



Perancangan Komunikasi Visual Wisata Alam Terbuka Hijau Semarang,
Melalui Fotografi

Elysia Michelle Tedjokusumo

10.13.0122

PROGRAM STUDI
DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN
UNIKA SOEGIJAPRANATA SEMARANG

SEMARANG 2014

HALAMAN PENGESAHAN

Judul :

PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL WISATA ALAM TERBUKA HIJAU SEMARANG, MELALUI FOTOGRAFI

Nama: Elysia Michelle Tedjokusumo

NIM: 10.13.0122

Program Studi: Desain Komunikasi Visual

Fakultas: Arsitektur dan Desain

Universitas: Universitas Katholik Soegijapranata

Semarang, 4 Juli 2014

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II

Ir. Robert Rianto Widjaja, M.T.
NIDN. 0627066701

Bayu Widianoro, S.T., M.Sn.
NIDN. 0629077403

Penguji I

Penguji II

Penguji III

Ir. IGN. Dono Sayoso, M.SR.
NIDN.0608075601

Drs. Sumbo Tinarbuko, M.Sn.
NIP. 19960404 1992031002

Ir. Robert Rianto Widjaja, M.T.
NIDN.0627066701

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Proyek Akhir:

PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL WISATA ALAM TERBUKA HIJAU SEMARANG, MELALUI FOTOGRAFI

Nama: Elysia Michelle Tedjokusumo

NIM: 10.13.0122

Program Studi: Desain Komunikasi Visual

Fakultas: Arsitektur dan Desain

Universitas: Universitas Katholik Soegijapranata

Semarang, 4 Juli 2014

Mengesahkan

Kaprodi Desain Komunikasi Visual

Dekan Fakultas Arsitektur dan Desain

Koordinator Proyek Akhir DKV

Ir. Tri Hesti Mulyani, M.T.

NIDN. 0611086201

Ir. Robert Rianto Widjaja, M.T.

NIDN. 0627066701

Ir. Robert Rianto Widjaja, M.T.

NIDN. 0627066701

PERNYATAAN ORISINALITAS

Nama: Elysia Michelle Tedjokusumo

NIM: 10.13.0122

Program Studi: Desain Komunikasi Visual

Fakultas: Arsitektur dan Desain

Universitas: Universitas Katholik Soegijapranata

Judul Proyek Akhir:

PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL WISATA ALAM TERBUKA HIJAU SEMARANG, MELALUI FOTOGRAFI

Menyatakan bahwa proyek akhir ini adalah hasil karya saya sendiri serta mengikuti peraturan akademik dalam melakukan kutipan.

Apabila di kemudian hari diketahui adanya bukti plagiasi, manipulasi, dan/atau pemalsuan data manapun bentuk kecenderungan yang lain,

Saya bersedia menerima sanksi dari Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Katholik Soegijapranata Semarang. Demi kepentingan

Akademis, maka saya bersedia dan menyetujui bentuk publikasi dari karya ilmiah ini.

Semarang, 4 Juli 2014

Elysia Michelle Tedjokusumo

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat serta bimbingan-Nya, penulis dapat menyelesaikan proyek ahir DKV, yang berjudul “Perancangan Media Komunikasi Visual Wisata Alam “Terpendam” Semarang , Melalui Pendekatan Fotografi”.

Proyek ahir ini merupakan kesempatan yang sangat menyenangkan dan menantang bagi penulis untuk lebih mencoba hal baru di dunia desain komunikasi visual. Sebelum penulis lebih jauh mengulas mengenai proyek ahir, penulis ingin berterimakasih bagi seluruh pihak yang telah turut ambil andil dalam pembuatan proyek ahir ini. Dukungan dari keluarga, dosen, sahabat sahabat seperjuangan proyek ahir angkata 04, maupun teman-teman yang luarbiasa di lingkungan sekitar penulis.

