

PERANCANGAN AUGMENTED REALITY BERBASIS ANDROID SEBAGAI PROMOSI TAMAN SRIWEDARI SURAKARTA

Nur Hanifati Widayaningsih¹, Handriyotopo²

¹Program Studi (S1) Desain Komunikasi Visual

Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Surakarta

Email: nurhanifati@gmail.com

²Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta

Email: handriyotopo@gmail.com

Abstract

Taman Sriwedari Surakarta is a cultural heritage treasure that needs efforts to preserve and introduce historical buildings and cultural values to the public, especially young people, through Android-based augmented reality technology. The purpose of this design is that the public can enjoy historical videos, exterior buildings, and the revitalization of the 2018 Surakarta Sriwedari Park video based on android. The design of Augmented Reality becomes more attractive, interesting, and educational as well as a means of preserving Surakarta Sriwedari Park as a cultural heritage. This design uses the diffusion analysis of innovation, the Multimedia Development Live Cycle method, layout design, selection of typography and colors that have aesthetic values. The results of this design are in the form of identity creation, a catalog book containing markers and information, and an application called SriwedARI. An advertising promotion strategy in an effort to introduce this product uses above and below the line media as well as through online stores.

Keyword: Taman Sriwedari Surakarta, Augmented Reality, diffusion of innovation, marker.

Abstrak

Taman Sriwedari Surakarta merupakan harta artefak warisan budaya yang perlu dilakukan upaya untuk melestarikan serta mengenalkan bangunan sejarah dan nilai budaya kepada khalayak khususnya anak muda melalui teknologi *Augmented Reality* berbasis android. Tujuan dari perancangan ini yaitu agar masyarakat dapat menikmati video sejarah, bangunan *eksterior*, dan video revitalisasi Taman Sriwedari Surakarta tahun 2018 berbasis android. Perancangan *Augmented Reality* menjadi lebih atraktif, menarik, dan mendidik serta sebagai sarana pelestarian Taman Sriwedari Surakarta sebagai cagar budaya. Perancangan ini menggunakan analisis difusi inovasi, metode *Multimedia Development Live Cycle*, *layout design*, pemilihan tipografi dan warna yang memiliki nilai estetik. Hasil dari perancangan ini berupa pembuatan identitas, buku katalog yang berisikan *marker* dan informasi, serta aplikasi bernama SriwedARI. Strategi promosi periklanan sebagai upaya memperkenalkan produk ini menggunakan media *above and below the line* juga melalui toko *online*.

Kata Kunci: Taman Sriwedari Surakarta, Augmented Reality, difusi inovasi, marker.

PENGANTAR

Warisan budaya sebagai harta pusaka budaya baik berwujud atau tidak berwujud.

Bersumber dari masa lampau untuk kehidupan masyarakat sekarang dan kemudian diwariskan kembali untuk generasi yang akan datang secara berkesinambungan. Warisan budaya masa lalu yang diwariskan dari generasi yang satu kepada generasi yang lain, yang

tetap dilestarikan, dilindungi, dihargai, dan dijaga kepemilikannya (Ardika, 2007 : 19). Seperti halnya Indonesia memiliki warisan sejarah budaya baik fisik dan non fisik.

Augmented reality adalah salah satu teknologi yang menjadi isu dan tren teknologi masa kini (Pascasarjana Universtas Negeri Malang, 2016: 27-28). Teknologi *Augmented Reality* memiliki potensi yang besar baik sebagai sarana edukasi maupun *entertainment*. Salah satu keuntungan yang dapat diperoleh dari aplikasi *Augmented Reality* untuk tujuan edukasi yaitu meningkatkan pemahaman objek yang sedang dipelajari, dan berdasarkan data IDC (*International Data Corporation*) pada tahun 2016 Android memegang 86,8% *market share smartphone* di seluruh dunia, sehingga pemilihan android sangat tepat sasaran khusunya pengguna saat ini telah banyak menggunakannya.

Melihat kondisi dari Taman Sriwedari Surakarta dalam sejarahnya dahulu kala merupakan fenomena wisata budaya di Kota Surakarta, karena kualitas karakteristik budaya yang dimiliki dan juga nilai historis yang tidak lepas dari masyarakat. Taman ini juga menjadi bagian sejarah baik bagi kota Surakarta maupun bagi Negara. Dunia baru yang menyisakan jarak bagi dunia lama, membuat hawa intelektual di taman ini berangsur pupus, wajah rekreasi edukatif pada taman ini nampak memucat dan keceriaan warnanya terus memudar hingga hari ini.

Teknologi canggih yang ditawarkan sebagai solusi langkah untuk mewujudkan promosi dalam *Perancangan Augmented Reality Berbasis ANndroid Sebagai Promosi Taman Sriwedari Surakartayaitu Augmented Reality* merupakan suatu teknik untuk menggabungkan *object* dari dunia maya ke dunia nyata dengan kamera *smartphone* dan *android* diperlukan untuk menangkap gambar *marker*. *Marker* yang dimaksud di sini adalah pola yang dibuat, dalam bentuk gambar yang akan dikenali oleh kamera, sehingga dapat ditampilkan informasinya berupa gambar 3D bangunan *eksterior*, serta pembuatan aplikasi dan buku katalog yang nantinya berisikan informasi mengenai video sejarah dari taman ini, 3D bangunan *eksterior* Pendopo Joglo, Gedung Wayang Orang, Museum Radya Pustaka, Museum Keris, Gedung Kesenian Solo, Taman Hiburan Rakyat Sriwedari, dan video *trackview* hasil dari revitalisasi pada tahun 2018, dalam mempromosikan Taman Sriwedari Surakarta dengan menggunakan teknologi agar lebih *interaktif*.

Metode penciptaan merupakan proses dalam merealisasikan gagasan atau ide ke dalam sebuah karya. Hal ini merupakan pijakan sebagai dasar dalam pembuatan karya. Metode yang digunakan dalam proses Perancangan *Augmented Reality* berbasis android

sebagai promosi Taman Sriwedari Surakarta dengan teknologi *Augmented Reality* yang menggabungkan interaksi alami, nyata dan kaya akan realitas fisik dengan bebas dari kendala dan presisi *digital* di dunia. Salah satu manfaat aplikasi ini menjadikan bagian dari realitas fisik *user* atau pengguna adalah berpotensi dapat tampil lebih *intuitif* dan menyediakan antarmuka yang *user-friendly* untuk orang *non-teknis*, terdiri dari pengumpulan data, analisis data menggunakan analisis difusi inovasi, dan metode perwujutan.

