

BAB II

DATA & ANALISA

II.1. Data Objek

Kotagede merupakan saksi bisu sejarah tumbuhnya Kerajaan Mataram Islam yang hamper menguasai seluruh wilayah pulau Jawa. Makam para raja, reruntuhan tembok, serta peninggalan lainnya bisa ditemukan di Kotagede. Banyak sejarah yang tertulis maupun tidak tertulis sehingga dipertanyakan kebenarannya. Jika ditarik garis sejarahnya, peradaban di Kotagede dimulai pada abad ke-8.

Pada abad ke-8, wilayah Mataram (sekarang disebut Jogja/ Yogyakarta) merupakan pusat Kerajaan Mataram Hindu yang memiliki kemakmuran dan peradaban yang luah biarasa sehingga mampu membangun Candi dengan arsitektur yang megah, seperti Candi Prambanan dan Candi Borobudur. Namun pada abad ke-10, entah kenapa kerajaan tersebut memindahkan pusat pemerintahannya ke wilayah Jawa Timur. Rakyatnya berbondong-bondong meninggalkan Mataram dan wilayah tersebut kembali menjadi hutan lebat.

Enam abad kemudian Pulau Jawa berada di bawah kekuasaan Kesultanan Pajang yang berpusat di Jawa Tengah. Sultan Hadiwijaya yang berkuasa saat itu menghadiahkan Alas Mentaok (alas=hutan, mentaok=pohon) yang luas kepada Ki Gede Pemanahan atas berhasilnya menaklukkan musuh kerajaan. Ki Gede Pemanahan beserta keluarga dan pengikutnya lalu pindah ke Alas Mentaok, sebuah hutan yang sebenarnya merupakan bekas Kerajaan Mataram Hindu yang telah ditinggalkan.

Desa kecil yang didirikan Ki Gede Pemanahan di hutan itu mulau makmur setelah didirikannya pasar sebagai pusat perekonomian. Setelah Ki Gede Pemanahan wafat, beliau digantikan oleh putranya Danang Sutawijaya atau Dananjaya yang bergelar Senapati Ingalaga. Di bawah kepemimpinan Senapati

yang bijaksana, desa itu tumbuh menjadi kota yang semakin ramai dan makmur, hingga disebut Kotagede (=kota besar). Senapati lalu membangun benteng dalam (cepuri) yang mengelilingi kraton dan benteng luar (baluwarti) yang mengelilingi wilayah kota seluas kurang lebih 200 ha. Sisi luar kedua benteng ini juga dilengkapi dengan parit pertahanan yang lebar seperti sungai.

Sementara itu, di Kasultanan Pajang terjadi perebutan takhta setelah Sultan Hadiwijaya wafat. Putra mahkota yang bernama Pangeran Benawa disingkirkan oleh Arya Pangiri. Pangeran Benawa lalu meminta bantuan Senapati karena pemerintahan Arya Pangiri dinilai tidak adil dan merugikan rakyat Pajang. Perang pun terjadi dan Arya Pangiri berhasil ditaklukkan serta diberi ampun oleh Senapati. Pangeran Benawa menawarkan takhta Pajang kepada Senapati namun ditolak dengan halus dan hanya meminta beberapa pusaka yang ada di Pajang untuk dirawat di Mataram. Setahun kemudian Pangeran Benawa wafat namun ia sempat berpesan agar Pajang dipimpin oleh Senapati. Sejak saat itu Senapati menjadi raja pertama Mataram Islam bergelar Panembahan. Beliau tidak mau menggunakan gelar Sultan untuk menghormati Sultan Hadiwijaya dan Pangeran Benawa. Istana pemerintahannya terletak di Kotagede.

Selanjutnya Panembahan Senapati memperluas wilayah kekuasaan Kerajaan Mataram Islam hingga ke Pati, Madiun, Kediri, dan Pasuruan. Panembahan Senapati wafat pada tahun 1601 dan dimakamkan di Kotagede berdekatan dengan makam ayahnya. Setelah wafatnya Panembahan Senapati, takhta kerajaan diberikan kepada Sultan Agung (cucu Panembahan Senapati). Dibawah pimpinan Sultan Agung, Kerajaan Mataram Kotagede hampir menguasai seluruh Pulau Jawa (kecuali Banten dan Batavia). Pada tahun 1613, Sultan Agung memindahkan pusat kerajaan ke Karta (dekat Plered) dan berakhirlah era Kotagede sebagai pusat Kerajaan Mataram Islam.

II.1.1. Lokasi Kotagede

Kotagede merupakan salah satu wilayah cagar budaya di Yogyakarta, Kecamatan Kotagede ini berada di sisi tenggara kota Yogyakarta dengan luas wilayah 3,07 Km². Luas wilayah ini merupakan 9,45% dari wilayah administrasi Kota Yogyakarta yang luasnya 32,5 Km². Wilayah Kecamatan Kotagede dibagi menjadi 3 Kelurahan yaitu, Kelurahan Prenggan, Kelurahan Purbayan, dan Kelurahan Rejowinangun.

II.1.2. Letak Wilayah

Nama Wilayah : Kotagede
Kecamatan : Kotagede
Provinsi : Daerah Istimewa Yogyakarta

II.1.3. Daftar Kelurahan di Kotagede

Kelurahan Prenggan

Kelurahan Purbayan

Kelurahan Rejowinangun

II.1.4. Batasan Wilayah

Utara : Kecamatan Umbulharjo dan Banguntapan, Bantul
Timur : Kecamatan Banguntapan, Bantul
Selatan : Kecamatan Banguntapan, Bantul
Barat : Kecamatan Banguntapan, Bantul dan Umbulharjo

II.1.5. Penduduk

Pada masanya dahulu Penduduk asli Kotagede berasal dari keturunan abdi dalem raja yang pada dasarnya memegang peran penting semasa ibu kota kerajaan berada di Kotagede (Alibiladiyah dan Suratmin, 1997: 27). Rumah-rumah yang ditinggali penduduk asli mempunyai bentuk bangunan arsitek *Jawa seperti Pendapa, Joglo, Dalem dan Gandhok*. Pada siang hari, rumah mereka digunakan sebagai tempat untuk membuat kerajinan seperti perhiasan emas, perak, batik, tanduk, kuningan, dan barang-barang dari tembaga. Namun dengan pergerakan zaman yang cepat, beberapa pengrajin kehilangan para penerusnya dan hanya tersisa beberapa pengrajin saja.

II.1.6. Peninggalan Sejarah

Tidak heran banyak wisatawan datang karena masih ada beberapa situs peninggalan sejarah yang menjadi identitas dan daya tarik wilayah tersebut, seperti:

II.1.6.1. Masjid Besar Mataram

Masjid Gede Kotagede dibangun pada generasi awal dari Kerajaan Mataram, oleh karena itu saat ini disebut juga Masjid Mataram. Diawali dengan babad alas mentaok yang dilakukan Ki Ageng Pamanahan pada abad ke-10 hingga pembangunan berskala besar pada era pemerintahan Sultan Agung (1613-1646) untuk menghormati leluhurnya. Pemerintahan Mataram, Surakarta dan Yogyakarta pernah melakukan beberapa renovasi dan peningkatan dikemudian hari. Pembangunan terakhir dilakukan pada tahun 1926 di bawah perintah Sunan Pakubuwana X setelah masjid ini terbakar.



