

## **Perancangan Motion Graphics Asal Usul Sepur Kluthuk Jaladara**

**Tegar Andito**

<sup>1</sup>Prodi Animasi Jurusan Televisi Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia  
Yogyakarta

tegar.andito@gmail.com

### **ABSTRAK**

Sepur Kluthuk Jaladara adalah salah satu daya tarik pariwisata yang relatif baru di Surakarta. Wahana wisata ini adalah sebuah rangkaian kereta api yang ditarik lokomotif uap C1218 yang melewati jalur Stasiun Purwosari - Stasiun Solo Kota. Lokomotif C1218 dan jalur di antara kedua stasiun ini masing-masing berlatar belakang cerita tersendiri. Sejarahnya terdokumentasi dengan baik dan jalur Purwosari - Solo Kota merupakan satu-satunya jalur kereta api aktif di Indonesia yang melewati jalan raya tengah kota yang memiliki sejarah sendiri. Cerita sejarah dan keunikan ini berpotensi menjadi daya tarik tersendiri yang dapat diangkat sebagai tema pencitraan sebagai wahana wisata sejarah dan cagar budaya serta dapat menjadi tema promosi wahana wisata ini. Salah satu cara untuk menyampaikan cerita ini kepada audiens adalah dengan merancang audio visual berwujud *motion graphics*. *Motion graphics* dipilih karena *output* yang dihasilkan dapat diunggah di situs-situs seperti Youtube, Dailymotion atau media sosial sehingga dapat diakses oleh publik.

**Kata Kunci:** *sepur kluthuk jaladara; kereta api; motion graphics; audio visual; surakarta*

### **ABSTRACT**

Sepur Kluthuk Jaladara is one of relatively new tourist attraction in Surakarta. This tourist attraction is a special train which is hauled by C1218 tank type steam locomotive from Purwosari (codenamed PWS) railroad station until Solo Kota railroad station (codenamed SLK). The locomotive C1218 and the railroad between these stations have their own unique background stories. The history has well documented and Purwosari-Solo Kota railroad is also unique because it is the only active railroad that laid on main city road. These stories can be a potential attractiveness that gives an added value especially for its image as historical and cultural tourist attraction. There are some ways to tell these stories. One of them is by designing audio visual in the form of motion graphics. Motion graphics are chosen because the output produced can be uploaded on sites like Youtube, Dailymotion or social media so that it can be accessed by the public.

**Keywords:** *sepur kluthuk jaladara; train; motion graphics; audio visual; surakarta*

## **1. PENDAHULUAN**

### **a) Wahana Wisata Sepur Kluthuk Jaladara**

Kereta api merupakan sebuah moda transportasi massal yang muncul pada masa revolusi industri. Awalnya, transportasi melalui rel digunakan untuk mempermudah angkutan batubara dari tambang menuju pabrik pengolahan batubara. Transportasi rel ini pada awalnya menggunakan gerobak yang dapat dirangkai dan ditarik dengan kuda atau ditarik oleh mesin uap stasioner menggunakan seutas tali. Transportasi rel pertama yang digunakan untuk umum adalah jalur rel besi Surrey yang menghubungkan Portsmouth ke London. Jalur ini menggantikan transportasi barang menggunakan perahu antara dua kota ini untuk menghindari serangan angkatan laut Napoleon pada masa itu. Walaupun Richard

Trevithick menciptakan lokomotif uap pertama pada tahun 1804, namun moda transportasi ini baru populer pada tahun 1825 melalui “Locomotion” karya George Stephenson yang juga merupakan kereta api umum yang pertama di dunia (Bowood, 1983, hal. 12).



Gambar 1 Logo resmi Sepur Kluthuk Jaladara (sumber: Flyer promosi Sepur Kluthuk Jaladara)



Gambar 2 Wahana Wisata Sepur Kluthuk Jaladara (sumber: solosteamloco.com)

Sepur Kluthuk Jaladara kini menjadi ikon yang relatif baru bagi pariwisata di Kota Solo yang melengkapi jalur unik yang melewati Jalan Slamet Riyadi. Kompas Online mencatat bahwa penumpang disugahi perjalanan 5,6 km melewati jalur klasik Purwosari-Solo Kota dengan lokomotif uap (Kompas, 2009). Tak hanya itu, namun juga paket wisata dengan sejumlah fasilitas. Terdapat *live gamelan* di atas kereta, *welcome drink*, dan *tour guide*. Kereta akan berhenti di depan Loji Gandrung, lalu dilanjutkan ke Kampung Batik Kauman untuk mengikuti Kampoeng Batik Kaoeman tour sebelum akhirnya mencapai Stasiun Solo Kota dan kembali ke Purwosari. Harga tiket kereta, atau lebih tepat disebut paket wisata ini bervariasi tergantung di mana calon penumpang tinggal.