Kota Semarang merupakan ibu kota Jawa Tengah yang memiliki banyak potensi yang menarik. Dan salah satunya yang dapat dikembangkan adalah pariwisata yang ada di kota Semarang. Melihat potensi yang dimiliki dari wisata di kota Semarang, penulis memfokuskan pada cara kita menikmati serta tempat tempat wisata alam apa saja yang ada namun “terpendam”. Terpendam disini dapat berarti belum semua orang menyadari akan keberadaan tempat wisata alam tersebut. Dari sinilah penulis membuat perancangan media komunikasi visual wisata alam “terpendam” semarang, melalui pendekatan fotografi.

Selama proses pembuatan penulis mengalami banyak pasang surutnya semangat serta kreatifitas untuk menuangkan ide ide yang baru dan orisinil kedalam proyek ahir ini. Maka dari itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada koordinator proyek ahir 04 Bapak Adi Nugroho SDs serta dosen Pembimbing penulis Bapak Bayu Widianoro ST, MDs. Yang telah banyak membantu dan meluangkan waktu untuk bimbingan serta bertukar pikiran untuk lebih dapat membuka pola pikir penulis serta membakar api semangat untuk terus berusaha menciptakan karya yang istimewa dalam penyusunan proyek ahir ini. Lalu untuk dosen dosen Progdil Desain Komunikasi Visual: Pak Robert, Pak Dono, Bu Maya, Bu Nani, Bu Lilian, Pak Dicky, Pak Peter, Pak Djonet, dan banyak lainnya. Secara khusus juga penulis ingin berterimakasih kepada para nara sumber yang telah bersedia membantu penulis untuk dapat mengenal kota Semarang lebih jauh, bapak Heri, Pak Arkanudin, Pak Subarjo, Pak Mujiono, Pak Luki Triatmoko, dan Bapak Budi Prakoso, ST.MT selaku Kepala Bidang Pertamanan Dinas Kebersihan dan Pertamanan Semarang. Dan tak lupa juga untuk para karyawan karyawan FAD yang telah membantu penulis untuk mengurus berbagai macam administrasi selama proses pembuatan proyek ahir ini. Selain itu untuk keluarga, Daddy, Mammy, Koko Jo dan Vicky yang selalu sabar dan menyemangati, mendoakan, serta membantu penulis setiap hari. Teman teman seperjuangan PA 04 Rizka, Alfons, Yoshika, Wina, Anti, Andre, Ester, Dessy, Linda, Maya, Vio dan masih banyak lainnya; kakak kelas DKV '09 dan adik kelas Dkv'11 ; sahabat dari SMA yang selalu memberi semangat; sahabat sahabatku dari Komunitas Tritunggal Mahakudus Ko Ed, Ci Iv, Cik Vivi, Cik Betty, dll. Dan semua nya yang selalu sabar mendoakan penulis dan memberi dukungan, dan

seluruh keluarga besar UNIKA Soegijapranata yang tak dapat penulis sebutkan satu persatu; dan masih banyak lainnya yang mungkin penulis tidak bisa cantumkan satu persatu yang telah sangat membantu selama proses pembuatan proyek ahir ini.

Tak ada gading yang tak retak, penulispun juga menyadari masih terdapat kekurangan dalam pembuatan proyek ahir ini. Maka dari itu penulis secara terbuka menerima kritik dan saran yang dapat membangun. Dengan berfokus pada pariwisata alam di Kota Semarang, untuk mengembangkan potensi yang jauh lebih baik butuh dukungan dan partisipasi dari segenap masyarakat kota Semarang sendiri. Semoga dengan adanya proyek ahir ini, dapat menjadi sumber inspirasi teman teman untuk menyadari bahwa pariwisata kota semarang dapat di nikmati dan dikembangkan dengan cara yang kreatif.