Gambar 2.1. Masjid Gede Mataram Kotagede

Sumber:

<https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/bpcbyogyakarta/masjid-mataram-kotagede/>

Diakses pada: 19 Mei 2020



Gambar 2.2. Masjid Gede Mataram Kotagede

Sumber:

<http://jogjaempatroda.blogspot.com/2014/12/masjid-agung-mataram-kotagede.html>

Diakses pada: 19 Mei 2020

II.1.6.2. Wringin Sepuh

Di halaman masjid ada sebuah pohon beringin tua yang dinamakan *Wringin Sepuh*. Menurut Wibowo (Ketua Living Museum Budaya Kotagede dan Ketua Badan Pengelola Kawasan Cagas Budaya Kotagede) *Wringin Sepuh* tersebut ditanam sebelum adanya Kerajaan Mataram oleh Sunan Kalijaga yang sudah visioner saat itu sebagai tanda titik tolak akan adanya kerajaan baru. Beberapa orang percara akan kehebatan *Wringin Sepuh* ini bahwa jika seseorang akan bepergian jauh dan memerlukan bekal kekuatan agar selamat dalam perjalanannya, maka mereka datang ke tempat tersebut. Di bawah *Wringin Sepuh* mereka mencari daun yang berguguran yaitu satu lembar daun yang jatuh di tanah dalam keadaan terlentang dan satu lembar daun yang jatuh ke tanah dalam keadaan tengkurap (Albiladiyah dan Suratmin, 1997: 19)



Gambar 2.3. Waringin Sepuh

Sumber:

<https://www.justgola.com/a/kotagede-mosque-3279249>

Diakses pada: 19 Mei 2020

II.1.6.3. Dhondongan

Berada di kanan dan kiri jalan menuju kompleks Masjid Gede Mataram, ada kompleks rumah hunian para *dhondongan* bersama keluarganya. Mereka menjadi juru doa bagi para pendatang atau peziarah khususnya yang dimakamkan di makam Senapati. Menurut cerita, *dhondongan* ini keturunan Nyai Brintik yang pada jamannya dahulu membawa kayu bahan bedug untuk masjid dari Dusun *Dhondongan*, menuju Kotagede (Al-biladiyah dan Suratmin, 1997: 19).



Gambar 2.4. Komplek Dhondong

Sumber:

<http://traveltourreviews.blogspot.com/2015/01/kampung-dondongan-yang-amat-kecil.html>

Diakses pada: 19 Mei 2020

II.1.6.4. Gapura Paduraksa

Gapura *Paduraksa* merupakan pintu gerbang masuk halaman masjid yang ada disebelah timur. Atap gerbang ini bertingkat lima yang dibuat dari batu bata yang semakin ke atas semakin kecil. Sedangkan di ujung atas, dari tampak depan terlihat hiasan yang sederhana dan terpengaruh oleh arsitektur Hindu.



Gambar 2.5. Gapura Paduraksa

Sumber:

<https://www.tagar.id/masjid-kotagede-mataram-masjid-tertua-di-yogyakarta>

Diakses pada: 19 Mei 2020

II.1.6.5. Pasar Tradisional Kotagede

Pasar Kotagede atau kerap juga disebut Pasar Gede, SarGede, ataupun *Pasar Legi* (*Legi* adalah nama salah satu *pasaran* dalam kalender Jawa untuk menghitung weton) yang telah ada sejak jaman Ki Ageng Pemanahan. Gambaran pasar ini berbeda jauh dengan pasar tradisional saat ini karena telah dilakukan renovasi oleh Pemerintah Kota Yogyakarta. Dahulu aktivitas jual beli dilakukan di bawah pohon-pohon rindang dan penjual yang duduk diatas tanah, sekarang proses

jual beli yang dilakukan dibawah pohon dan diatas tanah hanya tersisa beberapa dan bertempat di halaman pasar Kotagede. Meskipun sudah berapa kali mengalami renovasi bangunan, tetapi area pasar ini sejak dulu tidak berpindah tempat, terletak di Jalan Mondorakan No.172 B yang tidak jauh lokasinya dari kompleks makam kerajaan Mataram. Pada hari biasa, pasar ini berjualan layaknya pasar tradisional pada umumnya yang menjajakan sayuran ataupun jajanan pasar pada umumnya, namun ketika *Pasaran Legi*, banyak penjual dan pembeli yang berdatangan menawarkan barang-barangnya sampai ke area luar pasar. Mulai dari unggas, barang bekas, bibit tanaman, batu akik, alat pertanian, bahkan obat tradisional juga terlihat dijajakan oleh penjual. Namun proses jual beli hanya dilakukan sampai siang dan bergantian tempat dengan pedagang yang biasa berjualan di tempat tersebut.



Gambar 2.6. Pasar Legi Kotagede

Sumber:

<https://www.kompasiana.com/ariflukman/54f3b5ea7455137a2b6c7e2c/berkelana-di-pasar-tertua-jogja>

Diakses pada: 19 Mei 2020

II.1.6.6. Sentral Kerajinan Perak

Sejarah awal Kotagede sebagai sentral kerajinan perak dimulai bersama seiring berdirinya kerajaan Mataram Islam yang berpusat di Kotagede sebagai ibukota kerajaa pada abad 16 dan 17, bahkan ada indikasi sejak awal lagi, yaitu sekitar abad ke-9 (Soekiman, 1993: 71). Seni kerajinan tersebut awalnya sebagai pekerjaan para *abdi dalem kriya* dalam memenuhi perlengkapan dan kebutuhan kraton akan berbagai perhiasan dari emas dan perak serta alat-alat perlengkapan rumah tangga.



Gambar 2.7. Tempat Pembuatan Perak

Sumber:

<https://eksotisjogja.com/kotagede-pusat-kerajinan-perak-yogyakarta/>

Diakses pada: 19 Mei 2020

II.1.6.7. Arsitektur Tradisional

Beberapa bentuk bangunan dan tata kota di Kotagede saat ini masih menggambarkan nilai-nilai dari sebuah ibukota kerajaan jaman dulu. Bangunan rumah penduduk asli yang masih tradisional, walaupun beberapa sudah rusak dimakan usia dan bencana gempa bumi yang pernah menimpa kota Yogyakarta, dengan lorong-lorong jalan sempit yang menghiasi keindahan Kotagede masih bisa dijumpai di Kelurahan Jagalan, Kelurahan Prenggan, dan Kelurahan Purbayan. Umumnya bentuk bangunan penduduk asli Kotagede yang masih dapat dijumpai saat ini berbentuk *Panggung Pe*, *Limasan*, *Joglo*, dan *Kampung*. Namun ada satu gang yang menarik di daerah Kotagede dan berakhir di Terminal Giwangan. Gang tersebut mempunyai 2 tempat bersejarah yaitu, Omah Kalang dan Omah Pocong Sumi.

