

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI BANJIR KANAL BARAT SEBAGAI KAWASAN STRATEGIS PARIWISATA SEMARANG MELALUI GAME “KANAL MISSION”

Novi Kurniawati¹, Siti Hadiati Nugraini²

^{1,2}Program Studi Desain Komunikasi Visual

Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro

e-mail : pien.novi@gmail.com¹, shnugraini@dsn.dinus.ac.id²

Abstrak

Kota Semarang telah menetapkan Banjir Kanal Barat sebagai kawasan strategis pariwisata Semarang Tengah dan sekitarnya. Perlu suatu upaya untuk mengoptimalkan kesadaran masyarakat akan hal ini. Meskipun sudah ada acara tahunan seperti Festival Banjir Kanal Barat, namun jangka waktunya hanya beberapa hari saja dalam setiap tahunnya. Sehingga perlu perancangan media promosi yang menarik dan interaktif agar dapat membuat masyarakat sadar akan potensi wisata di kawasan Banjir Kanal Barat. Kemudian melalui wawancara dengan pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang, dokumentasi, studi pustaka, dan data – data yang berkaitan dengan permasalahan dianalisa dengan menggunakan metode 5W+1H menjadi dasar perancangan game. Metode yang dipakai dalam perancangan ini yaitu MDLC yang terdiri dari 6 tahapan, diantaranya konsep, desain, pengumpulan materi, pembuatan, pengujian, dan distribusi. Pemilihan media *game* dapat memberikan dampak positif yang membuat masyarakat sadar akan potensi wisata yang ada sehingga memiliki kesadaran pula untuk ikut menjaga dan memajukan wisatanya.

Kata kunci : media, promosi, game, pariwisata, semarang, banjir kanal barat

Abstract

Semarang has assigned as a strategic area for Central Semarang tourism. An effort is needed to optimize public awareness. Although there are yearly events such as Banjir Kanal Barat's Festival, but it was held only on a few days each year. So it have need to plan an attractive and interactive promotional media that people can be aware of the tourism potential in Banjir Kanal Barat's area. Then, through an interview with the Departement of Culture and Tourism of Semarang City, documentation, literature, and the data relating to the cases analyzed by 5W+1H method used as the basis for the design of the game. The Method that used in this project is MDLC which consists of 6 stages, including concept, design, obtaining content material, assembly, testing, and distribution. This choice give a positive impact that makes people aware of the existing tourism potential so they have the awareness to participate in maintaining and advancing their tourism.

Keyword : media, promotion, game, tourism, semarang, banjir kanal barat

1. Pendahuluan

Pariwisata merupakan sektor industri terbesar dalam suatu negara dan memiliki peran penting dalam menciptakan kemajuan sosial, ekonomi, dan lingkungan. Dalam perkembangannya pariwisata menjadi objek yang sangat diperhatikan sehingga mendorong upaya pemasaran demi tercapainya optimalisasi potensi-potensi yang ada. Hal ini juga seiring dengan munculnya kebutuhan masyarakat yang lelah bekerja

sehingga perlu waktu untuk istirahat dan relaksasi dari kerja panjangnya. Pemasaran pariwisata biasanya dilakukan dengan menggabungkan empat aspek yaitu target audiens, segmentasi, tujuan, dan evaluasi atau penilaian. Pemahaman mendalam mengenai semua aspek tersebut akan memperbesar kesuksesan yang dapat dicapai dalam upaya pemasaran pariwisata yang dilakukan (Raju, 2009).

Kota Semarang dikenal sebagai kota untuk melakukan transit oleh para wisatawan dalam melakukan kunjungan wisata ke daerah-daerah lain seperti kota-kota di Jawa dan Bali. Hal ini membuat Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang memiliki pencapaian dalam menciptakan Kota Semarang sebagai kota tujuan utama bagi para wisatawan yang berkunjung. Upaya dalam skala besar yang sedang dilakukan yaitu dengan melakukan pengembangan dan pemasaran mengenai pariwisatanya yang salah satunya adalah kawasan wisata (Nashriah, 2008). Dan belum lama ini Semarang membuat Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan dalam jangka panjang Tahun 2015-2025 yang dimuat dalam Perda No.5 Tahun 2015. Didalamnya terdapat beberapa rencana dalam hal kepariwisataan yang salah satunya tentang Banjir Kanal Barat. termuat dalam pasal 12, Banjir Kanal Barat dikatakan merupakan kawasan strategis pariwisata Semarang Tengah dan sekitarnya. Kawasan strategis pariwisata di sini memiliki maksud kawasan yang memiliki fungsi pariwisata atau memiliki potensi untuk pengembangan pariwisata yang mempunyai pengaruh penting dalam satu atau lebih aspek, seperti pertumbuhan ekonomi, sosial dan budaya, pemberdayaan sumber daya alam, daya dukung lingkungan hidup, serta pertahanan dan keamanan.

Dengan ditetapkannya Banjir Kanal Barat sebagai kawasan strategis pariwisata, pemerintah mengupayakan agar masyarakat memahami dan menyadari akan potensi wisata di Banjir Kanal Barat. Upaya ini akan diwujudkan dengan mendorong rencana pembentukan kelompok sadar wisata atau lebih di kenal dengan nama pokdarwis di daerah Banjir Kanal Barat. Kelompok ini merupakan pengembangan wisata yang berbasis masyarakat yang diharapkan dapat berperan untuk memajukan dan mengoptimalkan wisata Sungai Banjir Kanal Barat (Susanto, 2015). Anggota kelompok merupakan masyarakat sekitar yang kebanyakan merupakan para orang tua seperti yang sudah terbentuk di daerah lain seperti Gunungpati. Namun pokdarwis untuk Banjir Kanal Barat masih sebatas rencana. Sehingga untuk pengenalan Banjir Kanal Barat sebagai kawasan strategis pariwisata dapat dikatakan belum terlalu luas. Optimalisasi wisata juga dicapai dengan melakukan kegiatan di Banjir Kanal Barat seperti Festival Banjir Kanal Barat. Namun jangka waktunya hanya beberapa hari saja dalam setiap tahunnya. Sehingga masih diperlukan upaya mempromosikan potensi wisata di Banjir Kanal Barat setelah ditetapkan sebagai kawasan strategis pariwisata.

