

## **BAB III**

### **KONSEP PERANCANGAN**

#### **A. Identifikasi Data**

Jenis data yang digunakan dalam perancangan ini adalah Klik Lokasi yang menjadi data utama dalam perancangan dan pembuatan *Redesign Website* Klik Lokasi. Klik lokasi mencakup tentang *website* yang memiliki konten informasi dan petunjuk suatu tempat destinasi. Klik lokasi dapat menunjukkan letak destinasi layaknya *google map*. Fungsi dari klik lokasi ialah memberi informasi dan sebagai peta petunjuk letak suatu destinasi, dengan adanya *website* klik lokasi masyarakat dapat mengetahui informasi dan letak lokasi yang dimaksud dalam informasi tersebut.

Data yang terdapat dalam perancangan *Redesign Website* Klik Lokasi ini merupakan data yang diperoleh dari berbagai sumber. Data-data tersebut diperoleh dari hasil observasi, wawancara, serta acuan dari buku dan tulisan dalam *website* terkait. Proses observasi dilakukan dengan mengumpulkan data fisik berupa data-data mengenai tempat-tempat di Kota Solo. Bukti tersebut dikumpulkan dengan mengadakan *survey* ke berbagai tempat tersebut secara manual, dengan melakukan *survey* tersebut dapat diketahui secara nyata bentuk *icon* yang terdapat dalam *Redesign Website* Klik Lokasi yang akan dibuat. Wawancara dilakukan untuk mengetahui kebutuhan dan respon masyarakat terhadap *redesign* yang akan dirancang. Acuan dari buku dan website terkait digunakan sebagai referensi dalam menentukan posisi karya *redesign* ini sebagai karya yang dapat dipertanggung

jawabkan secara ilmiah sekaligus menempatkan karya ini sebagai karya yang asli dan bukan plagiat dari karya lain.

## **B. Analisa Data**

Analisis data dalam perancangan desain *website* ini menggunakan analisis *SWOT* ( *Strenghts, Weakness, Opportunity, Threat* ). Philip Kotler dan Gary Amstrong (2008: 64) mengelola fungsi pemasaran diawali dengan analisis menyeluruh dari situasi perusahaan. Pemasar harus melakukan *SWOT analysis* (analisis *SWOT*), dimana ia menilai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Kekuatan meliputi kemampuan internal, sumber daya dan faktor situasional positif yang dapat membantu perusahaan melayani pelanggannya dan faktor situasional negatif yang dapat menghalangi performa perusahaan. Peluang adalah faktor atau tren yang menguntungkan pada lingkungan eksternal yang dapat digunakan perusahaan untuk memperoleh keuntungan, sedangkan ancaman adalah faktor pada lingkungan eksternal yang tidak menguntungkan yang menghadirkan tantangan bagi performa perusahaan.

Analisis *SWOT* dibutuhkan untuk lebih memperkuat *redesign website* Pemetaan Digital Kota Surakarta. Analisis ini digunakan membantu untuk melihat kembali kekuatan (*strenght*), kelemahan (*weaknes*), kesempatan (*opportunity*), dan ancaman (*threat*). Faktor-faktor internal adalah kekuatan dan kelemahan sedangkan faktor eksternal adalah kesempatan dan ancaman. Adapun analisis *SWOT* untuk *website* Pemetaan Surakarta seperti berikut:

| No | Analisis                            | Hasil Analisis   |
|----|-------------------------------------|--|
| 1  | <i>Strength</i> ( kekuatan )        | Dapat menjangkau seluruh Indonesia, Serta fleksible ketika dibuka melalui Komputer ataupun Smartphone (selama masih mendapatkan koneksi internet)        |
| 2  | <i>Weakness</i> ( kelemahan )       | Faktor-faktor yang dapat menghambat perkembangan Website KLIK Lokasi adalah jangkauan pemetaan digital yang belum menjangkau luas di luar kota Surakarta |
| 3  | <i>Opportunities</i> ( kesempatan ) | Masih sedikit website yang memiliki pemetaan digital di Kota Surakarta.  |
| 4  | <i>Opportunities</i> ( ancaman )    | Persaingan dengan website lain yang lebih lengkap dalam konten dan fitur pemetaan digitalnya   |

## 1. Segmentasi Pasar

Guna tercapainya proses re-desain *website* sebagai pemetaan target *audiens* pada perancangan ini meliputi:

### a. Aspek Demografi

Umur : 17 – 40 Tahun

Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan

Agama : Semua Agama

Pendidikan : SMK – Sarjana dan Sederajat

Kalangan : Menengah ke atas

### b. Aspek Geografi

Wilayah Kota Surakarta

### c. Aspek Psikografi

Pengguna *gadget* yang selalu memanfaatkan teknologi *gadget*-nya untuk membuka beberapa situs *website* sebagai media pendukung saat *traveling*.

### d. Aspek Behaviour

Orang-orang berusia 17 – 40 tahun yang suka *traveling* tujuan khususnya ke Kota Solo.

## 2. USP (*Unique Selling Proposition*)

USP (*Unique Selling Proposition*) sebuah perusahaan yang menghasilkan barang ataupun jasa harus memiliki keunikan atau karakteristik yang berbeda dari produk lainnya. Sehingga produk tersebut memiliki posisi yang bagus di tengah konsumen. Kaitannya dengan materi tugas akhir kejuruan Redesain *Website* Klik

Lokasi ini adalah penambahan tempat-tempat yang belum terdapat pada *website* Klik Lokasi sebelumnya.