7.1. Omah Kalang

Omaha Kalang atau Rumah Kalang sendiri adalah rumah dengan perpaduan gaya arsitektur Jawa dan Eropa. Pada abad ke-17 Kerajaan Mataram meminta seorang ahli ukir dari Bali bernama Joko Suroso untuk mengukir Keraton Mataram dan membuat desain arsitektur keraton. Namun, Joko Suroso jatuh cinta kepada ponakan Sultan. Sultan kecewa atas prilakunya tetapi merestui hubungan Joko Suroso dengan syarat mereka tidak boleh kembali ke Kotagede. Akhirnya Joko Suroso dan keponakan Sultan memutuskan kembali ke tempat asal si puteri di Banyumas. Selepas Sultan Agung mangkat, keturunan Kalang kembali ke Kotagede. Dengan kemahiran mereka berdagang dan mengukir, orang-orang ini menjadi saudagar kaya waktu itu. Orang-orang kalang ini yang membantu perekonomian Kraton Yogyakarta di masa-masa ketika kondisi keuangan kraton sedang buruk. Tapi, hikayat mereka di Kotagede berhenti pada suatu hari kerusuhan pecah. Penduduk asli Kotagede merasa menjadi budak di kampung mereka sendiri. Rumah-rumah orang kalang tersebut lalu dijarah

dan dirampok. Kini, rumah kalang atau *Omah Kalang* beralih fungsi menjadi restoran atau galeri. Arsitekturnya tetap dipertahankan yang asli. Sementara keturunan Kalang kini tersebar di Jogja, Kroya. Banyumas. Hingga Cirebon.



Gambar 2.8. Salah Satu Omah Kalang

Sumber:

Dokumen Pribadi 15 Juli 2020

7.2. Omah Pocong Sumi

Bangunan yang sudah berdiri sejak tahun 1860 ini merupakan kepunyaan seorang Menteri di jaman pemerintahan Presiden Soeharto. Konon, rumah ini sudah ditinggalkan lebih dari 40 tahun. Kenapa disebut omah pocong karena sering muncul bentuk astral tersebut yang diyakini bernama Sumini. Diakhir hidupnya Sumini mendapat pesan dari suaminya agar tidak membuka pintu untuk orang asing. Namun, waktu itu ada perampok yang memberitahu bahwa suami Sumini kecelakaan. Sumini lantas panik dan membukakan pintu. Alhasil perampok masuk kerumah dan menjarah serta memperkosa Sumini tersebut. Cerita tersebut melegenda hingga sekarang dan diyakin ada banyak makhluk astral termasuk pocong itu sendiri di rumah tersebut.



Gambar 2.9. Omah Pocong Sumi

Sumber:

<https://www.kompasiana.com/jatikumoro/5d6fa507097f3634514ab492/kisah-horor-rumah-pocong-kotagede>

Diakses pada: 19 Mei 2020

II.2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam perancangan ini adalah sebagai berikut:

1. Pengumpulan data secara visual atau hal-hal yang dapat dikategorikan sebagai data melalui internet.
2. Studi Pustaka dilakukan dengan mencari referensi dari buku, jurnal, dan sumber dari media internet.

II.3. Analisis Objek

II.3.1. Analisa SWOT

Dalam perancangan ini, terdapat media pendukung yang menyertainya. Setelah mendapat data yang dibutuhkan., data-data tersebut dianalisis menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*). Menurut Philip Kotler dan Gary Amstrong (2008: 64), mengelola fungsi pemasaran diawali dengan analisis menyeluruh dari situasi perusahaan. Pemasaran harus melakukan analisis SWOT, dimana ia menilai kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*), dan ancaman (*Threat*). Kekuatan meliputi kemampuan internal, sumber daya dan faktor situasional positif. Kelemahan meliputi keterbatasan internal dan faktor situasional negatif. Peluang adalah faktor yang menguntungkan pada lingkungan eksternal yang dapat digunakan. Ancaman adalah faktor pada lingkungan eksternal yang tidak menguntungkan yang menghadirkan tantangan.

II.3.1.1. Strength (Kekuatan)

1. Lokasi Kotagede sebagai tempat wisata sejarah yang mudah dijangkau wisatawan.
2. Adanya kegiatan rutin tahunan yang mengundang wisatawan untuk berkunjung.
3. Kotagede merupakan sentral kerajinan perak.

II.3.1.2. Weakness (Kelemahan)

Kurangnya sumber pengetahuan serta informasi yang menjelaskan tentang sejarah tempat wisata di Kotagede.

II.3.1.3. Opportunity (Peluang)

1. Tidak banyak tempat wisata sejarah di dekat Kotagede
2. Berkembangnya platform digital serta media-media baru yang dapat digunakan sebagai media pengenalan Kotagede sehingga memudahkan target *audience* memahami sejarah dan keunikan tempat tersebut.

II.3.1.4. Threat (Ancaman)

1. Minimnya minat baca serta ketertarikan untuk menggali informasi lebih tentang tempat wisata di Kotagede.
2. Buku dengan konten sejarah tempat wisata di Kotagede mungkin akan susah diterima oleh remaja yang sama sekali tidak berminat untuk menggali lebih tentang tempat wisata tersebut.

II.3.2. Target Audience

Harapannya *audience* akan mendapatkan wawasan baru dan informasi mengenai Kotagede melalui buku ilustrasi yang dikemas dalam format *boxset* tersebut. Dalam perancangan “**Kotagede sebagai Kota Gede**”, sasaran yang dituju serta segmentasi target *audience* dibagi menjadi 2, yaitu target primer yang mempunyai karakteristik dewasa awal yang berusia 20-35 tahun dan target sekunder yang berusia 30-45 tahun. Dengan beberapa persamaan karakteristik yang dimiliki oleh kedua target *audience* seperti dibawah ini yaitu:

1. Geografis : Urban dan Sub Urban
2. Demografis :
 1. Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan
 2. SES : A – B
3. Psikografis :
 1. Menyukai situs sejarah dan budaya
 2. Memiliki rasa keingin tahuan yang tinggi
 3. Menyukai seni dan kerajinan fisik
 4. Suka dengan hal-hal baru
 5. Menaruh minat pada barang koleksi

II.4. Referensi Perancangan

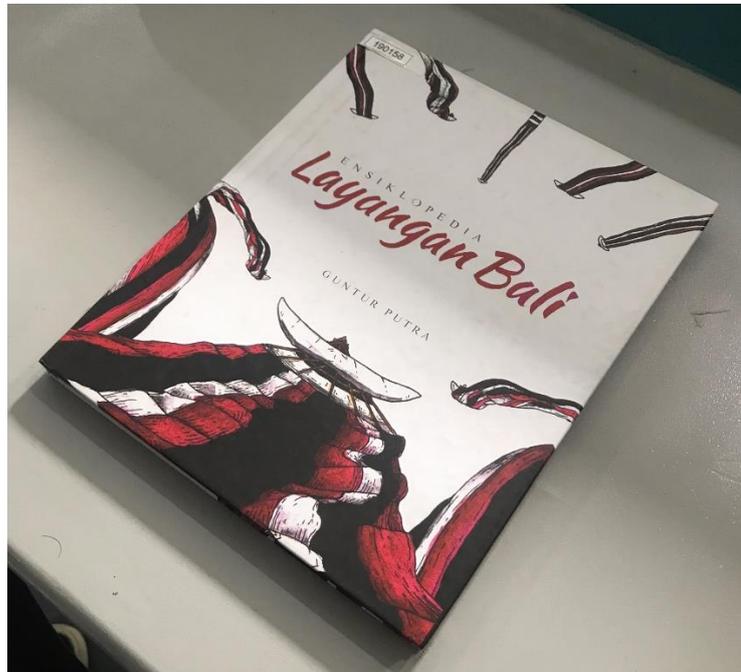
II.4.1. Objek Utama

1.1. Ensiklopedia Layangan Bali

Judul Buku : Ensiklopedia Layangan Bali

Penerbit : PT Terapi Kasih Jaya Utama

Isi : Secara umum berisi tentang sejarah layangan dunia dan beberapa hal penting mengenai layangan Bali dengan pendekatan visual foto dan ilustrasi.



