang lebih sempit menggunakan teknik *synchronic reading*.

Pendekatan penelitian yang digunakan pada penelitian ini berdasarkan pada metode penelitian kualitatif deskriptif dalam paradigma naturalistik. Penelitian kualitatif dengan tujuan untuk memahami fenomena yang berkaitan dengan subjek penelitian misalnya; perilaku, persepsi, motivasi, tindakan secara holistic dengan deskripsi berbentuk kata-kata atau Bahasa atas sebuah konteks alamiah dengan metode alamiah. Rancangan penelitian kualitatif dengan latar belakang masalah, tinjauan Pustaka dan hipotesa yang telah dibuat. Rancangan tersebut mempengaruhi paradigma dalam pengumpulan data dan keabsahan data.

Kota Surakarta memiliki monumen berupa tugu keris dengan bentuk fisik (kasat mata) yang dapat ditangkap oleh pengamat pada saat mengamati, menikmati dan memahami sebagai *landmark*. Monumen keris merupakan salah satu bagian dari elemen-elemen fisik pembentuk identitas kota sesuai dengan pandangan Kevin Lynch (1981), (*Path, Edges, Districs, Nodes, dan Landmark*) yang dapat membantu pengamat dalam memahami sebuah kota. Monumen sebagai *landmark* yang berkaitan dengan pembentukan identitas (*city branding*) kota Surakarta ini, menggunakan metode penelitian kualitatif yang akan menghasilkan data deskriptif baik berupa kata tertulis atau lisan dari sumber dan perilaku yang akan diamati. Secara lebih lanjut, metode tersebut akan diuraikan dalam tahapan-tahapan yang ditempuh dalam penelitian ini.

Penelitian ini dilakukan dengan rancangan tahapan-tahapan untuk dapat mencapai

tujuan dari focus penelitian yaitu *Monumen Keris sebagai City Branding dalam Strategi Culture Knowledge di Kota Surakarta*. Tahap Pertama, Persiapan, meliputi persiapan dalam penentuan alat, metode pengumpulan dan teknik penyajian data. Tahap Kedua, *Survey* dan pengumpulan data, adalah aktivitas yang dilakukan dengan terjun secara langsung di lapangan (*field research*), bertujuan untuk mengumpulkan informasi menuju proses selanjutnya, yaitu analisa data. Proses penggalian dan pencarian informasi yang berupa data tersebut memiliki tahapan. Aktivitas ini berorientasi pada rencana dalam pencarian fakta-fakta lapangan yang mengacu pada potensi dan permasalahan yang ada. Penelitian yang berkaitan dengan elemen fisik sebagai identitas kota, dengan melihat keterkaitan antara keberadaan monumen berupa Tugu Keris dan aktivitas masyarakat kota Surakarta dalam konteks pembacaan fungsi Tugu Keris sebagai *landmark*.

Tahap ketiga adalah analisa data. Data yang sudah diperoleh kemudian diolah dengan pendekatan analisa yang sesuai dengan sudut pandang penelitian dalam studi *culture knowledge*. Penelitian ini mencoba menggunakan teknik analisa *Synchronic Reading* dalam proses analisa yang dilakukan secara bersamaan dengan proses pengumpulan data. Pengumpulan data secara procedural dengan tujuan untuk memudahkan dalam melakukan penelitian secara efisien.

## Hasil dan Pembahasan

### Peran Monumen Keris di Kota Surakarta

Peran dan tugas pemerintah kota dalam pembangunan kepariwisataan sesuai dalam Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 13 tahun 2006, tentang Pedoman Pengelolaan Keuangan Daerah. Menyatakan bahwa kebudayaan merupakan salah satu urusan dan tugas

wajib bagi pemerintah daerah dalam upaya peningkatan, pembangunan kebudayaan dan kepariwisataan agar dapat berjalan dengan baik dan berkesinambungan. Hal tersebut membutuhkan suatu perencanaan yang matang dan terstruktur, serta disusun berdasarkan data terkini yang akurat, berdasarkan visi, misi, situasi dan kondisi daerah. Pembangunan nasional di bidang kebudayaan dan kepariwisataan memerlukan dukungan semua pihak, baik pemerintah, swasta, maupun *stakeholder* kebudayaan dan kepariwisataan.