Berkembangnya teknologi saat ini membuat penyajian dalam melakukan promosi menjadi lebih beragam, terlebih dalam ranah digital. Sudah sangat umum diketahui bahwa banyak masyarakat yang melakukan promosi lewat media sosial seperti twitter dan instagram. Namun ada satu media yang tak kalah memiliki potensi besar untuk melakukan promosi yaitu *video game*. Masyarakat pasti sudah tak asing lagi dengan yang namanya game. Dengan kemudahan teknologi, *game* dapat di unduh melalui link

yang tersedia sehingga akan memudahkan masyarakat saat ingin mengunduh dan memainkannya.

Game merupakan media permainan yang didalamnya terdapat permainan interaktif dimana pemain harus mengikuti peraturan yang membatasi aksi mereka. *Game* yang bersifat personal tentunya akan meninggalkan kesan tersendiri kepada penggunanya. Sifat interaktif pada *game* juga menjadi keunggulan dibanding media lain dan bahkan sebagian media tak memilikinya. Pengguna pun dapat berperan aktif dan bisa mempengaruhi media itu sendiri (Henry, 2014). Yang dalam perkembangannya *game* dimanfaatkan sebagai media untuk pembelajaran, simulasi, bahkan untuk promosi.

Dengan melihat permasalahan yang ada dan mempertimbangkan kemudahan yang ditawarkan oleh teknologi saat ini serta karakteristik yang dimiliki *game* seperti yang dijelaskan di atas maka dirancanglah media promosi untuk Banjir Kanal Barat, yaitu melalui *game*. Pemilihan *game* sebagai media promosi akan memberikan pengalaman baru yang bersifat interaktif kepada masyarakat. Perancangan media promosi untuk Banjir Kanal Barat melalui *game* dapat memberikan dampak positif yang membuat masyarakat sadar akan potensi wisata yang ada sehingga memiliki kesadaran pula untuk ikut menjaga dan memajukan wisatanya. Target utama yang merupakan anak muda juga dipilih karena mereka sebagai generasi penerus diharapkan dapat mendukung upaya pemerintah dalam mengoptimalkan potensi wisata dan perkembangannya.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Metode Pengumpulan Data

Perancangan ini menggunakan metode kualitatif, data diperoleh menggunakan metode wawancara, observasi dan literatur. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan metode 5W+1H, dari kesimpulan analisis maka terpilihlah strategi mengembangkan *game* untuk mempromosikan wisata berbasis android dengan memuat informasi-informasi mengenai Banjir Kanal Barat dengan nama "*Kanal Mission*".

a. Wawancara dengan Kepala Bidang Kebudayaan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang

Menurut hasil wawancara penulis dengan Kepala Bidang Kebudayaan Dinas Pariwisata Kota Semarang, Bapak Drs. Kasturi, MM bahwa Sungai Banjir Kanal Barat masuk dalam Peraturan Daerah No.5 Tahun 2015 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kota Semarang Tahun 2015-2025 sebagai kawasan strategis pariwisata di Semarang Tengah dan sekitarnya. Kawasan strategis pariwisata di sini memiliki maksud kawasan yang memiliki fungsi pariwisata atau memiliki potensi untuk pengembangan pariwisata yang mempunyai pengaruh penting dalam satu atau lebih aspek, seperti pertumbuhan ekonomi, sosial dan budaya, pemberdayaan sumber daya alam, daya dukung lingkungan hidup, serta pertahanan dan keamanan. Kawasan strategis pariwisata Semarang Tengah dibagi menjadi 3 yaitu Wisata Budaya,

Wisata Alam, dan Wisata Buatan. Sungai Banjir Kanal Barat ini masuk ke kawasan strategis pariwisata untuk Wisata Alam.

Perda di atas baru saja disahkan belum lama ini. Menurut Bp Kasturi perda tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kota Semarang Tahun 2015-2025 disahkan di Bulan Desember 2015. Sehingga memang belum banyak yang mengetahui bahwa Sungai Banjir Kanal Barat memiliki potensi untuk pengembangan pariwisata yang dapat membantu pertumbuhan ekonomi, sosial dan budaya, pemberdayaan sumber daya alam, daya dukung lingkungan hidup di kawasan Banjir Kanal Barat. dan pemerintah pun merencanakan untuk membentuk kelompok sadar wisata di daerah Banjir Kanal Barat. Pokdarwis merupakan pengembangan wisata yang berbasis masyarakat. Diharapkan nantinya dapat berperan untuk memajukan dan mengoptimalkan wisata Sungai Banjir Kanal Barat seperti pokdarwis-pokdarwis yang sudah berjalan di Gunungpati dan daerah lainnya.

Untuk mengupayakan potensi wisata di Sungai Banjir Kanal Barat, sejauh ini Dinas Pariwisata mengadakan kegiatan-kegiatan di kawasan Banjir Kanal Barat. Namun belum banyak kegiatan yang bisa dilakukan di Banjir Kanal Barat karena memang kawasan tersebut masih menjadi milik pemerintah pusat dan provinsi.

b. Wawancara dengan Kepala Bidang Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang

Dari hasil wawancara penulis dengan Kepala Bidang Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang yaitu Ibu Niken Wijayanti, S.Ip untuk kegiatan promosi mengenai potensi wisata Banjir Kanal Barat untuk saat ini baru ada 2 agenda di setiap tahunnya yaitu Festival Banjir Kanal Barat dan Banjir Kanal Night Fashion and Accoustic Weekend. Memang baru lewat pengadaan event dan kegiatan yang dilakukan dalam mempromosikan Banjir Kanal Barat. Karena belum ada penyerahan Sungai Banjir Kanal Barat dari pemerintah pusat sehingga belum bisa dikelola oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang sepenuhnya. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan pun juga masih terbatas.

c. Wawancara dengan anak muda di daerah Semarang

Penulis melakukan wawancara dengan sejumlah anak muda di daerah Semarang. Ada 84 responden yang dipakai untuk mengambil sampel jawaban pada wawancara penulis yang merupakan penduduk asli di Semarang. Dari semua responden saat diberikan pertanyaan mengenai wisata di Semarang yang mereka ketahui, tidak ada yang menjawab Banjir Kanal Barat sebagai salah satu wisatanya. Dapat dikatakan bahwa masyarakat belum terlalu *aware* akan potensi wisata di Sungai Banjir Kanal Barat. Lalu ternyata ada anak muda di Semarang sebanyak 17,8% yang tidak mengetahui lokasi Banjir Kanal Barat. Untuk yang pernah datang langsung ke lokasi hanya sebesar 39,2% dan

kebanyakan dari mereka datang ke lokasi saat ada event atau kegiatan saja, jarang sekali dari mereka yang mengunjungi lokasi di hari-hari biasa.