Gambar 2.10. Kaver Buku Ensiklopedia Layangan Bali

Sumber:

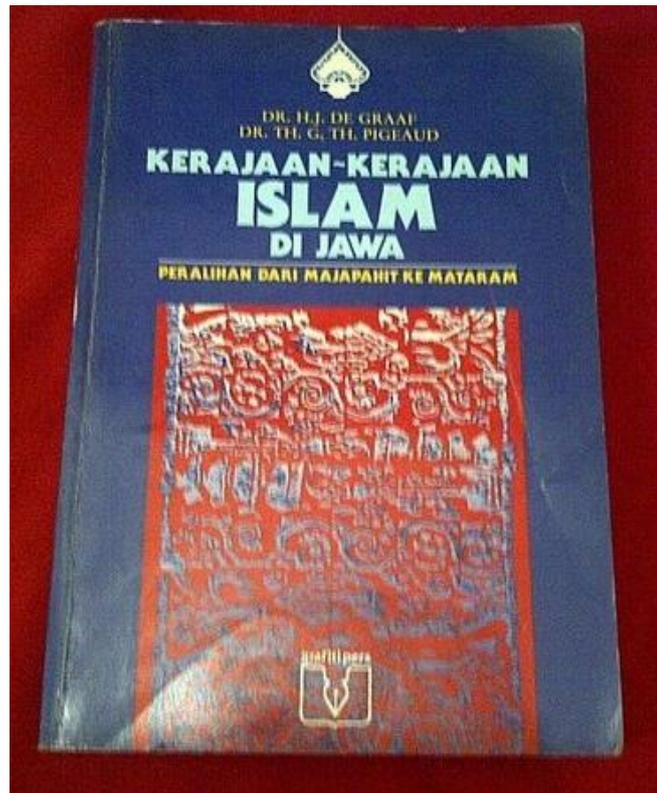
Dokumen Pribadi 3 Juni 2020

1.2. Kerajaan-Kerajaan Islam di Jawa

Judul Buku : Kerajaan-Kerajaan Islam di Jawa

Penerbit : Grafitipers, 1986

Isi : Berisi tentang sejarah kerajaan-kerajaan islam di Jawa dan Mataram Kotagede merupakan salah satu sejarah kerajaan islam.



Gambar 2.11. Kaver Kerajaan-Kerajaan Islam di Jawa

Sumber:

<https://www.goodreads.com/book/show/3625703-kerajaan-kerajaan-islam-di-jawa>

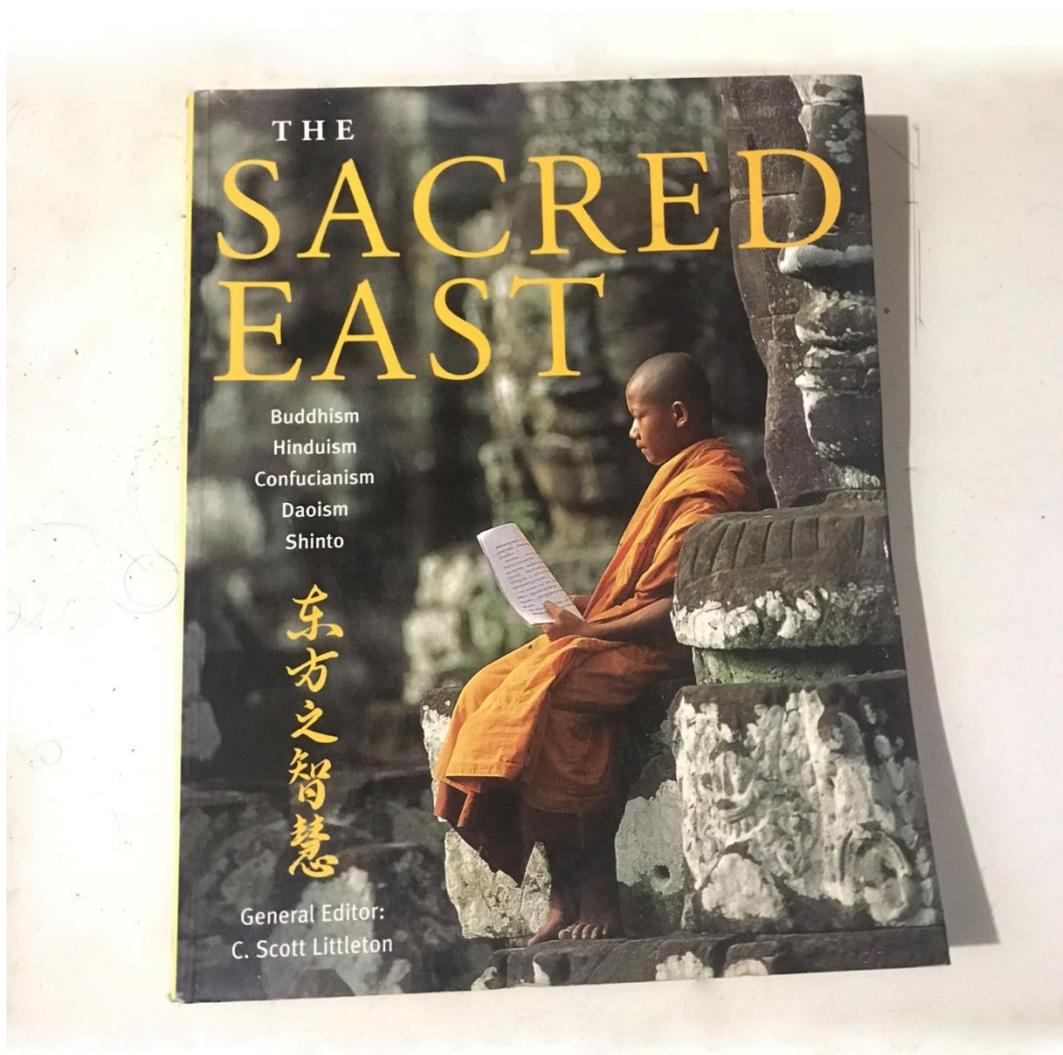
Diakses pada: 2 Agustus 2020

1.3. The Sacred East

Judul Buku : The Sacred East

Penerbit : DBP

Isi : Berisi tentang sejarah berkembangnya *Buddhism*, *Hinduism*, *Confucianism*, *Daoism*, serta *Shinto* dari segi lukisan hingga rutinitas dengan pendekatan visual foto dan ilustrasi.



