

BAB III
KONSEP PERANCANGAN

A. Identifikasi Data

1. Studi Pustaka dan Dokumentasi

a. Surakarta

1) Demografi kota Surakarta

Kota Surakarta terdapat lima kecamatan sebagai berikut :

No. ◆	Peta ◆	Nama kecamatan ◆	Kode Pos ◆	Luas ◆	% luas ◆
1		Banjarsari	57130	14,81	33,63%
2		Jebres	57120	12,58	28,57%
3		Laweyan	57140	8,64	19,62%
4		Pasar Kliwon	57110	4,82	10,95%
5		Serengan	57150	3,19	7,24%

Gambar 1. Daftar Kecamatan di Kota Surakarta (Sumber : https://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Surakarta diakses pada 19 September 2017 14.00 wib)

Banjarsari adalah kecamatan yang terletak di pusat kota Surakarta. Di kecamatan ini terletak stasiun Solo Balapan yang melayani perjalanan kereta api menuju Jakarta/Yogyakarta, Surabaya dan Semarang. Selain itu di sini terletak Terminal Tirtonadi yang merupakan terminal bus dan juga Pura Mangkunagaran, istana kerajaan Mangkunegara, salah satu ahli waris

kerajaan Mataram Baru. Banyak hotel berbintang internasional terletak di kecamatan ini. Selain itu terdapat tiga pemakaman penting di kecamatan ini: TPU Bonoloyo, Astana Utara Nayu, dan Astana Bibis Luhur.

Jebres (baca: *Jèbrès*) adalah kecamatan di Kota Surakarta yang terletak di bagian timur. Wilayah kecamatan ini berbukit-bukit dan hampir semua pemakaman di kota Surakarta terletak di kecamatan ini. Kecamatan Jebres adalah tempat berlokasinya kampus Universitas Sebelas Maret, Institut Seni Indonesia, Stasiun Solo Jebres, Perumnas Mojosongo, Taman Wisata Jurug, Pasar Gede Harjonagoro, serta Makam Pahlawan Kusuma Bhakti. Di Jebres juga berlokasi berbagai kegiatan industri.

Laweyan atau Lawiyen adalah kecamatan yang terletak di barat kota Surakarta. Kecamatan ini terkenal karena penduduknya banyak yang menjadi produsen dan pedagang batik, sejak dulu sampai sekarang. Di sinilah tempat berdirinya *Sarekat Dagang Islam*, asosiasi dagang pertama yang didirikan oleh para produsen dan pedagang batik pribumi, pada tahun 1912.

Pasar Kliwon adalah sebuah kecamatan yang terletak di tenggara Kota Surakarta. Wilayah Pasar Kliwon saat ini terkenal sebagai tempat perkampungan warga keturunan Arab-Indonesia. Mereka biasa hidup dari penjualan tekstil dan di sini pulalah terdapat Pasar Klewer, pasar batik terbesar di Indonesia. Kampung Kauman, yang disebut sebagai Kampung Wisata Batik, terletak di kecamatan ini, yaitu di sebelah Pasar Klewer. Selain itu, Keraton Surakarta juga terletak di kecamatan ini.

Serengan adalah kecamatan yang terletak di selatan Kota Surakarta dan merupakan kecamatan terkecil kota ini.

2) Pemerintah kota Surakarta

Salah satu kota bersejarah di Indonesia yang memiliki berbagai peninggalan sejarah kebudayaan Jawa dan keragaman etnik adalah Kota Surakarta, sejak berdirinya Keraton Surakarta pada 17 Pebruari 1745 M. Penyebutan Surakarta atau Solo sebagai kota budaya karena mempunyai masa lalu sebagai salah satu pusat kerajaan Mataram Islam di Jawa. Sejarah kota Solo dipengaruhi oleh keberadaan Kasunanan dan Mangkunegaran sebagai pusat pemerintahan. Kota Solo memiliki nilai-nilai keagungan dan keindahan perencanaan tata ruang kota dengan berbagai warisan pusaka (*heritage*). Keasrian penataan kota lama Solo terlihat dari peninggalan-peninggalan bangunan kuno yang mencerminkan budaya sejarah dan arsitektur bangunan pada lingkungan tradisional. Pemerintah kota mulai penataan kota Surakarta sebagai Kota Wisata Budaya dengan menjadikan kepariwisataan berbasis budaya.

Pemerintah Daerah Surakarta telah merancang pemasaran pariwisata dengan *branding* tersendiri bagi kota budaya yang memiliki potensi yang cukup besar. Slogan "*Solo, The Spirit of Java*" (jiwanya Jawa), sebagai upaya pencitraan kota Surakarta sebagai pusat kebudayaan Jawa dengan mencerminkan karakteristik dan potensi kota Surakarta. Surakarta memiliki semboyan "Berseri". "Berseri" sendiri adalah akronim dari "Bersih, Sehat, Rapi, dan Indah", sebagai slogan pemeliharaan keindahan kota.

3) Sektor Pariwisata

Pendukung di sektor pariwisata berkaitan dengan potensi moda transportasi, terutama transportasi tradisional seperti becak yang memiliki nilai sejarah di kota Surakarta. Becak menjadi salah satu alternatif sarana transportasi terutama bagi para wisatawan dan juga masyarakat kota Surakarta untuk berkeliling dan menikmati suasana kota, berkunjung ke tempat wisata, pusat oleh-oleh, penginapan, dan sebagainya. Keberadaan becak telah berjalan lama menjadi bagian dari sistem transportasi kota. Meskipun telah ada taksi, bis, dan ojek, keberadaan becak dalam relasi transportasi dan pariwisata masih tetap diakui oleh para pengguna jasa becak di Surakarta. Terlihat pada keberadaan becak masih bisa dirasakan hingga saat ini.

b. Becak Surakarta

1) Becak sebagai transportasi umum dan wisata

Becak di Surakarta umumnya tergolong sebagai becak kayuh dengan tiga roda, dua roda di bagian depan dan satu roda di bagian belakang. Dua roda dibagian depan dihubungkan dengan sebuah poros tetap dan kedua roda depan ini bisa digerakkan secara bersama-sama dengan porosnya untuk membelokkan becak. Pengemudi becak duduk hampir diatas roda belakang, menggenjot pedal dan rantai yang memutar roda belakang. Penumpang duduk di kursi yang berada di antara dua roda depan. Peredam guncangan berada di roda bagian depan berupa per daun yang dipasang antara poros roda dengan badan becak. Kapasitas normal

becak adalah dua orang penumpang dan seorang pengemudi. Kebanyakan becak dengan warna merah dan memiliki penutup roda samping kanan dan kirinya. Penutup roda biasanya dilukisi pemandangan alam dan aksara Jawa atau dalam bahasa Jawa. Penumpang di depan biasanya dilindungi oleh badan becak yang terbuat dari kayu dan atap terpal serta penutup depan dari plastik bening yang ditutup hanya pada saat hujan. Sebagai alat penghenti laju becak, ada sebuah rem sederhana yang menghentikan laju roda belakang, rem ini digerakkan oleh pengemudi menggunakan sebuah tongkat (tuas) yang berada di bawah kursi pengemudi. Becak digunakan sebagai transportasi umum maupun barang yang mengantarkan dari suatu tempat ke tempat lain. Selain itu becak digunakan sebagai moda transportasi untuk berwisata ke lokasi-lokasi wisata yang ada di Surakarta.

