

Laporan Tugas Akhir
Rebranding Visual Pasar Imlek Semawis
Sebagai Destinasi Wisata Kota Semarang
Melalui DKV



Calvin Yuliano Saputra

20.L1.0080

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG

2024

Laporan Tugas Akhir
Rebranding Visual Pasar Imlek Semawis
Sebagai Destinasi Wisata Kota Semarang
Melalui DKV

Diajukan dalam Rangka Memenuhi
Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar S.Ds



Calvin Yuliano Saputra

20.L1.0080

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG

2024

ABSTRAK

Pariwisata menjadi salah satu pendukung perekonomian kota Semarang. ,Semarang terdapat tempat wisata yang memiliki ciri khas tionghoanya didaerah pecinan semarang. KOPI Semawis atau Komunitas Pecinan Semarang untuk Pariwisata merupakan pengelola untuk wilayah pecinan semarang .KOPI Semawis memiliki 2 produk yaitu Warung Semawis dan Pasar imlek semawis Pasar Imlek semawis merupakan sebuah event tahunan yang berada di lokasi sepanjang jalan wotgandul.Event pasar imlek semawis ini diadakan setahun sekali pada hari raya imlek

Pasar Imlek Semawis dan Warung Semawis mengalami penurunan antusias para pendatang.sehingga dilihat kondisi di pecinan sekarang mulai sepi pengunjung. Masih banyak yang susah membedakan antara pasar imlek semawis sebagai event tahunan dan warung semawis yang diadakan mingguan. Hal ini disebabkan karena pasar imlek semawis tidak memiliki identitas brand dan informasi yang kuat

Metode perancangan yang digunakan adalah design thinking menurut Kelley & Brown pada Lazuardi, M. L., & Sukoco, I. (2019:5), yaitu terdapat 5 tahap Empathize,Define,Ideate,Prototype,dan test.

Subjek dalam perancangan ini adalah event Pasar Imlek Semawis sebagai destinasi wisata budaya tahunan yang belum memiliki identitas visual sebagai pembeda dengan event event tahunan yang ada di Semarang.

Hasil dari perancangan ini adalah visual identity event Pasar Imlek Semawis berupa Logo, Maskot, warna. Layout. Terdapat 2 output media yaitu media utama dan media pendukung. Media utama berupa stationary,id card,baju panitia, lanyard, media pendukungnya berupa Feeds sosial media, template Billboard, Template story, Merchandise, Desain gate, Template umbul umbul, Template spanduk, Signage, Denah, Booth informasi.

Kata Kunci :

Rebranding,Pasar Imlek Semawis, Destinasi Wisata Semarang, Pariwisata