Pada tahun 2014 lalu Kota Surakarta telah meresmikan sebuah aplikasi yang diperuntukan bagi wisatawan untuk memahami kota Surakarta. aplikasi tersebut memberi banyak informasi mengenai segala sesuatu tentang Kota Surakarta. Aplikasi tersebut cukup membantu masyarakat dalam mencari segala sesuatu yang ada di Kota Surakarta, namun terkadang masyarakat terkendala dengan konten yang kurang terupdate dari pengembang, sehingga terdapat beberapa tempat yang belum terpetakan. *Redesign Website* Klik Lokasi yang dibuat nantinya akan lebih mengedepankan konten yang selalu *update* data dan memberi nuansa karakteristik Kota Surakarta. Klik lokasi memiliki perbedaan dengan aplikasi yang dahulu sudah ada di Kota Surakarta – Klik Lokasi dibuat dalam bentuk *website* bukan aplikasi gadget, pemilihan konten yang menarik dan lengkap, jangkauan pemetaan cukup lengkap untuk area Surakarta. Perbedaan ini yang akan menarik pengguna *website* untuk lebih mengakses *website* klik lokasi yang baru.

### **3. Positioning**

Positioning adalah suatu proses atau upaya untuk menempatkan suatu produk, merek, perusahaan, individu atau apa saja dalam alam pikir mereka yang dianggap sasaran atau konsumennya (Kasali, 1995:157). *Redesign Website* Klik Lokasi sebagai media pemetaan digital Kota Solo bertujuan untuk memberikan informasi sehingga mempermudah masyarakat mencari lokasi yang belum diketahui oleh masyarakat seperti letak ATM (Anjungan Tunai Mandiri), tempat penginapan atau

kost, tempat kuliner, tempat *laundry* (binatu) yang belum terpetakan dalam google map.

*Redesign Website* Klik Lokasi ini dirancang dengan desain yang berisikan konten tentang Kota Surakarta. Desain *Website* Klik Lokasi ini dirancang dengan bentuk yang minimalis dengan karakter *website* minimalis. Redesign Website Klik Lokasi yaitu *website* yang dibuat dengan elemen-elemen sederhana sehingga pengunjung dapat fokus membaca isi konten. Gaya desain *website* ini menggunakan gaya desain *Minimize*. *Minimize design* merupakan gaya desain yang memadukan flat desain dan realistic foto/gambar datar dengan bentuk yang sangat sederhana, karakter *font* yang minimalis dan sesuai tema *website*. Warna yang digunakan ialah warna solid saja tanpa warna *gradient* atau *shadow*. *Layout* yang digunakan sederhana dan tidak terlalu banyak elemen-elemen yang digunakan didalamnya, sehingga *Redesign Website* Klik Lokasi ini tidak hanya memenuhi kebutuhan masyarakat secara fungsi namun juga secara tampilan.

## **C. Strategi Kreatif**

### **1. Konsep Estetis (keindahan)**

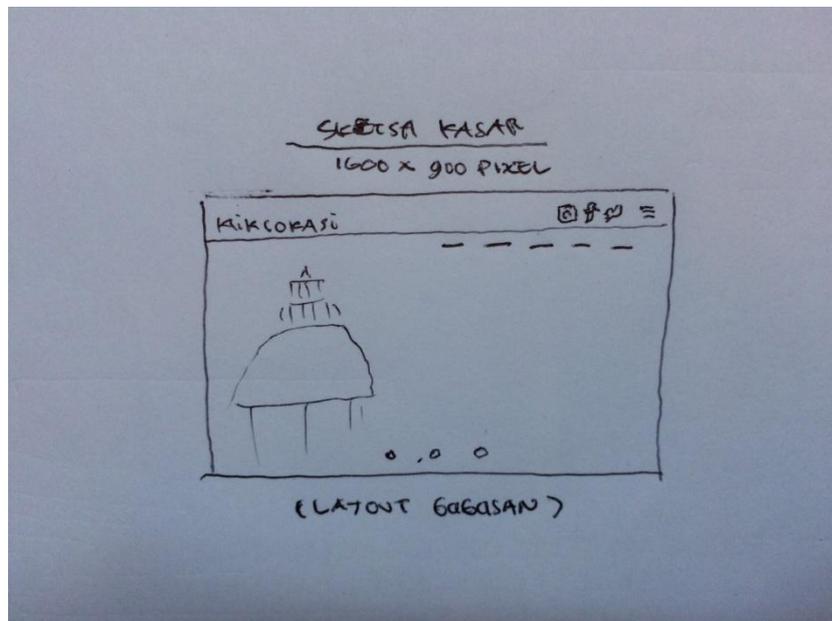
#### **a. *Layout***

Jenis desain yang digunakan untuk *Redesign Website* Klik Lokasi yaitu *Minimize Web Design*. *Minimize Web design* merupakan gaya desain yang sederhana yaitu *flat design* dan *realistic* foto. Gaya desain seperti ini akan membuat tampilan *website* mudah dipahami oleh pengguna karena tidak terlalu banyak elemen yang ditampilkan. Desain seperti ini juga akan memudahkan pengguna dalam mengakses

*website* tersebut karena lebih ringan dibandingkan dengan jenis desain *website* lainnya – contoh : *website* *parallax* yang membutuhkan efek – efek *slide* didalamnya.