2) Becak sebagai media kampanye

Masa kampanye terbuka diisi dengan kampanye simpatik dan meriah di setiap tempat berlangsung. Dimulai pagi hari dengan karnaval becak dari Posko PDIP, Puan Maharani bersama puluhan becak menuju Alun-alun Utara Solo.



Gambar 2. Karnaval becak Solo (Sumber : <http://www.sekarduside.com/2014/04/indonesia-hebat.html> diunduh pada 19 September 2017 ; 15.27 WIB)

Fenomena pada becak dimanfaatkan sebagai alat komersialisasi suatu produk sebagai media promosi. Becak digambari hingga ditemplei dengan identitas produk.



Gambar 3. Becak solo sebagai media promosi (Sumber ; http://simpleswips.blogspot.sg/2013/04/wisata-politik-ke-kota-solo.html#.WcIL9_MjHIU diunduh pada 19 September 2017 ; 15.45 WIB)

3) Becak berlampu sebagai wisata

Becak berlampu salah satu destinasi malam di Kota Solo yakni becak lampu. Dominan banyak di lokasi sekitar Manahan dan Alun-alun selatan. Pengunjung dapat menikmati malam dengan mengendarai becak yang dimodifikasi menjadi becak lampu. Dengan membayar tarif Rp 20.000, - Rp 25.000, pengunjung dapat berkeliling taman dengan pilihan bentuk becak yang dilengkapi aneka lampu hias. Para penyewa dengan berlatar belakang usia beragam, mulai dari pria dan wanita dewasa, kalangan remaja, hingga anak-anak. Sejak 2011 becak lampu Solo menggoda para wisatawan untuk singgah ke Solo. Suasana malam menjadi lebih ceria dengan warna lampu yang berwarna-warni membentuk aneka tampilan, ada yang bercorak binatang hingga bercorak helikopter.



Gambar 4. Becak lampu Solo (Sumber : <http://kota.surakarta.go.id/index.php?q=berita/becak-lampu-sensasi-malam-di-kota-solo> : diakses pada 19 september 2017 ; 12.30 WIB)

2. Wawancara narasumber

Bapak Soegeng Toekio (Dosen Univ. Sahid Surakarta, 75 tahun, Colomadu) selaku praktisi budaya berpendapat bahwa becak hadir di kota Solo diperkirakan setelah kemerdekaan becak meningkat penggunaannya. Pada tahun 1951-1960 becak berkembang di banyak kota dikarenakan masyarakat membutuhkan alat transportasi jarak dekat yang murah dan nyaman, dengan saingannya delman dan andong. Pada tahun 1966 muncul ide baru becak bermotor dari Medan dan kemudian berkembang hingga Bandung. Pada tahun 1964 Jepang memberikan hadiah bemo kepada Indonesia dan becak mulai bergeser, karena murah dan lebih cepat sampai ke tujuan yang dituju. Melihat pada bemo yang menggunakan mesin dan becak menggunakan tenaga manusia.

Pada tahun 1980 becak mulai menurun karena munculnya moda transportasi baru oplet/angkot yang lebih murah dan cepat sampai ke tujuan. Hal tersebut berdampak dan pergeseran pada becak dan andong. Kemudian muncul alternatif bertolak dari fungsi becak sebagai moda transportasi manusia menjadi moda transportasi barang untuk menambah penghasilan. Untuk tarif tidak bisa disamakan dengan transport lain yang menggunakan tenaga mesin, karena ada standar untuk hidup dan transportasi. Tarif subjektif dari pengemudi becak karena belum ada standarisasinya.

Kondisi becak saat ini, masyarakat kecil memerlukan moda transportasi murah dan efisien, disisi lain becak mengganggu lalu lintas karena belum ada standarisasi sesuai kelayakan sebagai kendaraan umum.

Persaingan becak sangat terpengaruh pada moda transportasi lain beserta teknologinya. Becak kalah dengan moda transportasi baru yang berdampak berkurangnya pendapatannya. Becak sudah tidak punya lahan parkir, adanya peraturan becak dilarang melewati jalan protokol dan beberapa kota menyatakan bebas becak. Fenomena tersebut muncul pergeseran profesi yang biasanya ngebecak beralih dengan pekerjaan lain untuk bisa mencukupi penghidupannya. Becak memiliki keunikan pada konstruksi dan karakteristik dari bentuk fisik dan ornamen lukisan, tulisan pepatah Jawa, maupun himbauan.

Becak diredesain untuk mempertahankan aset budaya tanpa mengubah bentuk asli, serta kenyamanan tempat duduk becak agar bisa mendongkrak becak menjadi lebih baik. Hal tersebut dapat menjadikan becak sebagai ikon karakteristik budaya Surakarta. Peran becak sebagai pendukung pariwisata dalam lokasi tertentu menjadikan becak terlihat lebih eksklusif dan menjadikan ciri khas budaya Surakarta. Ada tiga pokok yaitu sebagai rekomendasi berkaitan dengan aspek lingkungan dan pengguna, aspek perlindungan dan hukum, aspek keberlangsungan menjadi kunci pembuat kebijakan regulasi dan integrasi yang berada di naungan pemerintah. Dan becak perlu ada pencatatan secara deskriptif sejarah sebagai dokumentasi, guna untuk menjaga aset budaya yang telah lama di kota Surakarta.

Bapak Yayok Aryoseno (CEO Yayok Gallery, 45 tahun, Ketelan) selaku praktisi budaya berpendapat bahwa becak memiliki filosofi pada slebor becak itu merupakan kata hati dan harapan pengemudi/pemilik becak.

Di belanda becak diganti dengan besi alumunium dengan bentuk yang tradisional. Pengemudi becak wanita cantik dengan harga dua uero. Mereka mendapatkan tips setiap menghampiri toko-toko di Belanda. Dan jika wisatawan membeli produk di toko-toko maka pengemudi becak mendapatkan bonus dari hasil penjualan produk di toko tersebut. Sudah tidak adanya pengerajin becak menjadikannya sebagai alat transportasi yang memiliki nilai sejarah bagi kota Surakarta yang harus di lestarikan. Becak umumnya yang berada di kota Solo, Yogyakarta, dan Semarang pada dasarnya memiliki persamaan mulai dari ukuran, tinggi, lebar, dan panjang.