Penulis,

Daftar Isi

Halaman Judul	i	BAB IV STRATEGI KREATIF	
Halaman Pengesahan	ii	IV.1 Konsep Verbal	33
Pernyataan Orisinalitas	iv	IV.2 Konsep Visual	34
Kata Pengantar	v	IV.3 Visualisasi Desain	37
Abstrak	vi	BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
Daftar Isi	vii	V.1 Kesimpulan	45
Daftar Gambar	viii	V.2 Saran	45
Daftar Tabel	ix	DAFTAR PUSATAKA	46
BAB I PENDAHULUAN		LAMPIRAN	47
I.1 Latar Belakang Masalah	1		
I.2 Identifikasi Masalah	2		
I.3 Pembatasan Masalah	3		
I.4 Perumusan Masalah	3		
I.5 Tujuan Penelitian	3		
I.6 Manfaat Penelitian	3		
I.7 Metode Penelitian	3		
I.8 Sistematika Penulisan	4		
BAB II TINJAUAN UMUM			
II.1 Kerangka Berpikir	5		
II.2 Landasan Teori	6		
II.3 Kajian Pustaka	16		
II.4 Kajian Komparasi	18		
BAB III STRATEGI KOMUNIKASI			
III.1 Analisa	19		
III.2 Sasaran Khalayak	24		
III.3 Strategi Komunikasi	25		

Daftar Gambar

Gambar 2.1 Warna Primer RGB (Red, Green, Blue)	14	Gambar 4.3.6.3 Cover Note	43
Gambar 2.2 Warna Primer CMYK (Cyan, Magenta, Yellow, Black)	14	Gambar 4.3.6.4 3d dari notes, kertas isi dan ballpoint	43
Gambar 3.1 Foto Halaman Dinas Kebersihan Dan Pertamanan (DKP) Semarang	23	Gambar 4.3.6.5 Penyekat dari buku dari buku	44
Gambar 3.2 Penulis Dengan Bapak Luki Triatmoko,S.I.Kom	23	Gambar 4.3.6.6 Payung	44
Gambar 3.3 Dinas Kebersihan Pan Pariwisata Kota Semarang	24	Gambar 4.3.6.7 Stiker	45
Gambar 3.4 Foto Bubakan	27	Gambar 4.3.6.8 Pin dan Gantungan Kunci	45
Gambar 3.5 Foto Taman Muka PBD / Nol Kilometer	27		
Gambar 3.6 Taman Adipura, Semarang	28		
Gambar 3.7 Foto Taman Sri Gunting, Semarang	29		
Gambar 3.8 Foto Taman Mentri Supeno / Taman KB Semarang	29		
Gambar 3.9 Foto Taman Mentri Supeno / Taman KB Semarang	29		
Gambar 3.10 taman Madukoro, Semarang	30		
Gambar 3.11 taman Madukoro, Semarang	30		
Gambar 4.2.1.1 daun dan mata untuk logo City Garden of Semarang	34		
Gambar 4.2.1.3 Stilasi Bentuk Mata Logo City Garden of Semarang	34		
Gambar 4.2.1.4 Pengabungan daun dan bentuk mata Logo City Garden of Semarang	35		
Gambar 4.2.1.5 Stilasi bola mata Logo City Garden of Semarang	35		
Gambar 4.2.1.6 Berubahan dan penyederhanaan bentuk logo City Garden of Semarang	35		
Gambar 4.2.1.7 Logo City Garden of Semarang	35		
Gambar 4.2.2.1 Pengabungan antara logogram dan Logotype City Garden of Semarang	35		
Gambar 4.3.1.1 Gambaran mengenai desain cover Buku “City Garden of Semarang”	38		
Gambar 4.3.1.2 Buku “City Garden of Semarang”	39		
Gambar 4.3.1.3 Media online “City Garden of Semarang”	39		
Gambar 4.3.3.1 Kaos “City Garden of Semarang”	40		
Gambar 4.3.3.2 Topi “City Garden of Semarang”	40		
Gambar 4.3.1.4 : Website “City Garden of Semarang”	40		
Gambar 4.3.3.3 Flyer “City Garden of Semarang”	41		
Gambar 4.3.3.4 Co-Card “City Garden of Semarang”	41		
Gambar 4.3.3.5 Id-Card “City Garden of Semarang”	41		
Gambar 4.3.3.6 Poster “City Garden of Semarang”	42		
Gambar 4.3.4.1 Design print Ad	42		
Gambar 4.3.5.1 Story Board	43		
Gambar 4.3.6.1 Pembatas buku	43		
Gambar 4.3.6.2 Kupon Berhadiah	43		

