

## **Perancangan Komunikasi Visual Festival Perahu Warag Semarang**

**JOKO YULIANTO**

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

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

*Email : 114200800336@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRAK**

Festival Perahu Warag merupakan salah satu bentuk festival budaya yang diadakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang. Perencanaan yang dilakukan adalah merancang media Komunikasi Visual yang tepat dan sesuai dengan target audiens serta target market. Kurang tepatnya media Komunikasi Visual dalam sebuah festival menyebabkan kurangnya awareness dikalangan masyarakat. Untuk itu, Festival Perahu Warag mengkomunikasikan iklan ini dengan cara yang berbeda agar lebih unggul dari para pesaingnya dan dapat menarik minat masyarakat. Perancangan ini memberikan suatu konsep iklan yang sesuai dengan positioning Festival Perahu Warag, festival budaya yang menggabungkan alkulturasi budaya Semarang. Perancangan media iklan ini dilakukan melalui perencanaan yang efektif menggunakan SWOT sebagai alat penetapan strategi kreatif agar hasilnya sesuai dengan karakteristik pasar. Kegiatan iklan yang dilakukan adalah iklan visual dengan pilihan media Corporate Identity sebagai media utama .

Kata Kunci : Desain, Visual, Perahu, Semarang

## **Visual Communication Design For Warag Boat Festival In Semarang**

**JOKO YULIANTO**

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

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

*Email : 114200800336@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRACT**

Warag Boat Festival is one of the cultural festival organized by the Department of Culture and Tourism of Semarang. Planning to do is design a Visual Communication media are appropriate to the target audience and target market. Flawed Visual Communication media in a festival cause lack awareness among the community. To that end, Festival Perahu Warag this ad communicates in a different way that is superior to its competitors and to attract public interest. This design provides an advertising concept that corresponds to positioning Festival Perahu Warag, which combines cultural festival cultural alkulturasi Semarang. The design is done through advertising media planning effectively use SWOT as a tool-setting creative strategy that results in accordance with the characteristics of the market. Advertising activities are conducted with the visual advertising media options Corporate Identity as the main media

Keyword : Design, Visual, Boats, Semarang