



LAPORAN TUGAS AKHIR

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI BUG'S CAFÉ COFFEE AND
MARYAM SEMARANG**

**A14.7801 Tugas Akhir Desain Komunikasi Visual
2013/2014**

**ARYO BAYU AJI
A14.2008.00361**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL – S1
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS DIAN NUSWANTORO
2013**



**UNIVERSITAS DIAN NUSWANTORO
PERSETUJUAN TUGAS AKHIR**

**JUDUL : PERANCANGAN MEDIA PROMOSI BUG'S CAFÉ COFFEE AND
MARYAM SEMARANG**

NAMA : ARYO BAYU AJI

NIM : A14.2008.00361

**Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui,
Semarang, Februari 2013**

**Drs. Umar Hadi, M.Sn
Pembimbing 1**

**Muh. Ariffudin Islam, S.Sn
Pembimbing 2**

Mengetahui,

**Dr. Drs. Abdul Syukur, M.M
Dekan Fakultas Ilmu Komputer**



**UNIVERSITAS DIAN NUSWANTORO
PENGESAHAN TUGAS AKHIR**

**JUDUL : PERANCANGAN MEDIA PROMOSI BUG'S CAFÉ COFFEE AND
MARYAM SEMARANG**

NAMA : ARYO BAYU AJI

NIM : A14.2008.00361

**Tugas Akhir ini telah diujikan dan dipertahankan
dihadapan Dewan Penguji pada Sidang Tugas Akhir**

Semarang, Februari 2013

Dewan Penguji

**Edy Mulyanto, S.Si., M.Kom
Ketua Penguji**

**Drs. Lasiman, M.Sn
Anggota Penguji**

**Annas Marzuki S., S.Sn
Anggota Penguji**

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas segala kekuatan yang telah diberikan-Nya, sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan. Tugas Akhir dengan judul "Perancangan Media Promosi Bug's Café Semarang" ini ditujukan untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna menyelesaikan studi di Program Studi Desain Komunikasi Visual Strata Satu Universitas Dian Nuswantoro Semarang.

Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak, Tugas Akhir ini tidak akan dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penulisan Laporan Kerja Praktek ini, yaitu kepada:

1. Dr. Ir. Edi Noersasongko, M.Kom., selaku Rektor Universitas Dian Nuswantoro.
2. Dr. Ir. Dwi Eko Waluyo, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer.
3. Yang terhormat Bapak Arifin, M.Sn., selaku Ketua jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komputer.
4. Dosen Pembimbing, Bapak Umar Hadi, M.Sn dan Bapak Muh. Ariffudin Islam, S.Sn yang telah memberikan bimbingan dan masukan kepada perancang.
5. Segenap kru Bug's Café (Baharudin, Berda, Baron, Nos, Adi, Widi, Naeng, Riestra, Sherly).
6. Teman-teman DKV Udinus (Ijul, Arhika, Krisna, Uyeg, Anne, Dedi, Juliova, Aqmarina, dll) serta teman-teman seperjuangan.
7. Ibu, Bapak, serta kakak yang telah memberikan dukungan moril, materiil, doa, dan kasih sayang.

8. Semua pihak yang namanya tidak dapat disebutkan satu per satu yang secara langsung maupun tak langsung membantu dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa mungkin masih terdapat kekurangan dalam Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca sangat dapat bermanfaat bagi penulis. Semoga Laporan Kerja Praktek ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Semarang, Februari 2013

Aryo Bayu Aji

Abstrak

Bug's Café *Coffee and Maryam* Semarang merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang kuliner. Perencanaan yang dilakukan adalah merancang promosi periklanan yang efektif dengan media komunikasi yang tepat dan sesuai dengan *target market* Bug's Café *Coffee and Maryam* Semarang. Kurang tepatnya penentuan *positioning* dalam perusahaan ini menyebabkan kurangnya *awareness* dikalangan masyarakat. Untuk itu, Bug's Café *Coffee and Maryam* mengkomunikasikan iklan ini dengan cara yang berbeda agar lebih unggul dari para pesaingnya. Perancangan ini memberikan suatu konsep periklanan yang disesuaikan dengan *positioning* Bug's Café *Coffee and Maryam* sebagai tempat untuk berkumpul yang direkomendasikan. Perancangan iklan komersial ini dilakukan melalui perencanaan media yang efektif dengan menggunakan SWOT sebagai alat penetapan strategi kreatif dan marketing agar hasilnya sesuai dengan karakteristik pasar. Kegiatan promosi periklanan yang dilakukan adalah iklan visual dengan pilihan media poster sebagai media utama dan media pendukung lainnya seperti iklan koran, iklan majalah dan iklan tabloid, perencanaan event, media online (website banner advertising, direct mail, dan social media), brosur, leaflet, x-banner, ambient media dan merchandise. Perancangan iklan komersial ini menempatkan Bug's Café *Coffee and Maryam* sebagai perusahaan yang mengajarkan audience untuk belajar atau memberi sarana dan prasarana untuk melepaskan penat setelah seharian beraktifitas. Melalui perancangan iklan komersial ini Bug's Café *Coffee and Maryam* menjadi tempat kulineri yang di cari dan diminati oleh masyarakat, terutama di kota Semarang.