Gambar 2.12. Kaver The Sacred East

Sumber:

Dokumen Pribadi 3 Juni 2020

II.4.2. Kemasan Luar

Boxset Salam Indonesia. Merupakan *boxset* dari Endank Soekamti yang dirilis oleh belialbumfisik.com setelah band tersebut menyelesaikan rekaman album Salam Indonesia yang dilakukan di perairan Papua. Selain CD yang berisi karya musiknya, boxset ini berisi beberapa karya lain untuk dikoleksi, diantaranya DVD film *Behind The Songs* yang merupakan proses-proses rekaman mereka yang didokumentasikan menjadi film, *t-shirt*, buku foto, buku Soekamti *Goes Papua*, buku foto dibalik proses rekaman Endank Soekamti, dan kacamata selam tradisional asli dari Papua.



Gambar 2.13. *Boxset* Salam Indonesia

Sumber:

www.belialbumfisik.com

Diakses pada: 19 Mei 2020

II.5. Landasan Teori

II.5.1. Promosi

Promosi adalah kegiatan yang dilakukan untuk menyampaikan suatu pesan tertentu tentang produk baik barang atau jasa, merek dagang atau perusahaan dan lain sebagainya kepada konsumen sehingga dapat membantu pemasaran dan meningkatkan penjualan.

Philip Kotler (1997: 142) mendefinisikan promosi sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat dari produknya dan meyakinkan konsumen agar membeli. Julian Cummins (1991: 11) mendefinisikan promosi sebagai serangkaian tehnik yang digunakan untuk mencapai sasaran penjualan atau pemasaran dengan menggunakan biaya yang efektif, dengan memberikan nilai tambah pada produk atau jasa baik kepada perantara atau pemakai langsung.

1.1 Fungsi dan Tujuan Promosi

Menurut Terence A. Shimp (2000: 7) promosi memiliki fungsi-fungsi seperti:

1. *Informing* (memberikan informasi), promosi membuat konsumen sadar akan produk-produk baru, mendidik mereka tentang berbagai fitur dan manfaat merek, serta memfasilitasi penciptaan citra sebuah perusahaan yang menghasilkan produk atau jasa. Promosi menampilkan pesan informasi bernilai lainnya, baik untuk merek yang diiklankan maupun konsumennya, dengan mengajarkan manfaat baru dari merek yang telah ada.
2. *Persuading* (membujuk), media promosi atau iklan yang baik akan mampu mempersuasi pelanggan untuk mencoba produk dan jasa yang ditawarkan. Terkadang persuasi berbentuk mempengaruhi permintaan primer, yakni menciptakan permintaan bagi keseluruhan katagori produk.

Lebih seing, promosi berupaya untuk membangun permintaan sekunder, permintaan bagi merek perusahaan yang spesifik.

3. *Reminding* (mengingat), iklan menjaga agar merek perusahaan tetap segar dalam ingatan para konsumen. Saat kebutuhan muncul, yang berhubungan dengan produk dan jasa yang diiklankan, dampak promosi di masa lalu memungkinkan merek pengiklan hadir di benak konsumen. Periklanan lebih jauh di demonstrasikan untuk mempengaruhi pengalihan merek dengan mengingatkan para konsumen yang akhir0akhir ini belum membeli merek yang tersedia dan mengandung atribut-atribut yang menguntungkan.

4. *Adding Value* (menambah nilai) terdapat tig acara mendasar dimana perusahaan bisa membeli nilai tambah bagi penawaran mereka. Inovasi, penyempurnaan kualitas, atau mengubah presepsi konsumen. Ketiga komponen nilai tambah tersebut benar-benar independent. Promosi yang efektif menyebabkan merek dipandang lebih elegan, bergaya, lebih bergengsi dan terlihat lebih unggul.

1.2 Tujuan Promosi

Sedangkan menurut Boone dan Kurtz (2002: 134) tujuan promosi adalah sebagai berikut:

1. Menyediakan informasi, merupakan tujuan strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaaan hanya menyebabkan informasi yang memberitahukan calon pembeli tentang produk atau jasa yang akan dipasarkan.
2. Pemasar berupaya meraih tempat didalam benak konsumen, maksudnya yaitu mengkomunikasikan perbedaan-perbedaan signifikan mengenai atribut, harga, kualitas, atau manfaat dari produk atau jasa kepada konsumen.

3. Menaikkan penjualan adalah tujuan paling umum dari strategi promosi. Seperti yang telah dikemukakan sebelumnya, beberapa strategi berkonsentrasi pada merangsang permintaan primer walaupun Sebagian menstabilkan penjualan.

4. Stabilitasi penjualan adalah tujuan lain dari promosi, perusahaan biasanya mempromosikan konten penjualan selama periode penurunan penjualan, dan memotivasi tenaga penjualan dengan menawarkan hadiah-hadiah seperti liburan, televisi, dan beasiswa kepada mereka yang meraih target tertentu.

5. Menonjolkan nilai produk. Sejumlah promosi diajukan untuk menonjolkan nilai produk dengan menjelaskan manfaat-manfaat kepemilikan dari produk yang kurang dikenal pembeli.

1.3 Media Promosi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, media adalah alat (sarana) komunikasi seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster dan spanduk. Secara etimologi kata media merupakan bentuk jamak dari medium yang berasal dari Bahasa latin *medius* yang berarti tengah. Dari pengertian tersebut maka dapat mengarah pada sesuatu yang mengantar atau meneruskan informasi pesan antara sumber (pemberi pesan) dan penerima pesan. Media juga dapat diartikan sebagai suatu bentuk dan saluran yang dapat digunakan dalam suatu proses penyajian informasi. Menurut Kasali, media periklanan dibagi menjadi dua yaitu:

1. Media Lini Atas (*Above The Line*)
2. Media lini Bawah (*Below The Line*)

II.5.2. Buku

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia buku adalah lembar kertas yang berjilid, berisi tulisan atau kosong, sedangkan buku bacaan adalah buku yang berisi tulisan sebagai bahan bacaan atau buku yang dibaca sebagai pengisi waktu luang. Setiap sisi dari sebuah lembaran kertas pada buku disebut dengan halaman. Buku adalah hasil perekaman yang cukup populer dan awet. Buku merupakan alat komunikasi jangka panjang dan yang mempunyai pengaruh penting pada perkembangan kebudayaan manusia jika dibandingkan dengan majalah ataupun surat kabar.

Di era serba modern seperti sekarang ini, perkembangan buku berjalan beriringan dengan perkembangan teknologi yang pesat. Munculnya mesin-mesin cetak *offset* yang mampu mencetak ratusan ribu eksemplar buku dalam waktu yang singkat dan diikuti dengan perkembangan teknologi computer yang memudahkan untuk Menyusun huruf dan menyesuaikan tata letak halaman. Buku juga mengalami perkembangan seiring dengan maraknya buku elektronik atau yang sering kita sebut dengan *E-book*. Buku elektronik bisa diakses melalui perangkat digital seperti computer, ponsel pintar, dan media digital lainnya.

