

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL  
PENDUKUNG PROMOSI PAKET WISATA KABUPATEN  
SEMARANG DI SEKITAR KAWASAN RAWA PENING**



**KARYA DISAIN**

**Oleh :**

**HARMOKO**

**TUGAS AKHIR PROGRAM STUDI DISAIN KOMUNIKASI VISUAL  
JURUSAN DISAIN FAKULTAS SENI RUPA  
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA  
2008**

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL  
PENDUKUNG PROMOSI PAKET WISATA KABUPATEN  
SEMARANG DI SEKITAR KAWASAN RAWA PENING**



**HARMOKO  
NIM : 0311335024**

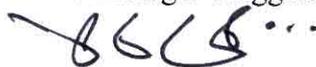
**Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa  
Institut Seni Indonesia Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk  
memperoleh gelar sarjana S-1 dalam bidang  
Disain Komunikasi Visual**

**2008**

Tugas Akhir Disain berjudul:

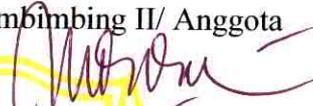
**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL PENDUKUNG PROMOSI PAKET WISATA KABUPATEN SEMARANG DI SEKITAR KAWASAN RAWA PENING** diajukan oleh Harmoko, NIM 0311335024, Program Studi Disain Komunikasi Visual, Jurusan Disain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah disetujui Tim Pembina Tugas Akhir pada tanggal 2 Juli 2008 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I/ Anggota



Drs. Baskoro Suryo Banindro  
NIP. 131996632

Pembimbing II/ Anggota



Endro Tri Susanto S.Sn.  
NIP. 132087541

Cognate/ Anggota



Drs. I. T. Sumbo Tinarbuko, M.Sn.  
NIP. 131996634

KPS. Disain Komunikasi Visual  
/ Anggota



Drs. Lasiman, M.Sn.  
NIP. 131773135

Ketua Jurusan Disain/ Ketua  
/ Anggota



Drs. Ant. Hendro Purwoko  
NIP. 131284654



Dekan Fakultas Seni Rupa  
Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Dr. M. Agus Burhan, M. Hum  
NIP. 131567129

## PERSEMBAHAN



### **Karya sederhana ini dipersembahkan untuk :**

Ibu dan Bapak, yang sangat tulus mencurahkan segala kesabaran membimbingku dengan do'a dan cinta kasih sayang...

Saudara-saudaraku tercinta Mbak Ni, Mbak Sih, Mas Pri dan adikku Hariyoso yang selalu memberikan dukungan dan semangat...

Keponakanku Ambar, Indah dan Dani

## KATA PENGANTAR

Pariwisata merupakan perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain dengan tujuan bukan untuk berusaha (*business*) atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata menikmati perjalanan untuk memenuhi kebutuhan/ keinginan yang bermacam-macam. Kabupaten Semarang merupakan daerah yang kaya akan objek wisata baik wisata alam, wisata budaya, peninggalan sejarah dan sejarah teknologi. Kepariwisataan di kabupaten Semarang mempunyai nilai potensial dan strategis karena berdekatan dengan kabupaten Magelang yang merupakan daerah utama tujuan wisata manca negara maupun domestik.

Salah satu kawasan wisata di daerah kabupaten Semarang adalah objek wisata yang berada di sekitar kawasan Rawa Pening, yaitu mulai dari Rawa Pening sendiri yang dikelilingi oleh Rawa Permai, Langen Tirto, Pemandian Muncul, Bukit Cinta, Museum Kereta Api dan Monumen Palagan. Nilai potensial kawasan wisata tersebut berada pada satu jalur serta memiliki kelebihan dapat dengan mudah dijangkau dari berbagai arah jalur utama jalan raya seperti dari arah Solo, Salatiga, Ambarawa, Magelang/ Jogja, dan Semarang.

Rawa Pening merupakan satu-satunya rawa terkenal dan menjadi ciri khas kabupaten Semarang. Rawa tersebut memiliki keunikan karena memiliki mitos hingga sekarang masih dipercaya dan menyatu dalam kehidupan masyarakat sekitarnya. Mitos tersebut merupakan kisah terjadinya Rawa Pening berupa cerita tentang perjalanan Si Baru Klinthing yang mampu mengubah sebuah desa menjadi suatu rawa karena suatu kesalahan fatal yang dilakukan oleh para penduduk desa tersebut.