Pihak manajemen kereta ini sendiri gencar melakukan promosi melalui publikasi-publikasi berita, juga melalui page di situs jejaring sosial facebook dengan nama “Sepur Kluthuk Jaladara” untuk target audiens yang berbahasa Indonesia, dan “Solo Steam Loco” bagi target audiens yang berbahasa Inggris. Dalam promosinya, manajemen Sepur Kluthuk Jaladara ini tak pernah mengekspos tentang latar belakang sejarah baik lokomotif maupun jalur yang dilewati, padahal jalur yang dilewati maupun lokomotif yang digunakan menyimpan latar belakang yang unik dan menarik untuk diceritakan. Latar belakang ini sebenarnya dapat menjadi daya tarik dan nilai lebih bagi promosi kereta ini.

## b) Sejarah Singkat Sepur Kluthuk Jaladara

Lokomotif uap yang tersisa dan berfungsi milik PT KAI kini digunakan untuk keperluan kereta wisata. Ada empat lokomotif uap milik PT KAI yang masih berfungsi, yakni B2502, B2503, E1060, B5112 dan C1218. Daerah Operasi IV Semarang sempat menjadi satu-satunya DAOP PT KAI yang memiliki lokomotif uap aktif. Sebelum tahun 2008, keempat lokomotif ini sempat aktif di Ambarawa yang masuk ke dalam DAOP IV Semarang, namun kemudian hanya B2502 dan B2503 yang tersisa di Ambarawa karena keduanya memang sejak awal “berdinas” di stasiun itu. Lokomotif E1060 yang dijuluki “Mak Itam” ini didatangkan ke Ambarawa dari Sumatera Barat pada tahun 80-an untuk tujuan preservasi dan perbaikan. Lokomotif ini dikembalikan ke Divisi Regional II PT KAI Sumatera Barat pada tahun 2008 untuk keperluan kereta wisata di sana. Lokomotif C1218 awalnya difungsikan di daerah Cepu hingga tahun 80-an. Lokomotif ini dahulu melayani jalur Cepu-Blora-Purwodadi-Semarang-Bojonegoro-Jatirogo. Lokomotif ini sempat terbengkalai selama 20 tahun sampai akhirnya “dihidupkan” kembali di Ambarawa pada sekitar tahun 2006 (Majalah Kereta Api, 2007, hal. 34) dan sempat “berdinas” di Ambarawa melayani jalur Ambarawa-Jambu selama tiga tahun. Pada tahun 2009, lokomotif ini dipindahkan ke Surakarta. Lokomotif ini melayani perjalanan wisata antara Stasiun Purwosari hingga Stasiun Solo Kota (Sangkrah) dan memiliki nama baru, yakni “Sepur Kluthuk Jaladara.”



Gambar 3 Lokomotif C1218 di depan Stasiun Jambu ketika diujicobakan di jalur Ambarawa-Jambu pada tahun 2006 beberapa saat setelah dihidupkan kembali. (sumber: internationalsteam.co.uk)

Jalur Purwosari-Wonogiri yang pada ruas Purwosari-Solo Kota melewati Jalan Slamet Riyadi merupakan satu-satunya jalur tengah kota yang masih aktif di Indonesia. Dahulu, sekitar tahun 70-an, di Stasiun Purwosari terdapat dua jalur percabangan antara Purwosari-Boyolali dan Purwosari-Baturetno. Pada jaman penjajahan, dua jalur ini merupakan jalur trem, dan keduanya melewati tengah kota. Kini, jalur ini masih aktif dan setiap hari dilewati feeder untuk kereta Bengawan (feeder ini sendiri disebut Bengawan Wonogiri) serta khusus antara Purwosari-Solo Kota, hampir setiap satu minggu sekali dilewati Sepur Kluthuk Jaladara.

### c) Pariwisata di Indonesia

Kegiatan pariwisata sudah dilakukan sejak jaman sebelum masehi. H.Khodyat, dalam bukunya menyebutkan bahwa sebelum revolusi industri (1760-1850), perjalanan banyak dilakukan untuk keperluan-keperluan praktis dan pragmatis seperti perjalanan dinas, ziarah, dagang dan lain sebagainya (Khodyat, 1996, hal. 13). Khodyat juga menyebutkan bahwa walau demikian, perjalanan juga dilakukan untuk keperluan-keperluan yang bersifat rekreatif. Contoh yang terkenal adalah perjalanan Ratu Sheba ke Yerusalem untuk berkunjung ke Raja (Nabi) Sulaiman, juga perjalanan petualangan oleh Dr.Livingstone ke Afrika.