### 1) *Layout* Gagasan

*Layout* gagasan merupakan tahapan awal dari sebuah visualisasi perancangan. Berikut beberapa gambar mengenai *layout* gagasan dalam perancangan *Redesign Website* Klik Lokasi dengan ukuran 1600 x 900 pixel (menyesuaikan layar).

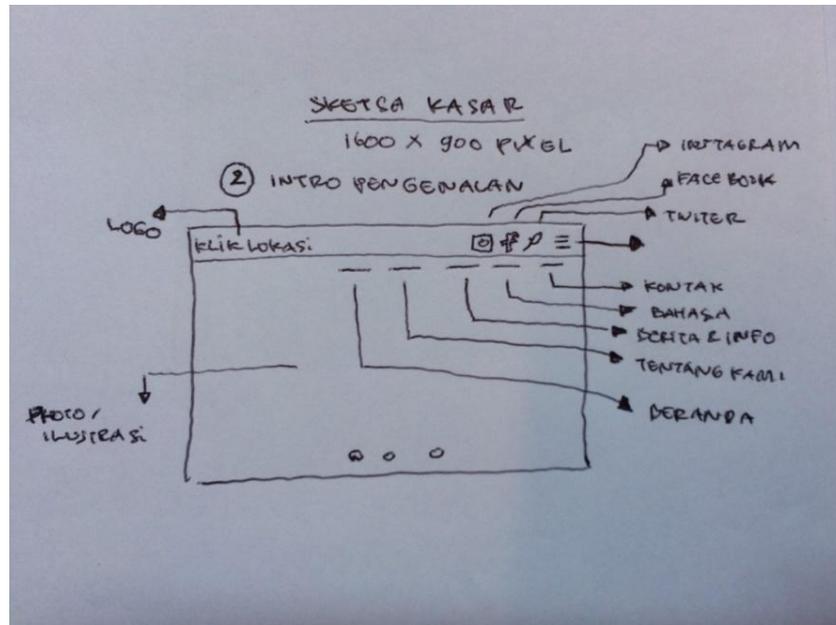


**Gambar 03** *Idea layout (layout* Gagasan)  
( Desain: Eris,2017 )

Keterangan:

Bidang berukuran 1600 x 900 pixel dengan beberapa coretan kasar sebagai acuan *layout* menyeluruh pada *Redesign Website* Klik Lokasi sebagai pemetaan Kota Surakarta.

## 2) Beranda (beranda)

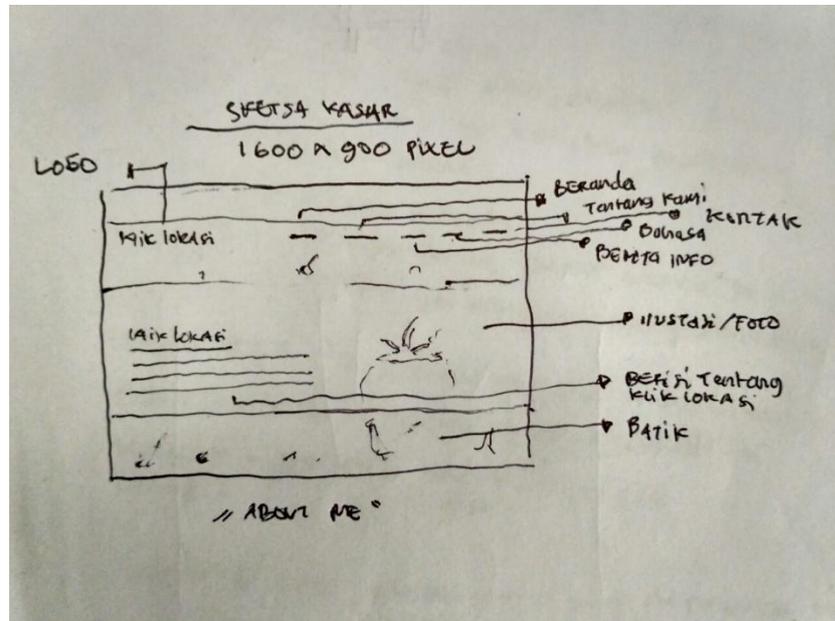


**Gambar 04** Halaman Beranda  
( Scan: Eris,2017 )

Keterangan :

Halaman *beranda* ditampilkan sebagai halaman depan *website* dengan sejumlah panel menu *button* (tombol), diantaranya mulai dari tombol menu beranda, tentang kami, berita dan info, pemilihan bahasa dan kontak.

### 3) *About me* (tentang kami)

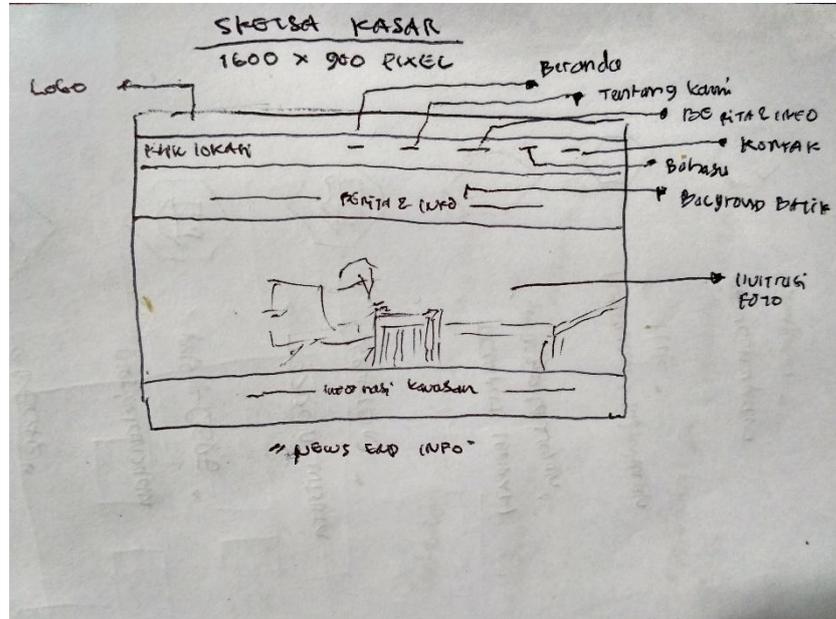


**Gambar 05** Halaman *About me* (tentang Kami)  
( Scan: Eris,2017 )

Keterangan :