Potensi yang ada sekarang ini kurang didukung dengan sistem pengelolaan yang optimal, terbukti dengan kurang mendapatkannya dukungan media promosi yang sesuai, sehingga semua keunggulan dan keistimewaan yang ada belum diketahui oleh masyarakat luas dan berakibat semakin menurunnya jumlah pengunjung tiap tahunnya. Oleh karena itu sangat diperlukan penciptaan perancangan komunikasi visual pendukung promosi paket wisata kabupaten

Semarang disekitar kawasan Rawa Pening yang menarik dan komunikatif. Kegiatan promosi yang berkesinambungan untuk menyebarluaskan informasi mengenai keberadaan objek wisata di kawasan Rawa Pening akan mempermudah penyampaian kepada khalayak tentang layanan dan fasilitas yang bisa didapatkan, sehingga pada akhirnya mampu meningkatkan presentase jumlah pengunjung.

Dengan terselesaikannya perancangan tugas akhir ini disadari bahwa hasil penciptaan kurang dari sempurna, untuk itu diharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak guna penyempurnaan perancangan tersebut. Semoga karya tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi kabupaten Semarang dan pembaca pada umumnya. Amin.

Yogyakarta, 2 Juli 2008



Penulis

## UCAPAN TERIMAKASIH

Segala puji syukur yang mendalam kami panjatkan kepada Allah SWT Tuhan Yang Maha Agung beserta Rasul-Nya atas terselesaikannya Tugas Akhir ini dengan baik sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar kesarjanaan S-1 pada Program Studi Disain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Terwujudnya penulisan ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu dan Bapak atas cinta, perhatian, semangat, kesabaran, do'a, dan dukungannya baik moral maupun materiil yang tidak terbatas.
2. Drs. Baskoro Suryo Banindro, selaku Pembimbing I .
3. Endro Tri Susanto, selaku Pembimbing II
4. Bpk. Drs. Wibowo, M.Sn, selaku Dosen Wali
5. Bpk. Drs. Lasiman M.Sn., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Jurusan Desain Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
6. Bpk. Drs. Ant. Hendro Purwoko, selaku Ketua Jurusan Desain Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
7. Bpk. Dr. M. Agus Burhan, M. Hum, selaku Dekan Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
8. Segenap keluarga besar dosen Program Studi Diskomvis ISI Yogyakarta dan Staf atas ilmu yang bermanfaat dan telah diberikan begitu banyaknya.

9. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Semarang, Pengelola Rawa Permai, Langen Tirto, Pemandian Muncul, Bukit Cinta Museum Kereta Api dan Monumen Palagan yang telah memberikan izin bagi penulis untuk melakukan penelitian.
10. Saudara-saudaraku tercinta Mbak Ni, Mbak Sih, Mas Pri dan Yoso atas do'a, kasih sayang dan ketulusannya selama ini.
11. Keponakan-keponakanku tercinta Ambar, Indah dan Dani.
12. Mbak Era dan Irwan yang telah memberikan tempat persinggahan di Jogoripon dari semester 1 sampai saat ini.
13. Mas Topo yang selama ini telah banyak membantuku dalam berbagai hal.
14. Sahabatku Dimas Wahyu teman seperjuangan dari semester satu.
15. Daniar Wikan, Viktorius Adi Photograper Calysta Amplaz, Indri Sasongko, Faris, Cika, Kismiaji, Imam Riyadi, Priyanto dan Godam (Thanks for all help).
16. Teman-teman otakanan 2003': Dimas Wahyu wibowo, Mufti, Faris Afwan, Priyanto, Agung Setyo, Adam Purbani, Wahyu Wijayanto, Radian Rahim, Aditya Rizki, Muhammad Mulyono, Nugraha Hasta, Ipung, Nur Atma, Ari Hidayati, Angel Melanie, Trinity, Rumi Sholikhah, Perwitasari, Emyr Namara, Dyah Safitri, Puguh, Widuri, Fithry Dyoniputri, Hasti, Yustina, Yoga, Andi, Singgih, Sunly, Satriya Anggun dan Novan.
17. Teman-teman seatap Cambirit Village: Mas Top, Okik, Giono, Sogol, Edi, Pam-pam, Andres, Winarso, Andi dan Agus.

18. Teman-teman Salatiga: Sahabatku Wahyu Purwanti, Wiwik, Jito, Dek Was, Ayu Alfa, Edi Fitrianto, Sarwidi, Ulfa, Feri, Wulan, Etik, Yuli, Solikhah, Alfiani.
19. Keluarga Besar KKN 2007 desa Jemur Kebumen (Adi, Indri, Indro, Ramdani, Ucok, Billy, Siska, Yuvita, Ipung, Indra Jaya, Solikhin, Putut, Kumala Cindu, Aida Fitri, Daniel, Farhan, Ade Indra, Edmon, Ferry, Keken, Christanti) dan warga, I miss u all !!!
20. Keluarga Besar Mahasiswa Diskomvis ISI Yogyakarta.
21. Untuk teman-temanku yang tidak tersebut diatas, maaf dan terima kasih.



