

## **PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL `WINGKO BABAD CAP KERETA API`**

**MAIDA TRILIANA**

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

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

*Email : maida.triliana*

### **ABSTRAK**

Wingko babad merupakan panganan tradisional Indonesia yang terbuat dari parutan kelapa, tepung ketan dan gula. Panganan tradisional yang berasal dari Babad ini, pertama kali dikenalkan di kota Semarang oleh Loe Lan Hwa dengan merek Wingko Babad Cap Kereta Api pada tahun 1946. Dengan adanya modernisasi di hampir seluruh bidang kehidupan maka terjadilah pergeseran gaya hidup pada masyarakat Semarang. Panganan tradisional mulai tersisih oleh panganan moderen dari luar negeri. Hal inilah yang menjadi keprihatinan terhadap kelestarian panganan tradisional Indonesia terutama pada generasi muda. Selain itu, semakin banyaknya produsen wingko yang membuat wingko dengan kemasan identitas yang hampir sama dengan kemasan Wingko Babad Cap Kereta Api membuat kebingungan pada konsumen. Tujuan perancangan ini untuk mengajak anak muda usia 15-25 tahun di kota Semarang agar lebih menyukai panganan tradisional Indonesia dengan membangun kesadaran terhadap merek Wingko Babad Cap Kereta Api. Segmentasi pasar dan sudut pandang melihat masalah menjadi komponen penting dalam menyampaikan pesan kecintaan terhadap budaya tradisional Indonesia. Media jejaring sosial yang biasa digunakan oleh target audiensi dipilih sebagai media utama yang efektif untuk menyampaikan pesan iklan. Perancangan komunikasi visual ini dianggap berhasil jika mampu meningkatkan kesadaran anak muda terhadap pentingnya melestarikan panganan tradisional Indonesia, khususnya Wingko Babad Cap Kereta Api.

Kata Kunci : komunikasi visual, wingko babad, cap kereta api

## **VISUAL COMMUNICATION DESIGN OF `WINGKO BABAD CAP KERETA API`**

**MAIDA TRILIANA**

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

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

*Email : maida.triliana*

### **ABSTRACT**

Wingko Babad is a traditional confectionary Indonesia made of sticky rice flour, grated coconut and sugar. This traditional confectionary that comes from Babad, first introduced in the Semarang city by Loe Lan Hwa with brand Wingko Babad Cap Kereta Api in 1946. With the modernization in almost all areas of life, then there was a shift in lifestyle in the society. Traditional confectionary start of elimination by modern food from abroad. This is the concern of traditional confectionary Indonesia sustainability especially in the younger generation. In addition, a growing number of manufacturers that make it personal identity packs with similar packaging of Wingko Babad Cap Kereta Api made the confusion on the consumer. The purpose of design is to invite young people aged 15-25 years in Semarang city to make it more like a traditional confectionary Indonesia by building brand awareness of Wingko Babad Cap Kereta Api. Market segmentation and viewpoint noticed a problem becomes an important component in delivering the message a love of traditional culture of Indonesia. Social networking Media commonly used by the target audience is selected as the primary medium for delivering effective advertising message. The design of visual communication is considered successful if it is able to increase the awareness of young people of the importance of preserving traditional confectionary Indonesia, particularly Wingko Babad Cap Kereta Api.

Keyword : visual communication, wingko babad, Cap Kereta Api