Halaman *about me* (tentang kami) ditampilkan sebagai halaman profil menunjukkan informasi milik *Website* Klik Lokasi serta visi dan misi serta ilustrasi foto milik Klik Lokasi. Pada halaman ini terdapat menu-menu utama dan cenderung menunjukkan tentang pemilik dari *website* Klik Lokasi ini.

#### 4) News And Info (berita dan info)

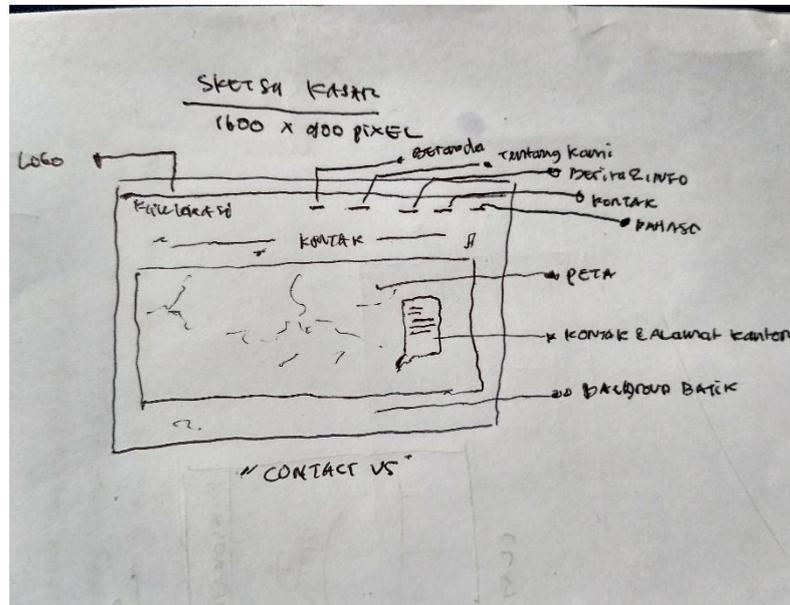


**Gambar 06** Halaman News end info (Berita dan info  
( Scan: Eris,2017 )

Keterangan :

*News And Info* ditampilkan sebagai halaman berita dan info khususnya kota solo dengan ilustrasi foto sebagai pelengkap dalam website Klik Lokasi.

## 5) *Contact Us* (Kontak Kami)



**Gambar 07** Halaman Contact (Kontak Kami)  
( Scan: Eris,2017 )

Keterangan :

Pada halaman *Contact Us* (kontak kami) ada beberapa informasi *Website* Klik Lokasi yang disebutkan dalam halaman Kontak diantaranya peta, nama pemilik, tahun berdirinya Klik Lokasi, alamat Klik Lokasi, nomor telepon Klik Lokasi.

## 6) *Languange* (bahasa)

Pada halaman *Languange* (Bahasa) hanya menampilkan Bendera dan panel button (tombol) untuk memilih Bahasa Indonesia maupun Bahasa Inggris.

## b. Warna

Warna yang digunakan dalam perancangan redesain website klik lokasi sebagai pemetaan kota surakarta menggunakan warna dominan seperti orange, putih, hitam. Warna tersebut merupakan warna dasar untuk desain website ini karena warna tersebut terkesan dengan warna yang sederhana dan dapat diaplikasikan dengan desain flat.

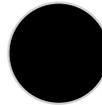
Komposisi warna (R=253 G=177 B=29)



Komposisi warna (R=255 G=255 B=255)



Komposisi warna (R=0 G=0 B=0)



Ada beberapa warna tambahan yang digunakan sebagai warna link dengan bentuk *icon-icon* yang dapat menampilkan informasi yang dibutuhkan, setiap warna *icon* tersebut menampilkan warna yang berbeda-beda sesuai isi informasi dalam *link* tersebut. Beberapa warna tambahan sebagai warna link dalam website klik lokasi sebagai berikut :

### 1) Warna Orange

Komposisi warna (R=253 G=177 B=29)



Warna orange dalam website merupakan warna yang dipilih untuk ikon link yang dapat menampilkan info transportasi yang terdapat di kota Surakarta. Karakter orange membuat nyaman.

2) Warna Abu – Abu

Komposisi warna (R=193 G=193 B=193)



Warna abu – abu dipilih sebagai warna *icon link* yang terdapat pada *website* klik lokasi untuk menampilkan info tempat ibadah yang terdapat di kota Surakarta. Warna abu – abu ini dipilih untuk menimbulkan warna yang berkesan mewah.