## ABSTRAK

Wisata di daerah kabupaten Semarang memiliki daya tarik tersendiri. Panorama alam yang indah, sejarah dan juga mitologi menjadi kunjungan yang lengkap serta ditunjang dengan lokasi yang saling berdekatan. Rawa Pening yang dikelilingi oleh Rawa Permai, Langen Tirto, Pemandian Muncul, Bukit Cinta, Museum Kereta Api dan Monumen Palagan. Rawa Pening sebagai satu-satunya rawa terkenal dan menjadi ciri khas kabupaten Semarang. Rawa yang memiliki keunikan karena mitos hingga sekarang masih dipercaya dan menyatu dengan kehidupan masyarakatnya. Mitos kisah terjadinya Rawa Pening oleh Baru Klinthing yang mengubah sebuah desa menjadi suatu rawa karena kesalahan yang dilakukan oleh penduduk desanya.

Keunggulan wisata kabupaten Semarang yang begitu beragam masih belum mendapatkan tempat dihati masyarakat. Hal ini terlihat masih sedikitnya pengunjung daerah setempat atau dari luar daerah yang menjatuhkan pilihan untuk berwisata dikawasan Rawa Pening. Oleh karena itu diperlukan media promosi yang mampu mengangkat nama wisata kabupaten Semarang ke lingkup nasional. Perancangan komunikasi visual pendukung promosi paket wisata kabupaten Semarang disekitar kawasan Rawa Pening menjadi begitu penting.

Perencanaan tata visual/ disain yang menarik menampilkan sentuhan mitos terjadinya Rawa Pening dengan *icon* Naga Baru Klinthing dengan visual dekoratif dan didukung sentuhan visual gaya *art nouvo* dengan tampilan bentuk ornamentik. Pemakaian bahasa visual yang sederhana, menarik, mudah dimengerti dan diingat. Tampilan visual warna hijau memberi kesan dingin terkait dengan kawasan wisata berhawa sejuk melengkapi disain komunikasi visual paket promosi kawasan wisata Rawa Pening yang begitu menarik.

Dengan adanya promosi yang menarik dan komunikatif akan mempermudah penyampaian kepada khalayak tentang layanan dan kenyamanan yang hanya bisa didapatkan di kawasan wisata Rawa Pening, yang akhirnya mampu memikat kehadiran pengunjung lebih banyak lagi.

Kata kunci: wisata, promosi, Rawa Pening, mitos

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
UCAPAN TERIMAKASIH .....	vi
ABSTRAK .....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR SKEMA .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
<b>BAB I    PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Perancangan .....	5
D. Batasan Lingkup Perancangan .....	5
E. Manfaat Perancangan .....	6
F. Metode Perancangan .....	6
<b>BAB II    IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA</b>	
A. Identifikasi Data .....	11

1. Sejarah Kabupaten Semarang .....	11
2. Letak Kabupaten Semarang .....	12
3. Pembagian Administratif .....	13
4. Keadaan Sosial .....	13
5. Pariwisata .....	14
a. Rawa Pening .....	17
b. Rawa Permai .....	25
c. Langen Tirto .....	34
d. Pemandian Muncul .....	44
e. Bukit Cinta .....	50
f. Museum Kereta Api Ambarawa .....	57
g. Monumen Palagan Ambarawa .....	64
B. Landasan Teori .....	71
C. Analisis Data .....	88
1. Strength (Kekuatan) .....	88
2. Weakness (Kelemahan) .....	88
3. Opportunities (Kesempatan) .....	88
4. Threats (Ancaman) .....	89
D. Kesimpulan Analisis .....	89
<b>BAB III KONSEP PERANCANGAN</b>	
A. Sintesis .....	91
1. Tujuan dan Strategi Pemasaran .....	91
a. Tujuan Pemasaran .....	91