Metode pengumpulan data dalam perancangan *Augmented Reality* berbasis android sebagai promosi Taman Sriwedari Surakarta menekankan pada pembuatan buku katalog, aplikasi, dan media promosi kepada masyarakat luas khususnya anak muda, menggunakan data bangunan bersejarah pada area taman tersebut sebagai masukan awal dalam penciptaan model tiga dimensi. Data diperoleh dengan wawancara dengan Ibu Sruti Respati dari dinas periwisata dan kebudayaan Kota Surakarta, bertugas pada bagian staff sub dinas sarana wisata, studi pustaka melalui beberapa buku di antaranya *Multimedia Interaktif Dengan Flash* (Ariesto Hadi Sutopo), *Augmented Reality for Android Application Development* (Jens Grubert, Dr. Raphael Grasset), *Augmented Reality For Geginers!* (Rozer Froze), *Pro Android Augmented Reality* (Raghav Sood), *Multimedia Development Lifecycle* (Swiss German University Indonesia). Observasi ke lokasi Taman Sriwedari Surakarta menggunakan teknik fotografi dan mencari data di internet.

Metode analisis data dalam perancangan *Augmented Reality* berbasis android sebagai promosi Taman Sriwedari Surakarta yaitu menggunakan analisis difusi inovasi dipengaruhi 4 elemen pokok yang nantinya akan berdampak pada perkembangan teknologi, terdiri dari *Inovasi*, yaitu sebuah ide baru dalam penyampaian sebuah informasi atau interaksi. *Saluran komunikasi*, adalah suatu pesan yang disampaikan dalam bentuk khusus. Dalam hal ini *Augmented Reality*. *Waktu*, cepat atau lambatnya penerapan atau adopsi teknologi bergantung pada penerimaan masyarakat tentang ide baru dalam teknologi. *Sistem sosial*, perubahan yang terjadi baik perubahan minor atau major dalam pengaplikasian teknologi.

1. Inovasi

Inovasi adalah ide atau gagasan yang dianggap baru oleh seseorang. Teknologi *Augmented Reality* masih dianggap baru oleh sebagian besar masyarakat khususnya masyarakat indonesia. Buku katalog Taman Sriwedari Surakarta *in Augmented Reality* dan aplikasi SriwedARI memungkinkan pengguna *smartphone* mengatahui informasi tentang Taman Sriwedari Surakarta khususnya bangunan yang ada di dalamnya dalam bentuk 3D (tiga

dimensi) kapan saja dan di mana saja tanpa harus mengunjungi Taman Sriwedari yang berlokasi di kota Surakarta. Keunggulan lainnya yaitu aplikasi tersebut tidak memerlukan akses atau koneksi internet.

2. Saluran Komunikasi

saluran komunikasi yang dapat digunakan, yaitu media massa dan interpersonal. Saluran komunikasi sebagai sarana untuk menyebarkan inovasi. teknologi *Augmented Reality* memperkaya dunia nyata dengan konten *virtual*. Penggunaan aplikasi *smartphone* sebagai media pembelajaran atau sebagai media promosi dinilai lebih efektif dan menarik karena masyarakat selalu tertarik pada ide atau desain baru.

3. Waktu

Proses difusi membutuhkan jangka waktu yang cukup panjang karena ada beberapa hal yang harus dilalui. Tahapan dalam proses difusi inovasi buku katalog Taman Sriwedari Surakarta *in Augmented Reality* dan aplikasi sriwedARI meliputi *knowledge* (tahap pengetahuan), proses dimana suatu inovasi dikomunikasikan kepada khalayak umum melalui media cetak, baik itu iklan di koran, majalah atau poster yang ditempatkan di lokasi umum. *Persuasion* (tahap persuasi) terjadi ketika individu memilih untuk bersikap positif atau negatif terhadap inovasi, dalam hal ini buku katalog Taman Sriwedari Surakarta *in Augmented Reality* dan aplikasi SriwedARI. *Decision* (keputusan) akan membawa individu atau pengguna aplikasi menimbang keuntungan atau kerugian suatu inovasi. ketertarikan dan manfaat akan buku katalog Taman Sriwedari Surakarta *in Augmented Reality* dan aplikasi SriwedARI akan diterima atau ditolak oleh pengguna dalam tahap ini.

4. Sistem Sosial

Buku katalog Taman Sriwedari Surakarta *in Augmented Reality* dan aplikasi SriwedARI akan diproses kemudian diadopsi oleh pengguna (*user*) dan dapat diterapkan dalam sistem sosial yang berlaku.

Proses penciptaan karya *Augmented Reality* berbasis android sebagai promosi Taman Sriwedari Surakarta menggunakan metode pengembangan sistem yang digunakan dalam perancangan ini adalah model pengembangan versi Luther-Sutopo yang dikenal dengan metode *Multimedia Development Live Cycle* (MDLC). *Multimedia Development Live Cycle* terdiri dari enam tahap, yaitu *Concept, design, material collecting, assembly, testing* dan *distribution* (Luther dalam Sutopo, 2012 :128). Keenam tahap ini harus berurutan, dalam praktiknya, tahap-tahap tersebut dapat saling bertukar posisi.

a. Concept

Dalam tahap ini ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, antara lain:

- 1) Menentukan tujuan perancangan *Augmented Reality* sebagai promosi Taman Sriwedari Surakarta yaitu terciptanya sebuah aplikasi media promosi Taman Sriwedari Surakarta yang dapat memberikan pengetahuan dan gambaran tentang taman tersebut, menggunakan teknologi *Augmented Reality* sehingga tampak secara *realtime* berbentuk *eksterior* 3 dimensi dan video berupa sejarah taman tersebut agar lebih *interaktif* serta ada juga tambahan video *track view* dari proyek revitalisasi tahun 2018 pada taman tersebut.
- 2) Perancangan *Augmented Reality* Berbasis Android sebagai promosi Taman Sriwedari ini berjalan dan dioperasikan pada perangkat operasi *smartphone android*.

b. Material collecting

Pada tahap ini, materi terkait didapatkan dari wawancara, studi pustaka, observasi dengan cara terjun langsung ke lokasi, dan mencari data di internet.

c. Design

Pada tahap *design* perancangan *Augmented Reality* sebagai promosi Taman Sriwedari Surakarta yaitu Perancangan *Augmented Reality* secara *mobile*, dalam perancangan ini menggunakan *platform android* yang nantinya akan diuji coba di beberapa *device* untuk mengetahui tingkat kelancaran, *bug* dan beberapa faktor lainnya.