Kata kunci : Bug's Café Coffee and Maryam, Perancangan, Iklan Komersial, Café, Kopi, Media Promosi

Abstract

Bug's Café Coffee and Maryam Semarang is a company engaged in culinary. Planning to do is to design effective advertising campaigns with media communication appropriate to the target market Bug's Café Coffee and Maryam Semarang. Less precise positioning of the company's determination led to a lack of awareness among the community. For that, Bug's Café Coffee and Maryam this ad communicates in a different way that is superior to its competitors. The design provides an advertising concept tailored to the positioning Bug's Café Coffee and Maryam as a place to gather recommended. Design of commercial advertising is done through effective media planning using SWOT as a tool of the establishment of creative and marketing strategy for the results according to the characteristics of the market. Advertising promotional activities undertaken are visual advertising poster with a choice of media as the mainstream media and other supporting media such as newspaper ads, magazine ads and tabloid advertisements, event planning, online media (website banner advertising, direct mail, and social media), brochures, leaflets , x-banner, ambient media and merchandise. The design of these commercials put Bug's Café Coffee and Maryam as a company that teaches the audience to learn or provide infrastructure for the release tired after a day of activity. Through the design of commercial advertisements Bug's Café Coffee and Maryam culinary a place in the search and the demand by the public, especially in the city of Semarang

Keywords : Bug's Café Coffee and Maryam, Design, Commercial Advertisement, Café, Coffee, Promotion Media

DAFTAR ISI

Cover	i
Lembar Persetujuan	ii
Lembar Pengesahan	iii
Kata Pengantar	iv
Abstraksi	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Batasan Masalah	5
1.3.1. Batasan Judul	5
1.3.2. Batasan Objek Perancangan	6
1.3.3. Batasan Media	6
1.3.4. Batasan <i>Target Audience</i> dan <i>Target Marketing</i>	6
1.4. Tujuan dan Manfaat	6
1.4.1. Tujuan Perancangan	6
1.4.2. Manfaat Perancangan	7
1.5. Tinjauan Teori	8
1.5.1. Desain Komunikasi Visual	8
1.5.2. Iklan / <i>Advertising</i>	11
1.5.3. Marketing Mix	16
1.5.4. Teori Diferensiasi	19
1.5.5. Promosi	20
1.5.6. Segmentasi	21

1.5.7. <i>Targetting</i>	24
1.5.8. <i>Positioning</i>	25
1.5.9. SWOT	28
1.5.10. Pemasaran	31
BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA	39
2.1. Metode Pengumpulan Data	39
2.2. Data Perusahaan (<i>Company Information</i>)	41
2.2.1. Nama Perusahaan	41
2.2.2. Pengelola Perusahaan	42
2.2.3. Profil Perusahaan	42
2.2.4. Lokasi Perusahaan	43
2.2.5. Visi, Misi, Tujuan Perusahaan	47
2.2.6. Potensi Perusahaan	47
2.2.7. Struktur Organisasi	48
2.3. Data Produk (<i>Product Information</i>)	49
2.3.1. Jenis Produk	50
2.3.2. Spesifikasi Produk	50
2.3.3. Harga Produk	51
2.3.4. Alur Kerja (<i>Process</i>)	51
2.3.5. Testimonial (<i>Physical Evidence</i>)	51
2.3.6. USP (<i>Unique Selling Preposition</i>)	52
2.3.7. Segmentasi Produk	52
2.3.8. Target <i>Audience</i>	53
2.3.9. Positioning Produk	53
2.3.10. Foto Produk	54
2.3.11. Data Komunikasi Visual Yang Ada	59
2.4. Data Pemasaran (<i>Marketing Information</i>)	63
2.4.1. Strategi Pemasaran	63