b. Strategi Pemasaran .....	92
2. Tujuan dan Strategi Promosi .....	93
a. Tujuan Promosi .....	93
b. Strategi Promosi .....	94
3. Tujuan dan Strategi Periklanan .....	95
a. Tujuan Periklanan .....	95
b. Strategi Periklanan .....	95
B. Perencanaan Media .....	97
1. Tujuan Media .....	98
a. Jangkauan .....	98
b. Frekuensi .....	99
c. Kesenambungan .....	99
2. Strategi Media .....	99
a. Khalayak Sasaran .....	99
b. Panduan Media .....	100
1). Media Utama .....	101
2). Media Penunjang Utama .....	101
3. Program Media .....	117
4. Biaya Media .....	123
C. Perencanaan Kreatif .....	131
1. Tujuan Kreatif .....	131
2. Strategi Kreatif .....	132
a. Isi Pesan .....	137

b. Bentuk Pesan .....	137
c. Strategi Visual .....	139
3. Program Kreatif .....	141
a. Tema Pokok .....	141
b. Pendukung Tema .....	141
1. Warna .....	141
2. Tipografi .....	141
3. Maskot .....	145
4. Ilustrasi .....	146
5. <i>Headline</i> .....	147
6. <i>Sub Headline</i> .....	147
7. <i>Body Copy</i> .....	148
4. Biaya Kreatif .....	148
5. Program Penulisan Teks dan Visual .....	153

#### BAB IV VISUALISASI DESAIN

A. Tujuan Tata Disain .....	164
B. Strategi Tata Disain .....	165
C. Biaya Tata Disain .....	168
D. Program Tata Disain .....	168
1. <i>Idea Lay Out</i> (Lay Out Gagasan) .....	169
2. <i>Rough Lay Out</i> (Lay Out Kasar) .....	196
3. <i>Comprehensive Lay Out</i> (Lay Out Lengkap) .....	223
4. <i>Final Design</i> (Disain Jadi) .....	251

BAB V	PENUTUP	
	A. Kesimpulan .....	271
	B. Saran .....	272
DAFTAR PUSTAKA .....		274
LAMPIRAN .....		277

### DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Program Media .....	122
Tabel 2. Spesifikasi Media .....	130

### DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Peta Wisata Kawasan Rawa Pening .....	16
Gambar 2. Pemandangan Alam Rawa Pening .....	17
Gambar 3. Logo Rawa Permai .....	26
Gambar 4. Logo Rawa Permai Pada Pintu Gerbang .....	27

Gambar 5. Peta Lokasi Rawa Permai .....	28
Gambar 6. Kolam Renang Rawa Permai .....	29
Gambar 7. Goa Naga Baru Klinthing .....	29
Gambar 8. Relief di Goa Naga Baru Klinthing .....	29
Gambar 9. Arena Makan Rawa Permai .....	30
Gambar 10. Sepeda Air Rawa Permai .....	30
Gambar 11. Kereta Mini Rawa Permai .....	31
Gambar 12. Mobil ATV Rawa Permai .....	31
Gambar 13. Papan Nama Langen Tirto .....	36
Gambar 14. Denah Langen Tirto .....	37
Gambar 15. Kolam Pemancingan Langen Tirto .....	38
Gambar 16. Sepeda Air Langen Tirto .....	39
Gambar 17. Stom Bood Langen Tirto .....	39
Gambar 18. Kebun Binatang Mini Langen Tirto .....	39
Gambar 19. Arena Bermain Anak-anak Langen Tirto .....	40
Gambar 20. Kolam Luncur Langen Tirto .....	40
Gambar 21. Kereta Gantung Langen Tirto .....	41
Gambar 22. Tempat Makan Lesehan Langen Tirto .....	41
Gambar 23. Area Depan Pemandian Muncul .....	45
Gambar 24. Plang Pada Pintu Gerbang Pemandian Muncul .....	46
Gambar 25. Kolam Renang Utama Pemandian Muncul .....	47
Gambar 26. Kolam Renang Anak-Anak 1 Pemandian Muncul .....	48
Gambar 27. Kolam Renang Anak-Anak 2 Pemandian Muncul .....	48

Gambar 28. Area Depan Depan Bukit Cinta .....	51
Gambar 29. Pintu Gerbang Bukit Cinta .....	52
Gambar 30. Goa Naga Baru Klinthing Bukit Cinta .....	54
Gambar 31. Ruang Pamer Ikan .....	54
Gambar 32. Gardu Pandang Bukit Cinta .....	55
Gambar 33. Arena Bermain Anak Bukit Cinta .....	55
Gambar 34. Tulisan Papan Nama Depan Museum KA .....	58
Gambar 35. Perjalanan Wisata Kereta Api Museum .....	60
Gambar 36. Perjalanan Wisata Kereta Api Museum .....	60
Gambar 37. Koleksi Lokomotif di Museum KA .....	60
Gambar 38. Bengkel KA Tua & Ruang Penyimpan Koleksi Barang Kuno ...	61
Gambar 39. Monumen Palagan Ambarawa .....	64
Gambar 40. Tulisan Monumen Palagan Ambarawa Pada Pintu Gerbang ....	66
Gambar 41. Museum Isdiman .....	68
Gambar 42. Koleksi Pesawat Palagan Ambarawa .....	68
Gambar 43. Koleksi Tank Palagan Ambarawa .....	69
Gambar 44. Koleksi Truk, Kereta Api dan Brem .....	69