Meskipun pada umumnya becak yang ada di Solo, Yogyakarta, dan Semarang memiliki konstuksi yang sama, terdapat perbedaan pada ornamen besi pelindung tangan di kursi penumpang dengan motif ikan menjadi ciri khas becak di wilayah kota Solo, motif pesawat menjadi ciri khas becak di wilayah kota Yogyakarta dan motif matahari menjadi ciri khas becak di wilayah kota Semarang.



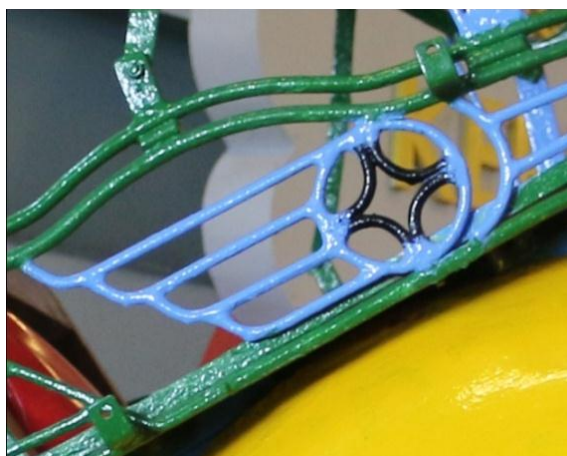
Gambar 5. Becak Solo, Yogyakarta, dan Semarang (Sumber : Google.com, diakses 27 Juli 2017 ; 08.00 wib)



Gambar 6. Ciri becak di Solo dengan ornamen motif ikan
(Sumber : Google.com, diakses 27 Juli 2017 ; 08.00 wib)



Gambar 7. Ciri becak di Yogyakarta dengan ornamen motif pesawat
(Sumber : Google.com, diakses 27 Juli 2017 ; 08.00 wib)



Gambar 8. Ciri becak di Semarang dengan ornamen motif matahari
(Sumber : Google.com, diakses 27 Juli 2017 ; 08.00 wib)

Bapak Irfan Sutikno (CEO Freshblood Adv., 50 tahun, Ngasem) selaku praktisi desain berpendapat bahwa relevansi yang ada solo berbasis perdagangan dan jasa, wisata, infrastruktur dibidang wisata, dan becak merupakan pernak-pernik bagian siklus kehidupan dibidang wisata. Sekarang becak masih bertahan dibidang pariwisata, akan tetapi belum terintegrasi dengan pihak pemerintah kota Surakarta tentang regulasinya. Belum ada pihak pemerintah menangani becak sebagai aset budaya. Tata kelola manajemen menyangkut rute dan aspek wisata. Tidak terlepas dari stimulan yang bisa menjadikan becak berfungsi sebagai ekonomis dan substansi. Untuk meningkatkan daya tarik becak sebagai moda transportasi tradisional yaitu dengan visual becak. Visual yang standart universal rapi bersih memiliki karakter kualitas.

Becak sebagai sarana *branding* bermacam-macam perusahaan, dan beberapa kali sebagai media kampanye politik. *Branding* diibaratkan meniupkan ruh, meletakkan identitas, meletakkan karakter pada sesuatu. Berawal dari makna akan memunculkan suatu karakter yang kuat. Butuh aspek kepercayaan dan kenyamanan yang harus ada untuk becak bisa diandalkan sebagai aset sejarah kota Surakarta.

Bapak Subagiyo (tukang becak, 55 tahun, Solo) selaku pemilik dan pengemudi becak berpendapat bahwa mengkayuh becak merupakan profesi yang dijalani sejak tahun 80an untuk menyambung hidup mendapatkan upah untuk kebutuhan keluarga sehari-hari. Pendapatan selalu pasang surut, terkadang selagi sepi penumpang mendapatkan Rp 30.000,- dan ketika

banyak penumpang bisa sampai Rp 150.000,-. Kondisi becak yang kurang terawat dikarenakan faktor pendapatan, lebih memprioritaskan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, menyekolahkan anak dan kebutuhan lainnya. Meskipun faktor modernisasi merupakan salah satu penyebab berkurangnya pendapatan, akan tetapi becak masih tetap digunakan untuk mengantarkan penumpang, mengantarkan barang, dan juga berwisata mengelilingi Keraton – Pasar Klewer – Kampung Batik Kauman – Pasar Gede dan sebagainya.

Wahyu Andriani (pegawai PT. Swisscontact, 23 tahun, Kelambir Lima) selaku pengguna jasa transportasi becak berpendapat bahwa berwisata di kota Solo merupakan hal yang menyenangkan dengan suasana kental dengan etnik Jawa. Pengemudi becak menawarkan wisata perjalanan ke Keraton Kasunanan – Alun-alun Kidul – Pasar Klewer – Kampung Batik Kauman dengan tarif Rp 50.000,-. Dengan dengan keramahan pengemudi becak menjadi daya tarik untuk menggunakan jasanya. Kemudian pengemudi becak dengan ramahnya menceritakan asal mula Keraton kemudian bercerita tentang batik khas Solo dan juga kuliner yang wajib dinikmati di kota Solo. Menggunakan transportasi tradisional becak menimbulkan rasa kembali kemasa lampau. Bisa menikmati perjalanan dengan melihat secara leluasa pernak-pernik aktifitas masyarakat ketika penutup becak dibuka.

Ibu Suparmi (pensiun PGSD, 63 tahun, Jungke) selaku pengguna jasa transportasi becak berpendapat bahwa dengan adanya becak sebagai alat

transportasi jarak dekat sangat membantu, sebab keterbatasan kendaraan seperti angkot dan bis yang biasa digunakan oleh masyarakat pada umumnya untuk menjangkau menuju lokasi yang tidak dilewati angkot dan bis. Becak dipilih ketika saat membawa barang belanjaan banyak, melihat kapasitas daya angkutnya lebih besar untuk moda transportasi jarak dekat. Untuk tarif subjektif sesuai dengan besar kecilnya yang diangkut dan jauh dekat tujuannya. Ketika dikondisi cuaca panas penumpang terlindungi oleh penutup terpal dan ketika cuaca hujan becak tetap bisa digunakan karena memiliki penutup tambahan terbuat dari plastik bening sebagai pelindung.