Menurut Muktiono (2003: 2) buku adalah sumber ilmu pengetahuan dan sumber pembangunan watak bangsa. Buku dapat menjadi sarana informasi untuk memahami sesuatu dengan mudah. Dalam masyarakat, buku untuk anak-anak biasanya adalah buku bergambar, karena buku dengan banyak gambar lebih mudah dipahami oleh anak-anak daripada buku dengan banyak tulisan. Sedangkan orang dewasa lebih mudah untuk memahami yang ada pada sebuah buku walaupun tanpa gambar. Buku adalah media yang paling mudah penggunaannya karena buku bisa dibaca dimanapun dan kapanpun tanpa memerlukan alat bantu seperti media yang lainnya, sehingga buku dapat dinikmati oleh semua kalangan masyarakat.

Menurut Sutopo (2006: 11) desain atau perancangan buku berarti rancangan isi, *style*, format, layout, urutan dari macam-macam buku. Komponen berarti bagian atau halam dari buku seperti catatan edisi, perngantar, indeks, serta kaver depan dan

belakang. Dalam desain buku elemen adalah suatu yang dapat terjadi berulang kali dimana-mana seperti ilustrasi, daftar, *header*, *footer*, tabel dan lainnya.

Menurut Kusrianto, Adi (2006: 1) Buku sebagai sebuah karya publikasi yang memiliki daya Tarik tersendiri dari bentuk fisiknya. Buku memiliki format yang mampu menarik perhatian orang untuk membacanya. Di dalam buku terdapat komponen umum seperti isi, format, gaya, dan urutan dari komponen tersebut. Menurut Sutopo, (2006: 12-13) buku berdasarkan fisik dan substansinya terdiri dari beberapa bagian yang perlu diperhatikan dalam perancangan buku, diantaranya adalah:

1. Jacket:

Jaket merupakan kulit luar yang berfungsi melindungi kaver buku supaya tidak cepat rusak, namun tidak setiap buku menggunakan jaket.

2. Kaver:

Kaver terdiri dari 2 bagian yaitu bagian depan dan belakang, bahkan buku yang tebal memiliki bagian punggung. Kaver merupakan bagian yang dilindungi oleh jaket di atas dan juga melindungi bagian dalamnya (*bookblock*).

3. Kata Pengantar:

Kata pengantar adalah bagian halaman yang biasanya ditulis oleh perancang atau seseorang untung perancang. Halaman pengantar seperti halaman-halaman lainnya diletakkan pada halaman sebelah kanan atau halaman ganjil.

4. Daftar Isi:

Daftar isi adalah halaman yang berisi informasi mengenai urutan bagian buku berikut angka halamannya.

Dalam perancangan buku ilustrasi “**Kotagede sebagai Kota Gede**” ini tidak menggunakan jaket buku karena sudah dilindungi oleh sifat yang dimiliki oleh *boxset* itu sendiri dimana menjadi pelindung bagi komponen-komponen didalamnya.

II.5.3. Ilustrasi

Ilustrasi dewasa ini mengalami perkembangan yang cukup signifikan dalam arti sudah banyak elemen media yang memakai ilustrasi dalam kapasitasnya sebagai penarik perhatian utama dari *audience*. Di sisi lain, ilustrasi menunjukkan gejala yang semakin memuaskan karena memberikan kontribusi yang cukup besar dalam perkembangan di ranah seni visual baik secara parsial maupun holistik global. Bukan hanya itu saja, secara nyata ilustrasi dapat memberikan aspek estetis yang kaya akan imajinasi. Dan bukan tidak mungkin di masa mendatang pencapaian ilustrasi akan semakin cerah karena seni visual ini berkembang menuju ke arah yang menggembirakan dan semakin tak terbatas.

Menurut Fleishmen, Michael (2004: 3) ilustrasi adalah seni yang menyertai proses produksi atau pembuatan sebuah gambar, foto, atau diagram. Bentuknya bisa berupa naskah tercetak, terucap, atau dalam buku elektronik. Ilustrasi harus mampu menjelaskan maksud dari suatu karya yang dapat ditangkap oleh mata. Dengan kata lain, ilustrasi bisa menciptakan gaya, sebuah bentuk metamorphosis, atau menterjemahkan suatu objek dari sisi yang bersifat emosional dan fisik. Utamanya, ilustrasi tersebut mampu mempengaruhi bahkan hingga memprovokasi penontonnya.

Menurut Soedarso (2014: 566) ilustrasi adalah elemen yang dirasa paling penting sebagai daya Tarik dalam perancangan buku. Ilustrasi akan mampu membantu pembaca untuk berimajinasi sewaktu membaca buku ini. Kata ilustrasi bila dilihat dari bahasa Inggris *illustration*, memiliki arti gambar, foto, ataupun lukisan. Gambar ilustrasi adalah gambar yang menceritakan atau memberikan penjelasan pada cerita atau naskah tertulis. Ilustrasi dalam perkembangan secara

lebih lanjut ternyata tidak hanya berguna sebagai sarana pendukung cerita, tetapi dapat juga menghiasi ruang kosong. Misalnya dalam majalah, koran, tabloid, dan lain-lain.

Menurut Sutopo, (2006: 18) ada beberapa faktor yang menentukan kualitas buku ilustrasi. Dalam pembuatan buku ilustrasi sangat perlu memperhatikan hal-hal tersebut diantaranya adalah:

1. Ukuran kertas naskah
2. Ukuran huruf
3. Spasi barisan ketik
4. Pola ketikan
5. Pola penataan letak dalam buku
6. Jarak antar baris teks
7. Jumlah ilustrasi beserta rancangan penempatannya
8. Ukuran dan format buku

Berdasarkan Analisa penulis berkaitan dengan *target audience* dan beberapa referensi perancangan, maka ukuran dan format buku yang digunakan adalah 21 x 28 cm untuk isi buku dengan alasan ilustrasi yang digunakan akan lebih mudah diexpose.

II.5.4. Jenis Ilustrasi

Ilustrasi dapat diklasifikasikan berdasarkan dua hal, yaitu berdasarkan penampilannya dan karakteristik serta tujuan penggunaannya. Menurut Soedarso (2014: 566) berdasarkan penampilannya, gambar ilustrasi memiliki berbagai jenis, yaitu:

1. Gambar Ilustrasi Naturalis

Ilustrasi naturalis adalah gambar yang memiliki bentuk dan warna yang sama dengan kenyataan (realis) yang ada di alam tanpa adanya pengurangan ataupun penambahan.



Gambar 2.14. Ilustrasi Naturalis

Sumber:

<https://nationalgeographic.grid.id/read/131830266/carl-alfred-bock-misi-penjelajahan-etnografi-dan-sejarah-alam-di-kalimantan>

Diakses pada: 26 Mei 2020

2. Gambar Ilustrasi Dekoratif

Ilustrasi dekoratif merupakan gambar yang berfungsi untuk menghiasi sesuatu dengan bentuk yang disederhanakan atau dilebih-lebihkan (dibuat gaya tertentu sebagai *style*).



Gambar 2.15. Ilustrasi Dekoratif

Sumber:

<http://dizeen.id/contoh-gambar-dekoratif-hewan-tumbuhan-motif-hias>

Diakses pada: 26 Mei 2020

3. Gambar Ilustrasi Kartun

Gambar kartun adalah gambar yang memiliki bentuk lucu atau memiliki ciri khas tertentu. Biasanya gambar kartun banyak menghiasi majalah anak-anak, komik, dan cerita bergambar.