## DAFTAR SKEMA

	Halaman
Skema 1. Skematika Perancangan .....	10

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Surat Ijin Penelitian
- Lampiran 2. Lembar Konsultasi Pembimbing
- Lampiran 4. Poster Pameran Tugas Akhir
- Lampiran 5. Katalog Pameran Tugas Akhir
- Lampiran 6. Foto Dokumen Suasana Pameran Tugas Akhir



# BAB 1

## PENDAHULUAN

### A. LATAR BELAKANG

Semarang merupakan salah satu kabupaten di propinsi Jawa Tengah dengan sebelah utara berbatasan dengan kota Semarang dan kabupaten Demak, sebelah selatan berbatasan dengan kabupaten Boyolali dan kabupaten Magelang, sebelah timur berbatasan dengan kabupaten Boyolali dan kabupaten Grobogan, sebelah barat berbatasan dengan kabupaten Temanggung dan kabupaten Kendal, sedangkan di tengah-tengah terdapat kota Salatiga<sup>1</sup>. Secara geografis kabupaten Semarang mempunyai nilai strategis di sektor pertanian, perikanan, pariwisata dan lain-lain. Kepariwisataannya di kabupaten Semarang mempunyai nilai potensial dan strategis karena berdekatan dengan kabupaten Magelang yang merupakan daerah utama tujuan wisata manca negara maupun domestik. Kabupaten Magelang terkenal dengan objek wisata candi Borobudur yang merupakan salah satu dari tujuh keajaiban dunia.

Betapa pentingnya sektor pariwisata dalam perkembangan perekonomian suatu bangsa. Banyak hal positif yang diuntungkan dari keberadaan objek wisata, yang tidak kalah pentingnya pada era globalisasi sekarang ini adalah kebutuhan manusia akan informasi yang berhubungan dengan pariwisata. Karena kebutuhan akan wisata juga mempengaruhi kualitas hidup manusia di sebuah bangsa. Sebagai salah satu aset pendapatan daerah yang paling menghasilkan, seharusnya objek wisata mendapatkan perhatian khusus dan berkesinambungan dalam pengelolaan dan perawatan yang teratur, serta penambahan fasilitas-fasilitas pendukung dan penggalan aset-aset wisata baru, sehingga akan menambah daya tarik dan kenyamanan pengunjung objek wisata tersebut.

Namun dari beberapa faktor di atas, akan pentingnya sebuah promosi bagi objek wisata seringkali dilupakan. Sesudah dirasa mulai banyak pengunjung dan terkenal terkadang pengelola mulai melupakan faktor promosi. Promosi banyak memiliki manfaat, mulai dari informasi objek-objek baru sampai fasilitas-fasilitas

---

<sup>1</sup> <http://www.semarang.go.id/html>, 09 okt. 2007

yang dapat diperoleh di lokasi wisata tersebut. Oleh karena itu, perlu keseimbangan dan saling mendukung antara promosi dengan pemeliharaan objek wisata.

Kabupaten Semarang memiliki banyak kawasan wisata yang menarik. Salah satu kawasan wisata di daerah kabupaten Semarang adalah objek wisata yang berada di sekitar kawasan Rawa Pening, yaitu mulai dari Rawa Pening sendiri yang dikelilingi oleh Rawa Permai, Langen Tirto, Pemandian Muncul, Bukit Cinta, Museum Kereta Api dan Monumen Palagan. Nilai potensial kawasan wisata tersebut berada pada satu jalur serta memiliki kelebihan dapat dengan mudah dijangkau dari berbagai arah jalur utama jalan raya seperti dari arah Solo, Salatiga, Ambarawa, Magelang/ Jogja, dan Semarang.

Rawa Pening merupakan satu-satunya rawa terkenal dan menjadi ciri khas kabupaten Semarang. Rawa tersebut memiliki keunikan karena memiliki mitos hingga sekarang masih dipercaya dan menyatu dengan kehidupan masyarakat sekitarnya. Mitos tersebut merupakan kisah terjadinya Rawa Pening berupa cerita tentang perjalanan Si Baru Klinthing yang mampu mengubah sebuah desa menjadi suatu rawa karena suatu kesalahan fatal yang dilakukan oleh para penduduk desa tersebut.

