

## **PERANCANGAN PERIKLANAN WATER BLASTER SEBAGAI MEDIA PROMOSI WATER BOOM TERBESAR DI JAWA TENGAH**

**KARTIKA GALIH WASITA**

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

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

*Email : [woi.indonesia@yahoo.co.id](mailto:woi.indonesia@yahoo.co.id)*

### **ABSTRAK**

Water Blaster memiliki potensi yang lebih besar untuk dikembangkan karena potensi wisata yang tergolong tinggi sebagai water boom terbesar di Jawa Tengah dan berlokasi di ibu kotanya. Namun keberadaannya kurang dikenal bagi warga di Jawa Tengah selain kota Semarang. Disebabkan kurangnya penyebaran media periklanan yang diadakan. Permasalahan tersebut membuat perancang ingin membantu merancang media periklanan Water Blaster agar lebih dikenal oleh masyarakat khususnya di tingkat regional Jawa Tengah, sebagai water boom terbesar di Jawa Tengah. Tujuan dari perancangan ini untuk menghasilkan perancangan iklan yang efektif, pemilihan media yang sesuai, dan penetapan konsep perancangan yang tepat untuk pengadaan iklan komersil Water Blaster melalui media line atas dan line bawah. Model perancangan yang digunakan adalah deskriptif, yaitu perancangan yang disusun dari latar belakang, rumusan masalah, identifikasi, dan tujuan perancangan. Sedangkan metode yang digunakan dalam pengumpulan data menggunakan survey, wawancara, dan pustaka yang menunjukkan hasil identifikasi data tentang data terkait mengenai perusahaan. Sedangkan metode analisa data menggunakan SWOT. Kemudian dilanjutkan dengan pembuatan konsep perancangan. Secara komprehensif perancangan ini umumnya menggunakan teknik pop up untuk menghasilkan perancangan atraktif yang digunakan pada media utama iklan majalah, brosur, stationary set, kartu pos, kalender, magnet, dan stiker. Sedangkan untuk perancangan yang sekiranya tidak dapat menggunakan teknik pop-up, terdapat billboard sebagai salah satu media utama, juga poster sebagai media pendukungnya.

Kata Kunci : Water Blaster, Wisata, Perancangan, Media Periklanan, Semarang

## **Design of Water Blaster Advertisement as a Promotion Media for the Biggest Water Boom in Central Java.**

**KARTIKA GALIH WASITA**

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

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

*Email : [woi.indonesia@yahoo.co.id](mailto:woi.indonesia@yahoo.co.id)*

### **ABSTRACT**

Water Blaster is one of water boom located in Central Java of Semarang capital city precisely. In fact, Water Blaster has great potential be developed for tourism, however the existency of water boom still for to be known in Central Java beside the capital city of Semarang due to lack of Water Blaster advertising is focus or concentrated only in Semarang. Those problems make designer is trying to assist and try to design the advertising media of Water Blaster be well know to the communities especially not only in Semarang but also in Central Java, as the biggest water boom in Central Java. The purpose of this design to produce an effective advertising design, selected of appropriate media, and determination of appropriate concept in extending the reach of Water Blaster above the line and below the line advertising in Central Java. Descriptive method is a structured design of the background problem formulation, identification, and design purpose. The methods used in collect data by surveys, interviews, and literature to shows results of identification the relevant data about company. SWOT methods used to analyze the data to produce a marketing strategy .This design kompeherensif pop up commonly used technique to generate a more attractive design, which is used in the mainstream media magazine ads, brochures, stasionary set, pos card, calenders, magnet, and stickers. Whereas if only for a design that can not use pop up techniques, there billboard as one of the major media as well as the supporting medium poster.

**Keyword** : Water Blaster, Wisata, Perancangan, Media Periklanan, Semarang