3) Warna Coklat

Komposisi warna (R=231 G=120 B=23)



Warna coklat biasanya dilambangkan dengan kayu yang usianya sudah sangat tua. Warna ini sangat cocok untuk dipilih sebagai warna *icon link* yang menampilkan tempat wisata yang ada di kota Surakarta. Warna coklat ini dipilih karena warna ini identik dengan karakter usia tua seperti halnya tempat wisata yang ada di kota Surakarta kebanyakan usianya sudah berumur tua.

4) Warna Biru

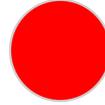
Komposisi warna (R=6 G=175 B=234)



Warna biru pada *website* ini digunakan sebagai warna *link* yang dapat menampilkan informasi mengenai tempat penginapan yang terdapat di kota Surakarta. Warna ini dipilih karena warna biru merupakan karakter menyejukan, sehingga dapat memberikan kesan nyaman untuk pengunjung *website* ini.

#### 5) Warna Merah

Komposisi warna (R=248 G=1 B=69)



Warna merah mengandung unsur warna yang ditimbulkan melambangkan kegembiraan warna yang hangat serta memberi energi. Warna yang berkarakter seperti ini sangat cocok untuk warna *icon link* yang dapat menampilkan informasi tempat perbelanjaan yang ada di kota Surakarta. Warna ini juga identik dengan kekuatan, kemauan, aktif, agresif, bersaing, warna ini memberikan pengaruh berkemauan keras dan penuh semangat.

#### 6) Warna Hijau

Komposisi warna (R=132 G=180 B=6)



Warna hijau sangat identik dengan warna alam seperti dedaunan kesegaran, rileksasi harmoni alami sejuk. Warna hijau cocok dipakai untuk suasana santai seperti halnya pemilihan warna ini digunakan untuk warna *icon link* yang dapat menampilkan info tempat kuliner yang ada di kota Surakarta.

### c. Tipografi

Tipografi adalah seni memilih dan menata huruf pada ruang untuk menciptakan kesan khusus sehingga pembaca dapat membaca semaksimal mungkin (Suriyanto Rustan, 2014: 17-22).

Pemilihan jenis *font* perlu dipertimbangkan dengan baik karena desain *font* tertentu memiliki gaya dan karakteristik tersendiri. Pertimbangan ini berdasarkan fungsi dan penampilan dari segi visual serta tujuan media promosi yang dibuat.

Tipografi yang digunakan dalam perancangan *redesign website* KlikLokasi akan menggunakan tiga jenis font San Serif yaitu **SEGOE UI**, Calibri Light dan **Roboto bold**.

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**0123456789**

Contoh Font *Segoe Ui*

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

Contoh Font *Calibri Light*

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**0123456789**

Contoh Font *Roboto Bold*

Font **Segoe Ui** digunakan pada tulisan judul di tiap halaman dari *Beranda* (waktu pemuatan), *intro* (pengenalan), *About me* (tentang kami), *news end info* (berita dan info), *choose language* (pilih Bahasa) dan *Contact us* (kontak kami)

Pemilihan jenis font Calibrilight karena jenis font seperti ini merupakan jenis font yang bentuknya sederhana dan standar. Font seperti ini sangat baik dan mudah untuk dibaca oleh pengunjung website. Penggunaan font **Roboto Bold** digunakan untuk memperjelas tulisan yang dirasa cukup penting didalam website ini, sehingga font yang dipilhupun harus berukuran lebih besar dan tebal. Ketiga jenis font tersebut merupakan jenis font yang sesuai dengan karakter website minimalis yang akan memunculkan nuansa minimalis yang moderen

Terdapat dua bahasa dalam *Redesign Website Klik Lokasi*, yaitu bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Kedua bahasa yang digunakan dalam berupa bahasa formal dengan maksud agar lebih mudah untuk dipahami dengan tidak menghilangkan fungsi komunikatifnya.

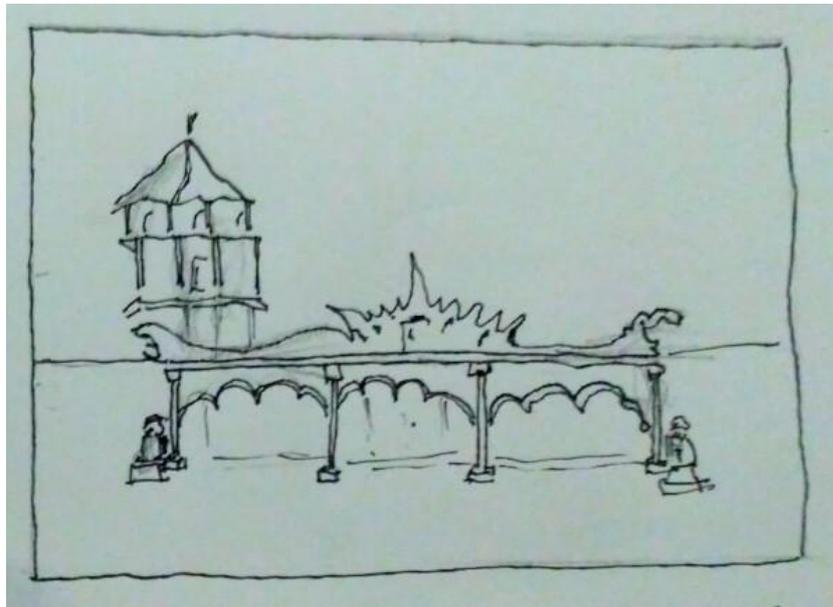
#### **d. Ilustrasi**

Ilustrasi adalah proses untuk menciptakan tampilan sebuah publikasi, presentasi atau di situs *web* yang menarik, dengan cara logis. Tujuannya ialah untuk menarik perhatian, menambah nilai dan meningkatkan minat *audiens*, simple, terorganisir, memberikan penekanan selektif dan menciptakan kesatuan yang utuh. (Arwan, 2009).