Kebanyakan dari mereka yang tidak menyadari pembangunan yang dilakukan untuk upaya meningkatkan potensi wisata. Sedangkan mereka hanya tahunya bahwa itu hanyalah sungai besar saja.

2.2 Metode Analisis Data

Analisis permasalahan pada perancangan ini menggunakan 5W+1H, dengan penjelasan sebagai berikut.

a. What

Sungai Banjir Kanal Barat merupakan sungai di Kota Semarang yang digunakan sebagai pengendali banjir yang sekarang ini sudah masuk dalam rencana pembangunan kepariwisataan jangka panjang. Rencana yang dimuat di Perda sudah disahkan pada Bulan November 2015. Namun dari pengamatan penulis, lokasi tersebut masih minim dari aktivitas wisata khususnya wisatawan domestik.

b. Where

Permasalahan yang diangkat berada di daerah Kota Semarang. Sungai Banjir Kanal Barat yang sedang dioptimalkan wisatanya berlokasi di Jalan Bojong Salaman Jembatan Lemah Gempal Semarang.

c. When

Permasalahan yang ditemukan merupakan hasil penelitian penulis yang dilakukan dari Bulan Maret 2017 hingga Maret 2018

d. Why

Sungai Banjir Kanal Barat yang sudah ditetapkan menjadi kawasan strategis pariwisata di Semarang ini ternyata kurang disadari oleh masyarakat Semarang akan potensi wisatanya yang cukup besar. Sehingga untuk lingkungannya sendiri kurang begitu dijaga oleh masyarakat sekitar dan kurang menarik bagi anak muda untuk mengunjunginya. Banyak anak muda yang berpendapat bahwa informasi mengenai Banjir Kanal Barat memang sangat minim.

e. Who

Permasalahan terjadi dialami oleh masyarakat Kota Semarang terutama kalangan muda yang berusia sekitar 15 sampai 24 tahun. Mereka dirasa kurang mengerti potensi wisata di Banjir Kanal Barat dan kurang memiliki ketertarikan untuk mengunjungi lokasi dan berperan untuk mengembangkan potensi wisatanya.

f. How

Untuk menjawab permasalahan yang ada, maka perlu dilakukanlah perancangan media promosi yang dapat memperlihatkan potensi wisata di Banjir Kanal Barat. Media yang lebih interaktif yang dapat mempengaruhi secara langsung audiensnya. Sehingga masyarakat terutama anak muda dapat mengetahui potensi wisata yang ada serta tertarik untuk datang ke lokasi Banjir Kanal Barat

2.3 Metode Perancangan

Pada perancangan game ini, penulis akan menggunakan metode *Multimedia Development Life Cycle (MDLC)* yang terdiri dari 6 tahapan (Sutopo, 2003).

a. Konsep (*Concept*)

Pada tahap ini penulis akan merumuskan dasar-dasar dari perancangan *game* yang akan di buat dan dikembangkan. Terutama tujuan, target audiens, dan strategi kreatif yang nantinya termuat dalam *game* yang dirancang.

b. Desain (*Design*)

Merupakan tahapan dimana penulis atau perancang *game* menjabarkan secara rinci apa saja yang akan dilakukan dan bagaimana perancangan *game* ini akan dibuat. Pembuatan dimulai dari visualisasi kasar akan secara lengkap dijabarkan.

c. Pengumpulan Materi (*Obtaining Content Material*)

Berisi proses dalam pengumpulan segala sesuatu yang dibutuhkan dalam perancangan *game*. mengenai konten-konten yang ada dalam *game*. Kemudian pengumpulan materi seperti audi dan gambar yang akan dimasukkan dalam perancangan *game*. pada tahap pengumpulan Materi dapat dikerjakan secara parallel dengan tahap penyusunan (*assembly*)

d. Penyusunan dan Pembuatan (*Assembly*)

Merupakan proses dimulainya produksi *game* yang sudah dirancang. Materi-materi serta file-file dalam *game* yang sudah dikumpulkan kemudian dirangkai dan disusun sesuai konsep yang ada.

e. Uji Coba (*Testing*)

Setelah pada tahap penyusunan karya berupa *game* sudah jadi, maka perlu dilakukan uji coba. Uji coba dilakukan dengan menerapkan hasil dari *game* tersebut pada smartphone sesuai dengan platform yang sudah ditentukan.

f. Menyebarluaskan (*Distribution*)

Tahap penyebaran hasil karya berupa *game* kepada target audiens. Nantinya *game* akan dipublikasikan melalui media yang mudah diakses. Pada tahap ini juga terdapat evaluasi untuk pengembangan produk yang sudah jadi agar menjadi lebih baik. Hasil evaluasi tersebut dapat digunakan sebagai masukan untuk tahap konsep pada produk selanjutnya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Konsep Perancangan *Game*

Game yang dirancang merupakan media untuk mempromosikan Banjir Kanal Barat sebagai kawasan strategis pariwisata. Karenanya, pada perancangan *game* ini akan menggunakan visual yang menggambarkan suasana lokasi Banjir Kanal Barat agar dapat mempengaruhi audiens sehingga memahami potensi wisata yang ada di kawasan tersebut. Dengan cerita simpel serta menggunakan objek-objek yang menggambarkan lokasi Sungai Banjir Kanal Barat merupakan upaya untuk mempromosikan kawasan ini.