Bisa disimpulkan bahwa kota Surakarta merupakan kota berbasis perdagangan dan jasa, wisata, infrastruktur dibidang wisata, dan becak merupakan pernak-pernik bagian siklus kehidupan dibidang wisata. Sekarang becak masih bertahan dibidang pariwisata dan masih bisa dirasakan keberadaannya. Terlihat keberadaan becak masih digunakan sebagai moda transportasi jarak dekat maupun sarana transportasi berwisata mengelilingi tempat bersejarah, berwisata budaya, berwisata belanja dan berwisata kuliner. Becak yang dahulunya merupakan moda transportasi jarak dekat yang diandalkan, sekarang dengan berkembangnya zaman dan teknologi transportasi yang semakin berkembang menjadikan menurunnya eksistensi becak sebagai moda transportasi. Walaupun begitu becak merupakan aset budaya yang memiliki nilai sejarah pada moda transportasi tradisional menjadikannya lebih unggul sebagai objek daya tarik pariwisata dibandingkan transportasi lain.

Maka dari itu, perlu ada perhatian khusus agar becak bisa lebih diandalkan sebagai moda transportasi tradisional dan sebagai pendukung pariwisata di kota Surakarta. Salah satunya peningkatkan becak pada aspek desain dengan pembenahan pada visual becak. Visual yang standart universal rapi bersih memiliki karakter dan kualitas. Didukung dengan peningkatan pada aspek kenyamanan dan aspek keamanan. Aspek kenyamanan berupa pembenahan pada kursi penumpang yang awal mulanya berkualitas rendah diganti dengan bahan yang lebih baik. Ditambah dengan penambahan pada aspek keamanan berupa kelengkapan atribut pengemudi bertujuan untuk meningkatkan citra kepercayaan pengguna jasa terhadap moda transportasi becak.

B. Analisa SWOT

SWOT	Becak transportasi dan wisata	Becak media kampanye	Becak lampu
<i>Strength</i> (kekuatan)	Moda transportasi tradisional dan wisata yang memiliki nilai kearifan lokal	Moda transportasi tradisional dan wisata yang memiliki nilai komersial	Moda transportasi wisata baru yang memiliki nilai keunikan dengan dihiasi lampu warna-warni
	Moda transportasi tradisional dan wisata jarak dekat menjangkau lokasi pangkalan masing-masing becak yang tidak dilewati angkot dan bis	Moda transportasi tradisional dan wisata jarak dekat menjangkau lokasi pangkalan masing-masing becak maupun yang telah ditentukan penyewa	Moda transportasi tradisional jarak dekat menjangkau lokasi wisata alun-alun selatan Kraton Kasunanan dan Stadion Manahan
	Desain berupa informasi ilustrasi sejarah dan budaya jawa Surakarta	Desain berupa citra identitas penyewa	Desain berupa hiasan lampu led warna-warni
<i>Weakness</i> (kelemahan)	Moda transportasi tidak bertenaga	Moda transportasi tidak bertenaga	moda transportasi tidak bertenaga

	mesin	mesin	mesin
	Tarif subjektif	Tarif subjektif	Tarif subjektif
	Kebutuhan terhadap aspek keamanan dan aspek nyaman pada aktivitas becak	Kesepakatan berjangka sesuai dengan perjanjian pemilik becak dengan penyewa	Umur lampu led tidak tahan lama
<i>Oppurtunity</i> (peluang)	Becak sebagai alternatif media publikasi budaya dan sejarah kota Surakarta	Becak sebagai alternatif media komersial	Becak sebagai sarana wisata malam hari
<i>Treath</i> (ancaman)	Becak dari luar wilayah Solo masuk ke wilayah Solo	Becak dari luar wilayah Solo masuk ke wilayah Solo	Becak dari luar wilayah Solo masuk ke wilayah Solo
	Pergeseran alih profesi berdampak berkurangnya populasi becak	Pergeseran alih profesi berdampak berkurangnya populasi becak	Pergeseran alih profesi berdampak berkurangnya populasi becak

C. Segmentasi

1) Demografi

- a) Konsumen : Pria dan wanita
- b) Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan
- c) Usia : 24-50 tahun
- d) Ekonomi : Lapisan ekonomi menengah dan atas
- e) Pendidikan : Diploma, Sarjana (S1), dan Pasca Sarjana (S2,S3)
- f) Agama : Semua agama

2) Psikografis

- a) Kebiasaan

Pria dan wanita berusia 24-50 tahun yang berlatar belakang wisatawan yang berkeinginan dan membutuhkan pada suatu produk wisata.

- b) Gaya Hidup

Pria dan wanita berusia 24-50 tahun dari kalangan menengah ke atas yang cenderung memiliki pengeluaran tambahan terhadap suatu produk wisata, serta merespon terhadap berbagai bentuk produk wisata.

3) Geografis

Pria dan wanita dewasa yang berusia 24-50 tahun yang berdomisili di luar wilayah Surakarta, maupun di luar wilayah negara Indonesia.

4) Behavior

Pria dan wanita dewasa yang berusia 24-50 tahun yang berlatar belakang wisatawan yang mencari kesenangan dan kepuasan berwisata. Dengan tujuan

mengetahui dan melihat suatu tempat yang berbeda penduduknya, tata cara hidupnya, adat istiadatnya, budayanya, kulinernya, serta berwisata religinya.

D. Unique Selling Proposition (USP)

Identitas becak Surakarta yang berbeda pada aspek desain yang lebih menarik, serta peningkatan kualitas terhadap aspek keamanan dan aspek kenyamanan tanpa mengurangi fungsi utamanya sebagai moda transportasi tradisional sebagai daya tarik yang diunggulkan bagi wisatawan lokal maupun wisatawan asing.

E. Positioning

Becak Surakarta merupakan moda transportasi tradisional yang memiliki nilai kearifan lokal menjadikannya objek yang menarik dijadikan media alternatif. Media becak mempublikasikan terhadap unsur sejarah arsitektur dan budaya bahasa, corak, karakter masyarakat Jawa kota Surakarta, guna memberi informasi dan menimbulkan minat wisatawan untuk berwisata ke kota Surakarta. Unsur-unsur tersebut diimplementasikan kedalam visual desain, digabungkan dengangaya *flat design* berkarakter sederhana dan fokus dalam menyampaikan gagasan atau ide dengan tampilan minimalis. Ciri gaya *flat design* yaitu menyederhanakan bentuk asli objek kedalam ilustrasi dua dimensi namun tidak menghilangkan ciri bentuk objek aslinya, penggunaan warna-warna *solid* dengan pewarnaan *blocking*. Tipografi dalam gaya *flat design* berkesan bersih, jelas, dan mengurangi ornamen yang berlebihan, serta tata letak bersih dengan banyak ruang kosong untuk memudahkan menemukan inti informasi yang disampaikan.

F. Strategi Kreatif

1. Konsep estetis (keindahan)

Definisi indah merupakan konsep konkret hasil tanggapan terhadap suatu objek. Indah dalam bahasa Yunani disebut *aesthesis*, diserap kedalam bahasa Indonesia disebut estetis, artinya sifat indah, yaitu nilai kualitas dari suatu objek. Konsep estetis diterapkan dalam mengeksplorasi ide atau gagasan kedalam bentuk visual desain sebagai acuan untuk membangun suatu struktur gagasan positif yang memungkinkan beragam bagian memiliki keterpaduan yang utuh.