Pariwisata adalah salah satu bidang usaha non migas yang sangat berpotensi untuk menghasilkan devisa selain kayu dan tekstil (Khodyat, 1996, hal. 89). Berbeda dari Khodyat, menurut M.A. Desky, yang menjadi masalah, kesulitan utama sebuah biro perjalanan wisata untuk *exist* dan berkembang adalah kesulitan dalam cara atau kiat mempromosikan produknya agar mendapat sambutan pasar, serta bagaimana caranya agar *wholesaler* atau *principal agent*, baik yang ada di dalam maupun di luar negeri percaya dan bersedia menjalin bisnis dengan biro perjalanan wisata tersebut sebagai pelaksana tur (*tour operator*) di kawasan tertentu (Desky, 1999, hal. 17).

Desky mengatakan bahwa bagi sebuah biro perjalanan wisata baru yang belum dikenal reputasi pelayanannya, akan sangat sukar untuk meyakinkan pihak *principal agent*. Oleh karena itu diperlukan promosi. Menurut Desky, untuk keperluan promosi pariwisata, ada beberapa unsur teknis dan perangkat promosi yang dapat diterapkan yaitu (Desky, 1999, hal. 18):

- Bahan Promosi  
Bahan promosi dalam hal ini berkaitan dengan kualitas brosur, poster dan *leaflet*.
- Iklan
- Press Release
- Pasar Wisata  
Pasar wisata adalah suatu arena kegiatan pariwisata di mana terjadi interaksi antara perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam bidang pariwisata, atau paling tidak lembaga-lembaga yang terkait dengan kegiatan kepariwisataan.
- *Sales Mission*  
*Sales mission* adalah salah satu bentuk promosi dengan cara mendatangi pasar atau *wholesaler* secara langsung.
- *Educational Tour*  
*Educational Tour* adalah salah satu kiat promosi dengan mengundang para pelaku bisnis biro perjalanan wisata dari luar negeri secara gratis dengan tujuan agar mereka dapat melihat dari dekat dan secara langsung keberadaan perusahaan.
- *Lobbying*  
*Lobbying* adalah salah satu bentuk pemasaran tidak formal dengan melakukan pendekatan yang bersifat pribadi terhadap seorang pengambil keputusan.

### d) Motion Graphic

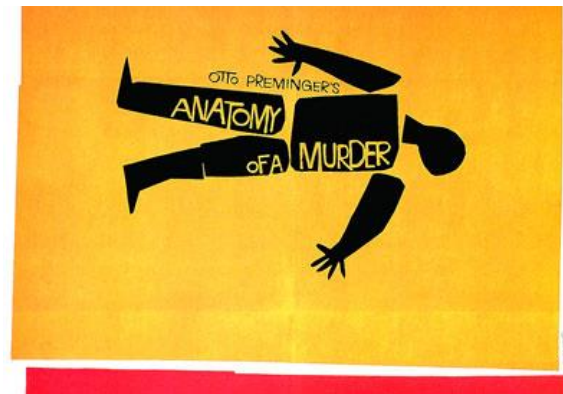
*Motion graphic* dalam hal ini adalah *motion graphic design* yang umum digunakan dalam tayangan multimedia. *Motion graphic* sendiri adalah bentuk penerapan desain grafis dalam audio visual (video).

Douglass Meritt mencatat, penerapan desain grafis dalam audio visual pada mulanya muncul karena adanya tuntutan industri film untuk menghadapi *booming* televisi pada tahun 1950-an. Mulai saat itu, para desainer grafis yang terlibat dalam industri perfilman

dituntut untuk tidak hanya merancang poster dan materi-materi cetak lainnya, namun juga menerapkan keterampilan mereka pada judul film. Saul Bass adalah salah satu pionir dan tokoh yang berpengaruh dalam hal ini (Meritt, 1987, hal. 9). Bass membuat sejumlah *animated title* untuk film karya Otto Preminger (gambar 4 dan gambar 5).



Gambar 4 opening Anatomy of Murder karya Saul Bass (sumber: designmuseumshop.com)

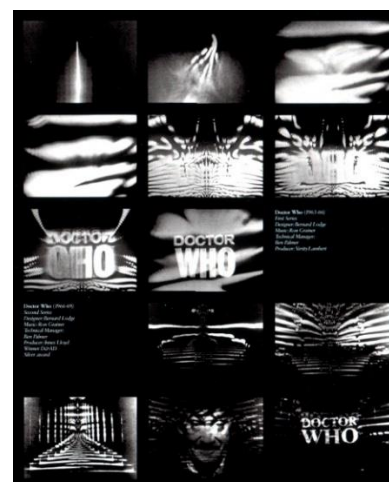


Gambar 5 opening Anatomy of Murder karya Saul Bass (sumber: meanderfin.com)

Meritt mencatat pula bahwa *animated title* untuk film kemudian diadopsi televisi sebagai *opening title*. Banyak *opening title* pada masa-masa awal pertelevisian di AS dan Inggris terpengaruh gaya Bass. Ada harapan ketika itu untuk menciptakan “grafis” yang murni menggunakan teknik video untuk mengurangi penggunaan film dan *artwork* yang digambar/dilukis sebagai materi untuk *motion graphics*. Desain grafis pertama yang diciptakan dengan murni teknik video adalah karya Bernard Lodge (Meritt, 1987, hal. 9) yang digunakan untuk serial TV “Dr Who.” Lodge memanfaatkan efek yang muncul ketika kamera video diarahkan langsung pada monitor (gambar 6 dan 7).



