

## **PERANCANGAN IKLAN KOPI LUWAK JEPARA ARABIKA**

**ARINDRA PUTRA TAMA**

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

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

*Email : [l\\_vhi3na@yahoo.com](mailto:l_vhi3na@yahoo.com)*

### **ABSTRAK**

Sebagai kopi termahal di dunia, kopi luwak menjadi komoditas ekspor yang menjanjikan. Akibatnya banyak industri pengolah biji kopi yang lebih memilih menjual produknya keluar negeri dan seperti mengabaikan potensi pasar dalam negeri padahal minat masyarakat terhadap produk kopi luwak semakin meningkat. Melirik peluang tersebut, Kopi Luwak Jepara meluncurkan Kopi Luwak Jepara Arabika sebagai upaya untuk memenuhi permintaan pasar nasional yang tinggi. Perancangan iklan ini berupaya mengenalkan Kopi Luwak Jepara Arabika kepada masyarakat sebagai salah satu olahan biji kopi terbaik asal Indonesia dengan harga yang terjangkau. Penetapan strategi kreatif menggunakan SWOT dan 5w+1H untuk mencapai efektivitas karakteristik pasar serta marketing melalui media-media yang efektif. Perancangan ini secara komprehensif terdiri dari iklan surat kabar, iklan majalah, billboard, poster, brosur, x-banner, spanduk, papan informasi di jalan raya, kaos, kalender, jam dinding, paper bag, stiker, gantungan kunci, website, dan kaca belakang bus. Melalui perancangan iklan ini, pesan iklan berusaha merubah mindset masyarakat bahwa kopi luwak tidak hanya mampu dinikmati masyarakat mancanegara maupun masyarakat kelas atas saja. Sehingga diharapkan Kopi Luwak Jepara Arabika dapat diminati oleh masyarakat dari mancanegara maupun dari lingkup nasional.

Kata Kunci : Perancangan, Iklan, Kopi, Luwak, Jepara

## **ADVERTISEMENT DESIGN OF KOPI LUWAK JEPARA ARABIKA**

**ARINDRA PUTRA TAMA**

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

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

*Email : [l\\_vhi3na@yahoo.com](mailto:l_vhi3na@yahoo.com)*

### **ABSTRACT**

As the most expensive coffee in the world, civet coffee is becoming a promising export commodity. As a result many coffee bean processing industries who prefer to sell their products abroad and like to ignore the potential of the domestic market when the public interest in civet coffee products is increasing. Glance at these opportunities, Kopi Luwak Jepara has launched Kopi Luwak Jepara Arabika as an attempt to meet the high demand of the national market. This design of advertising seeks to introduce Kopi Luwak Jepara Arabika to the community as one of the best of processed coffee beans from Indonesia with an affordable price. Determination of creative strategies using SWOT and 5W +1 H to reach effectiveness of the market characteristics and marketing through effective media. This design comprehensively consists newspaper ads, magazines, billboards, posters, brochures, x-banner, banners, information boards on the road, t-shirts, calendars, wall clocks, paper bag, stickers, key chains, website, and glass back of the bus. Through this advertising design, advertising messages trying to change the mindset of society that civet coffee is not only able to enjoy the international community or top-class community. So expect Jepara Arabika Kopi Luwak can be demanded by people from foreign countries and national scope.

Keyword : Design, Advertising, Coffee, Civet, Jepara