DaftarTabel

Tabel 1.1 tabel pengunjung dan pendapatan wisata alam taman margasatwa di Semarang /tahun	1
Tabel 1.2 hasil tabulasi jumlah kedatangan wisatawan mancanegara ke Indonesia / tahun	1
Bagan 2.1 : kerangka berpikir secara umum	5
Bagan 2.2: kerangka berpikir secara khusus	5
Bagan 2.3: kerangka berpikir secara pendekatan DKV	6
Tabel 3.1 kegiatan promosi Buku	31
Tabel 3.2 Diagram Tahapan Promosi	31



Abstrak

Ruang terbuka hijau (RTH) atau yang dikenal sebagai taman kota merupakan wisata alam terpendam dari sebuah kota terutama di kota Semarang. Kota Semarang memiliki potensi membentuk *brand image* yang baru melalui potensi yang terpendam satu ini. Angka wisatawan domestik maupun mancanegara yang berkunjung ke kota Semarang dari tahun ke tahun, yang masih tidak stabil merupakan salah satu penyebab munculnya perancangan komunikasi visual wisata alam terbuka hijau Semarang, melalui fotografi. Lalu bagaimana perancangan desain komunikasi visual yang tepat dilakukan untuk menanggapi permasalahan wisata alam terbuka hijau di kalangan masyarakat kota Semarang?

Melalui metode penelitian deskripsi, korelasional, kualitatif, wawancara, studi literatur penulis dapat menarik kesimpulan bahwa RTH ini memiliki potensi yang dapat dikembangkan untuk menarik wisatawan para anak muda yang berusia 15-30 (usia produktif) dengan SES A-B. Melalui media yang dekat dengan target, seperti buku, media online, website, koran ataupun media lainnya. Dengan pendekatan desain kearah yang minimalis namun merinteraksi dengan baik diharapkan dapat menggambarkan karakteristik dari target yang di tuju.

Dengan menggunakan media utama buku dengan pendekatan fotografi diharapkan dapat menyumbangkan kesatuan dalam gaya desain untuk menguatkan RTH kota Semarang. Keseragaman desain dari tahap ke tahap dapat mempermudah dan menambah kesan DKV tersendiri bagi para pembaca / target utama.

Kata Kunci : Taman, Berinteraksi, Bersih(Putih)

Abstract

Green open space (RTH), known as the garden city is a natural tourist undercurrent of a city, especially in the city of Semarang. Semarang city has the potential to form a new brand image through one's latent potential. Figures domestic and mancan state visit to Semarang from year to year, which is still not stable is one of the causes of visual communication design green nature Semarang, through photography. Then how the design of visual communication design is appropriate to respond to the open nature of green issues among the public Semarang?

Through the description of the research methods, correlational, qualitative, interviews, literature study author can draw the conclusion that this green space has the potential to be developed to attract tourists to the young people aged 15-30 (childbearing age) with SES A - B. Through the media close to the target, such as books, online media, websites, newspapers or other media. With a minimalist design approach towards merinteraksi well but is expected to portray the characteristics of the target in the heading.

By using the main medium of photography books approach is expected to contribute unity in design style to strengthen RTH Semarang. Uniformity of the design stage to be able to facilitate and increase the DKV distinct impression to the readers / main targets.

Keywords: Wildlife, Interact, Net (White)