Wisata budaya menjadi destinasi yang ada di kota Surakarta (Solo). Ragambentuk kesenian tradisional dan kuliner menjadi ciri khas bagi kota Surakarta. Selain itu, juga terdapat dua tempat bersejarah penting yaitu; Keraton Kasunanan dan Pura Mangkunegaran. Keragaman budaya yang dimiliki kota Surakarta sangat potensial untuk dijadikan sebagai upaya pertumbuhan dan perkembangan kota dengan corak yang khas. Oleh karena itu, Kota Surakarta memiliki slogan '*Solo The Spirit Of Java*', yang dapat diartikan sebagai kota Solo merupakan jiwanya Jawa. Slogan tersebut dapat dijadikan sebagai media promosi tentang identitas kota kepada masyarakat umum baik dalam dan luar negeri (Nahak, 2019).

Masyarakat kota Surakarta sangat kental dengan kegiatan seni dan kebudayaannya. Salah satunya adalah sebagai pusat pengkajian dan pelestarian keris. Keris telah diakui oleh *United Nations Educational Scientific and Cultural Organization* (UNESCO), sebagai karya agung warisan budaya 'bendawi' dan 'non-bendawi' asli bangsa Indonesia (Nugroho, 2021). Bentuk keris sebagai monument di kota Surakarta merupakan wujud penghargaan dan penghormatan atas warisan budaya keris.



**Gambar 01.** Piagam Penghargaan Pengakuan UNESCO Terhadap Keris.

Unduh: Nugroho, 02/01/2023. 18.01 WIB

Sumber: <http://omahnara.blogspot.com/2017/07/sekilas-pengakuan-keris-indonesia-oleh.html>

Keris Nusantara telah ada sejak sekitar abad ke-10 hingga sekarang. Perjalanan sejarah menunjukkan bahwa keris merupakan karya seni golongan elit (the art cultural elit) (Darmojo, 2018). Keberadaan monumen keris di Surakarta erat berkaitan dengan historis Kraton dengan ditunjang keberadaan Museum Keris Nasional dan Program Studi (D-IV) Keris di Institut Seni Indonesia Surakarta.

Miles (1989) menegaskan bahwa monumen terbaik adalah monumen yang dibangun baru pada masa setelah kejadian yang menjadi acuan, sehingga mampu mengungkapkan kenangan yang kuat. Monumen yang dibangun baru dengan tujuan peringatan yang jelas akan memiliki bentuk, taman atau plaza, serta posisi terbaik untuk dapat mengenang sebuah peristiwa penting tertentu yang ingin dihadirkan.