2.4.2. Wilayah pemasaran	64
2.4.3. Potensi Pasar	64
2.5. Identifikasi Data Kompetitor I	65
2.6. Identifikasi Data Kompetitor II	68
2.7. Analisis Data	69
2.7.1. <i>SWOT Analysis</i>	69
2.7.2. Matriks SWOT	73
2.7.3. Penentuan Strategi Kreatif dan Marketing Periklanan	74
BAB III KONSEP PERANCANGAN	75
3.1. Konsep Pemasaran.....	75
3.1.1. Tujuan Pemasaran	75
3.1.2. Strategi Pemasaran	76
3.1.3. Tujuan Promosi	78
3.1.4. Strategi Promosi	78
3.2. Konsep Komunikasi Pemasaran	80
3.2.1. Target <i>Audience</i>	80
3.2.2. Tujuan Komunikasi Pemasaran	81
3.2.3. Strategi Komunikasi Pemasaran	82
3.3. Konsep Media	83
3.3.1. Tujuan Media	83
3.3.2. Strategi Media	84
3.3.3. Pemilihan Media	85
3.4. Program Media	88
3.5. Budgeting	92
BAB IV DESAIN DAN PENGEMBANGAN	94
4.1. Konsep Kreatif	94
4.1.1. Tujuan Kreatif	94

4.1.2. Strategi Kreatif	94
4.1.3. Strategi Visual	96
4.1.4. Perencanaan Kreatif	100
4.2. Rough Desain	101
4.3. Final Desain	103
BAB V PENUTUP	113
5.1. Kesimpulan	113
5.2. Saran	114
Daftar Pustaka	xvi
Lampiran	xviii

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Elemen 4P dalam Marketing Mix	17
Tabel 1.2 : Matrix SWOT	31
Tabel 2.1 : Tabel perbandingan Bug's Café dengan kompetitor.....	72
Tabel 2.2 : Tabel SWOT Bug's Cafe.....	73
Tabel 3.1 : Strategi Media	88
Tabel 3.2 : Program Media Tahun 2012	90
Tabel 3.3 : Program Media Tahun 2013	91
Tabel 3.4 : Biaya Produksi	92
Tabel 3.5 : Biaya Pasca Produksi	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Logo Bug's Café <i>Coffee and Maryam</i> Semarang	42
Gambar 2.2: Denah Lokasi Bug's Cafe <i>Coffee and Maryam</i> Semarang	43
Gambar 2.3: Kegiatan <i>jammings</i> Bug's Café <i>Coffee and Maryam</i> Semarang	44
Gambar 2.4: Kegiatan <i>jammings</i> Bug's Café <i>Coffee and Maryam</i> Semarang	44
Gambar 2.5: Keakraban Bug's Café <i>Coffee and Maryam</i> Semarang	45
Gambar 2.6: Neon box Bug's Café <i>Coffee and Maryam</i> Semarang.....	45
Gambar 2.7: Suasana dibalik bar Bug's Café <i>Coffee and Maryam</i> Semarang.....	46
Gambar 2.8: Proses pengolahan kudapan Bug's Café <i>Coffee and Maryam</i> Semarang.....	46
Gambar 2.9: Struktur organisasi Bug's Café <i>Coffee and Maryam</i>	48
Gambar 2.10: beberapa menu Maryam yang disajikan di Bug's Café <i>Coffee and Maryam</i> Semarang	50
Gambar 2.11: Tampilan menu yang disajikan	54
Gambar 2.12: Proses pembuatan minuman	54
Gambar 2.13: Proses pembuatan minuman	55
Gambar 2.14: Proses pembuatan minuman	55
Gambar 2.15: Proses pembuatan minuman	56
Gambar 2.16: Proses pembuatan minuman	56
Gambar 2.17: Proses pembuatan minuman.....	57
Gambar 2.18: Proses pembuatan minuman	57
Gambar 2.19: Minuman siap disajikan	58
Gambar 2.20: Salah satu menu favorit, <i>Fruit Punch</i>	58
Gambar 2.21: Salah satu menu favorit, <i>Milk Chocolate</i>	59
Gambar 2.22: Iklan di media elektronik	60
Gambar 2.23: Iklan di media elektronik	60