Ilustrasi yang digunakan di dalam *Redesign Website Klik Lokasi* ini ialah ilustrasi dalam bentuk *image* foto yang diambil langsung dari tempat-tempat

tertentu di Kota Surakarta yang telah disesuaikan. Ilustrasi ini akan digunakan sebagai *background* setiap halaman pada *website* klik lokasi ini. Adapun ilustrasi lain dalam bentuk beberapa ikon dengan warna yang berbeda difungsikan sebagai warna *link* dalam *website* yang dapat menampilkan informasi yang dibutuhkan.

Ilustrasi dibawah merupakan salah satu bentuk image foto yang diambil langsung ditempat – tempat tertentu di kota Surakarta yang akan digunakan sebagai *background* setiap halaman pada *website* Klik Lokasi.

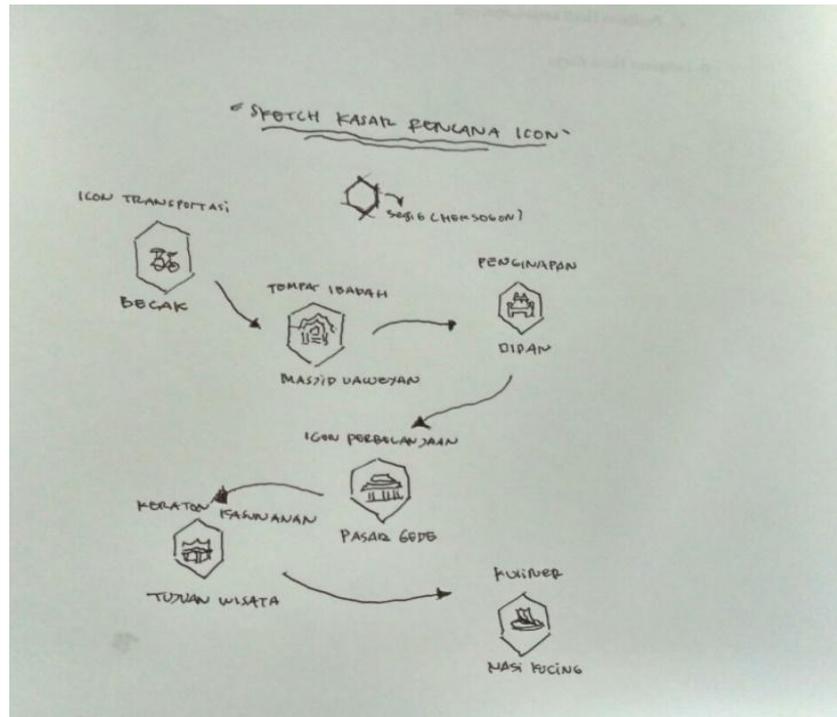


**Gambar 08** Sketsa Kraton kasunan  
( Scan: Eris,2017 )

## 1) Ikon

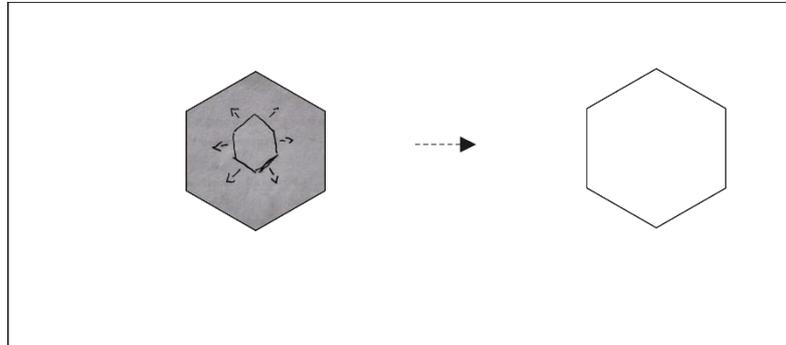
Charles Sanders Pierce (1839-1914) mengemukakan teori tentang tanda yang disebut sebagai teori semiotic. Pierce memperkenalkan istilah semiotic dengan hubungan segitiga triadic, yaitu tanda pilihan makna tanda dan objek itu sendiri.

Ikon merupakan tanda yang mempunyai kemiripan (rupa) yang ada wujud nyatanya. Penggambaran ikon ada dengan dua cara, yaitu ilustratif (sesuai bentuk aslinya) dan diagramatik (dalam bentuk nyata)



**Gambar 09** Sketsa Konsep Icon  
( Scan: Eris,2017 )

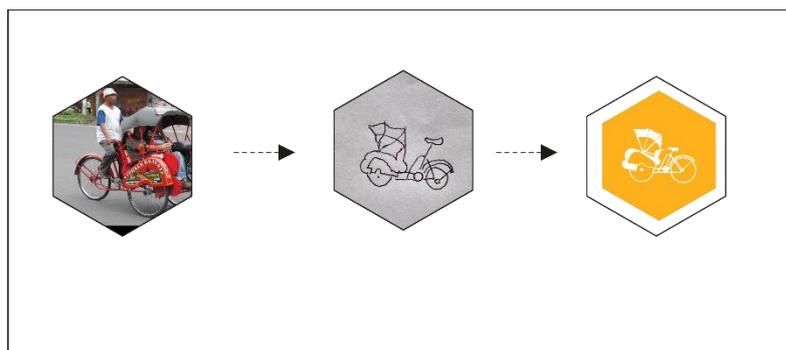
a) **Heksagon**



**Gambar 10** Heksagon  
( Desain: Eris,2017 )

Bentuk Heksagon (segi enam) adalah merupakan *icon link* dalam website yang dapat menampilkan beberapa informasi atau tujuan didalam website yang terdiri dari 6 bagian yang sesuai dengan konsep 6 tujuan dalam website Klik Lokasi.

