

Perancangan Media Promosi Toko Roti "Kedai Bakery" Ponorogo

EKO SULISTYOWARNO

*Program Studi Desain Komunikasi Visual - S1, Fakultas Ilmu
Komputer, Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : ekosulistiyowarno@yahoo.com

ABSTRAK

Kedai Bakery merupakan salah satu produk lokal yang kurang dikenal dan diminati oleh masyarakat Ponorogo. Kurang dikenalnya produk roti Kedai Bakery karena kurangnya promosi yang dilakukan selama ini. Hal tersebut dikarenakan Kedai Bakery kurang mengetahui tentang promosi, selain itu Kedai Bakery takut untuk melakukan promosi karena anggapan penghamburan dana perusahaan. Permasalahan tersebut yang membuat perancang ingin membantu dalam mendesain media promosi produk roti Kedai Bakery agar lebih dikenal oleh masyarakat Ponorogo dengan pemilihan media yang tepat guna. Model perancangan yang digunakan adalah model perancangan deskriptif yaitu perancangan yang diawali dengan latar belakang, rumusan masalah, identifikasi dan tujuan perancangan. Data perusahaan diperoleh dengan cara observasi dan wawancara serta beberapa dokumentasi. Data yang sudah diperoleh kemudian di analisis dengan metode SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat) yang kemudian dilanjutkan dengan pembuatan konsep perancangan. Secara komprehensif perancangan ini terdiri dari poster, leaflet, X-banner, jam dinding, kalender, kaos, topi, price list, payung, mug, mug tumbler, packaging, dan shopping bag.

Kata Kunci : Perancangan, Media, Promosi, Roti

The Design of Media Promotion of "Kedai Bakery" Ponorogo

EKO SULISTYOWARNO

*Program Studi Desain Komunikasi Visual - S1, Fakultas Ilmu
Komputer, Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : ekosulistiyowarno@yahoo.com

ABSTRACT

Kedai Bakery is one of the local products which are less known and preferred by the public at Ponorogo. Less familiar products of "Kedai Bakery" due to lack of promotion. This is because the Bakery don't know much about promotions, in addition the Kedai Bakery afraid to do promotion because the presumptive scattering of funds the company. These problems make the designer wants to help in designing a promotional media for bakery products to be more known by the public media election, which appropriate with Ponorogo. The model design used a descriptive model that beginning with the background, formulation issues, identification and design purposes. Company Data obtained by observation and interviews as well as some documentation. Data already acquired later in the analysis by the method of SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat) that was continued with the creation of the concept of design. Comprehensively design consists of posters, leaflets, X-banner, wall clocks, calendars, t-shirts, caps, price list, umbrellas, mugs, mug tumbler, packaging, and shopping bag.

Keyword : Perancangan, Media, Promosi, Roti