Objek wisata di kawasan Rawa Pening yang tertarik mengangkat konsep mitos terjadinya Rawa Pening adalah Rawa Permai dan Bukit Cinta, akan tetapi pada Bukit Cinta mitos terjadinya Rawa Pening hanya bersifat sebagai pelengkap tidak seperti di Rawa Permai. Bukit Cinta sangat identik dengan namanya yaitu mengusung konsep cinta. Oleh karena itu tempat tersebut sangat cocok sebagai tempat memadu kasih di antara pasangan kekasih. Berbeda dengan Rawa permai, selain benar-benar mengangkat konsep terjadinya Rawa Pening juga dikenal sebagai tempat rekreasi kolam renang yang menyajikan panorama pemandangan alam dan dilengkapi dengan warung makan lesehan. Dalam segi bentuk fisik bangunan, Bukit Cinta dan Rawa Permai terdapat sedikit kemiripan yaitu sama-sama menggunakan *icon* naga Baru Klinthing dengan bentuk ornamental, akan tetapi pada Rawa Permai *icon* tersebut bersifat lebih dominan.

Wisata lain di kawasan Rawa Pening yang memiliki nilai historis adalah Monumen Palagan Ambarawa yang merupakan monumen bersejarah bukti perjuangan para pahlawan Indonesia melawan penjajah, Museum Kereta Api yang merupakan satu-satunya museum peninggalan berteknologi kuno di Indonesia. Pada arah tenggara Rawa Pening terdapat objek wisata Langen Tirto dan Pemandian Muncul. Kedua objek wisata ini sangat dekat bila ditempuh dari arah Salatiga karena letaknya berada di perbatasan antara kabupaten Semarang dan Salatiga. Langen Tirto merupakan tempat wisata berbasis pendidikan yang menyediakan berbagai fasilitas seperti; tempat pemancingan, tempat makan lesehan, ruang belajar bersama, kolam renang, kebun binatang mini dan sebagainya. Pemandian Muncul merupakan sebuah pemandian dengan sumber air alam yang cukup menarik berupa munculnya mata air dari dasar kolam. Pemandian Muncul juga dilengkapi dengan kios-kios souvenir dan makanan khas ikan rawa.

Keberadaan wisata kabupaten Semarang di kawasan Rawa Pening saat ini seharusnya bisa menjadi kawasan wisata unggulan, akan tetapi pada perkembangannya semakin menurun dan kurang dikenal oleh khalayak. Hal ini terlihat dari kunjungan pada setiap tahun selalu mengalami penurunan. Permasalahan yang terlihat adalah kurangnya strategi promosi yang dilakukan oleh dinas pengelola dalam mempromosikan objek-objek wisata kabupaten Semarang, karena publikasi berupa billboard, folder, flyer, poster, iklan dan unsur pendukung promosi lainnya sampai saat ini belum diwujudkan secara optimal. Parahnya ada beberapa objek wisata yang sama sekali belum tersentuh serta dilengkapi dengan sarana promosi seperti di atas.

Mengetahui masalah tersebut, promosi yang komunikatif sangat diperlukan guna mengangkat citra dari objek-objek wisata tersebut. Dengan promosi yang tepat serta dikemas sedemikian rupa sehingga mampu menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata. Pada dasarnya wisatawan atau pengunjung kurang mendapatkan informasi yang jelas dan tepat tentang keistimewaan dan fasilitas yang ada di tiap-tiap objek wisata di kawasan Rawa Pening. Dengan informasi yang mendukung dan media informasi yang

sedemikian menarik dan komunikatif, jelas akan mendongkrak wisatawan untuk berkunjung, sehingga mempermudah penyampaian informasi kepada khalayak tentang layanan dan fasilitas yang bisa didapatkan.