Perancangan desain komunikasi visual pada media becak Surakarta terdapat unsur-unsur Jawa kota Surakarta tersebut dikombinasi dengan gaya *flat design* akan memperindah dan lebih menarik pada informasi dengan tampilan minimalis untuk memberikan kesan bersih, indah dan rapi.

Perancangan visual desain pada media becak akan aplikasikan pada beberapa bagian becak sebagai berikut :

- Bagian samping kanan dan kiri

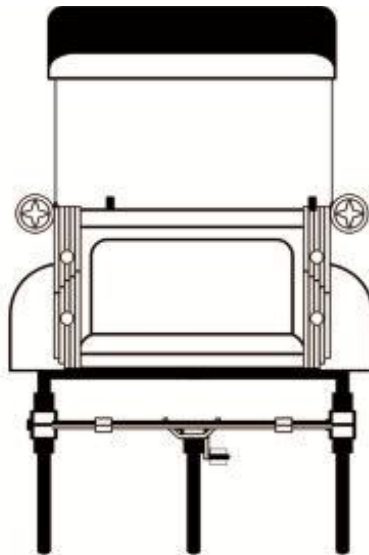
Perancangan visual desain pada media becak di bagian slebor dan badan becak, bertujuan agar informasi ide atau gagasan lebih efisien ketika khalayak melihat unsur-unsur sejarah arsitektur Jawa kota Surakarta.



Gambar 9. Template becak tampak samping (Sumber : <http://becakjogja.com/template-becak/>, diakses pada 1 Oktober 2017, 12.00 WIB.)

- Bagian depan

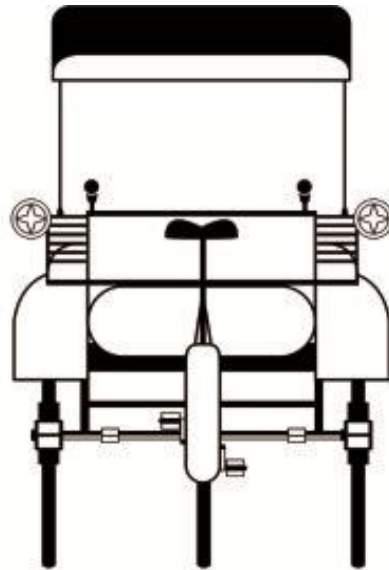
Penempatan visual desain pada media becak di bagian depan berada di tempat duduk dan bagian dalam badan becak bertujuan untuk memanfaatkan area kosong sebagai media pencitraan becak.



Gambar 10. Template becak tampak depan(Sumber : <http://becakjogja.com/template-becak/>, diakses pada 1 Oktober 2017, 12.00 WIB.)

- Bagian belakang

Penempatan visual desain pada media becak di bagian badan belakang bertujuan untuk memaksimalkan pemanfaatan badan becak sebagai media untuk menginformasikan ide atau gagasan kepada khalayak.



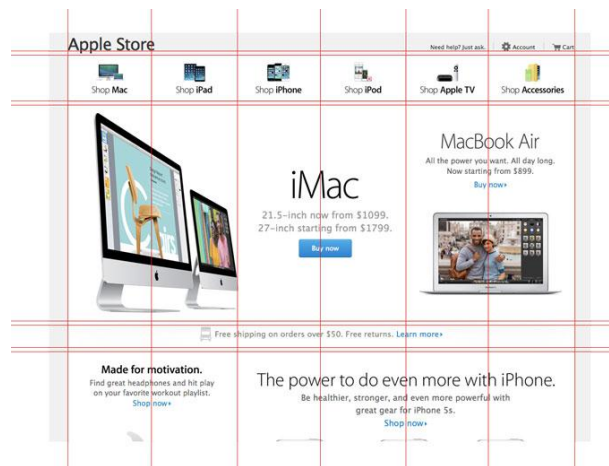
Gambar 11. Template becak tampak belakang (Sumber : <http://becakjogja.com/template-becak/>, diakses pada 1 Oktober 2017, 12.00 WIB.)

a. Konsep Visual

1) *Layout*

Layout adalah penyusunan dari elemen-elemen desain yang berhubungan kedalam sebuah bidang sehingga membentuk susunan artistik. Tata letak yang akan di terapkan adalah gaya *flat design* yang bersih dengan banyak ruang kosong untuk memudahkan menemukan *focal point* pada informasi yang disajikan. *Layout* yang digunakan pada media becak dan media pendukung dengan menyesuaikan jenis dan ukuran media yang menggunakan *grid layout*. *Grid layout* digunakan

sebagai perangkat untuk mempermudah menciptakan sebuah komposisi visual untuk membuat sebuah sistematika, guna menjaga konsistensi dalam melakukan repetisi dari sebuah komposisi yang sudah diciptakan. Sebuah *grid* diterapkan sebagai solusi terhadap permasalahan penataan elemen-elemen visual dalam sebuah ruang. Penerapan *grid layout* untuk membantu dalam penataan pesan berupa teks dan ilustrasi agar memudahkan khalayak menemukan inti informasi yang disajikan pada media becak Surakarta.



Gambar 12. *Grid layout* (Sumber : <https://web3.com.au/wp-content/uploads/2014/07/apple-web-design.jpg> ,diakses pada 9 Oktober 2017)

2) Warna

Fungsi warna sebagai penarik perhatian juga sebagai penguat teks dan gambar. Warna juga dapat menggambarkan karakteristik yang ingin ditonjolkan. Selain itu warna juga dapat menumbuhkan suasana yang diinginkan. Penggunaan *solid color* dengan pewarnaan *blocking* sebagai ciri gaya *flat design*. Pencitraan yang ingin disampaikan adalah bahwa becak Surakarta merupakan moda transportasi ramah lingkungan dengan

pelayanan berkualitas dan professional. Berikut ini adalah contoh warna-warna gaya *flat design*:



Gambar 13 . Flat Color Inspiration (Sumber : infinpixels.com, diakses pada 10 Oktober 2017, 09.00 WIB)

Warna yang dipilih sebagai standar visual perancangan desain komunikasi visual pada media becak adalah warna-warna dominan seperti:

1. Hijau muda

Warna hijau muda di ambil dari karakter warna gaya *flat design*.

Pemilihan warna hijau muda itu sendiri memberikan indikasi tentang kehidupan dan kesegaran. Citra yang di bangun adalah becak Surakarta merupakan moda transportasi ramah lingkungan.

