

Perancangan Media Promosi Wisata Religi Kota Semarang

RINA SETYANINGRUM

*Program Studi Desain Komunikasi Visual - S1, Fakultas Ilmu
Komputer, Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : chika0_0chiku@yahoo.com

ABSTRAK

Semarang merupakan salah satu kota besar di Jawa Tengah. Kota tersebut memiliki segudang daya tarik terutama objek wisata, salah satunya adalah wisata religi. Wisata religi di Kota Semarang mempunyai sejarah dan keunikan arsitektur bangunan yang indah. Akan tetapi wisata religi Kota Semarang kurang banyak peminatnya. Kurang dikenalnya wisata religi Kota Semarang, disebabkan kurangnya media promosi. Permasalahan tersebut yang membuat perancang ingin membuat desain wisata religi agar dapat dikenal masyarakat Kota Semarang pada khususnya dan masyarakat Indonesia pada umumnya. Tujuan dari perancangan ini adalah ke arah media promosi yang sesuai dengan target audience agar masyarakat lebih mengenal dan mau berkunjung ke wisata religi Kota Semarang. Media yang digunakan adalah media lini atas dan media lini bawah. Model perancangan yang digunakan adalah model perancangan deskriptif yaitu perancangan yang diawali dengan latar belakang, rumusan masalah, identifikasi dan tujuan perancangan. Data perusahaan yang diperoleh dengan menggunakan data primer yaitu dengan melakukan observasi/penelitian ke obyek yang dituju secara langsung dan melakukan wawancara dengan cara bertanya langsung kepada responden, serta menggunakan data sekunder yaitu dengan metode kepustakaan, internet, dan metode dokumentasi data buku, foto. Data yang sudah diperoleh kemudian dianalisis dengan menggunakan metode Analisis SWOT kekuatan (Strength), Kelemahan (Weakness), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats) yang dilanjutkan dengan pembuatan konsep perancangan yaitu menggunakan konsep minimalis. Secara komprehensif perancangan ini terdiri dari koran dan spanduk, buku, pin, poster, brosur, pembatas buku, gantungan kunci, x-banner, t-shirt dan mug, yang dapat digunakan untuk mengenalkan keanekaragaman obyek wisata religi yang ada di Kota Semarang dan mengajak masyarakat berkunjung ke wisata religi Kota Semarang tersebut.

Kata Kunci : Desain, Promosi, Wisata Religi, Kota Semarang, SWOT

Design Of Promotion Media For Religious Tourism In Semarang

RINA SETYANINGRUM

*Program Studi Desain Komunikasi Visual - S1, Fakultas Ilmu
Komputer, Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : chika0_0chiku@yahoo.com

ABSTRACT

Semarang is one of the big city in Central Java. The city has a myriad of attractions, especially the appeal, one of which is religious tourism. Religious tourism in the city of Semarang has a unique history and beautiful architecture. But the lack of Semarang religious tourism demand. Less familiar religious tourism city of Semarang, due to lack of media promotion. This problem makes the designer wanted to create a design known for religious tourism to the city of Semarang in Indonesia in particular and society in general. The purpose of this design is the direction of the media campaign that matches the target audience so that people get to know and want to visit religious tourism Semarang. The media used is above the line media and below the line media. Model design used is descriptive model of design that begins with a design background, problem formulation, identification and design purposes. Company data obtained using primary data is by observation / research object intended to direct and conduct the interview by asking questions directly to the respondents, as well as using secondary data is the method of literature, internet, and data documentation method books, photos. The data was obtained and analyzed using the SWOT analysis of strengths (Strength), Weakness (Weakness), opportunities (Opportunities), and threats (Threats), followed by the manufacture of the design concept is to use the concept of minimalism. Comprehensive design consists of newspapers and banners, books, pins, posters, brochures, bookmarks, key chains, x-banner, t-shirts and mugs, which can be used to introduce the diversity of religious tourism in the city of Semarang and invite people visiting the city of Semarang religious tourism.

Keyword : Desain, Promosi, Wisata Religi, Kota Semarang, SWOT