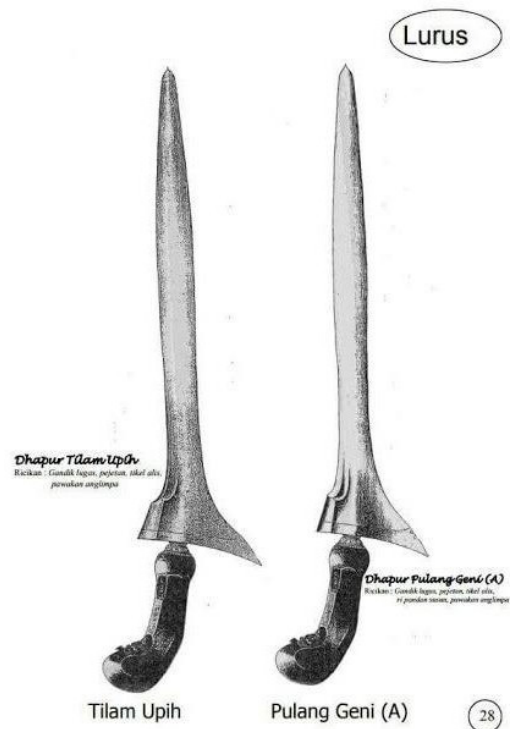




**Gambar 02.** Foto Tugu Keris Surakarta (sore hari).  
Doc: Nugroho, 2023.

Monumen berupa tugu keris yang divisualisasikan pasca pengakuan dan penguatan keris sebagai warisan budaya, sesuai dengan pernyataan Miles (1989) tersebut. Pandangan Dharsono (2006) yaitu; tentang upaya meniru sesuai bentuk pakem, tetapi dengan menggunakan teknik dan bahan yang telah disesuaikan dengan kebutuhan sekarang. Bentuk monumen yang dibuat merupakan karya seni monumental dalam usaha studi-tradisi pada pencarian alternatif sebagai bentuk pelestarian. Dengan mencoba menghadirkan Kembali atau meniru karya warisan budaya (peninggalan) masa lalu menggunakan konsep revitalisasi *sanggit*, yang secara vital mengacu karya seni tradisi. Dalam strategi penciptaannya dengan menggunakan konsep konservasi serta pelestarian dengan *mutrani (nunggak semi)*.

Fungsi monumen keris salah satunya sebagai *landmark* dalam elemen eksternal di kota Surakarta, memiliki bentuk visual yang menonjol yang mencerminkan wilayah tertentu (*attachment*).



**Gambar 03.** Bentuk Tipologi Keris Tilamupih (kiri) sebagai Revitalisasi *Sanggit* dalam Monumen Tugu Keris di Kota Surakarta  
Repro: Nugroho, 2023.  
Sumber: Buku Dhapur Yayasan Damartadji.



**Gambar 04.** Stilasi Bentuk Bilah Keris pada Wayang Beber Pacitan  
Doc: Abadi, 2021.  
Sumber: Tesis Sayembara Kediri, 2021.

*Landmark* merupakan elemen penting dari sebuah kota, keberadaannya dapat membantu dalam mengorientasikan diri (di dalam kota) dan membantu untuk pengenalan suatu daerah termasuk kota (bagi pengunjung) (Amikarsa 2016, 57).

Monumen keris merupakan salah satu bentuk ragam bangunan arsitektur yang merupakan media ekspresi atas jati diri kota Surakarta. Faktor utama dalam penciptaan rasa tentang harga diri dan jati diri atau identitas termasuk kota (*city branding*) sebagai bentuk pengejawantahan dari kesinambungan historis masa lampau, masa kini dan masa yang akan datang (Sidharta, 1986). Monumen keris Surakarta sebagai bentuk karya seni bangun, dengan fungsi dan makna yang diwujudkan secara kongkrit dan simbolis. Sehingga dapat menciptakan dialog atau komunikasi dengan khalayak luas atau seni rupa publik (*public art*). Karya seni bangun monumen keris divisualisasikan atas kaidah serta prinsip-prinsip yang sesuai dengan maksud dan tujuan atas klaim kota Surakarta sebagai kota Budaya.

Louis G. Redstone (1981) dalam buku yang berjudul '*Public Art: New Directions*', menulis tentang *public art* yang di dalamnya termasuk monumen. Monumen yang sangat erat berhubungan dengan *landmark*, keberadaan monumen pada umumnya didukung oleh sejumlah elemen lainnya. Sehingga mampu mencerminkan ciri yang menonjol melalui seni bangun arsitekturalnya. Monumen keris Surakarta mampu memberikan ciri visual dari sudut kota atau *landmark* yang terletak sangat strategis, yaitu; berada di depan terminal Tirtonadi (sebelah timur pintu masuk terminal). Monumen keris *dhapur*<sup>1</sup> Tilamupih berpamor *woshing wutah*<sup>2</sup> (lihat: buku *dhapur* Damartaji) dengan tinggi 25 meter tepat di tengah-tengah jembatan dengan lebar masing-masing 14,9 meter. Secara aspek fungsi sosialnya sebagai cermin yang merefleksikan nilai sosial budaya masyarakat, serta sebagai sarana transformasi atas nilai tertentu yang dianggap penting, dari individu dengan kelompok atau kelompok dengan kelompok sebagai media pembangun dalam aspek spiritualitas.



**Gambar 05.** Foto Tugu Keris Surakarta dari Taman Bendungan Tirtonadi denganelemen fisik pendukung berupa gedung tinggi (Swissbel Hotel).  
Doc: Nugroho, 2023.