b) **Icon Transportasi**

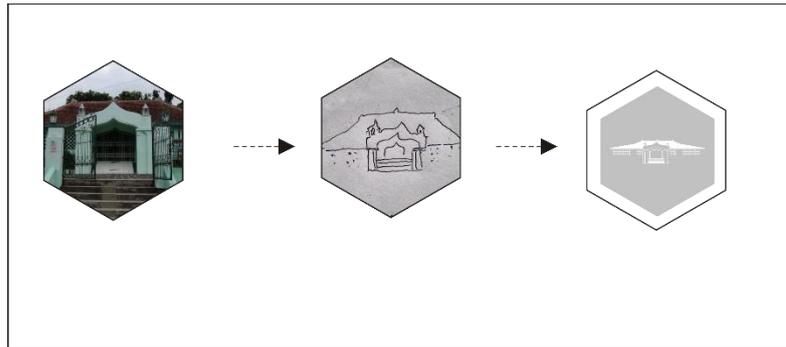


**Gambar 11** Ikon Transportasi  
( Desain: Eris,2017 )

Pemilihan Becak pada *icon website* Klik Lokasi ini adalah melihat ataupun menganalisa model transportasi yang masih melegenda dengan memunculkan

Becak sebagai icon *website* ini untuk lebih mengangkat daya tarik pengguna berkunjung ke Kota Surakarta.

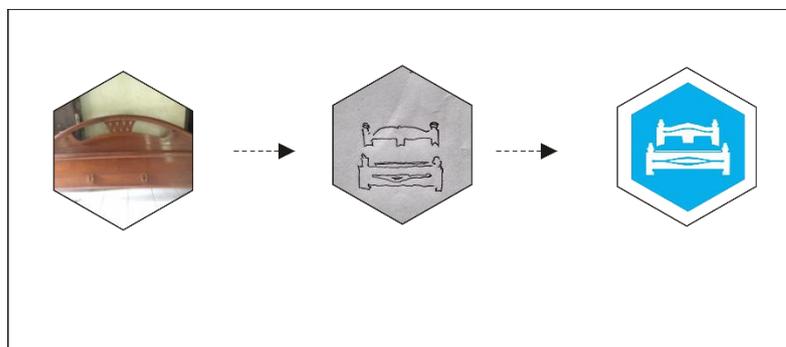
**c) *Icon Tempat Ibadah***



**Gambar 12** Ikon Tempat Ibadah  
( Desain: Eris,2017 )

Pada icon Tempat Ibadah memilih Masjid Laweyan adalah masjid tua pertama kali berdiri di Kota Surakarta, selain itu penduduk mayoritas di Surakarta adalah pemeluk Islam, pemilihan masjid ini berdasarkan proses observasi yang ada di Kota Surakarta

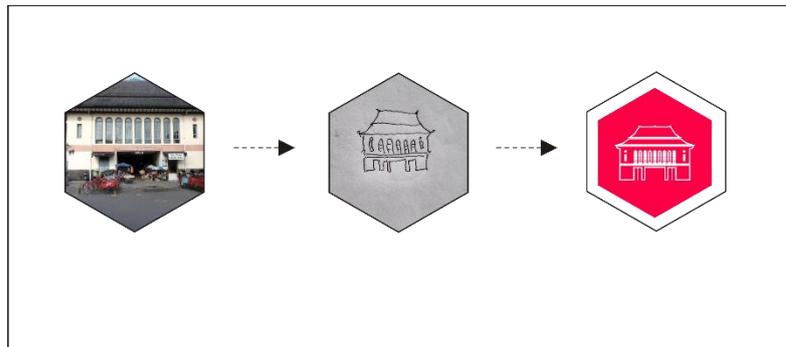
**d) *Icon Penginapan***



**Gambar 13** Ikon Penginapan  
( Desain: Eris,2017 )

Pemilihan dipan (ranjang tempat tidur) sebagai *icon Website* Klik Lokasi ini untuk lebih mengenalkan lagi tempat tidur jaman dulu. Dipan merupakan tempat tidur yang biasa dilihat pada masyarakat Jawa. Bentuk dipan yang sederhana ini yang nantinya dapat mudah dipahami oleh pengguna *website*.

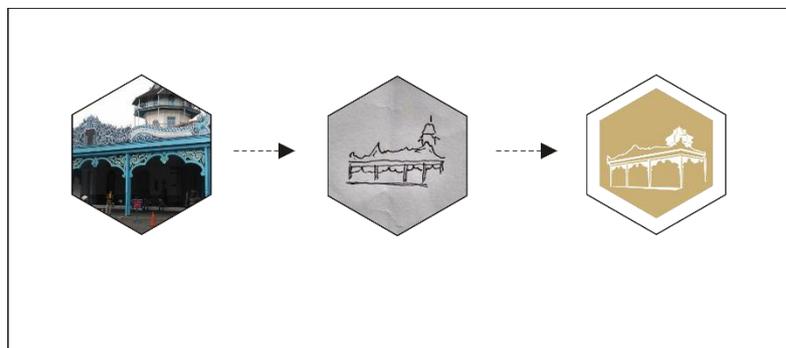
**e) *Icon Perbelanjaan***



**Gambar 14** IkonPerbelanjaan  
( Desain: Eris,2017 )

Pasar Gede dipilih sebagai tempat perbelanjaan tradisional yang merupakan karakteristik dari Kota Solo. Wujud desain utama dari Pasar Gede mampu menggiring pengunjung website untuk dapat mengenalkan bangunan kuno yang ada di Kota Surakarta yang masih berdiri kokoh di tengah-tengah kota.