Gambar 6 Opening serial TV Dr. Who (sumber: doctorwhoworld.org.uk)



Gambar 7 Opening Serial TV Dr. Who (sumber: K-punk.abstractdynamics.org)

### e) Permasalahan

Informasi mengenai paket wisata, juga tentang apa itu Sepur Kluthuk Jaladara tersebut sudah sering terekspos dalam berbagai media, juga pada saat peresmian kereta ini namun latar belakang sejarah Sepur Kluthuk Jaladara ini sendiri tak pernah terekspos dan hanya diketahui oleh kalangan tertentu seperti komunitas railfans dan pihak PT KAI. Pengeksposan sejarah ini dapat memberikan daya tarik tersendiri karena memiliki latar belakang yang menarik dan dikemas dalam bentuk motion graphics.

Perancangan Motion Graphic Asal Usul Sepur Kluthuk Jaladara ini berusaha menjawab pertanyaan bagaimana merancang cerita asal usul Sepur Kluthuk Jaladara dalam wujud motion graphic untuk memperkuat citra wahana wisata Sepur Kluthuk Jaladara sebagai wisata sejarah dan budaya di Surakarta sekaligus menjadi salah satu sarana promosinya. Perancangan ini bertujuan membuat motion graphic yang informatif dan atraktif mengenai sejarah singkat asal usul Sepur Kluthuk Jaladara agar menarik wisatawan di kota Surakarta untuk mencoba wahana wisata ini sekaligus menambah wawasan serta terhibur. Penggunaan motion graphic dipilih karena aset-aset visualnya berupa gambar diam yang kemudian digerakkan sehingga relatif cepat proses produksinya. Di samping relatif mudah diproduksi, motion graphic merupakan karya berformat video sehingga dapat dipublikasikan dengan mudah di media seperti Youtube, Dailymotion, atau semacamnya dan dapat pula diunggah di sejumlah media sosial seperti Facebook maupun Twitter. Selain media utama, dirancang pula media pendukung untuk membantu dalam hal publikasi motion graphic ini.

## 2. PEMBAHASAN

### a) Tujuan dan Strategi Komunikasi

Tujuan komunikasi perancangan motion graphic ini adalah untuk memberikan informasi secara menarik kepada target audiens mengenai sejarah Sepur Kluthuk Jaladara. Dengan adanya informasi ini, di samping menghibur, memberikan tambahan wawasan, dan menarik target audiens untuk mengikuti paket-paket wisata Sepur Kluthuk Jaladara diharapkan pula dapat memberikan nilai lebih bagi target audiens ketika mereka mengikuti paket wisata Sepur Kluthuk Jaladara ini. Video motion graphic dalam penyampaiannya memakai pendekatan tampilan seperti komik seperti pada intro game *Need For Speed Underground 2* dan credit title film *300* serta diberi pula pendekatan gaya yang bersifat ilustratif, dan surealis, namun tetap terstruktur dan informatif. Ditambahkan pula sentuhan gaya *steampunk* pada artistiknya yang diharapkan dapat memberikan kesan klasik, dan suasana jaman industri pada suasana jaman modern. Motion graphic tidak disertai dialog seperti halnya pada intro *Need For Speed Underground 2*, namun disertai narasi dengan visual dan *background music*. Dalam penyampaiannya nanti, juga akan diselipkan foto-foto sejarah dan sedikit potongan klip video yang berhubungan dengan cerita ini.



Gambar 8 Screenshot sinematik permainan komputer *Need For Speed Underground 2* (Sumber: EA Games)



Gambar 9 Ending title film *300* (Sumber: Legendary Pictures)

Media yang digunakan adalah motion graphic yang dibuat dalam bentuk akhir video digital. Video digital motion graphic sebagai media audio visual gerak dalam menyampaikan informasi dapat lebih terdeskripsikan dengan jelas dan nyata mengingat kelebihan motion graphic adalah dapat mengkomunikasikan suatu pesan atau informasi dengan bahasa gambar dan suara, dapat diulang-ulang, praktis, efektif, dan biaya produksinya relatif lebih murah dibandingkan rekaman video maupun film seluloid. Tujuan kreatif dari perancangan ini sendiri adalah memberikan informasi kepada target audiens mengenai asal usul kereta Sepur Kluthuk Jaladara, mulai dari sejarah lokomotif C1218, sejarah jalur Solo-Wonogiri yang didalamnya terdapat jalur St.Purwosari-St.Solo Kota, hingga kronologis diadakannya wisata Sepur Kluthuk Jaladara. Cerita akan ditampilkan melalui kekhasan atau keunikan dari motion graphic yang akan dirancang dalam menyampaikan informasinya, seperti menampilkan gambar disertai musik dan narasi dengan sentuhan artistik bergaya steampunk yang lebih cenderung surealis namun tetap informatif. Diharapkan dengan pendekatan ini, audiens tak sekedar mengetahui sejarah kereta wisata ini, namun juga terhibur dan tertarik mencoba wahana wisata ini.