Roger Trancik (1986) dalam *theory of place* menyatakan bahwa upaya dalam memahami kota lebih kepada makna dari ruang kota tersebut. Makna yang dimaksudkan adalah nilai atau *value* yang berakar dari budaya setempat. Penggalan suatu makna membutuhkan pemahaman dari berbagai aspek, antara lain; historis kota, jenis aktifitas, letak terhadap kota, dan lain-lain. Selaras dengan pandangan Lynch dalam buku *A Theory of Good City Form* (1981), yang menyatakan bahwa tidak hanya melalui kekuatan visual saja kota dianggap sebagai kota ideal, tetapi dari banyak faktor lain yang mempengaruhi, diantaranya kemampuan kota memenuhi kebutuhan dasar penghuni, ketersediaan fasilitas penghuni untuk beraktifitas dan juga rasa terhadap ruang-ruang kota yang bermakna. *Sense of place* adalah segala bentuk yang kasat mata dan memiliki makna, karena berkaitan erat dengan budaya. Sedangkan *sense of formal*

*structure* yang berkaitan dengan kemampuan seseorang terhadap orientasi di dalam *setting* kota (mental map), selain itu dipengaruhi oleh bentuk aktivitas dan budaya.

Strategi yang dilakukan antara lain melalui *city branding*. Menurut Madan (2006), *city branding* adalah upaya membangun identitas sebuah kota. Identitas lebih banyak berkaitan dengan apa yang dipikirkan seseorang terhadap orang lain, apa yang seseorang percayai dan apa yang seseorang lakukan.

### Strategi *Cultural Knowledge*

*Cultural Knowledge* merupakan bentuk upaya pelestarian budaya seluas-luasnya dengan cara membuat suatu pusat informasi mengenai kebudayaan yang dapat difungsionalisasikan ke dalam ragam bentuk. Tujuan utamanya adalah sebagai saran atau wahana edukasi dalam kepentingan pengembangan kebudayaan sertab potensi kepariwisataan daerah. Dengan demikian Generasi Muda dapat secara langsung atau tidak langsung dapat memperoleh bentuk pengetahuan tentang kebudayaan (*cultural knowledge*). Kebudayaan dapat dilestarikan dengan cara mengenalkan budaya secara *micro* (di dalam kota) atau *macro* (ke luar kota) melalui *city branding* (*icon*) sesuai dengan slogan yang tercermin sebagai identitas atas keunggulan kota Surakarta.

Upaya tersebut dilakukan sebagai solusi dan penawaran atas persoalan yang sering terjadi dalam masyarakat, yang terkadang cenderung kurang atau bahkan tidak merasa bangga terhadap produk atau kebudayaannya sendiri. Masyarakat khususnya generasi muda yang kurang memiliki kesadaran untuk melestarikannya. Oleh karena itu peran pelestarian budaya bangsa melalui perwujudan seni bangun berupa Monumen sebagai *landmark*, dapat dijadikan sebagai *city branding* selain bertujuan untuk edukasi nilai kebudayaan

di kota Surakarta. Semua itu dilakukan sebagai upaya pengenalan kebudayaan lokal kepada generasi muda, bahwa budaya yang ditampilkan itu adalah warisan dari leluhurnya, melalui *public art* atau jalur pendidikan formal (Ranjabar, 2006).

Masyarakat diharapkan mampu memahami dan mengetahui berbagai macam kebudayaan Nusantara. Ragam perwujudan yang memusatkan perhatian pada muatan lokal tentang pengetahuan kebudayaan. Strategi *cultural knowledge* diharapkan mampu memberikan dampak secara signifikan dalam pelestarian kebudayaan, antara lain:

1. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia dalam memajukan kebudayaan khususnya budaya perkerisan melalui *cultural knowledge* di kota Surakarta.
2. Mendorong masyarakat untuk memaksimalkan potensi budaya lokal dalam pemberdayaan dan pelestarian (preservasi dan konservasi).
3. Mempertahankan kebudayaan melalui identitas kota dari unsur elemen fisik dan formal.
4. Mengusahakan agar masyarakat mampu mengelola keanekaragaman budaya lokal.
5. Kebudayaan khususnya keris merupakan kebudayaan yang ada dan hanya dimiliki oleh bangsa Indonesia, peran dan kontribusi masyarakat sangat memberikan pengaruh dalam berbagai aspek.
6. Keris tersebar di setiap penjuru daerah di Nusantara, dalam setiap daerah mempunyai ciri khas masing-masing, sehingga diperlukan strategi dalam usaha pelestarian.
7. Bangsa Indonesia dengan kebudayaan lokal yang sangat beragam sebagai tanggung jawab Bersama untuk menjaga de-



ngan bentuk eksistensi dan ketahanan kebudayaan lokal berada dalam genggamannya generasi muda (Yunus 2014, 123).