Ojek utama yang akan dipakai yaitu bentuk perahu yang diadaptasi dari perahu hias yang ada dalam Festival Banjir Kanal Barat. Objek perahu akan digunakan sebagai

player dalam permainan. Selain itu juga akan menggunakan objek lampion yang juga diadaptasi dari salah satu acara dalam event yaitu penerbangan lampion. Untuk objek lampion akan digunakan sebagai sumber daya yang harus dikumpulkan oleh *player*.

Objek-objek tersebut dipilih sesuai hasil wawancara penulis dengan Kepala Bidang Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang yang mengatakan bahwa promosi untuk Banjir Kanal Barat sejauh ini dengan melakukan event di lokasi tersebut. Meskipun kegiatan promosi masih terbatas namun untuk Festival Banjir Kanal Barat merupakan event yang paling banyak mendapat antusias dari masyarakat Semarang. Nantinya dalam *intro game* ini akan menampilkan kegiatan atau event yang akan diadakan di lokasi Banjir Kanal Barat dan berita-berita mengenai perkembangan Banjir Kanal Barat sebagai kawasan strategi pariwisata di Kota Semarang.

Untuk lebih mempromosikan Banjir Kanal Barat terdapat bonus berupa *wallpaper* bertemakan Banjir Kanal Barat untuk pemain *game* ini. Dengan visual *wallpaper* yang menggambarkan suasana keindahan Banjir Kanal Barat diharapkan dapat meningkatkan antusias masyarakat Kota Semarang terutama anak muda untuk mengunjungi lokasi ini. Selain itu terdapat pula *notification* mengenai berbagai kegiatan yang diadakan di Banjir Kanal Barat. Penulis juga akan merancang objek-objek yang harus dikoleksi oleh *player* berbentuk lampion dan *gem* sebagai sumber daya untuk menukarkan dengan *wallpaper* yang tersedia.

Lalu untuk menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke lokasi Banjir Kanal Barat, pada *game* ini terdapat fitur foto. Fitur ini digunakan untuk mengambil foto pengguna saat pergi ke lokasi, lalu pengguna dapat membagikan ke akun media sosial masing masing lewat *share link* yang ada di *game*. *Reward* yang didapat berupa merchandise seperti kaos dan topi.

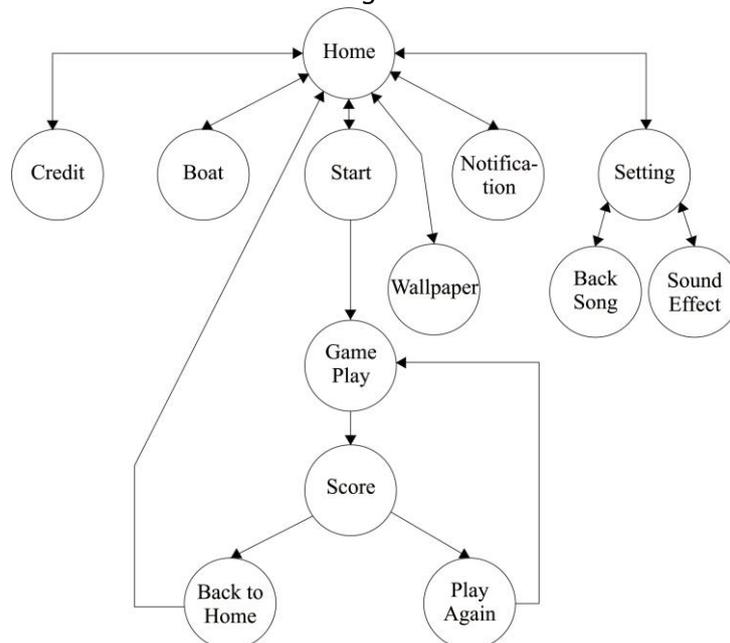
3.2 Konsep Visual

Pada perancangan ini, environment akan didesain melalui pengamatan lokasi yang menjadi objek penelitian perancangan *game* ini yaitu Sungai Banjir Kanal Barat yang diadaptasikan ke visual grafis. Lalu untuk karakter pada perancangan ini akan diadaptasi dari objek-objek yang biasanya ada dalam Festival Banjir Kanal Barat sebagai kegiatan promosi lokasi sungai tersebut.

3.3 Flowchart / Mapping

Merupakan alur permainan berupa hubungan antar *stage* pada *game*. Pada awal permainan pemain akan berada pada *stage home* yang berisi beberapa menu yaitu *credit*, *boat*, *play*, *notification* dan *setting*. Pada menu *credit* akan membawa pemain menuju *stage* yang berisi tentang versi dan pembuat *game* lalu terdapat *link* untuk kembali ke *home*. Menu *boat* dan *notification* berisi sumber daya pemain berupa perahu dan notifikasi mengenai kegiatan yang akan diadakan di Sungai Banjir Kanal Barat yang juga terdapat tombol untuk kembali ke *home*. Pada menu *setting* memungkinkan pemain untuk mengaktifkan atau menonaktifkan *back song* dan *sound effect*. Untuk menu *start* merupakan menu untuk menuju ke *stage game play* yang

akan berujung pada *stage score* yang menampilkan *score* dan terdapat tombol untuk kembali bermain dan untuk kembali ke *stage home*.