Gambar 2.16. Ilustrasi Kartun

Sumber:

https://www.123rf.com/stockphoto/back_to_school_cartoon.html?sti=nclzbv3megbxxoyhns%7C

Diakses pada: 26 Mei 2020

4. Gambar Ilustrasi Karikatur

Gambar karikatur adalah gambar kritikan atau sindiran yang dalam penggambarannya telah mengalami penyimpangan bentuk proporsi tubuh. Gambar ini banyak ditemukan di majalah atau koran.



Gambar 2.17. Ilustrasi Karikatur

Sumber:

<https://www.flickr.com/photos/122434938@N08/14903668697>

Diakses pada: 26 Mei 2020

5. Gambar Ilustrasi Buku Pelajaran

Gambar ilustrasi buku pelajaran mempunyai fungsi untuk menerangkan teks atau suatu keterangan peristiwa baik ilmiah maupun gambar bagian. Bentuknya bisa berupa foto, gambar natural, juga bisa berbentuk bagan.



Gambar 2.18. Ilustrasi Buku Pelajaran

Sumber:

<https://www.maxmanroe.com/vid/umum/pengertian-ilustrasi.html>

Diakses pada: 26 Mei 2020

6. Gambar Ilustrasi Khayalan

Gambar ilustrasi khayalan merupakan gambar hasil pengolahan daya cipta secara imajinatif (khayalan). Cara penggambaran seperti ini banyak ditemukan pada ilustrasi cerita, novel, dan komik.



Gambar 2.19. Ilustrasi Khayalan

Sumber:

<https://otakuusamagazine.com/hulu-adds-gundam-wing-and-four-more-gundam-anime/>

Diakses pada: 26 Mei 2020

Berdasarkan karakteristik dan tujuan penggunaannya, ilustrasi dibagi menjadi 6 jenis. Menurut Salam (2017: 229-250) jenis karya seni ilustrasi meliputi karakteristik dan kriteria khusus yang relevan digunakan sebagai basis dalam menilai jenis karya seni ilustrasi seperti:

1. Seni ilustrasi untuk karya ilmiah.

Seni ilustrasi untuk karya ilmiah merupakan seni yang isinya menyampaikan informasi yang diuraikan melalui kata-kata, menjadi jelas dan terang.

2. Seni ilustrasi untuk karya sastra.

Seni ilustrasi untuk karya sastra berhubungan dengan subyek yang bersifat subyektif dan imajinatif seperti puisi dan prosa (cerpen, novel, esai).

3. Seni ilustrasi untuk editorial.

Seni ilustrasi editorial dibuat untuk mendampingi artikel berisi pandangan tentang suatu isu sosial, politik, budaya (artikel opini). Seni ilustrasi ini juga digunakan untuk menyampaikan pandangan tentang suatu isu. Seni ilustrasi editor sering dimuat pada media massa.

4. Seni ilustrasi periklanan.

Seni ilustrasi periklanan adalah pemberitahuan melalui media public (surat kabar, majalah, *leaflet*, atau poster) untuk mempromosikan sebuah produk, layanan atau jasa, kegiatan atau lowongan pekerjaan.

5. Seni ilustrasi busana.

Seni ilustrasi busana bertujuan untuk mengkomunikasikan ide busana dalam bentuk gambar atau sketsa yang artistik.

6. Seni ilustrasi naratif (komik).

Seni ilustrasi naratif (komik) adalah cerita bergambar dan bersambung.

II.5.5. Fungsi dan Tujuan Ilustrasi

Menurut Arifin dan Kusrianto, (2009: 70-71) secara umum terdapat beberapa fungsi ilustrasi, diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1. Fungsi Deskriptif:** Fungsi deskriptif dari ilustrasi adalah menggantikan uraian mengenai sesuatu secara verbal dan naratif dengan menggunakan kalimat panjang. Ilustrasi dapat dimanfaatkan untuk melukiskan peristiwa sehingga dapat lebih cepat dan lebih mudah dipahami.
- 2. Fungsi Ekspresif.**
- 3. Fungsi Analitis.**
- 4. Fungsi Kualitatif.**

Dalam perancangan ini, ilustrasi yang penulis gunakan memiliki fungsi deskriptif karena dapat mewakili sebuah ide dan gagasan verbal menjadi lebih cepat dan lebih mudah dipahami. Menurut Putra dan Lakoro (2012: 2) ilustrasi pada sebuah buku bertujuan untuk menerangkan atau menghiasi suatu cerita, tulisan, puisi, atau informasi tertulis lainnya. Beberapa tujuan ilustrasi diantaranya adalah:

1. Ilustrasi dimaksudkan untuk memberi variasi pada bahan ajar sehingga menjadi lebih menarik, memotivasi, komunikatif, dan lebih memudahkan pembaca untuk memahami pesan.
2. Ilustrasi tersebut memudahkan pembaca untuk mengingat konsep atau gagasan yang disampaikan melalui ilustrasi (Arifin dan Kusrianto, 2009: 70)

II.5.6. Layout

Dalam Bahasa Indonesia, *layout* berarti tata letak. Sedangkan dalam dunia desain, *layout* memiliki arti mengatur tata letak suatu objek atau komposisi. Menurut Rustan (2009: 9) dalam bukunya yang berjudul *Layout, Dasar & Penerapannya*, *layout* merupakan tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu

bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep atau pesan yang dibawanya. Dalam perancangan buku, setiap elemen mempunyai peran yang berbeda dalam membangun keseluruhan *layout*. Hal ini bertujuan agar tata letak antara elemen visual dan teks dapat terbaca dengan jelas oleh pembaca. Menurut Rustan (2009: 75) *layout* memiliki prinsip dasar yang hampir sama dengan prinsip dasar desain grafis. Prinsip tersebut adalah urutan, kesatuan, penekanan, dan keseimbangan. Keempat prinsip tersebut saling berkaitan satu sama lain.

Selain prinsip-prinsip *layout* yang dikemukakan oleh Surianto Rustan, ada beberapa teori *layout* menurut Jefkin (1997: 245), yaitu:

1. *The Law of Variety.*

Sebuah *layout* harus dibuat bervariasi untuk menghindari kesan monoton.

2. *The Law of Balance.*

Dalam *layout*, mata pembaca sebaiknya bergerak secara wajar, jadi sebaiknya dimulai dengan urutan yang ada.

3. *The Law of Harmony.*

Bagian dari *layout* sebaiknya dirancang secara harmonis dan tidak meninggalkan kesan monoton.

4. *The Law of Scale.*

Gelap terang dalam *layout* akan menghasilkan kesan kontras. Hal ini dapat dipakai untuk memberi tekanan pada bagian-bagian tertentu dalam *layout*.

Menurut Rustan, (2009: 30) ada tiga kriteria dasar untuk sebuah *layout* yang dikatakan baik, yaitu: *It Works* (mencapai tujuannya), *It Organizes* (didata dengan baik), dan *It Attracts* (menarik bagi pengguna). Sebuah *layout* dapat bekerja dan mencapai tujuannya bila pesan-pesan yang disampaikan dapat segera ditangkap dan dipahami oleh pengguna dengan suatu cara tertentu. Selanjutnya, sebuah *layout* harus didata dan dipetakan dengan baik supaya pengguna dapat berpindah dari satu bagian ke bagian yang lain dengan mudah dan cepat. Akhirnya, sebuah *layout* harus menarik untuk mendapatkan perhatian yang cukup dari penggunanya.