Oleh karena itu paket wisata kabupaten Semarang di kawasan sekitar Rawa Pening sangat perlu untuk dibahas karena berbagai alasan, diantaranya ingin membangun kembali *image* wisata kabupaten Semarang yang merupakan kawasan wisata unggulan serta layak untuk dikunjungi. Apabila dihubungkan dengan berbagai keunikan yang ada di dalamnya, seperti mitos Baru Klinthing, peninggalan sejarah, nuansa seni yang kental, suasana pegunungan yang dingin dan nyaman, panorama pemandangan yang alami, maka terlalu sayang jika tidak dilengkapi dengan publikasi yang mendukung. Oleh karena itu paket wisata kabupaten Semarang layak untuk diangkat dalam tema penerapan promosi pendukung agar dapat mengangkat citra dan nama wisata kabupaten Semarang kembali, sehingga para wisatawan lebih antusias dan berminat untuk mengunjungi wisata yang ada di kabupaten Semarang.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang ada seperti tersebut di atas, maka rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana menciptakan perancangan komunikasi visual yang efektif dan efisien untuk dapat mempromosikan objek-objek wisata di kawasan Rawa Pening, sehingga mampu membangun kembali *image* sebagai kawasan wisata yang menarik untuk dikunjungi serta dapat meningkatkan kunjungan wisatawan ke kawasan wisata tersebut ?
2. Bagaimanakah bentuk penyajian promosi dan pemilihan media komunikasi, agar unsur-unsur khas di setiap objek wisata di kawasan Rawa Pening dapat diolah ke dalam sebuah sajian visualisasi, sehingga menambah daya tarik dan nilai komunikatif sebuah media komunikasi?

### C. TUJUAN PERANCANGAN

Tujuan Perancangan Komunikasi Visual Pendukung Promosi Paket Wisata Kabupaten Semarang di Sekitar Kawasan Rawa Pening antara lain:

1. Untuk mendapatkan sebuah rancangan promosi objek-objek wisata di kawasan Rawa Pening dalam berbagai bentuk komunikasi visual yang komunikatif dan informatif.
2. Memberikan informasi yang jelas tentang objek-objek wisata, fasilitas penunjang, ciri khas atau keunggulan, memberi gambaran seputar lokasi beserta daya tariknya dengan menggunakan media yang mudah diterima *audience* dan dikemas secara artistik, komunikatif, inovatif, efektif, efisien dan atraktif sesuai dengan konsep.

### D. BATASAN LINGKUP PERANCANGAN

Batasan lingkup perancangan untuk pendukung promosi Paket Wisata kabupaten Semarang di sekitar kawasan Rawa Pening adalah sebagai berikut :

#### 1. Daerah Perancangan

Dalam proses perancangan promosi paket wisata ini untuk memfokuskan dari rumusan masalah yang akan dibahas, secara khusus adalah identitas dan profil kabupaten Semarang beserta objek wisatanya yang berada di kawasan sekitar Rawa Pening yaitu: Rawa Pening, Rawa Permai, Langen Tirto Muncul, Pemandian Muncul, Bukit Cinta, Museum Kereta Api serta Monumen Palagan Ambarawa. Langkah yang ditempuh dalam perancangan promosi ini adalah dengan melaksanakan suatu cara yang tepat tentang bagaimana membangun kembali dan mengembangkan wisata kabupaten Semarang lebih jauh. Pelaksanaan promosi baru kepada khalayak melalui berbagai promosi publik berbentuk paket terpadu yang berupa: cetak *indoor-out door* seperti iklan surat kabar, iklan majalah, folder, *leaflet*, *flyer*, *billboard* serta media lainnya yang mendukung promosi.

#### 2. Daerah Jangkauan

Promosi kawasan wisata ini memiliki daerah jangkauan lingkungan masyarakat sekitar kabupaten Semarang pada khususnya dan akan lebih

dikembangkan lagi ke arah masyarakat luas dari berbagai luar daerah serta diharapkan juga sampai ke tingkat nasional.

#### **E. MANFAAT PERANCANGAN**

Hasil penelitian diharapkan akan dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak, antara lain:

##### **1. Manfaat bagi diri sendiri**

Perancangan diharapkan akan menambah wawasan atau pengetahuan terhadap permasalahan yang lebih nyata di dalam masyarakat. Selain itu mahasiswa mendapatkan sebuah disain komunikasi visual promosi Kawasan Rawa pening yang sistematis, artistik dan atraktif sesuai dengan konsep serta dapat mengkomunikasikan hasil rancangan tersebut melalui berbagai media.

##### **2. Manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan**

Perancangan diharapkan akan menambah khasanah ilmu pengetahuan Disain Komunikasi Visual.

##### **3. Manfaat bagi *client***

Perancangan diharapkan akan dapat memberikan umpan balik mengenai perancangan pendukung promosi paket wisata kabupaten Semarang di sekitar kawasan Rawa pening, sehingga mampu memberikan manfaat yang sangat baik bagi pengelola dalam menjalin komunikasi dan memberikan informasi yang representatif tentang profil Kawasan Rawa Pening terhadap para wisatawan.