Gambar 3.1 Bagan Alur Permainan
[Sumber : Penulis]

3.4 Desain Asset

Dalam *game* Kanal Mission terdapat 3 karakter *player* berupa perahu hias.

a. Perahu Hias 1



Gambar 4.18 Gambar digital desain karakter Perahu Hias 1
[Sumber : Penulis]

b. Perahu Hias 2



Gambar 4.19 Gambar digital desain karakter Perahu Hias 2
[Sumber : Penulis]

c. Perahu Hias 3



Gambar 4.20 Gambar digital desain karakter Perahu Hias 3
[Sumber : Penulis]

d. Rintangan



Gambar 4.21 Gambar digital desain Rintangan
[Sumber : Penulis]

e. Lampion



Gambar 4.22 Gambar digital desain source Lampion
[Sumber : Penulis]

c. *Gem*



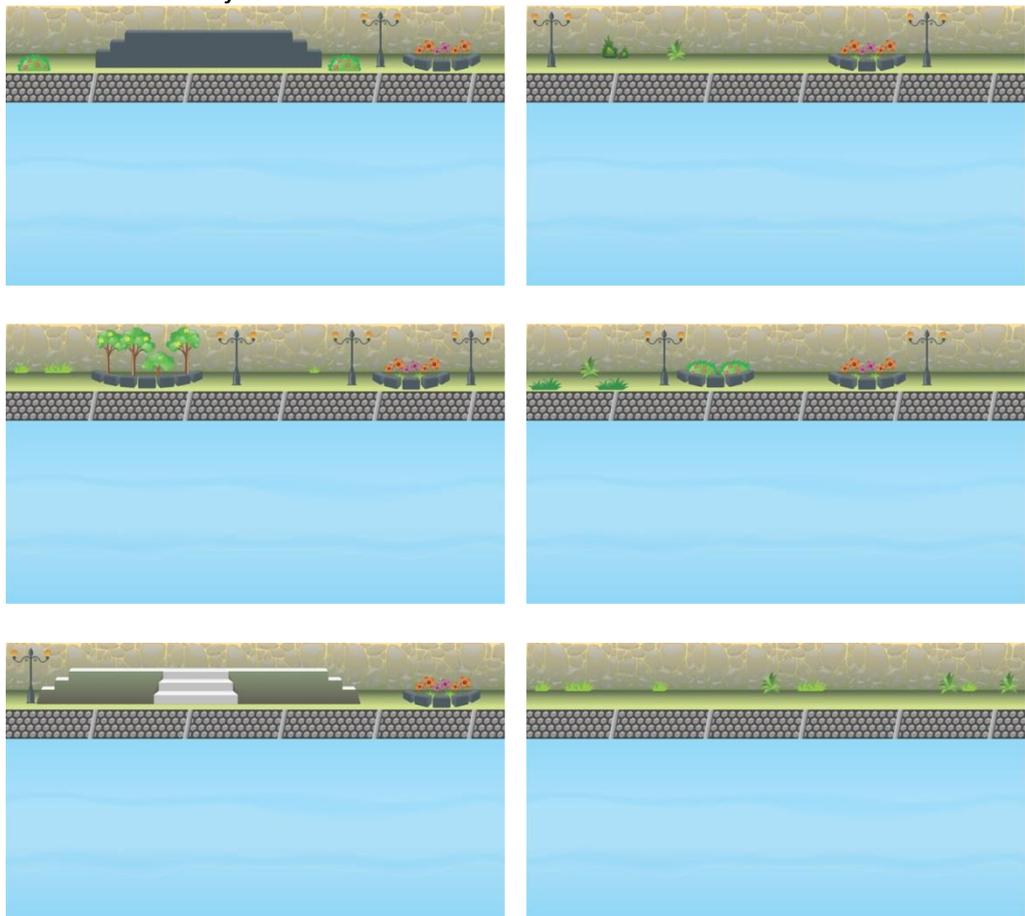
Gambar 4.23 Gambar digital desain *source* Lampion
[Sumber : Penulis]

d. *Environment Awal*



Gambar 4.24 Gambar digital desain *Environment Awal*
[Sumber : Penulis]

e. *Environment Lanjutan*



Gambar 4.25 Gambar digital desain *Environment Lanjutan*
[Sumber : Penulis]

3.4 Desain Tombol

Merupakan desain dari beberapa tombol yang memiliki fungsi tersendiri dalam setiap bentuknya. Tombol dalam *game* ini berbentuk sederhana yaitu *rounded square* dengan *background* yang setengah transparan.

Tabel 4.1 Tabel Desain tombol
[Sumber : Penulis]

Objek	Digitalisasi	Keterangan
a. Tombol <i>Home</i>	 Sumber : Penulis	Tombol ini berfungsi untuk membuat pemain berada pada halaman utama <i>game</i>
b. Tombol <i>Credit</i>	 Sumber : Penulis	Tombol ini digunakan untuk menuju ke halaman yang berisi sumber <i>art</i> , <i>coding</i> , dan <i>music</i> yang digunakan
c. Tombol <i>Help</i>	 Sumber : Penulis	Tombol ini digunakan untuk membantu pemain menyelesaikan misi dan bagaimana cara memainkannya
d. Tombol <i>Up</i>	 Sumber : Penulis	Tombol ini berada pada halaman utama dan digunakan untuk memunculkan tombol <i>wallpaper</i> , <i>boats</i> , dan <i>notice</i>
e. Tombol <i>Wallpaper</i>	 Sumber : Penulis	Tombol ini akan membuat pemain menuju ke halaman yang berisi beberapa <i>wallpaper</i> yang dapat dimiliki pemain dengan menukar sejumlah <i>source</i> yang didapat selama bermain
f. Tombol <i>Boat</i>	 Sumber : Penulis	Tombol ini akan membuat pemain menuju ke halaman yang berisi beberapa <i>boat</i> yang dapat dimiliki pemain dengan menukar sejumlah <i>source</i> yang didapat selama bermain
g. Tombol <i>Notice</i>	 Sumber : Penulis	Tombol ini digunakan saat pemain ingin melihat saat ada <i>notice</i> yang ingin dibaca

h. Tombol <i>Setting</i>	 <p>Sumber : Penulis</p>	Tombol ini digunakan untuk mengatur suara pada <i>game</i> . Jika di klik akan muncul tombol <i>back song</i> dan <i>sound effect</i> , dan kedua tombol tersebut akan hilang jika tombol <i>setting</i> ini di klik lagi
i. Tombol <i>Back Song</i>	  <p>Sumber : Penulis</p>	Tombol ini digunakan untuk mengaktifkan dan me-nonaktifkan <i>back song</i> .
j. Tombol <i>Sound Effect</i>	  <p>Sumber : Penulis</p>	Tombol ini digunakan untuk mengaktifkan dan me-nonaktifkan <i>sound effect</i>
k. Tombol <i>Play</i>	 <p>Sumber : Penulis</p>	Tombol untuk memulai permainan
l. Tombol <i>Play Again</i>	 <p>Sumber : Penulis</p>	Tombol untuk kembali bermain lagi setelah <i>game over</i>
m. Tombol <i>Right Arrow</i>	 <p>Sumber : Penulis</p>	Tombol ini untuk menggeser halaman ke kanan dalam menu <i>boat</i>
n. Tombol <i>Left Arrow</i>	 <p>Sumber : Penulis</p>	Tombol ini untuk menggeser halaman ke kiri dalam menu <i>boat</i>
o. Tombol <i>Select</i>	 <p>Sumber : Penulis</p>	Tombol untuk memilih <i>boat</i> sebagai <i>player</i>