Gambar 2.24: Poster promosi menu buka puasa	61
Gambar 2.25: <i>Merchandise</i> yang akan diberikan kepada pelanggan setia	62
Gambar 2.26: <i>Garskin Bug's Café</i>	62
Gambar 2.27: <i>Garskin Bug's Café</i>	63
Gambar 2.28: Fratello – Leker Lubuay.....	65
Gambar 2.29: Display Fratello – Leker Lubuay	66
Gambar 2.30: Display Fratello – Leker Lubuay	67
Gambar 2.31 Leker buatan Fratello – Leker Lubuay.....	67
Gambar 2.32 Hans Kopi.....	69
Gambar 4.1: Font Arsenale White dalam perancangan.....	97
Gambar 4.2: Font Century Gothic dalam perancangan	97
Gambar 4.3: Font Creampuff dalam perancangan	97
Gambar 4.4: Pemilihan Warna dalam perancangan	99
Gambar 4.5: <i>Corporate Identity</i> dalam perancangan	98
Gambar 4.6: Layout <i>Lighting</i>	99
Gambar 4.7: Rough desain poster	101
Gambar 4.8: Rough desain leaflet	101
Gambar 4.9: Rough desain brosur	102
Gambar 4.10 Rough desain neonbox	102
Gambar 4.11: Perancangan media poster	103
Gambar 4.12: Perancangan X-banner	104
Gambar 4.13: Perancangan spanduk	105
Gambar 4.14: Perancangan iklan koran pada Harian Suara Merdeka.....	105
Gambar 4.15: Perancangan iklan tabloid pada Tabloid Semarang	106
Gambar 4.16: Perancangan iklan online pada web	106
Gambar 4.17: Perancangan Brosur	107
Gambar 4.18: Perancangan Leaflet	107
Gambar 4.19: Perancangan merchandise mug, gelas, pulpen	108

Gambar 4.20: Perancangan merchandise stiker.....	108
Gambar 4.21: Perancangan merchandise totebag	109
Gambar 4.22: Perancangan merchandise asbak	109
Gambar 4.23: Perancangan merchandise jam dinding	110
Gambar 4.24: Perancangan <i>Stationery Set</i>	110
Gambar 4.25: Perancangan desain ambient media (tatakan gelas).....	111
Gambar 4.26: Perancangan Desain Neonbox	111
Gambar 4.27: Perancangan desain voucher.....	112

DAFTAR PUSTAKA

Aaker, D.A. (1992). Building Strong Brands. New York : The Tree Press.

Blech, George & Blech, Michael.2003. Advertising and Promotion an Integrated

Marketing Communications Perspective. New York : Mc Graw Hills.

Kartajaya, Hermawan (2000). Positioning – Differentiation – Branding: Memenangkan Persaingan Dengan Segitiga Positioning – Differentiation – Branding. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.

Kartajaya, Hermawan (2004). Seri 9 Elemen Marketing: Hermawan Kartajaya On Positioning. Mizan Pustaka

Kasali, Rhenald (1995). Manajemen Periklanan, cetakan keempat, Jakarta : PT. Anem Kosong.

Kotler, Philips (2002). Manajemen Pemasaran 1, Edisi Millennium. Jakarta : PT. Prenhallindo.

Kotler, Philips (2002). Manajemen Pemasaran 2, Edisi Millennium. Jakarta : PT. Prenhallindo.

Kotler, Philips (2003). “Marketing Management” 11th Edition/International Edition, Prentice Hall. New Jersey.

Kotler, Philips (2001). Periklanan (Advertising). New Jersey : McGraw-Hill.

Kotler, Philips (1997). Manajemen Pemasaran (Terjemahan) Jilid I. Jakarta : PT. Prenhallindo.

Madjadikara, Agus S. 2004. Bagaimana Biro Iklan Memproduksi Iklan. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

Morisson. (2007). Periklanan : Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta : Ramdina Prakarsa.

Shimp, Terence A (2003). Periklanan Promosi, Jakarta : Erlangga.

Shimp, Terence A. Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta : Erlangga.

Walker, John A (1989). Design History and History of Design.

<http://dkv.isi-dps.ac.id/berita/pengertian-fotografi-dan-foto-jurnalistik>, Diakses tanggal 4 April 2012.

<http://infosky.wordpress.com/2008/04/11/strategi-pemasaran-4p3p/>, Diakses tanggal 4 April 2012.