

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI TAMAN DJAMOE INDONESIA DI KOTA SEMARANG

ARSY AFIFA

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

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

Email : arsy_fifa@yahoo.com

ABSTRAK

Taman Djamoë Indonesia merupakan satu-satunya taman dengan tanaman jamu terlengkap di Indonesia. Di Taman Djamoë Indonesia inilah masyarakat dapat mengenal secara lebih dekat akan keanekaragaman tanaman jamu yang selama ini sering dinikmati hasilnya, namun tak banyak diketahui bentuk tanamannya. Taman Djamoë Indonesia ini selain sebagai tempat wisata keluarga juga sebagai tempat penelitian dan edukasi. Selain menampilkan keindahan alam dengan berbagai macam tanaman jamunya pengunjung bisa melihat dan menggunakan berbagai fasilitas yang ada di Taman Djamoë ini seperti Spa Srikaton, Taman Djamoë Resto, Taman Djamoë Gift Shop dan Meneer Shop, Taman Djamoë Herbaclinic, Taman Djamoë Herbal Collection and Market, Amphitheatre, Green House, Laboratorium, Jogging and Biking track, dan Helipad. Namun kebanyakan masyarakat khususnya di kota Semarang masih belum mengetahui keberadaan Taman Djamoë karena Taman Djamoë masih terbilang tempat wisata baru. Jadi, pengunjung yang datang belum terlalu banyak pada setiap harinya dan masih terbilang sepi. Taman Djamoë Indonesia sangat berpotensi sebagai salah satu tempat wisata yang dapat mengangkat citra jamu dan melestarikan jamu sebagai warisan budaya bangsa. Kurangnya media promosi yang dilakukan oleh Taman Djamoë menjadi salah satu penyebab kurang dikenalnya taman ini di kota Semarang dan sekitarnya. Kurangnya media promosi yang ada belum mampu mempengaruhi rasa ketertarikan masyarakat untuk berwisata ke Taman Djamoë Indonesia dan menarik minat wisatawan dari berbagai daerah untuk mengunjungi tempat wisata ini. Tujuan dari perancangan ini adalah membuat media promosi untuk mengenalkan dan mengkomunikasikan Taman Djamoë Indonesia agar menarik minat wisatawan untuk berkunjung sesuai dengan analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat), kemudian dilanjutkan dengan pembuatan konsep perancangan. Secara komprehensif perancangan ini terdiri dari pembuatan media lini atas dan lini bawah yaitu iklan poster pada surat kabar dan iklan poster pada majalah, brosur, leaflet, katalog, x-banner beberapa merchandise seperti t-shirt, mug, kalender meja, dan stiker.

Kata Kunci : Perancangan, Media Promosi, Taman Djamoë, Jamu.

MEDIA PROMOTION DESIGN FOR INDONESIAN DJAMOE PARK IN SEMARANG

ARSY AFIFA

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

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

Email : arsy_fifa@yahoo.com

ABSTRACT

Indonesian Djamoe Park is the only park with the most complete herbal plants in Indonesia. In the Indonesian Djamoe Park this community can get to know more closely the diversity of medicinal plants which have often enjoyed the results, but little known form of the plant. Indonesia's Djamoe park than as a family tourist attractions as well as places of research and education. In addition to showcasing the beauty of nature with a variety of herbal medicine plants, visitors can see and use the various facilities available in the park's Djamoe Srikaton Spa, Resto Djamoe Garden, Garden Gift Shop and Meneer Djamoe Shop, Garden Djamoe Herbaclinic, Herbal Collection Djamoe Park and Market, Amphitheatre , Green House, Laboratory, Biking and Jogging track, and Helipad. But most people, especially in the city of Semarang are still not aware of the existence Djamoe Park because Djamoe Park still relatively new tourist spot. So, visitors who come not so much on a daily basis and still fairly quiet. Indonesian Djamoe Park is a potential as one of the sights that can lift the image as a medicinal herb and preserve the nation's cultural heritage. The lack of a media promotion conducted by Djamoe Parks be one cause of the less popular parks in the city of Semarang and surrounding areas. The lack of a media promotion that there have not been able to influence the taste of the public interest to travel to Indonesia Djamoe Park and attract tourists from different areas to visit these attractions. The purpose of this scheme is to create a media campaign to introduce and communicate Indonesia Djamoe Park that attract tourists to visit according to the SWOT analysis (Strength, Weakness, Opportunity, Threat), then proceed with the manufacture of the design concept. Comprehensively this design consists of the manufacture of top-line media and below the line advertising poster on a newspaper and poster advertisements in magazines, brochures, leaflets, catalogs, x-banner some merchandise such as t-shirts, mugs, desk calendar, and stickers.

Keyword : Design, Media Promotion, Djamoe Park, Herb.