C : 33 M : 0 Y : 83 K : 0

R : 148 G : 202 B : 84



2. Biru muda

Pemilihan warna biru muda pada media becak untuk mewakili identitas becak Surakarta. Warna biru muda di ambil dari karakter warna gaya *flat design*. Warna biru muda itu sendiri memberikan indikasi tentang simbol kepercayaan dan kualitas. Citra yang di bangun adalah becak Surakarta merupakan moda transportasi yang berkualitas dan professional dalam memberikan pelayanan jasa.

C : 30 M : 0 Y : 0 K : 0

R : 147 G : 208 B : 244



3. Coklat

Pemilihan warna coklat pada media becak untuk mewakili warna Jawa di Surakarta. Warna coklat di ambil dari karakter warna gaya *flat design*. Makna warna coklat adalah kesetabilan dan keasrian. Citra yang di bangun adalah becak Surakarta merupakan moda transportasi yang selalu memberikan kepuasan pelayanan jasa yang berkualitas kepada pengguna jasa.

C : 34 M : 8 Y : 84 K : 1

R : 151 G : 77 B : 58



3) Ilustrasi

Ilustrasi adalah hasil visualisasi dari suatu tulisan dengan teknik *drawing*, lukisan, fotografi, atau teknik seni rupa lainnya yang lebih menekankan hubungan subjek dengan tulisan yang dimaksud dari pada bentuk. Tujuan ilustrasi adalah untuk menerangkan atau menghiasi

suatu cerita, tulisan, puisi, atau informasi tertulis lainnya. Diharapkan dengan bantuan visual, tulisan tersebut lebih mudah dicerna. Ilustrasi pada gaya *flat design* berupa menyederhanakan bentuk asli objek kedalam ilustrasi dua dimensi namun tidak menghilangkan ciri bentuk objek aslinya.

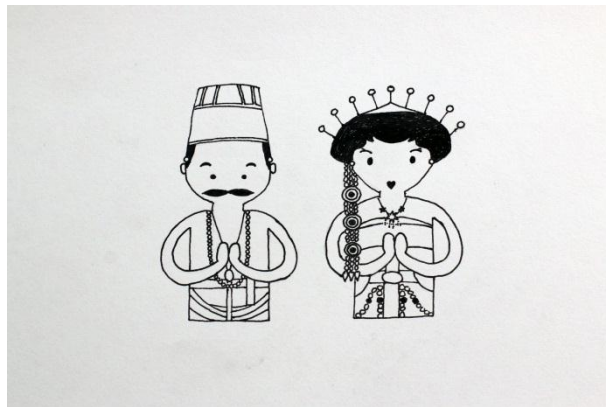


Gambar 14. Contoh ilustrasi flat design (Sumber : Menul Teguh Riyanti, Jurnal “Tren Flat Design Dalam Desain Komunikasi Visual”, 2016.)

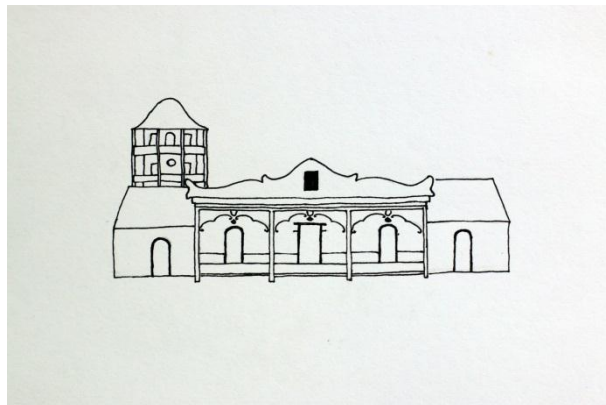
Ciri yang diangkat pada ilustrasi yang akan diterapkan pada media becak adalah ciri sejarah dan budaya Jawa Surakarta yang dikategorikan sebagai berikut:

- Etika masyarakat budaya sikap sopan ketika mempersilahkan sesuatu hal yaitu ucapan penyambutan selamat datang (*sugeng rawuh*).
- Tradisi Jawa Surakarta yaitu busana tradisional adat pernikahan Jawa Surakarta.
- Motif batik kawung
- Peninggalan aset arsitektur Keraton Kasunanan, Pasar Gede Harjonagoro dan Tugu Jam, dan Kantor Pemerintah Surakarta.

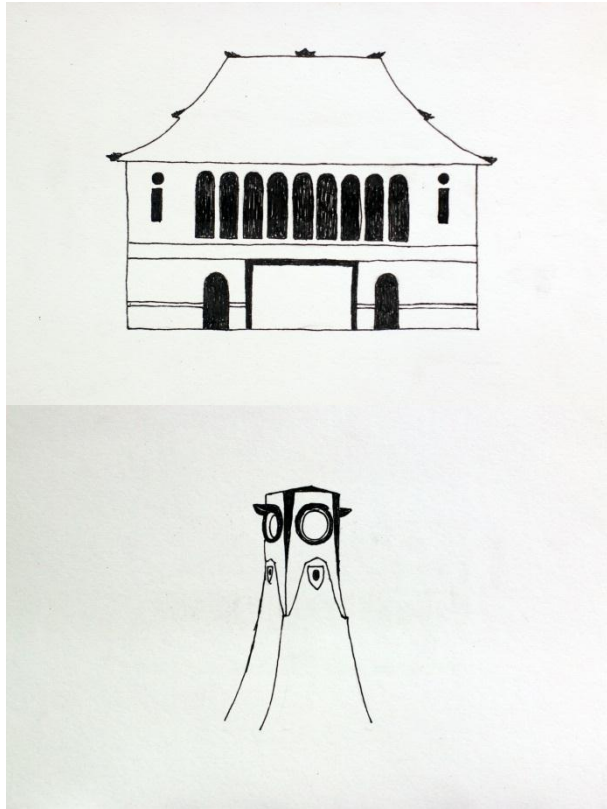
Pemilihan objek-objek tersebut sebagai edukasi yang akan disampaikan dimedia becak agar wisatawan baru dapat mengenal sejarah dan budaya yang ada di kota Surakarta.