- 1) Alat dan bahan Perancangan ini memerlukan peralatan utama dan pendukung untuk perancangan dan mengimplementasikan aplikasi, peralatan yang digunakan dengan kriteria *Hardware* terdiri dari Seperangkat komputer dan Beberapa unit *smartphone* dengan *OS Android* berbagai merk dan *Software* menggunakan *Unity 3D*, *Sketchup*, *Android SDK* dan *Cry Engine*
- 2) Perancangan desain *eksterior* untuk bentuk 3 dimensi beberapa bangunan yang ada di Taman Sriwedari Surakarta dengan hasil format *export file* kedalam bentuk *3ds*
- 3) Pembuatan video animasi *kinetic typography* mengenai sejarah Taman Sriwedari Surakarta.
- 4) Pembuatan video *track view* proyek revitalisasi Taman Sriwedari Surakarta tahun 2018.
- 5) Membuat desain *marker* media promosi berupa buku katalog yang nantinya akan digabungkan dengan *Augmented Reality*. Hasil desain *marker* ini akan dicetak berupa buku untuk memastikan *dimensi marker* yang tepat. Prinsip kerja *marker* ini yaitu ketika sebuah aplikasi *Augmented Reality* menemukan kecocokan dengan hasil identifikasi *marker*, baik melalui pelacakan *marker-based* maupun *markerless*. Dengan demikian,

aplikasi dapat melakukan aksi tertentu, jika aplikasi mengenali sebuah *marker* tertentu, maka aplikasi tersebut akan menampilkan informasi berlapis (*overlay*) di atas citra *marker* yang diidentifikasi. berupa gambar 3 dimensi.

- 6) Perancangan desain *user interface* agar nantinya aplikasi tersebut dapat menarik dan memiliki ciri khas tersendiri.

d. *Assembly*

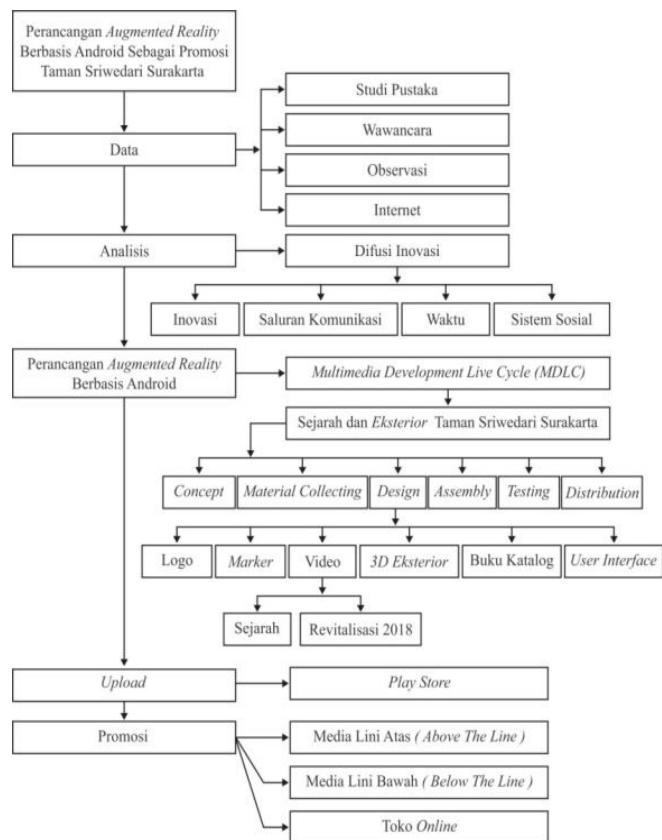
Tahap *assembly*(pembuatan) yaitu Penggabungan gambar *marker*dari bangunan *eksterior* Pendopo Joglo, Gedung Wayang Orang, Museum Radya Pustaka, Museum Keris, Gedung Kesenian Solo, Taman Hiburat Rakyat Sriwedari, video sejarah Taman Sriwedari Surakarta, dan video *track view* revitaliasasi pada tahun 2018, akan dikombinasikan dengan *Augmented Reality*, semua objek atau material tersebut dibuat dan digabungkan menjadi satu aplikasi yang utuh, dalam tahapan ini digunakan beberapa *software* seperti *Unity 3D*, *Blender*, *Sketchup* dan *Cry Engine*.

e. *Testing*

Tahap ini disebut juga sebagai tahap pengujian alpha (*alpha test*) aplikasi *Augmented Reality* sebagai media promosi Taman Sriwedari Surakarta di mana pengujian dilakukan di beberapa *device smartphone* android yang berbeda *merk* untuk mengetahui tingkat kelancaran, *bug*, dan beberapa faktor lainnya.

f. *Distribution*

Dalam tahapan ini, aplikasi yang telah selesai di uji dan dinyatakan baik sesuai dengan tujuan pembuatan, akan didistribusikan dalam rangka promosi berupa buku katalog dan aplikasi menggunakan media lini atas menggunakan media berupa *billboard* dan surat kabar. Media lini bawah menggunakan berupa pembatas buku, stiker, gantungan kunci dan pin, untuk media cetaknya menggunakan iklan pada poster dan *x stand banner*. Iklan pada media sosial pada akun *instagram* dan *facebook* . Hasil aplikasi akan di *upload* di *playstore*, untuk mempermudah calon konsumen mendapatkan produk ini akan tersedia pada toko *online* Shopee, Buka Lapak dan Tokopedia, berikut ini hasil gambar dari diagram alir “Perancangan *Augmented Reality* Berbasis Android Sebagai Promosi Taman Sriwedari Surakarta”:



Gambar 1 Diagram Alir Perancangan Karya
(Dok. Nur Hanifati Widyaningsih 2018)

PEMBAHASAN

1. Konsep Kreatif *Augmented Reality* Taman Sriwedari Surakarta

Konsep kreatif yang diinginkan yaitu membuat sebuah *Augmented Reality* berbasis android sebagai promosi Taman Sriwedari Surakarta, berupa buku katalog yang dapat dilihat menggunakan *smartphone* android dengan menginstal aplikasi SriwedARI. Buku Katalog interaktif ini akan memberikan sebuah informasi secara *realtime* dari penggabungan dunia maya dengan dunia nyata, menyuguhkan informasi mengenai video sejarah, 3D bangunan dari taman tersebut, dan video *track view* dari revitalisasi Taman Sriwedari Surakarta tahun 2018. Strategi komunikasi yang terdapat dalam perancangan ini yaitu sebagai berikut.

a. Fakta Kunci

- 1) Taman Sriwedari merupakan cagar budaya berupa taman tertua di Kota Surakarta serta mengandung sejarah yang perlu dijaga sebagai warisan budaya.
- 2) Taman Sriwedari merupakan taman di Kota Surakarta memiliki letak yang strategis dengan sebelah utara jalan Slamet Riyadi, sebelah timur terdapat museum, sebelah selatan yaitu jalan Kebangkitan Nasional dan sebelah timur merupakan kelurahan Laweyan Kota Surakarta.
- 3) Taman Sriwedari memiliki bangunan *ekterior* yang cukup unik serta mengandung sejarah.

b. Masalah Yang Ingin Dikomunikasikan

- 1) Memberikan informasi mengenai sejarah, bangunan *ekterior*, dan proyek revitalisasi dari Taman Sriwedari Surakarta pada tahun 2018
- 2) Menunjukkan bahwa Taman Sriwedari Surakarta merupakan suatu warisan cagar budaya yang perlu dicintai sebagai barang berharga berupa warisan sejarah dan layak dijadikan tempat wisata lokal maupun *non* lokal Kota Surakarta.

c. Tujuan Yang Dicapai

- 1) Merancang aplikasi *Augmented Reality* berbasis Android untuk media promosi Taman Sriwedari Surakarta.
- 2) Membuat media promosi untuk buku katalog Taman Sriwedari Surakarta *in Augmented Reality* dan aplikasi SriwedARI agar dapat mengajak masyarakat secara luas khususnya anak muda untuk memakai produk ini dan menanamkan rasa cinta untuk peduli terhadap peninggalan sejarah berupa cagar budaya yaitu Taman Sriwedari Surakarta.

d. Profil Target Konsumen

1) Demografis

Demografi atau kependudukan harus mencakup seluruh kalangan/golongan masyarakat dari berbagai lapisan. Faktor demografi yang digunakan paling luas adalah jenis kelamin, usia, besarnya keluarga, penghasilan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras, kebangsaan dan kelas sosial. Peninjauan dilakukan terhadap khalayak sasaran yang akan diperuntukkan dalam perancangan ini. Demografi sasaran promosi ini yakni wisatawan lokal Kota Surakarta maupun wisatawan non lokal khususnya anak muda.

2) Geografis

Daerah menjadi sasaran promosi ini berada didalam maupun luar Kota Surakarta yang memiliki banyak wisatawan yang tidak hanya berkunjung saja menikmati panorama keindahan namun juga belajar akan sejarah suatu tempat tersebut.

3) Psikologi

ketertarikan, opini, sikap, personalitas, dan gaya hidup dilihat dari segi psikografis calon pengguna Aplikasi SriwedARi dan buku katalog ini adalah semua wisatawan lokal maupun non lokal Kota Surakarta

4) Behaviora

Media sarana pendukung promosi Aplikasi SriwedARi dan buku katalog Taman Sriwedari Surakarta *in Augmented Reality* tersebut diharapkan dapat menarik perhatian sesuai dengan sasaran dan efektif dalam penyampaian pesan maupun informasinya, serta memiliki ciri khas desain agar mudah dikenali

2. Strategi Kreatif Visual *Augmented Reality*

Tema perancangan dan gaya desain akan membantu perancangan strategi kreatif visual yang digunakan dalam perancangan *Augmented Reality* berbasis android sebagai promosi Taman Sriwedari Surakarta. Strategi kreatif visual meliputi strategi visual verbal dan non verbal.

a. Strategi Visual Verbal

Penerapan strategi visual dalam perancangan media promosi *Augmented Reality* berbasis android Taman Sriwedari Surakarta membutuhkan unsur-unsur naskah iklan yang terdiri dari judul (*headline*), teks (*bodycopy*), *baseline*, dan *tagline*. Adapun lebih jelasnya dijelaskan seperti berikut :

1) Judul (*Headline*)

Judul atau *headline* merupakan hal yang pertama kali dibaca dan diharapkan dapat memancing para *audiens* untuk membaca lebih lanjut mengenai isi teks (*bodycopy*) lebih lanjut secara detail. Kata-kata *headline* hendaknya singkat, informatif sehingga dalam penerapannya mudah dibaca dengan jelas. Biasanya penggunaan *headline* ditampilkan lebih besar dari pada material visual lainnya dalam sebuah perancangan media promosi melalui media komunikasi visual. *Headline* yang dipakai dalam perancangan buku katalog *Augmented Reality* berbasis android Taman Sriwedari Surakarta yaitu “TAMAN SRIWEDARI SURAKARTA”

2) Sub Judul (*Sub Headline*)

Digunakan sebagai penguat dari sebuah Judul. Kalimat dalam *sub headline* lebih mudah dan menarik agar mudah dipahami oleh pembaca. *sub headline* yang akan

digunakan pada buku katalog *Augmented Reality* berbasis *android* Taman Sriwedari Surakarta ini adalah “*IN AUGMENTED REALITY*”. Hal tersebut disesuaikan dengan produk karya ini yaitu sebuah teknologi *Augmented Reality*

3) Teks (*Body Copy*)

Memiliki peran sebagai penjelas yang bersifat inovatif dalam penyampaiannya. Pesan yang disampaikan bersifat ringkas, sederhana dan dapat mewakili segala sesuatu terkait maksud dan tujuan *headline* dan *sub headline* yang sebelumnya sudah ditentukan. Teks (*body copy*) dalam perancangan ini, fokus pada berbagai informasi terkait segala hal mengenai Taman Sriwedari Surakarta khususnya *eksterior* dan sejarah dari taman ini. Hal tersebut, selain digunakan sebagai upaya agar wisatawan dapat tertarik untuk lebih mengenal dan mencintai cagar budaya warisan leluhur berupa tempat wisata budaya.