p. Tombol <i>Purchase</i>	 Sumber : Penulis	Tombol untuk menukar <i>boat</i> dan <i>wallpaper</i> yang diinginkan dengan <i>source</i> yang dimiliki
q. Tombol <i>More</i>	 Sumber : Penulis	Tombol yang muncul dalam notice di awal pemain membuka <i>game</i> yang jika di klik akan menuju ke halaman <i>notice</i>
r. Tombol <i>Close</i>	 Sumber : Penulis	Tombol untuk menutup kotak dialog yang muncul
s. Tombol <i>Close Game</i>	 Sumber : Penulis	Tombol untuk menutup <i>game</i>

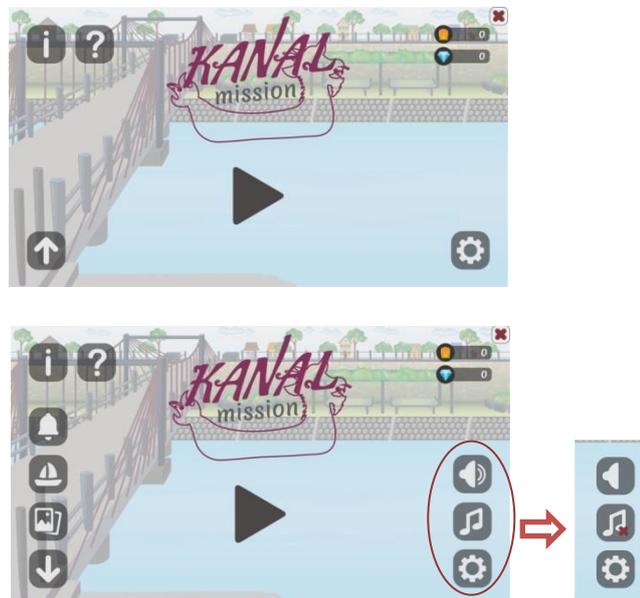
3.4 Desain Interface

a. Splash Screen



Gambar 4.26 Gambar digital desain *User Interface* untuk *Splash Screen*
[Sumber : Penulis]

b. Home Page



Gambar 4.27 Gambar digital desain *User Interface* untuk *Home Page*
[Sumber : Penulis]

c. Credit Page



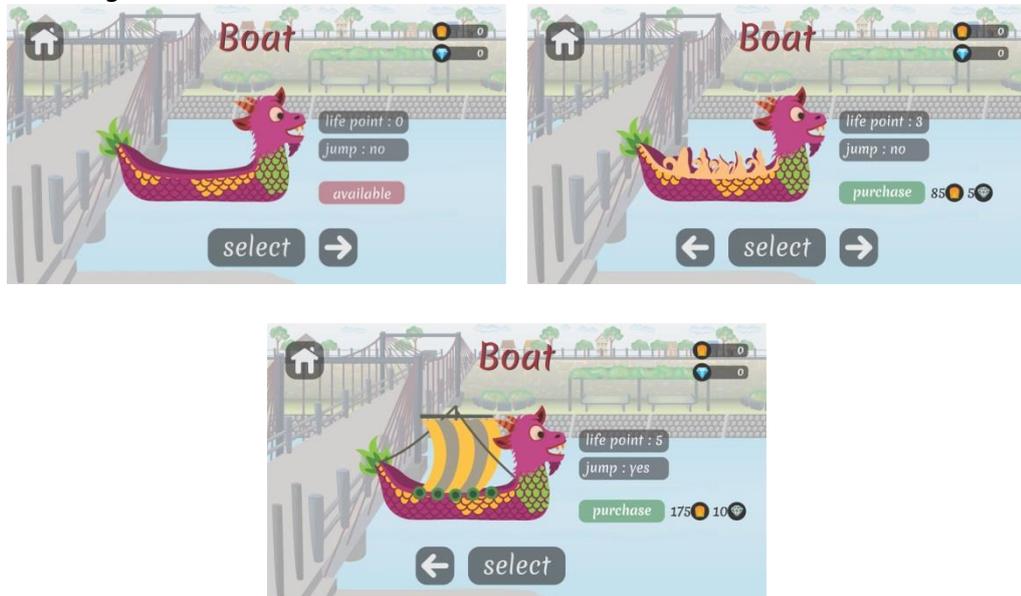
Gambar 4.28 Gambar digital desain User Interface untuk Credit Page
[Sumber : Penulis]

d. Help Page



Gambar 4.29 Gambar digital desain User Interface untuk Help Page
[Sumber : Penulis]

e. Boat Page



Gambar 4.30 Gambar digital desain User Interface untuk Boat Page
[Sumber : Penulis]