## Kesimpulan

*Image* atau pandangan pengamat terhadap suatu kota merupakan hasil dari pendapat publik yang terakumulasi dari banyak *image* atau pandangan individu (*public image*). Meskipun *image* tiap individu terhadap kota adalah unik dan berbeda satu sama lain, tetapi *image* kota sangat ditentukan oleh pandangan yang *overlap* terhadap kota tertentu seperti Surakarta. Elemen-elemen kota tertentu yang merupakan kesepakatan publik seperti tugu keris sebagai pedanda kota (*landmark*) yang utama atau dominan sebagai *city branding* dalam strategi *cultural knowledge* di kota Surakarta sesuai dengan slogan kebanggaan yaitu ‘Solo The Spirit of Java’. Bentuk pengenalan terhadap keunggulan disebuah kota (*environmental image*) dapat memberikan berbagai keuntungan, yaitu: pemahaman bagi pengamat terhadap arah atau orientasi (*way finding*) di lingkungan kota, memberikan perasaan aman secara emosi, memberikan pengalaman sejarah masa lalu, dan memberikan peran dan pesan secara sosial.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amikarsa, Wahyu Wibawa. 2016. “Optimasi Peran Monumen sebagai Landmark dalam Membentuk Identitas Kota Surabaya”.
- Darmojo, Kuntadi Wasi. “Eksistensi Keris Jawa dalam Kajian Budaya”. *Texture, art and culture journal*.
- Hamzuri. 1993. *Keris*, Jakarta: Djambatan.
- Haryoguritno, Haryono. 2006. *Keris Jawa (antara Mistik dan Nalar)*. Jakarta: PT. Indonesia Kebangganku.
- Herusatoto, Boediono. Akhmad Arif Musadad. 2012. “Makna Keris dan Pengaruhnya Terhadap Masyarakat di Surakarta”.
- Lynch, Kevin. 1960. “The Image Of The City”, MIT Press Cambridge. Moughtin, Cliff, Oc., Taner, Tiesdell, Steven (1995), *Urban Design: Ornament and Decoration*, Butterworth-Heinemann Ltd., Oxford.
- Miles, Malcolm (ed.), 1989, *Art for Public Places*, Winchester, Winchester School of Art Press.
- Nahak. Hildigardis. 2019. “Upaya Melestarikan Budaya Indonesia Di Era Globalisasi”. *Ejournal.unib*.
- Nilawati, Ginoviva Tende. Sukarno, Bedjo. Nurnawati. 2016. “Solo The Spirit Of Java”. (Studi Deskriptif Kualitatif tentang Strategi Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta Slogan Solo The Spirit Of Java dalam Mempertahankan Daya Tarik Kota kepada Wisatawan).
- Nugroho, Adityo. 2014. “Slogan Solo The Spirit Of Java sebagai Promosi Pemerintah Kota Solo untuk *Go International*”.
- Nugroho, Haris Fajar. 2021. “KERTA JASA: Ajaran Panca Wasta sebagai Sumber Inspirasi Penciptaan Dhapur Keris”.
- Redstone, Louis G., 1981, *Public Art, New Direction*. United State of America: Mc Graw-Hill.
- Shidarta. Et al. 1986. “Konservasi Monumen, Lingkungan, dan Bangunan Kuno Bersejarah di Surakarta. Yogyakarta”. Gadjah Mada University Press.
- Trancik, Roger. 1986. *Finding Lost Space*. Van Nostrand Reinhold Company. New York.
- Wibawa, Prasida. 2008. *Tosan Aji (Pesona Jejak Prestasi Budaya)*, Jakarta; PT. Gramedia Pustaka Utama.