4) *Tagline*

Adalah kalimat yang merupakan inti dari nilai jual dan kualitas sebuah produk yang dikenalkan dan ditempatkan dalam benak konsumen. Dalam penciptaannya, *tagline* dilatar belakangi oleh pemikiran yang menawarkan salah satu keunggulan suatu produk. *Tagline* yang digunakan dalam perancangan untuk kepentingan promosi produk ini yaitu “*Enjoy Real and Virtual in Same Time*”.

3. Strategi Visual Non Verbal

Dipergunakan untuk mengisi beberapa unsur pendukung dalam penerapan strategi visual verbal. Sehingga *audiens* tidak merasa jemu dalam memahami segala sesuatu terkait media promosi yang digunakan. Adapun strategi visual non verbal yang terdiri dari :

a) Ilustrasi

Ilustrasi merupakan hasil visualisasi dari proses teknik sketsa gambar, lukisan, fotografi maupun teknik seni rupa lainnya. Tujuannya yaitu untuk melengkapi atau menghiasi suatu tulisan tertentu dengan harapan mudah dicerna oleh *audiens*. Ilustrasi yang digunakan dalam perancangan ini menitikberatkan pada teknik *Augmented Reality*, 3D (tiga dimensi) dan Video, dengan maksud dan tujuan agar *audiens* dapat melihat secara nyata produk ini memiliki keunggulan yang unik sebagai sarana untuk mempromosikan Taman Sriwedari Surakarta.

b) Tipografi

Tipografi merupakan seni memilih huruf diantara berbagai macam rancangan dan desain huruf yang tersedia. Desain huruf tertentu dapat menciptakan gaya dan karakteristik

subjek yang diiklankan. Jenis huruf yang dipakai, adalah jenis huruf yang memiliki kesan kuat, tegas, terbuka, dan modern. Jenis huruf yang dipakai dalam perancangan promosi aplikasi dan katalog Sriwedari menggunakan font tipe *sans serif* menggunakan jenis font *Fabrika*, *Alternate Gothic2 BT*, dan *Ebrima*.

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo

Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx YyZz

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo

Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx YyZz

0123456789

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo

Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx YyZz

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Gambar 2. Jenis Huruf Terpilih
(Dok. Nur Hanifati Widyaningsih 2018)

c) Warna

Warna merupakan pelengkap gambar agar terkesan hidup. Warna juga merupakan unsur yang sangat tajam untuk menyentuh kepekaan sehingga dapat menimbulkan berbagai macam perasaan entah senang, sedih, terharu, dan sebaginya. Apabila pemakaian warna yang kurang tepat maka dapat merusak citra, mengurangi nilai keterbacaan, dan bahkan dapat menghilangkan gairah baca. Sehingga dalam perancangan *Augmented Reality* berbasis android sebagai promosi Taman Sriwedari Surakarta ini harus mampu mencerminkan suatu hal terkait *Augmented Reality* dan Taman Sriwedari Surakarta. Warna dasar dari desain *Augmented Reality* Sriwedari Surakarta setelah mengalami proses revisi untuk pergantian warna yang lebih melambangkan unsur teknologi dan budaya menggunakan warna biru, hitam, hijau, kuning dan putih.



Gambar 3 Warna Terpilih
(Dok. Nur Hanifati Widyaningsih 2018)

d) Layout

Pemilihan *layout* berdasarkan segmen yang dituju agar mau membaca serta tertarik terhadap katalog ini. *Layout* akan menggunakan tipe *young and fun*, dikarenakan segmen dari katalog ini yaitu anak muda, maka diperlukan tampilan *layout* yang tidak lagi *childish* (kekanak-kanakan).

4. Desain Logo Augmented Reality Taman Sriwedi Surakarta

Perancangan logo dilakukan dari tahapan awal karena karya ini merupakan produk baru belum pernah ada yang membuat. Gapura Taman Sriwedari Surakarta yang melambangkan kebudayaan dan *circuit* untuk melambangkan teknologi sebagai ide dari penciptaan logo dalam produk ini dengan konsep menggabungkan kebudayaan dengan teknologi. Logo untuk *Augmented Reality* Taman Sriwedari Surakarta menggunakan *logogram* dan *logotype* akan digunakan dalam mendesain logo yang dimana simbol yang akan menampilkan identitas, karakter terkait *Augmented Reality* Taman Sriwedari Surakarta Berbasis android. Sesuai tema besar yang sebelumnya sudah ditentukan akan dijabarkan sesuai definisi sehingga menghasilkan sebuah logo yang memiliki konsep bentuk dari *logogram* yang akan digunakan sebagai logo aplikasi maupun untuk kepentingan foto profile identitas dan *logotype* tersebut digunakan untuk logo yang dapat mengenalkan produk dan aplikasi dari *Augmented Reality* Taman Sriwedari Surakarta.



