

Perancangan Media Promosi Wisata Rawa Pening Kabupaten Semarang

ANNA SULISTIYANINGRUM

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

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

Email : 114200900520@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Rawa Pening sebuah kawasan danau memiliki keunikan tersendiri, kawasan ini sudah ada sejak lama secara alamiah, tempat ini dikembangkan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Semarang menjadi kawasan wisata untuk keluarga. Pada awal pendirian wisata ini sangat ramai dikunjungi wisatawan, namun pada beberapa tahun terakhir ini mengalami penurunan pengunjung yang cukup signifikan karena banyaknya wisata-wisata sejenis yang bermunculan sehingga wisata air ini lambat laun ditinggalkan wisatawan beralih pada wisata alternatif lainnya, menurut pengamatan penulis serta data dari pihak pengelola disebabkan adanya kekosongan pada kegiatan promosi sehingga Rawa Pening tertinggal oleh kompetitor wisata sejenisnya. Dengan adanya permasalahan pada faktor promosi, maka penulis sebagai desainer yang bekerjasama dengan pihak pengelola merancang media iklan yang sesuai dengan konsep dalam menginformasikan Wisata Air Rawa Pening, dalam Perancangan promosi komersial ini dilakukan melalui perencanaan media yang efektif dengan menggunakan analisis SWOT sebagai alat strategi terbaik menganalisa pasar. Sehingga audience dapat mengetahui adanya kawasan wisata yang baik bagi keluarga.

Kata Kunci : desain, media komunikasi visual, Rawa Pening, Wisata Air, Promosi

Promotion Media Design For Rawa Pening Water Tourism at Semarang

ANNA SULISTIYANINGRUM

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

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

Email : 114200900520@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

Rawa Pening a marsh area of the lake has unique characteristics, this region is longstanding in nature, where it was developed by the Department of Tourism Semarang district into a tourist for a family. At the beginning of the establishment of this tour very frequently visited by tourists, but in the last few years experienced asignificant drop invisitors because of the many similar tours are poppig up so that the water is slowly tourist travelers left turn to other alternative travel, according to the observations of the author as well as data from the manager of the vacancy caused by the promotion activities so as Rawa Pening left behind by competitors like travel. With the problems in the promotion of factors, the authors as a designer in cooperation with the manager designing advertising medium in accordance with the concept of informing Holidays Water Rawa Pening, in the design of commercial promotion is done through effective media planning using SWOT analysis as a tool to analyze the best strategy market. So that the audience can beaware of any good tourist are a for families.

Keyword : Design, Visual Communication media, Rawa Pening, Water Tourism, Promotion