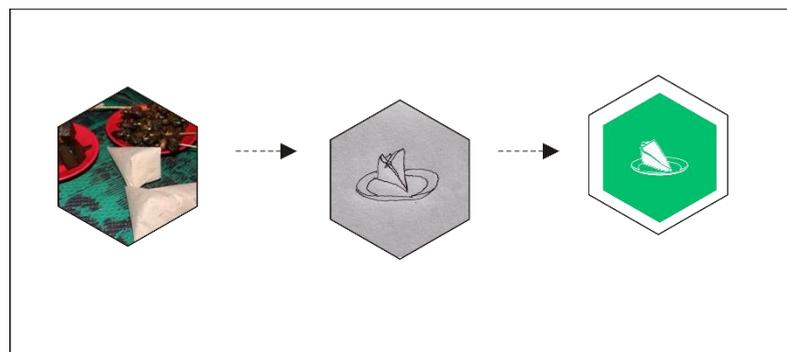
**f) *Icon Tujuan Wisata***



**Gambar 15** Ikon Tujuan Wisata  
( Desain: Eris,2017 )

Keraton Kasunanan dipilih sebagai karakteristik Kota Surakarta yang merupakan kota budaya. Selain itu masih dipertahankan bentuk bangunan tradisional Jawa memakai elemen-elemen Jawa dan bangunan ditengah perkembangan teknologi yang semakin maju. Keraton Kasunanan di Kota Surakarta juga terdapat Keraton Mangkunegaran yang letaknya tidak jauh dari pusat kota. Tempat tujuan wisata lainnya yaitu Balekambang dan Taman Hiburan Rakyat (THR) Sriwedari yang di dalamnya terdapat gedung pertunjukan

**g) Icon Kuliner**



**Gambar 16** Ikon Kuliner  
( Desain: Eris,2017 )

Nasi Kucing merupakan salah satu menu nasi bungkus dengan porsi kecil dan lauk atau sayur yang sederhana. Disebut nasi kucing karena biasanya nasi kucing disajikan dengan lauk potongan ikan bandeng porsi kecil. Menu ini biasanya terdapat pada warung kecil yang disebut Wedangan. Icon yang digunakan ialah bungkus nasi. Pemilihan bungkus nasi di wedangan diharapkan mampu untuk lebih mengenalkan pengunjung sebagai salah satu kuliner yang ada di kota solo.

## A. Konsep Teknis

Dalam proses perancangan karya *redesign website* ini menggunakan *digital computer* juga ada alat alat yang digunakan dalam proses perancangan tersebut antara lain, (1) Kertas untuk menggambar, (2) Pensil 2B, (3) Pensil Warna, (4) Drawing Pen, (5) Penghapus, (6) Sceaner. Kemudian dalam pembuatannya *redesign website* ini menggunakan beberapa software yang digunakan antara lain,

### 1. Adobe photoshop cs3.

Adobe photoshop berguna untuk membuat grid ukuran dalam layar,edit foto dan menyesuaikan warna yang tepat untuk tampilan *Website* Klik Lokasi.



**Gambar 17** Software Photoshop cs6  
( Sumber [www.google.com](http://www.google.com): Eris,2017 )

## 2. Corel Draw x5

Corel Draw x5 digunakan untuk membuat vector atau track vector yang merupakan proses penyempurnaan setelah melalui tahap sketsa manual.



**Gambar 18** Software Corel Draw X5  
( Sumber [www.google.com](http://www.google.com): Eris,2017 )

## B. Media Plan

Target visual dalam perancangan desain visual ini adalah masyarakat dapat mengenal dan tertarik menggunakan *website* klik lokasi ini. Media plan yang digunakan media/sarana untuk mempromosikan produk *website* klik lokasi ini kepada masyarakat. Beberapa media plan yang digunakan antara lain.

### 1. Vertical Tothem Display

Media yang digunakan dalam promosi adalah Tothem Display. Fungsi Vertical tothem display sebagai media promosi. Rencana penempatan akan ditempatkan di titik-titik tertentu. Antara lain Stasiun,Bandara,Terminal.

## **2. Name Styrefoam**

Media yang digunakan dalam promosi adalah Name styrefoam Fungsi Name Styrofoam Untuk lebih memperkuat karakter perusahaan serta sebagai pemanis dalam ruangan

## **3. Bingkai Poster**

Media yang digunakan dalam promosi adalah Bingkai Poster. Alasan pemilihan media Bingkai poster memperkenalkan produk Website Klik Lokasi rencana penempatan perempatan Manahan.

## **4. Kaos**

Penggunaan kaos dalam media promosi tidak hanya sebagai pakaian namun dapat menjadikan media promo suatu produk yang sangat efektif.

## **5. Tumbler**

Media yang digunakan dalam promosi adalah Tumbler. Fungsi Tumbler selain untuk media promosi dapat digunakan sebagai media traveling ke tujuan Kota Surakarta.