f. Wallpaper Page



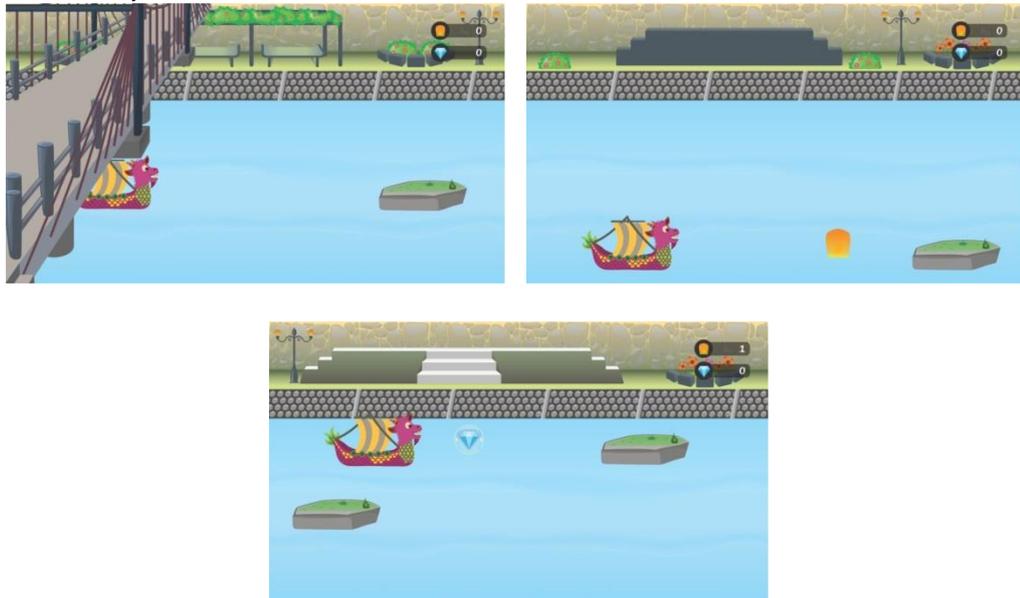
Gambar 4.31 Gambar digital desain *User Interface* untuk *Wallpaper Page*
[Sumber : Penulis]

g. Notice Page



Gambar 4.32 Gambar digital desain *User Interface* untuk *Notice Page*
[Sumber : Penulis]

h. Game Play



Gambar 4.33 Gambar digital desain *User Interface* untuk *Game Play*
Sumber : Penulis

i. Halaman *Score*



Gambar 4.34 Gambar digital desain *User Interface* untuk Halaman *Score*
Sumber : Penulis

3.5 Pengujian pada *Smartphone*

Tabel 4.2 Tabel Spesifikasi *Smartphone*

Sumber : Penulis

Spesifikasi	Keterangan
Resolusi	720 x 1280 pixel
System Operasi	Android OS, v4.4.2 (Jelly Bean)
Memori	2 GB

Tabel 4.3 Tabel Pengujian *Black Box* pada Tampilan Awal

Sumber : Penulis

Nama Pengujian	Bentuk Pengujian	Hasil yang Diharapkan	Hasil Pengujian
Pengujian icon game	Menyentuh icon game	Tampil intro game	Berhasil
Pengujian tombol <i>more</i>	Menyentuh tombol <i>more</i>	Tampil halaman <i>notice</i>	Berhasil
Pengujian tombol <i>close</i> pada halaman <i>intro</i>	Menyentuh tombol <i>close</i>	Tampil halaman <i>home</i>	Berhasil

Tabel 4.4 Tabel Pengujian *Black Box* pada Halaman Home

Sumber : Penulis

Nama Pengujian	Bentuk Pengujian	Hasil yang Diharapkan	Hasil Pengujian
Pengujian tombol <i>info</i>	Menyentuh tombol <i>info</i>	Tampil halaman <i>info</i>	Berhasil
Pengujian tombol <i>help</i>	Menyentuh tombol <i>help</i>	Tampil halaman <i>help</i>	Berhasil
Pengujian tombol <i>notice</i>	Menyentuh tombol <i>notice</i>	Tampil halaman <i>notice</i>	Berhasil
Pengujian tombol <i>boat</i>	Menyentuh tombol <i>boat</i>	Tampil halaman <i>boat</i>	Berhasil

Pengujian tombol <i>wallpaper</i>	Menyentuh tombol <i>wallpaper</i>	Tampil halaman <i>wallpaper</i>	Berhasil
Pengujian tombol <i>notice</i>	Menyentuh tombol <i>notice</i>	Tampil halaman <i>notice</i>	Berhasil

Tabel 4.5 Tabel Pengujian *Black Box* pada Halaman *Info*
Sumber : Penulis

Nama Pengujian	Bentuk Pengujian	Hasil yang Diharapkan	Hasil Pengujian
Pengujian tombol <i>info</i>	Menyentuh tombol <i>info</i>	Tampil halaman <i>info</i>	Berhasil
Pengujian tombol <i>home</i>	Menyentuh tombol <i>home</i>	Kembali halaman <i>home</i>	Berhasil

Tabel 4.6 Tabel Pengujian *Black Box* pada Halaman *Help*
Sumber : Penulis

Nama Pengujian	Bentuk Pengujian	Hasil yang Diharapkan	Hasil Pengujian
Pengujian tombol <i>help</i>	Menyentuh tombol <i>help</i>	Tampil halaman <i>help</i>	Berhasil
Pengujian tombol <i>home</i>	Menyentuh tombol <i>home</i>	Kembali halaman <i>home</i>	Berhasil

Tabel 4.7 Tabel Pengujian *Black Box* pada Halaman *Notice*
Sumber : Penulis

Nama Pengujian	Bentuk Pengujian	Hasil yang Diharapkan	Hasil Pengujian
Pengujian tombol <i>notice</i>	Menyentuh tombol <i>notice</i>	Tampil halaman <i>notice</i>	Berhasil
Pengujian tombol <i>home</i>	Menyentuh tombol <i>home</i>	Kembali halaman <i>home</i>	Berhasil

Tabel 4.8 Tabel Pengujian *Black Box* pada Halaman *Boat*
Sumber : Penulis

Nama Pengujian	Bentuk Pengujian	Hasil yang Diharapkan	Hasil Pengujian
Pengujian tombol <i>boat</i>	Menyentuh tombol <i>boat</i>	Tampil halaman <i>boat</i>	Berhasil
Pengujian tombol <i>home</i>	Menyentuh tombol <i>home</i>	Kembali halaman <i>home</i>	Berhasil

Tabel 4.9 Tabel Pengujian *Black Box* pada Halaman *Wallpaper*
Sumber : Penulis

Nama Pengujian	Bentuk Pengujian	Hasil yang Diharapkan	Hasil Pengujian
Pengujian tombol <i>wallpaper</i>	Menyentuh tombol <i>wallpaper</i>	Tampil halaman <i>wallpaper</i>	Berhasil

