

Perancangan Iklan Komersial Sirup Kartika Untuk Melekatkan Brand Dan Mengenalkan Produk Baru Dari Sirup Kartika

ROBBY ARSYA DANIE

*Program Studi Desain Komunikasi Visual - S1, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro Semarang
URL : <http://dinus.ac.id/>*

ABSTRAK

Di kota Grobogan, produk sirup merek Kartika sudah sangat familiar, karena kualitas rasanya manisnya yang khas dan ada satu rasa coffe mocca yang menjadi unggulan, karena rasa tersebut tidak dimiliki pesaing dari sirup Kartika yaitu sirup Fres dan Niki sari. Di tahun 2011 PT. Kartika Polaswati Mahardhika Grobogan mengeluarkan produk dan rasa baru sirup Kartika dengan kemasan plastik yang diberi rasa Tropical Fruit Mix. Sayangnya sirup Kartika di luar Grobogan kurang banyak peminatnya dan masyarakat belum begitu tahu akan adanya produk baru sirup Kartika. Kurang dikenalnya sirup Kartika, salah satunya karena kurangnya berpromosi.

Tujuan dari perancangan ini adalah membuat iklan komersial untuk menguatkan brand Kartika dan mengenalkan produk baru dengan menggunakan analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat) yang kemudian dilanjutkan dengan pembuatan konsep perancangan. Secara komprehensif perancangan ini terdiri dari iklan poster untuk surat kabar, iklan poster untuk tabloid, dan beberapa media promosi seperti gelas, payung, gantungan kunci, pembuka tutup botol, jam, kalender poster, jadwal puasa, stiker, serta kaos.

Kata Kunci : Perancangan, Iklan Komersial, Sirup

Commercial Advertisement Plan to Make a Brand Patch and Introducing New Product of Kartika Syrup

ROBBY ARSYA DANIE

*Program Studi Desain Komunikasi Visual - S1, Fakultas Ilmu
Komputer, Universitas Dian Nuswantoro Semarang
URL : <http://dinus.ac.id/>*

ABSTRACT

In Grobogan, Kartika syrup is a well-known product. It is famous because the quality of the sweet taste and it has one unique taste, coffee mocca, which is no other company such as Fres and Niki Sari have it. On 2011, PT Kartika Polaswati Mahardika grobogan launched a Tropical fruit Mix product in plastic pack. Honestly, Kartika syrup less familiar in other city and the new product of Kartika syrup less familiar in the society. The one of the reasons is less promotion.

The objective of the plan is making commercial advertisement to underline the brand of Kartika and introducing the new product using SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat) analysis and continuing with making the concept of the plan. Comprehensively, the plan consists of poster for newspaper, poster for tabloid and some promotion media such as mug, umbrella, key chains, corkscrew, clock, calendar, poster, vesting schedule, sticker and t-shirt.

Keyword : Perancangan, Iklan Komersial, Sirup