#### **b) Target Audiens**

Sejauh ini, konsumen paling banyak paket wisata reguler adalah wisatawan domestik yang sedang melancong ke Surakarta dan dari golongan keluarga muda. Menurut Ujang

Sumarwan, beberapa macam produk dibeli oleh sebuah keluarga dan dipakai secara bersama-sama oleh semua anggota keluarga (Sumarwan, 2004, hal. 226). Karena itu, audiens yang akan menjadi sasaran utama untuk tayangan motion graphic ini dan media pendukungnya adalah para wisatawan domestik yang sedang melancong ke kota Solo terutama dari golongan keluarga muda dengan status sosial tengah-atas (B+) dan atas-bawah (A). Untuk segmentasi geografi primer diarahkan kepada wisatawan domestik dari luar eks Karesidenan Surakarta dan warga eks Karesidenan Surakarta sebagai segmentasi audiens sekundernya.

### c) Warna

Warna-warna yang digunakan menggunakan warna-warni dengan chroma rendah. Guna chroma sendiri adalah untuk mengubah karakter warna (Ebdy Sanyoto, 2009, hal. 72). Penggunaan chroma rendah ini berfungsi untuk memberikan kesan suram dan tua. Beberapa contoh warna yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

	Chalk R: 255 G: 251 B: 156 C:0 M:0 Y:40 K:0
	Red Brown R: 187 G: 130 B: 91 C:0 M:40 Y:60 K:30
	Dull Green R: 152 G: 175 B: 133 C:20 M:0 Y:40 K:20
	Faded Green R: 151 G: 175 B: 160 C:20 M:0 Y:20 K:20

Gambar 10 Beberapa warna yang digunakan pada motion graphic ini

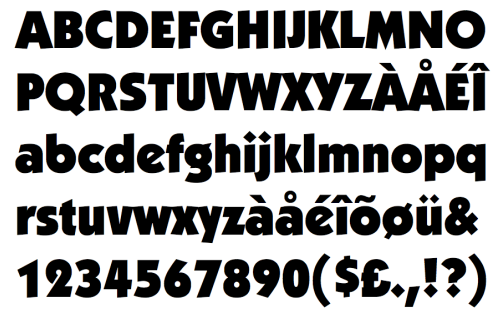
### d) Tipografi

Tipografi yang digunakan dalam perancangan ini adalah Arial Black, Kabel Ultra, dan Rockwell. Stroke yang kuat dan menonjol pada Arial Black digunakan untuk memunculkan kesan kokoh dan gagah. Font kedua adalah Kabel Ultra. Sifatnya mirip dengan Arial Black, namun memiliki bentuk yang tidak terlalu kaku. Font terakhir yang digunakan dalam perancangan ini, yakni Rockwell adalah font bertipe slab serif atau Egyptian, memunculkan kesan kokoh seperti sans serif namun tetap dapat digunakan untuk keperluan teks panjang. Huruf-huruf Egyptian ini sendiri diperkenalkan sebagai huruf yang banyak digunakan dalam desain-desain untuk iklan (Sihombing, 2015, hal. 160).