Gambar 4. Sumber Ide Logo
(Dok. Nur Hanifati Widyaningsih 2018)

a. Proses *Brainstorming* Logo

Proses perancangan sebuah identitas atau dikenal dalam istilah logo, memerlukan sebuah proses untuk menemukan sebuah temuan ide yang dapat mewakili produk yang ditawarkan. Hal tersebut dikenal dalam istilah *Brainstorming*. *Brainstorming* untuk *Augmented Reality* Taman Sriwedari Surakarta sendiri ditempuh langkah-langkah seperti halnya mengumpulkan gagasan sebanyak mungkin sebagai upaya untuk memecahkan

masalah dari mengkombinasikan unsur teknologi disini yaitu *Augmented Reality* dan android dengan unsur budaya diambil dari Taman Sriwedari Surakarta. Hasil *brainstorming* di atas, dapat dijelaskan dengan kata kunci antara lain:

- 1) Desain logo yang dihasilkan menggunakan kata kunci Taman Sriwedari dengan teknologi *Augmented Reality*.
- 2) Tema yang diambil dalam perancangan yaitu teknologi dan budaya.
- 3) Logo yang dibuat harus memiliki kesan yang simpel dan ber karakter.
- 4) Desain logo yang dirancang menggunakan *logogram* yang digunakan untuk logo aplikasi android dan *logotype* digunakan untuk keperluan logo media cetak maupun digital selain foto profil kepentingan media sosial produk.

b. Sketsa Kasar

Hasil dari *brainstorming* di atas, maka dibuatlah sketsa kasar dalam membuat desain logo *Augmented Reality* Taman Sriwedari. Sketsa ini dibuat dalam beberapa alternatif bentuk desain yang terkumpul. Gambar sketsa kasar nantinya akan dibuat digitalisasinya, berikut ini hasil dari proses penggambaran secara kasar menggunakan tangan di atas kertas yang didapat :



Gambar 5. *Thumbnail* Sketsa Kasar Alternatif Logo
(Dok. Nur Hanifati Widyaningsih 2018)

c. Digitaliasi

Proses digitalisasinya untuk mendapatkan bentuk yang solid. Hasil dari proses *thumbnail* ini nantinya akan dipilih yang sesuai dengan karakter *Augmented Reality* Taman Sriwedari Surakarta.



Gambar 6. *Thumbnail* Digitaliasi Alternatif Logo
(Dok. Nur Hanifati Widyaningsih 2018)

1) *Logotype*

Logotype pada gambar di atas merupakan logo hasil dari proses setelah revisi pada logo sebelumnya yang dianggap kurang masuk kedalam konsep perancangan, kemudian dibuatlah logo hasil dari revisi tersebut sesuai konsep yaitu menggabungkan unsur teknologi (*Augmented Reality*) dengan budaya (Taman Sriwedari Surakarta). Huruf pada *logotype* diatas terdapat tulisan kapital "AR" yang memiliki arti *Augmented Reality*. Ikon Sulur terdapat pada gapura Taman Sriwedari Surakarta yang dari zaman dahulu hingga sekarang belum pernah dirubah. Warna gelap dan terang menunjukkan Kedalaman karena bidang garap 3D *ekterior*, garis lengkung dan lingkaran sebagai icon menunjukkan kecanggihan teknologi. Logo ini digunakan untuk kepentingan *brand merk* pada media promosi digital maupun cetak.



Gambar 7 *Logotype* Terpilih
(Dok. Nur Hanifati Widyaningsih 2018)

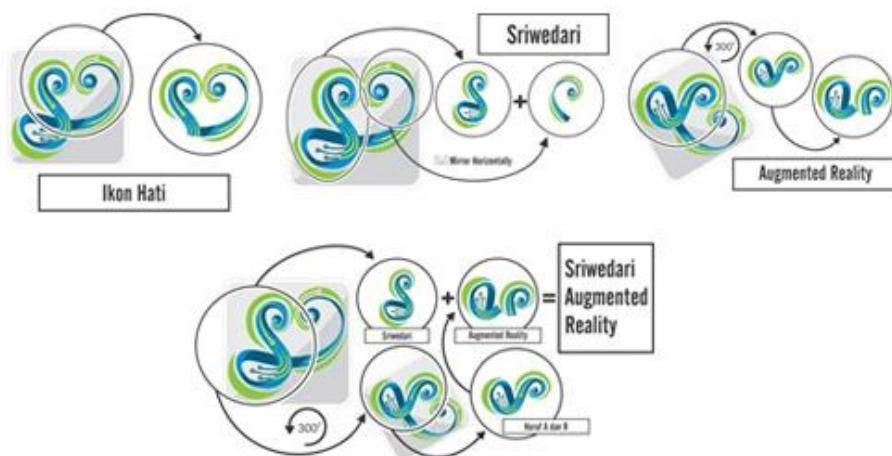
2) *Logogram*

Logogram yang nantinya digunakan khusus sebagai ikon foto profil dari aplikasi SriwedARI untuk kepentingan media social, dan *playstore*.



Gambar 8 *Logogram* Terpilih
(Dok. Nur Hanifati Widyaningsih 2018)

Logogram ini merupakan bentuk penyederhanaan dari *logotype* namun tidak meninggalkan unsur motif pada gapura Taman Sriwedari Surakarta dan unsur *circuit*, karena unsur tersebut sangat penting. *Logogram* ini memiliki makna saat pertama kali dilihat akan nampak ikon hati yang memiliki arti mengajak mencintai warisan budaya. Logo ini juga melihatkan huruf "SR" berarti Sriwedari, jika logo diputar 300° terbentuklah huruf "AR" memiliki arti *Augmented Reality*, jika dikembalikan pada posisi semula setelah mengetahui artinya, maka akan terlihat huruf "S.A.R" yaitu Sriwedari *Augmented Reality*.



Gambar 9 Makna *Logogram*
(Dok. Nur Hanifati Widyaningsih 2018)

5. Pembuatan Marker *Augmented Reality*

Desain *marker* final dari *Augmented Reality* Taman Sriwedari Surakarta. Desain tersebut tidak dilihat dari segi seni estetika desain komunikasi visual, namun gambar *marker* tersebut didapatkan dari segi teknis supaya dapat digabungkan dengan *Augmented Reality*, dinilai dari segi keterbacaan gambar *marker* pada program agar dapat terbaca lancar, pada akhirnya dilakukan usaha pemberian tanda ikon sarang lebah (segi enam) sebagai penanda urutan gambar, ikon tersebut didapatkan dari logo sebelum direvisi dan penambahan tipografi yang berbeda supaya *marker* tidak salah membaca gambar bangunan *eksterior* pada gambar yang akan dimunculkan nantinya.