##### **4. Manfaat bagi masyarakat**

Dengan adanya perancangan ini, masyarakat diharapkan akan mendapatkan informasi tentang objek wisata kabupaten Semarang di sekitar kawasan Rawa pening dengan jelas serta dapat menjawab latar belakang masalahnya.

#### **F. METODE PERANCANGAN**

Metode perancangan yang dilakukan antara lain di mulai dari inventarisasi data, identifikasi data, analisis dan sintesis. Sintesis meliputi perencanaan media dan kreatif. Secara rinci bisa dilihat dari penjelasan sebagai berikut :

## 1. Inventarisasi data

Metode pengumpulan data berupa :

### a. Metode Kepustakaan

Berupa buku-buku atau artikel mengenai wisata kabupaten Semarang, website dan sebagainya

### b. Metode Dokumentasi

Antara lain rekaman foto, scanner

### c. Metode Observasi

Pengamatan langsung ke objek wisata kabupaten Semarang di Rawa Permai, Langen Tirto Muncul, Pemandian Muncul, Bukit Cinta/ Rawa Pening, Museum Kereta Api dan Monumen Palagan Ambarawa.

### d. Metode Wawancara/Interview

Kegiatan wawancara dilakukan dengan para pengelola wisata yang ada di masing-masing objek wisata yaitu :

- 1). Di Rawa Permai wawancara dengan Bapak Sarmani.
- 2). Di Langen Tirto Muncul wawancara dengan Bapak Agus.
- 3). Di Pemandian Muncul wawancara dengan Bapak Sukirman dan Bapak Muslih.
- 4). Di Bukit Cinta/ Rawa Pening wawancara dengan Bapak Wardi.
- 5). Di Museum Kereta Api wawancara dengan Bapak Suhardjono.
- 6). Di Monumen Palagan wawancara dengan Bapak Supeno.
- 7). Di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Semarang wawancara dengan Bapak Wahyu.

### e. Identifikasi Data/ Sintesis

Sintesis adalah jalan keluar yang ditempuh sebagai pemecahan masalah perancangan yang akan dilakukan, setelah data dianalisis dan disimpulkan.

## 2. Tahap Analisis

Pendekatan yang dilakukan adalah dengan menganalisa data-data yang telah ada antara lain :

a. Wujud (*apperance*)

Sesuatu yang tampak oleh indera penglihatan (*visual*) secara nyata ataupun yang abstrak.

b. Bentuk (*form*)

Bentuk merupakan gabungan dari seluruh unsur-unsur seni rupa seperti titik, garis, warna dan lain sebagainya. Fungsinya untuk menentukan bentuk visual hasil perancangan.

c. Susunan (*structure*)

Susunan merupakan gabungan dari benuk-bentuk sehingga menjadi visual.

d. Isi (*content*)

Isi sebagai pemberi makna dan ditekankan pada gagasan (*ide*) sebagai suatu konsep perancangan ini sebagai bentuk penyampaian informasi yang tepat tentang semua yang menyangkut paket wisata kabupaten Semarang.

3. Instrumen penelitian

Instrumen atau alat penelitian yang digunakan untuk kegiatan pengumpulan data dalam Perancangan paket wisata kabupaten Semarang, untuk data visual menggunakan kamera digital, sedangkan untuk data verbal menggunakan artikel-artikel terkait.

4. Metode Analisa Data

Metode analisa yang akan digunakan dalam perancangan ini adalah menggunakan metode SWOT. Analisis SWOT merupakan tinjauan tentang Kekuatan (*Strength*), Kelemahan (*Weakness*), Peluang (*Opportinities*), dan Ancaman (*Threats*). Penggunaan metode ini dirasa tepat karena berbagai alasan yang diantaranya dari dalam lingkup objek wisata itu sendiri seperti banyaknya keunggulan yang dimiliki oleh wisata kabupaten Semarang dan banyaknya potensi alam yang dapat mendorong terciptanya suatu ide kreatif untuk mendapatkan hasil akhir yang sesuai dengan harapan.

5. Metode Perancangan

a. Perencanaan Media

Tujuan Media adalah target yang ditentukan oleh media.

**b. Strategi Media**

Strategi Media adalah langkah-langkah atau kebijakan-kebijakan yang dilakukan untuk mencapai tujuan media.

**c. Biaya Media**

Biaya Media adalah rincian biaya media yang dikeluarkan dalam perencanaan media.

**d. Konsep Perancangan**

Tahap ini merupakan tahap lay out, art work dan final disain.



## G. SKEMATIKA PERANCANGAN