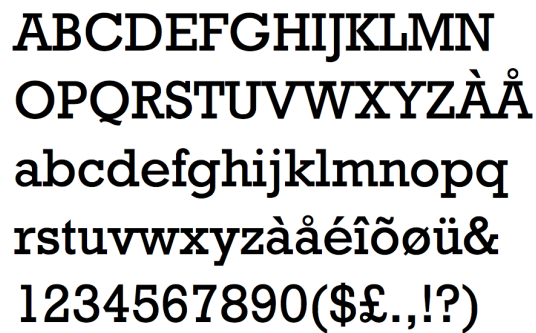




Gambar 11 Arial Black



Gambar 12 Kabel Ultra

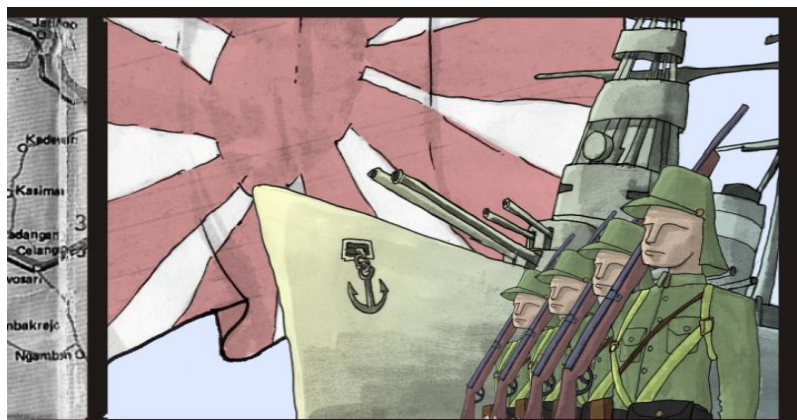


Gambar 13 Rockwell

**e) Visualisasi Motion Graphic**

Visualisasi Motion Graphic Asal Usul Sepur Kluthuk Jaladara dibagi menjadi 3 sequence. Berikut ini adalah screenshot motion graphic Asal Usul Sepur Kluthuk Jaladara:

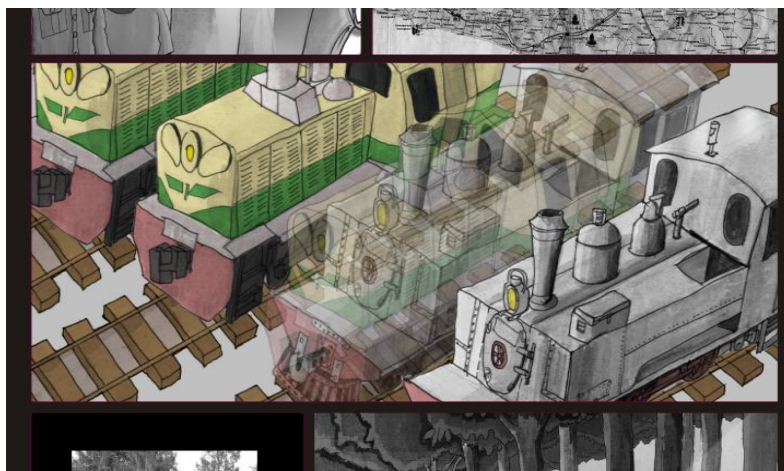
**Sequence 1: Sejarah Lokomotif Uap C1218**



Gambar 14 Adegan penjajahan jepang



Gambar 15 Adegan kemerdekaan Indonesia



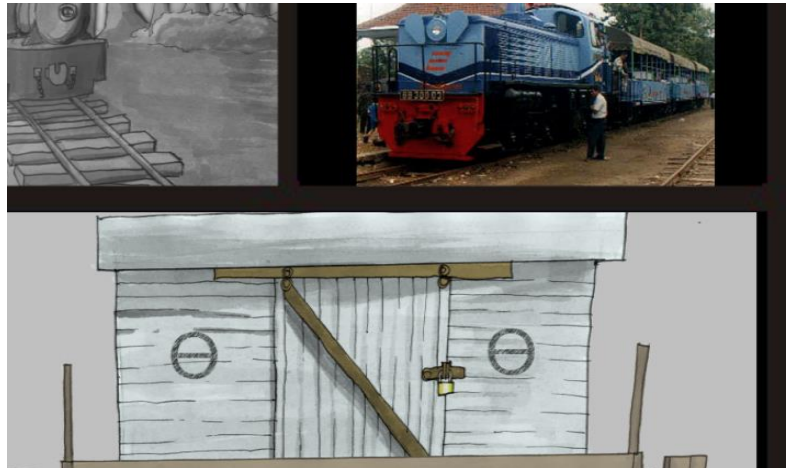
Gambar 16 Adegan transisi lokomotif uap ke diesel

Sequence 1 telah diunggah dan dapat ditonton di Youtube dengan link:  
<https://youtu.be/oc7lerxVlsc>

### Sequence 2: Sejarah Jalur Solo-Wonogiri



Gambar 17 Adegan Stasiun Solo Kota masa kolonial

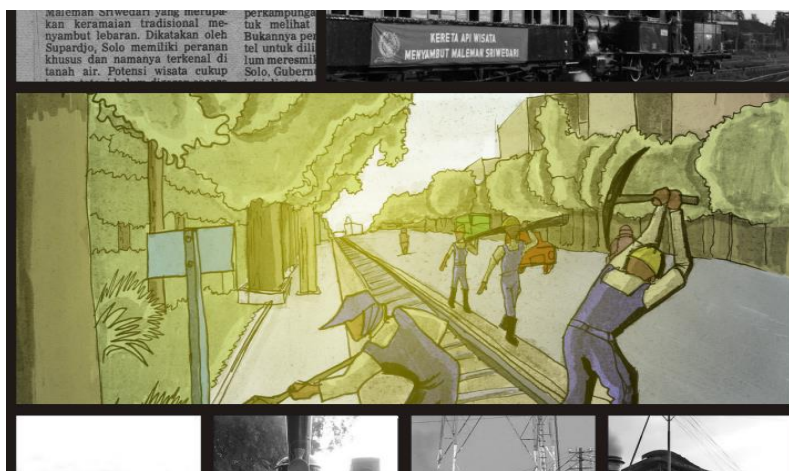


Gambar 18 Adegan Kereta Api Wisata Punokawan  
 Sequence 2 telah diunggah dan dapat ditonton di Youtube dengan link:  
<https://youtu.be/dJWzZIFewbE>