Gambar 10. Marker Terpilih
(Dok. Nur Hanifati Widyaningsih 2018)

6. Desain Buku Katalog Taman Sriwedari Surakarta *In Augmented Reality*

Desain buku katalog Taman Sriwedari Surakarta *In Augmented Reality* menggunakan tipe *layout young and fundengan* warna-warna turunan yang berasal dari logo Sriwedari *Augmented Reality* serta ilustrasi visual yaitu hasil 3D *eksterior* bangunan pada area taman tersebut. Buku katalog ini berisikan informasi mengenai Taman Sriwedari Surakarta, terdapat enam gambar *marker* beserta keterangan informasi mengenai bangunan tersebut, terdiri dari bangunan Pendopo Joglo, Gedung Wayang Orang, Museum Radya Pustaka, Museum Keris, Gedung Kesenian Solo, dan Taman Hiburan Rakyat Sriwedari nantinya dapat memunculkan bentuk 3D *eksterior* secara *realtimedengan* bantuan aplikasi bernama SriwedARI.



Gambar 11. Desain Buku Katalog Taman Sriwedari Surakarta *In Augmented Reality*
(Dok. Nur Hanifati Widyaningsih 2018)

7. Pembuatan Video Sejarah Taman Sriwedari Surakarta

Video ini dibuat animasi 2D dengan teknik *typografi kinetic* memiliki kemampuan *story telling* yang bagus menceritakan tentang sejarah Taman Sriwedari Surakarta dari awal dibangun hingga masa sekarang dikemas dengan menarik disertai dengan musik latar belakang gending jawa.

8. Pembuatan Desain 3D Eksterior

Desain berupa 3D (tiga dimensi) berisi *eksterior* bangunan Pendopo Joglo, Gedung Wayang Orang, Gedung Kesenian Solo, THR Sriwedari, Museum Keris, Musem Radyapustaka, serta bangunan 3D *eksterior* dari proyek revitalisasi pada tahun 2018 menggunakan *software SketchUp 2016*. Berikut ini tampilan desainya

9. Pembuatan Video *Track View* Revitalisasi 2018

Video dari Revitalisasi Taman Sriwedari Surakarta pada tahun 2018 dibuat animasi 3D *eksterior* bangunan menggunakan *software Sketch Up*, kemudian hasil dari 3D bangunan *eksterior* tersebut dibuat *track view* menggambarkan bagian- bagian dari hasil revitalisasi nantinya, selanjutnya video ini dibuat menggunakan program *Adobe After Effects CC* untuk menambahkan efek suara dan tulisan.

10. Desain Aplikasi

Pembuatan desain *user interface* yaitu dapat membuat dan menampilkan *interface* dari aplikasi "SriwedARI" yang memiliki kesenadaan dalam hal warna, font, gambar, dan lain sebagainya, supaya dapat dengan mudah digunakan oleh target pengguna aplikasi ini nantinya. Aplikasi pada saat proses *login* pertama akan menampilkan logo dari Sriwedari *Augmented Reality* kemudian akan muncul *main menu*, aplikasi bernama "SriwedARI" berisi tombol *button* dari Video Sejarah Taman Sriwedari Surakarta, *Start AR 3D Eksterior*, *How to Play*, dan tombol *Close*.



Gambar 15 Desain Aplikasi
(Dok. Nur Hanifati Widyaningsih 2018)

11. Buku dan Aplikasi *Augmented Reality* Taman Sriwedari Surakarta

Buku katalog Taman Sriwedari Surakarta *In Augmented Reality* dan aplikasi bernama SriwedARI ini akan menjadi satu kesatuan produk yang tidak dapat dipisahkan agar dapat menghasilkan tampilan *Augmented Reality* Taman Sriwedari Surakarta berbasis android sesuai dengan konsepnya, karena tanpa aplikasi buku katalog ini akan terlihat seperti buku, sedangkan apabila digabungkan menggunakan aplikasi buku ini menjadi unik yaitu dapat memunculkan gambar 3D *eksterior* dari bangunan yang terdapat pada taman tersebut dan juga dapat menikmati video sejarah dan revitalisasi tahun 2018.



Gambar 16. Buku dan Aplikasi *Augmented Reality* Taman Sriwedari Surakarta
(Dok. Nur Hanifati Widyaningsih 2018)

12. Desain Promosi Lini Atas(*Above The Line*)

Promosi dibutuhkan supaya buku katalog Taman Sriwedari Surakarta dan aplikasi "SriwedARI" supaya dapat dikenal oleh masyarakat khususnya anak muda, diperlukan kegiatan periklanan agar sampai kepada target *konsumen*. Media periklanan dibutuhkan baik media pendukung bersifat informasi maupun media pendukung yang bersifat mengingatkan, yang diantaranya, yaitu:

a. *Billboard*

Iklan berupa *billboard* pada Jalan Ahmad Yani Surakarta yang berada pada area sekitar Terminal Tirtonadi ini memiliki *eye catching* yang maksimal karena efek lampu merah dan efek posisi jalan meengkung serta berada pada perempatan. Lokasi hanya berjarak sekitar 200 meter dari pusat perdagangan Nusukan dan satu meter dari pusat Grosir Pasar Legi serta merupakan jalur lalu lintas yang selalu padat, dekat dengan pusat transformasi dan atau terminal sekaligus jalur antar propinsi.

b. *Media Massa*

Media massa berupa Koran Solopos ini tepat untuk memuat iklan visual dari katalog Taman Sriwedari Surakarta serta aplikasi "SriwedARI". Koran ini tidak hanya dibeli secara pribadi, rumah tangga, maupun perusahaan. Koran ini nantinya diletakan pada ruang tunggu sebagai fasilitas agar dapat dibaca dan dapat ditemukan di perpustakaan.

Media ini sangat efektif dan *flexibel* untuk *marketing communication*, selain itu koran juga merupakan media iklan dengan tarif lumayan terangkau.