II.5.7. Tipografi

Menurut Rustan (2011: 16), tipografi merupakan suatu karya seni atau karya desain yang menekankan penggunaan huruf-huruf dan angka. Secara tradisional, istilah tipografi berkaitan erat dengan *setting* huruf dan pencetakannya. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Tipografi berarti “ilmu cetak” atau “seni percetakan”. Ilmu cetak dalam hal ini yang dimaksud adalah huruf yang tersusun dalam sebuah alfabet yang merupakan media penting komunikasi visual. Sedangkan dalam Cambridge “*Typography*” memiliki arti “*the design of the writing in a piece of printing or on a computer screen*” yang berarti desain dalam menulis pada selembar cetakan atau digital.

Tipografi menjadi media yang menjadikan manusia mengembangkan cara berkomunikasi. Komunikasi yang bermula dari simbol-simbol yang menggambarkan sebuah objek, berkembang menjadi simbol-simbol yang mewakili gagasan. Kemudian berkembang menjadi bahasa tulis yang dapat dibunyikan dan memiliki arti. Menurut Rustan (2001: 16) tipografi dimaknai sebagai “segala disiplin yang berkenaan dengan huruf”.

Seiring perkembangan teknologi, makna tipografi menjadi semakin luas. Saat ini tipografi dimaknai sebagai segala sesuatu yang berkaitan dengan huruf. Menurut *Phil Baines* dan *Andrew Haslam*, *lettering* yang dilakukan dengan tangan (*hand lettering*) dan alat seperti pahat, pena atau kuas dan tidak dimaksudkan untuk produksi massal melainkan special untuk keperluan khusus. Sedangkan dalam tipografi ada unsur duplikasi dan dipakai ulang untuk keperluan lain secara massal (Rustan, 2011: 16).

Menurut Sihombing (2001: 58), dalam pembuatan desain sebuah buku, dibutuhkan jenis huruf yang memiliki tingkat *legibility* tinggi. Dalam desain tipografi, *legibility* memiliki pengertian sebagai kualitas huruf atau naskah dalam tingkat kemudahannya untuk dibaca. Tingkat kejelasan ini tergantung pada bentuk fisik huruf itu sendiri, ukuran, serta penataannya dalam sebuah naskah.

II.5.8. Warna

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, warna memiliki pengertian sebagai kesan yang diperoleh mata dari cahaya yang dipantulkan oleh benda-benda yang dikenainya. Warna dapat artikan secara objektif sebagai sifat cahaya yang dipancarkan, atau secara subjektif sebagai bagian dari pengalaman indera pengelihatan. Secara objektif atau fisik, warna dapat diberikan oleh panjang gelombang. Dilihat dari panjang gelombang, cahaya yang tampak oleh mata merupakan salah satu bentuk pancaran energi yang merupakan bagian yang sempit dari gelombang elektromagnetik.

Menurut Rustan (2019: 16-18) warna berperan penting di segala aspek kehidupan manusia. Secara umum warna berfungsi untuk mengenali objek, sebagai identitas atau tanda pembeda, untuk mengkomunikasikan informasi tertentu, untuk membangkitkan perasaan atau emosi tertentu dan untuk mendeteksi atau mengukur. Dalam perancangan buku ilustrasi mbakon ini, warna yang digunakan akan cenderung berfungsi sebagai pembangkit perasaan atau emosi tertentu. Menurut Rustan (2019: 40) warna mempengaruhi manusia secara Fisiologis dan Psikologis tanpa disadari. Seluruh aspek dalam diri manusia dipengaruhi oleh warna. Menurut Rustan (2019: 59) warna yang cenderung disukai oleh remaja adalah warna-warna panas atau hangat. Warna kesukaan remaja masih sering berubah-ubah, akan tetapi semakin ia dewasa, pilihan warnanya cenderung tetap.

II.5.9. Gaya Desain Modernisme

Menurut Sunarto (2013: 77) Ciri-ciri utama modernisasi adalah rasionalisme dan individualisme dan kebebasan berpikir, dan desain grafis modern memperlihatkan dengan jelas kebebasan ini. Dalam modernisme terdapat beberapa gaya desain yang berkembang antara lain:

1. ***Victorian***, Gaya desain *Victorian* berkembang di Amerika, Inggris dan Sebagian besar benua Eropa sejak tahun 1820-an hingga tahun 1900. Muncul atas dasar reaksi seniman terhadap timbulnya revolusi industri karena mengakibatkan meningkatnya kriminalitas, urbanisasi, dan orang kaya baru (kaum borjuis/*bourgeois*). Mereka kemudian mencarigaya dari masalah dengan membandingkan pada seni dan arsitektur jaman *Gothic*.
2. ***Art Deco***.
3. ***Konstruktivisme***.
4. ***Futurisme***.
5. ***Ekspresionisme***.
6. ***De Stijl***.
7. ***Bauhaus***.
8. ***Swiss Style***.

II.5.10. *Boxset*

Istilah *boxset* akhir-akhir ini seringkali dipopulerkan oleh para musisi atau band Indonesia saat merilis karya musik dalam bentuk rilisan fisik walau sebenarnya cara ini sudah seringkali digunakan oleh band atau musisi mancanegara sejak tahun 90 an, bahkan bisa jadi sebelumnya. Sejak 2012 istilah *Boxset* di Indonesia dipopulerkan oleh Erix Soekamti pada platform *Belialbumfisik.com*, *Belialbumfisik.com* merupakan platform digital yang memulai pergerakan dan inovasi dalam mengemas hasil karya musisi menjadi bentuk yang lebih menarik dan *collectible*.

Boxset yang sering kita tahu berisi kumpulan album, CD, Vynil, Kaos, Toys, buku dan koleksi lainnya yang masih berhubungan dengan musisi atau band tersebut, bahkan belakangan ini mengkoleksi *boxset* dari idola atau musisi ternama adalah salah satu kebanggaan bagi penggemar karena bersifat eksklusif dan terbatas, walaupun seringkali ditemui dengan harga yang lumayan fantastis karena

merupakan dedikasi penggemar untuk mengapresiasi dan menghargai karya seni idolanya.

Meski pada saat perancangan ini dibuat, belum ada ditemukan yang teori memfokuskan dan mempelajari tentang *boxset*. tetapi menurut dictionary.cambridge.org *boxset* adalah suatu barang yang berhubungan, biasanya buku atau rekaman, dikemas bersama dalam sebuah kotak dan dijual sebagai satu unit.

II.5.11. Cenderamata

Menurut kamus besar bahasa indonesia (KBBI) Cenderamata merupakan barang pemberian yang berfungsi sebagai kenang-kenangan atau pertanda ingatan. Cenderamata pada umumnya adalah hasil tangan atau kerajinan khas yang dikaitkan dengan Kawasan tertentu untuk dibawa pulang oleh wisatawan, baik untuk wisatawan itu sendiri ataupun untuk oleh-oleh kerabat.