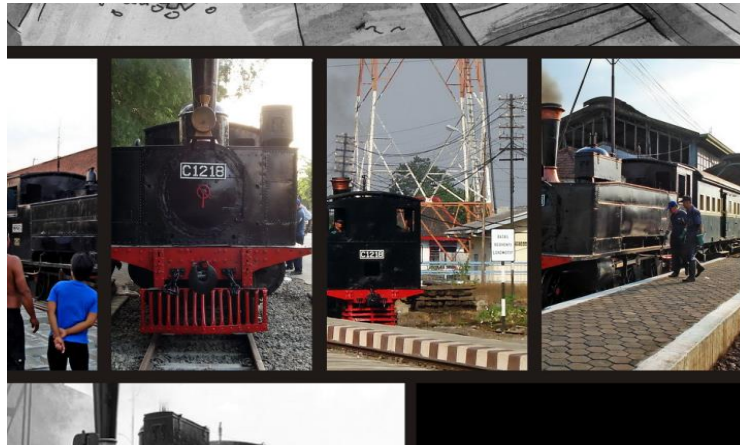
**Sequence 3: Sepur Kluthuk Jaladara**



Gambar 19 Adegan perbaikan Lokomotif C1218



Gambar 20 Adegan perbaikan rel kereta api Solo-Wonogiri ruas Jalan Slamet Riyadi

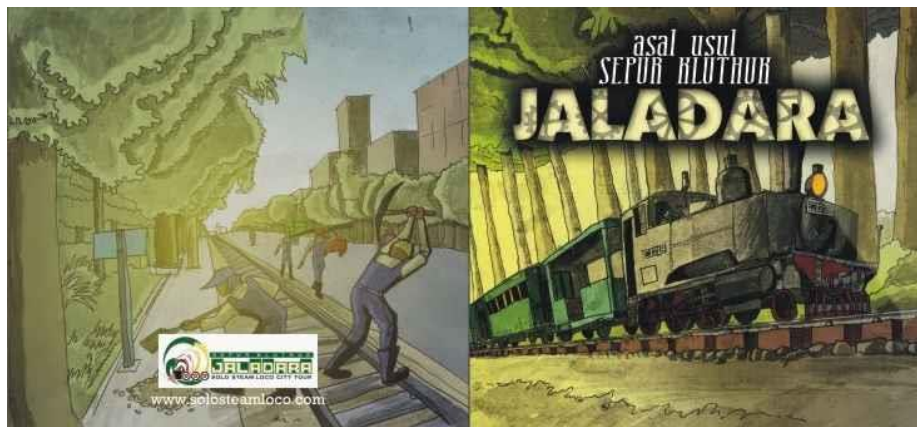


Gambar 21 Adegan operasional Sepur Kluthuk Jaladara

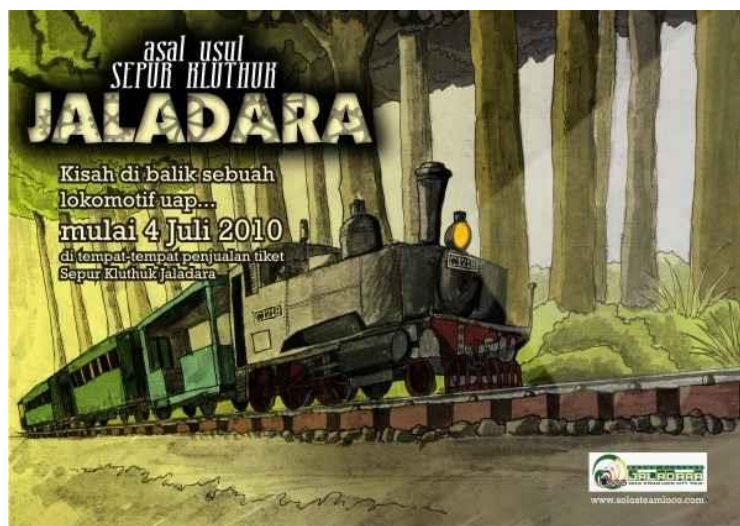
Sequence 3 telah diunggah dan dapat ditonton di Youtube dengan link:  
<https://youtu.be/7gyJPg7EbxI>