13. Desain Promosi Lini Bawah(*Below The Line*)

Program promosi penting dilakukan untuk memperkenalkan kepada publik. Pemilihan sasaran promosi tidak boleh dilakukan dengan sembarangan atau tidak terkonsep dengan baik dengan melihat situasi yang sedang berkembang yang didasarkan atas analisis menyeluruh situasi pasar saat ini (Handriyotopo, 2004). Demikian pula strategi promosi yang dilakukan untuk mempromosikan SriwedariARi.

Media promosi lini bawah (*below the line*) memilih menggunakan *personal selling* dengan media pembatas buku, stiker, gantungan kunci, dan pin. Media cetak pada poster dan *x stand banner*. Media promosi menggunakan media sosial *instagram* dan *facebook*, sedangkan untuk promosi aplikasi dengan *playstore*. Media untuk mempermudah konsumen mendapatkan buku katalog dengan toko *online*.

a. Personal Selling

1) Pembatas Buku

Pembatas buku dipilih agar dapat digunakan sebagai pembatas dan simbol identitas yang dapat mengingatkan kepada Taman Sriwedari Surakarta *in Augmented Reality*.

2) Stiker

Sticker dipilih media pendukung promosi yang bisa ditempelkan pada benda padat sebagai pengingat.

3) Gantungan Kunci dan Pin

Gantungan kunci dan pin dipilih media pendukung promosi yang bisa dipasang pada benda padat sebagai pengingat.

b. Media Cetak

1) Poster

Print Advertising yaitu berupa poster merupakan salah satu media yang akan menjadi sarana promosi untuk memperkenalkan adanya katalog Taman Sriwedari Surakarta dan aplikasi "SriwedARi"

2) X Stand Banner

Media *standing banner* berfungsi sama seperti poster namun penempatan dari media ini akan diletakkan pada tempat-tempat yang berhubungan dengan anak muda dan

dapat juga digunakan sebagai *display* untuk menunjang promosi katalog Taman Sriwedari Surakarta maupun aplikasi SriwedARI .Media ini sangat singkat dan jelas terlihat dengan diletakan di tempat strategis yaitu pada Terminal Tirtonadi dan Stasiun Solo Balapan untuk menarik perhatian calon konsumen.

c. Media Sosial

1) *Instagram*

Instagram dipilih karena merupakan aplikasi sosial media yang memiliki potensial cukup besar sebagai pendukung promosi dari katalog Taman Sriwedari Surakarta dan aplikasi AR Sriwedari.Aplikasi *instagram* ini memiliki banyak peminat dan diketahui sekarang penggunanya telah mencapai lebih dari satu milyar.

2) *Facebook*

Facebook dipilih karena telah menjadi media sosial paling popular di Negara Indonesia. Merupakan situs jejaring sosial berbasis web, namun seiring perkembangan teknologi dan banyak penggunanya. Penggunaan *facebook* sebagai media pendukung promosi dari katalog Taman Sriwedari Surakarta dan aplikasi AR Sriwedari ini memiliki potensial yang cukup besar.

d. Playstore

Aplikasi bernama Sriwedari nantinya akan di *upload* pada media *playstore* agar para calon konsumen dapat dengan mudah melakukan proses mengunduh program ini lalu *install* pada *smartphone* android mereka masing-masing secara personal.



Gambar 26 Iklan Pada *Playstore*
(Dok. Nur Hanifati Widyaningsih 2018)

e. Media Toko Online

Kegunaan iklan pada media toko *online* yaitu memudahkan calon pembeli untuk mendapatkan *buku katalog Taman Sriwedari Surkarta in Augmented Reality*.Versi cetak dari

buku katalog ini nantinya akan tersedia pada toko *online* seperti Shopee, Buka Lapak, dan Tokopedia.

KESIMPULAN

Perancangan buku katalog Taman Sriwedari Surakarta *in Augmented Reality* dan aplikasi bernama "SriwedARI" adalah jawaban yang tepat dalam upaya melestarikan serta mengenalkan harta arkeologi warisan budaya kepada anak muda dengan menanfaatkan teknologi *Augmented Reality* berbasis Android. Perancangan *Augmented Reality* menjadi lebih atraktif, menarik, dan mendidik serta sebagai sarana pelestarian Taman Sriwedari Surakarta sebagai cagar budaya. Teknis analisis difusi inovasi melalui metode *Multimedia Development Live Cycle, layout design*, penggunaan tipografi dan warna yang memiliki nilai estetik yang terinspirasi dari gapura yang dipadukan dengan rekaya teknologi. Konsep perancangan ini menghasilkan identitas visual SriwedARI, buku katalog yang berisikan *marker* dan informasi, serta aplikasi bernama SriwedARI. Strategi promosi periklanan sebagai upaya memperkenalkan produk ini menggunakan media *above and below the line* juga melalui toko *online*.

Teknologi AR dapat diadopsi dalam jenis dan obyek material lain dalam menghadapi destrubtion teknologi dimana manusia dimudahkan untuk dapat mengetahui tentang sesuatu seperti museum dan arkeologi budaya secara digital merupakan sebuah peradaban baru manusia dalam memperoleh informasi selain media sosial via internet.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardika , I Wayan. 2007. *Pustaka Budaya dan Pariwisata*. Denpasar: Pustaka Larasan.
- Handriyotopo. 2004. *Peranan Perancang Komunikasi Visual*. Jurnal Ornamen Vol.1 No.1. Januari.
- Penerbit: ISI Surakarta Pres
- IDC (International Data Corporation). 2016. *Smartphone OS Market Share*, Q3 2016 yang diakses melalui <http://www.idc.com/prodserv/smartphone-os-market-share.jsp> yang diakses pada 5 Mei 2017 pukul 06.00.
- Pasca Sarjana Universitas Negeri Malang. 2016. *PROSIDING :Inovasi Pendidikan di Era Big Data dan Aspek Psikologinya*. Malang : Program Studi Teknologi Pembelajaran dan Psikologi Pendidikan Pasca Sarjana Universitas Negeri Malang.
- Sutopo, Areto Hadi. 2013. *Teknologi Informasi dan Komunikasi Dalam Pendidikan*. Yogyakarta : Graha Ilmu.