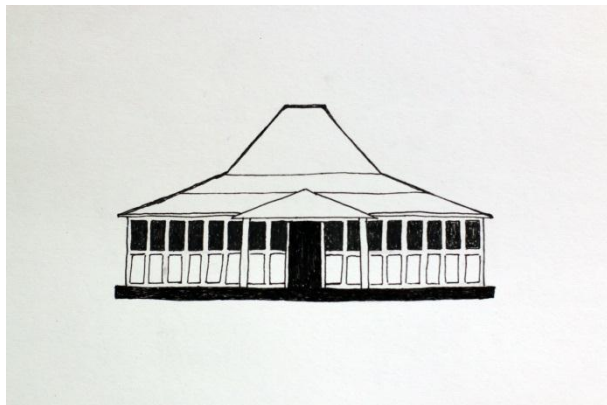
Gambar 15 . Sketsa tradisi Jawa Surakarta busana tradisional adat pernikahan Jawa Surakarta (Ahmad fadhillah alfi, 16 Oktober 2017)



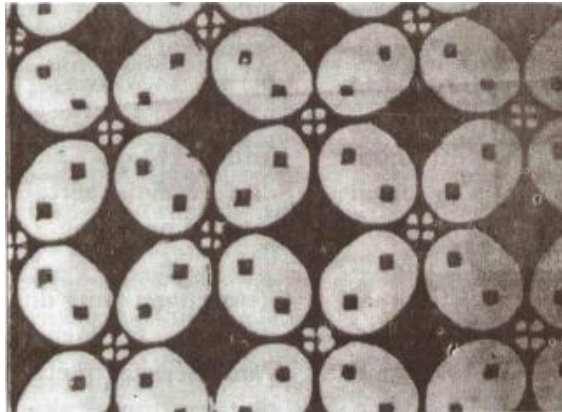
Gambar 16. Sketsa peninggalan aset arsitektur Keraton Kasunanan (Ahmad fadhillah alfi, 16 Oktober 2017)



Gambar 17. Sketsa peninggalan aset arsitektur Pasar Gede dan Tugu Jam (Ahmad fadhillah alfi, 16 Oktober 2017)



Gambar 18. Sketsa kantor pemerintah Surakarta (Ahmad fadhillah alfi, 16 Oktober 2017)



Gambar 19. Motif batik kawung (Ahmad fadhillah alfi, 16 Oktober 2017)

4) Tipografi

Tipografi merupakan seni memilih dan menata huruf dengan pengaturan, penyebarannya pada ruang yang tersedia, untuk menciptakan kesan khusus, sehingga akan membantu pembaca untuk mendapatkan kenyamanan membaca semaksimal mungkin (John Murphy dan Michael Rowe, 1998). Tipografi yang baik mengarah pada keterbacaan dan desain huruf tertentu dapat menciptakan gaya (*style*) dan karakter. Tipografi dalam *flat design* berkesan bersih, jelas, dan mengurangi ornamen yang berlebihan.

Tipografi yang akan digunakan pada perancangan desain komunikasi visual di media becak Surakarta antara lain:

- *Leoscar san serif*

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

- *Kirvy*

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Pemilihan jenis huruf *Leoscar san serif* dan *Kirvy* berkesan jelas, dinamis dan modren sehingga dapat memudahkan pembaca dalam menerima informasi yang disampaikan pada media becak Surakarta. Jenis huruf *Leoscar san serif* dan *Kirvy* mewakili citra becak Surakarta merupakan moda transportasi tradisional yang berkualitas dan professional.

b. Konsep Verbal

Bahasa merupakan salah satu bagian dari strategi visual verbal merupakan naskah iklan yang dipakai dalam perancangan setiap material promosi yang terdiri dari kepala berita/judul (*headline*), *body copy*, dan slogan (*key word*) yang semuanya itu memperjelas satu sama lain. Strategi perancangan material promosi pada becak Surakarta untuk mendukung informasi yang akan disampaikan kepada khalayak selain dari perancangan strategi visual.

1) *Headline*

Headline merupakan bagian terpenting dari suatu perancangan komunikasi, yang biasa dipakai sebagai penangkap perhatian utama. Salah satu kunci keberhasilan suatu perancangan komunikasi adalah *headline* yang cukup menarik perhatian. Karena fungsi *headline* itu

sendiri adalah untuk menarik perhatian para pembaca dengan cepat dan berusaha menarik perhatian khalayak untuk terus menikmati.

“Becak Wisata Surakarta”

“Becak Wisata Solo” dijadikan sebagai *headline* sebagai komunikasi memperkenalkan kepada khalayak bahwa di kota Surakarta terdapat objek wisata perjalanan menggunakan moda transportasi becak. Headline tersebut bertujuan untuk membangkitkan rasa penasaran dan keingintahuan khalayak terhadap wisata menggunakan moda transportasi becak.

2) Slogan

Slogan merupakan inti sari dari yang ingin disampaikan kepada *audience*. Slogan dapat membantu untuk memperjelas, mengenalkan dan menanamkan citra produk dalam benak masyarakat.

“The Spirit Of Java”

Slogan “*The Spirit of Java*” (jiwanya Jawa), sebagai upaya pencitraan kota Surakarta sebagai pusat kebudayaan Jawa dengan mencerminkan karakteristik dan potensi kota Surakarta. Pemilihan terhadap slogan tersebut secara tidak langsung becak Surakarta merupakan bagian dari kebudayaan Jawa. Tujuan penggunaan slogan “*The Spirit of Java*” untuk mengenalkan kembali pencitraan Surakarta sebagai kota budaya.

2. Konsep Teknis

Perancangan desain menggunakan beberapa alat dan *software* dengan spesifikasi komputer yang digunakan adalah sebagai berikut:

- Resolusi Layar monitor 1366 x 768 pixels, 32 Bit, 60 Hz
- Processor Inter(R) Core(TM) i3-2350M, 2,3 GHz
- Memory DDR3, 8 Gb
- HDD 500 Gb
- VGA NVIDIA GeForce GT 520MX, 1GB

Alat pendukung yang digunakan untuk proses perancangan desain antara lain:

- Kertas untuk menggambar
- Pensil mekanik 2B untuk menggambar sketsa
- Penghapus pensil
- *Scanner* untuk memasukkan rancangan sketsa.

Beberapa macam *software* komputer yang digunakan untuk proses perancangan desain antara lain:

a. CorelDRAWX4

Dalam proses perancangan desain menggunakan *CorelDRAW X4* sebagai software utama karena *software* ini digunakan dalam proses *tracing*, *colouring* ilustrasi dan media promosi cetak.

b. Adobe Photoshop CS4

Dalam proses perancangan desain menggunakan *Adobe Photoshop CS4* untuk pengeditan foto.

3. Media Pendukung

a. Media *Novelty item*

Media merupakan perantara/penghubung yang terletak antara dua pihak, atau sarana komunikasi. *Novelty item* (item baru) adalah objek yang dirancang khusus untuk sesuatu yang praktis dan berbeda, bertujuan untuk periklanan atau promosi, atau menjadi souvenir. Media *Novelty item* dirancang untuk menyampaikan informasi kepada khalayak yang pengguna media tersebut secara individu/perusahaan itu sendiri. Adapun media yang akan digunakan sebagai berikut:

1) *ID card*

ID card atau *identity card* yang dalam bahasa Indonesia artinya adalah kartu pengenal, berfungsi sebagai alat memperkenalkan diri. Pemilihan *ID card* sebagai media promosi terhadap konsumen. Selain memberikan kesan formal dan rapi, *ID card* memberikan arti tersendiri dalam mendukung pencitraan nilai kepercayaan ketika menggunakan jasa becak Surakarta.