#### f) Media Pendukung

Media pendukung yang dibuat adalah katalog, poster publikasi, dan CD Cover beserta labelnya. Katalog berisi sinopsis mengenai isi cerita motion graphic Asal Usul Sepur Kluthuk Jaladara. Katalog ini berfungsi untuk memberikan bayangan kepada target audiens mengenai apa yang akan mereka tonton. Poster publikasi dibuat sebagai media publikasi untuk peluncuran video motion graphic ini. Poster ini dapat dicetak ukuran A3 atau dapat pula diunggah di situs-situs media sosial yang ada. CD cover dibuat satu set yang mencakup sampul wadah CD, label CD, dan box. CD cover ini dibuat untuk arsip bagi pengelola.



Gambar 22 Cover katalog



Gambar 23 Poster publikasi

### 3. KESIMPULAN

Perkembangan teknologi yang pesat menuntut kita untuk menyikapi sesuatu dengan kreatif. Ketika media elektronik menjadi semakin modern, pembuatan dan pemanfaatan media audio visual yang memiliki sejumlah kelebihan menjadi lebih mudah. Komunikasi dalam bentuk gabungan suara dan gambar seperti audio visual yang mampu mendeskripsikan pesan secara jelas kepada penerima menjadi mudah diakses siapa saja dan kapan saja, seperti halnya video motion graphic.

Penggunaan video motion graphic untuk *story telling* dimaksudkan supaya pesan dan segala informasi mengenai asal usul dari Sepur Kluthuk Jaladara dapat terdeskripsikan lebih jelas, sekaligus juga dapat memberikan hiburan kepada audiens. Cerita di balik Sepur Kluthuk Jaladara yang berpotensi menjadi daya tarik tersendiri bagi wahana wisata ini tergal. Kisah ini dapat tersampaikan kepada siapa saja yang tertarik pada wahana wisata ini. Daya tarik tersebut selanjutnya dapat menarik lebih banyak wisatawan untuk mencoba wahana wisata ini. Selama ini media promosi yang telah dibuat pihak pengelola hanya berupa informasi singkat mengenai lokomotif, harga, foto-foto dan informasi di mana tiket dapat diperoleh.

Hasil produksi video motion graphic dan media pendukungnya yang maksimal mutlak diperlukan bagi seorang desainer komunikasi visual seiring dengan semakin mudahnya pembuatan media audio visual karena kemajuan teknologi yang makin mutakhir. Media komunikasi melalui audio visual, terutama motion graphic semakin digemari di kalangan kaum muda saat ini. Desain komunikasi visual sebagai seni terapan dan ilmu terapan dengan cakupan yang luas dalam hal media memungkinkan dilakukannya banyak improvisasi. Ide-ide menarik yang tak terduga sering muncul karena adanya improvisasi tersebut. Motion graphic yang mampu menggerakkan gambar diam menjadi bergerak juga memberikan kemungkinan yang hampir tak terbatas untuk melakukan improvisasi. Yang menjadi tantangan adalah bagaimana melakukan improvisasi tersebut tanpa terlalu jauh meninggalkan konteks yang ada. Sebuah pilihan bagi seorang desainer untuk merancang karyanya agar tidak terlalu kaku dalam mengacu pada ide awal dengan menyelipkan improvisasi-improvisasi dalam karyanya karena selalu ada celah-celah yang dapat diisi dengan berbagai improvisasi.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Bowood, R. (1983). *Kisah Kereta Api (Terjemahan)*. Jakarta: PT. BPK Gunung Mulia.
- Desky, M. A. (1999). *Manajemen Perjalanan Wisata*. Yogyakarta: Adicitra Karya Nusa.
- Ebdi Sanyoto, S. (2009). *Nirmana Elemen-elemen Seni dan Desain*. (R. Widada, Ed.). Yogyakarta: Jelasutra.
- Khodyat, H. (1996). *Sejarah Pariwisata dan Perkembangannya di Indonesia*. Jakarta: Grasindo.
- Kompas. (2009, September 27). Ribuan Warga Solo Tonton Sepur Kluthuk Jaladara. *Kompas.com*. Surakarta. Diambil dari <https://regional.kompas.com/read/2009/09/27/13492833/ribuan.warga.solo.tonton.sepur.kluthuk.jaladara>
- Majalah Kereta Api. (2007, November). C1218. *Majalah Kereta Api Special Edition*.
- Meritt, D. (1987). *Television Graphics: From Pencil to Pixel*. London: Treofil Publications Ltd.
- Sihombing, D. (2015). *Tipografi dalam Desain Grafis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sumarwan, U. (2004). *Perilaku Konsumen - Teori dan Penerapannya Dalam Masyarakat*. Ciawi: Ghalia Indonesia.