Pengujian tombol <i>home</i>	Menyentuh tombol <i>home</i>	Kembali halaman <i>home</i>	Berhasil
------------------------------	------------------------------	-----------------------------	----------

Tabel 4.10 Tabel Pengujian *Black Box* pada Halaman *Game Play*
Sumber : Penulis

Nama Pengujian	Bentuk Pengujian	Hasil yang Diharapkan	Hasil Pengujian
Pengujian tombol <i>play</i>	Menyentuh tombol <i>play</i>	Tampil halaman <i>play</i>	Berhasil
Pengujian fungsi <i>slide ke bawah</i>	Menyentuh layar dengan cara <i>slide</i> ke bawah	<i>Player</i> bergerak ke bawah	Berhasil
Pengujian fungsi <i>slide ke atas</i>	Menyentuh layar dengan cara <i>slide</i> ke atas	<i>Player</i> bergerak ke atas	Berhasil
Pengujian <i>source</i> <i>lampion</i>	Mengarahkan <i>player</i> ke objek <i>lampion</i>	<i>Score</i> untuk <i>lampion</i> bertambah 1 setiap menyentuh 1 <i>lampion</i>	Berhasil
Pengujian <i>source</i> <i>berlian</i>	Mengarahkan <i>player</i> ke objek <i>berlian</i>	<i>Score</i> untuk <i>berlian</i> bertambah 1 setiap menyentuh 1 <i>berlian</i>	Berhasil
Pengujian rintangan <i>batu</i>	Mengarahkan <i>player</i> ke objek <i>batu</i>	Tampil halaman <i>game over</i>	Berhasil

Tabel 4.11 Tabel Pengujian *Black Box* pada Halaman *Game Play*
Sumber : Penulis

Nama Pengujian	Bentuk Pengujian	Hasil yang Diharapkan	Hasil Pengujian
Pengujian tombol <i>play</i>	Menyentuh tombol <i>play</i>	Tampil halaman <i>play</i>	Berhasil
Pengujian fungsi <i>slide ke bawah</i>	Menyentuh layar dengan cara <i>slide</i> ke bawah	<i>Player</i> bergerak ke bawah	Berhasil
Pengujian fungsi <i>slide ke atas</i>	Menyentuh layar dengan cara <i>slide</i> ke atas	<i>Player</i> bergerak ke atas	Berhasil
Pengujian <i>source</i> <i>lampion</i>	Mengarahkan <i>player</i> ke objek <i>lampion</i>	<i>Score</i> untuk <i>lampion</i> bertambah 1	Berhasil

		setiap menyentuh 1 lampion	
Pengujian <i>source</i> berlian	Mengarahkan <i>player</i> ke objek berlian	Score untuk berlian bertambah 1 setiap menyentuh 1 berlian	Berhasil
Pengujian rintangan batu	Mengarahkan <i>player</i> ke objek batu	Tampil halaman <i>game over</i>	Berhasil

Tabel 4.12 Tabel Pengujian *Black Box* pada Halaman *Game Over*
Sumber : Penulis

Nama Pengujian	Bentuk Pengujian	Hasil yang Diharapkan	Hasil Pengujian
Pengujian tombol <i>play again</i>	Menyentuh tombol <i>play again</i>	Tampil halaman <i>game play</i>	Berhasil
Pengujian tombol <i>home</i>	Menyentuh tombol <i>home</i>	Kembali halaman <i>home</i>	Berhasil

4. Kesimpulan

Perlu adanya upaya pemerintah agar masyarakat memahami dan menyadari akan potensi wisata di Banjir Kanal Barat setelah adanya penetapan lokasi tersebut sebagai kawasan strategis pariwisata seperti yang termuat dalam Perda No.5 Tahun 2015 mengenai Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata dalam jangka panjang Tahun 2015-2025. *Game* yang penulis buat sebagai media promosi Banjir Kanal Barat ini bertema even Festival Banjir Kanal Barat yang merupakan acara tahunan yang diselenggarakan di tempat itu. Festival Perahu Hias dan Penerbangan Lampion menjadi agenda favorit masyarakat yang datang menyaksikan sehingga pendekatan karakter *game* ini mengacu pada hal tersebut.

Game ini dikemas dengan tampilan yang memiliki nuansa Banjir Kanal Barat sehingga target audience yang memainkan *game* ini dapat berimajinasi seperti bermain di tempat aslinya. Dengan visual 2 dimensi karakter dibuat semenarik mungkin untuk dimainkan anak muda. Misi dalam *game* ini adalah untuk mendapatkan lampion dan *gem* untuk nantinya dapat ditukar dengan *wallpaper* yang berisi foto-foto menarik yang diambil di area Banjir Kanal Barat. Upaya ini dapat memberikan *awareness* terhadap anak muda Kota Semarang khususnya, untuk ikut mewujudkan tercapainya upaya pemerintah menjadikan Banjir Kanal Barat sebagai kawasan strategis pariwisata.

5. Daftar Pustaka

- Henry, S. (2014, Maret 2). *Advergame, Peluang Besar yang belum Tereksplorasi*. Retrieved November 2, 2015, from segitiga.net: www.segitiga.net
- Nashriah. (2008). *Strategi Pemasaran Pariwisata Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kota Semarang*. Surakarta: Fakultas Sastra dan Seni Rupa USM.
- Raju, D. G. (2009). *Tourism Marketting And Management*. Delhi: D. P. Yadav for Manglam Publications.
- Sari, Y. A. (2009). *Peran Promosi dan Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Wisatawan di Objek Wisata nDayu Alam Sari*. Surakarta: Fakultas Sastra Dan Seni Rupa USM.
- Susanto, G. A. (2015, Oktober 30). *Wisata Sungai Banjir Kanal Barat Segera Dioptimalkan*. Retrieved Januari 5, 2015, from Lifestyle: <http://www.liputan6.com>
- Sutopo, A. H. (2003). *Multimedia Interaktif dengan Flash*. Yogyakarta: Graha Ilmu.