2) Kaos berkerah

Kaos berkerah mampu menimbulkan kesan formal dan rapi. Pemilihan kaos berkerah berdasarkan kebutuhan kaos yang berfungsi sebagai kenyamanan pengemudi becak saat beraktifitas. Kaos berkerah dapat menyerap keringat dengan baik pada saat pengemudi becak menjalankan aktifitasnya.

3) Rompi

Rompi merupakan pakaian tambahan yang tidak berlengan yang dipakai diluar pakaian utama. Pemilihan rompi berdasarkan kebutuhan pengemudi becak untuk mencegah dingin di malam hari dan mampu mencegah badan terkena angin secara langsung saat menjalankan profesinya. Penggunaan rompi lebih fleksibel dan nyaman dipakai diberbagai aktifitas. Fungsi lainnya adalah sebagai baju pembeda atau identitas becak Surakarta agar mudah dikenali dan diingat.

4) Caping

Caping adalah sejenis topi berbentuk kerucut yang umumnya terbuat dari anyaman bambu. Caping umumnya dilengkapi dengan tali dagu yang berfungsi untuk menjaga keseimbangan caping. Selain bentuknya yang khas caping juga mempunyai kelebihan dibanding topi yaitu dapat menahan panas terik matahari saat cuaca panas (kepala dan leher) dan dapat menghalau air hujan saat cuaca hujan. Caping sudah masuk menjadi bagian kebudayaan masyarakat Jawa. Pemilihan caping adalah sebagai pembeda atau identitas becak Surakarta agar mudah dikenali dan diingat.

5) Jas hujan

Jas hujan adalah pakaian tahan air yang dipakai untuk melindungi tubuh dari hujan. Fungsi utama jas hujan untuk

meminimalkan masuknya air yang mengenai bagian tubuh dan pakaian. Kebutuhan akan jas hujan sangat penting ketika pengemudi becak beraktifitas saat cuaca hujan. Penggunaan jas hujan jenis *training* atau setelan atas berupa jaket dan bawah berupa celana lebih fleksibel dan nyaman dipakai diberbagai aktifitasnya.

6) *Rain Cover* sepatu

Rain Cover sepatu merupakan pelindung sepatu saat cuaca hujan. Pemakaian cukup mudah seperti memakai sepatu dengan memasukkan kaki beserta sepatu kedalam *rain cover* sepatu. Kebutuhan akan *rain cover* sepatu sangat penting untuk menutupi telapak kaki sampai betis bagian bawah agar terlindungi dari air. Pada bagian bawah *rain cover* sepatu dilengkapi sol yang berfungsi membuat pijakan jadi tidak licin. Pemilihan *rain cover* sepatu sebagai peningkatan layanan akan fasilitas keamanan dicuaca hujan selain dari jasa moda transportasi becak Surakarta.

7) Payung

Payung merupakan suatu benda pegang yang digunakan untuk melindungi tubuh seseorang dari hujan dan terpaparnya sinar matahari. Pemilihan payung sebagai media pendukung promosi dan peningkatan layanan akan fasilitas keamanan dicuaca hujan selain dari jasa moda transportasi becak Surakarta.

8) Tas pinggang

Tas pinggang merupakan alat penyimpanan atau wadah yang berfungsi untuk menyimpan berbagai macam barang yang tidak terlalu besar. Penggunaannya mudah dibawa kemana-mana dengan bentuknya yang tidak terlalu besar. Kegunaan lain tas pinggang adalah dapat digunakan sebagai sabuk yang dipakai sangat kencang di pinggang. Pemakaiannya berada di bagian pinggang yang memiliki pengunci yang memudahkan untuk dipakai maupun dilepaskan dan bisa menyesuaikan dengan ukuran pinggang. Kebutuhan akan tas pinggang sangat bermanfaat, aman, dan efektif saat pengemudi becak menyimpan barang seperti; uang, *handphone*, dan sebagainya.

b. *Merchandise*

Merchandise merupakan salah satu sarana promosi yang jamak digunakan pada aktivitas pemasaran. *Merchandise* merupakan produk khusus yang diberikan sebagai *gift* pada saat promosi. Pemilihan media *merchandise* sebagai strategi yang efektif untuk memberikan kepuasan kepada konsumen saat mendapatkannya.

1) *T - Shirt*

T – Shirt atau kaus oblong merupakan jenis pakaian yang sangat populer dikalangan masyarakat dan disukai oleh segala jenis usia mulai dari anak-anak, remaja hingga dewasa. Selain sebagai alat penutup tubuh, kaus menjadi bagian dari *fashion* yang mencerminkan gaya hidup (*lifestyle*) seseorang. Pemilihan *t – shirt*

dimanfaatkan untuk aktivitas promosi yang dapat digunakan untuk memperkenalkan becak Surakarta.

2) *Notes*

Notes merupakan buku catatan yang ukurannya lebih kecil, berfungsi untuk mencatat hal yang dianggap penting (biasanya wisatawan yang sering mencatat hal-hal baru). *Notes* digunakan sebagai media promosi indetitas becak Surakarta ke wisatawan.

3) *Bolpoin*

Bolpoin merupakan pena yang bermata bulat (tumpul) yang dilengkapi dengan tinta kental dalam tabung yang berfungsi sebagai alat tulis. Penggunaan *bolpoin* sebagai media promosi becak Surakarta berdasarkan kebutuhan wisatawan yang membutuhkan alat tulis untuk mencatat hal-hal penting di *notes*. Secara tidak langsung dengan aktifitas penggunaan *bolpoin* dapat menanamkan dibenak wisatawan terhadap becak Surakarta.

4) *Sticker*

Sticker digunakan sebagai media promosi yang cukup efektif karena bersifat fleksibel dapat ditempatkan di segala bidang benda. Pemilihan pada media *sticker* sebagai sarana mempromosikan becak Surakarta kepada khalayak ditempat mereka berasal.

5) *Gantungan kunci*

Gantungan kunci adalah salah satu jenis pernak pernik yang dipasang pada kunci atau resleting tas yang digunakan sebagai

media promosi identitas. Pemilihan media promosi gantungan kunci pada becak Surakarta digunakan karena peluang lebih besar untuk dilihat oleh khalayak di tempat mereka berasal.

6) *Tumbler*

Tumbler atau botol minuman adalah suatu wadah yang dapat digunakan berkali-kali untuk membawa air mineral. Kebutuhan akan botol minum sangat penting terhadap aktifitas wisatawan yang membutuhkan air minum saat berpergian. Pemilihan media promosi *tumbler* bertujuan untuk menanamkan dibenak wisatawan tentang identitas becak Surakarta dengan aktifitas penggunaan *tumbler*.