

Perancangan Media Promosi Coffee Groove Semarang Dengan Tujuan Meningkatkan Omzet Perusahaan

SHAFIRA AMALIA

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

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

Email : shafiraamalia

ABSTRAK

Perencanaan yang dilakukan adalah merancang media promosi Coffee Groove untuk menarik konsumen pada hari-hari biasa sehingga dapat meningkatkan omzet penjualan perusahaan. Perkembangan coffee shop di Semarang mengalami peningkatan yang cukup pesat, sehingga menimbulkan keanekaragaman, gaya, ataupun sistem pelayanan dan produk pada coffee shop yang ada. Salah satunya adalah Coffee Groove. Pada hari-hari biasa yaitu senin hingga jumat, Coffee Groove tidak mendapatkan pelanggan sebanyak akhir pekan atau hari libur. Keberadaan coffee shop yang begitu banyak disekitar Coffee Groove, membuat berkembangnya tingkat daya saing antar coffee shop yang ada. Untuk mampu bersaing, Coffee Groove harus melakukan kegiatan promosi untuk dapat tetap bersaing dengan menonjolkan keunggulan yang dimiliki. Perancangan ini membawa konsep Coffee Groove yaitu sebagai tempat yang nyaman, natural, dengan fasilitas lengkap dan harga terjangkau. Perancangan media promosi ini dibuat berdasarkan hasil metode analisa yang digunakan yaitu SWOT yang menghasilkan strategi pemasaran dalam Matrix SWOT. Kegiatan promosi yang dilakukan adalah menggunakan media lini atas berupa spanduk dan lini bawah berupa poster, flyer, brosur, x-banner, sticker promosi, merchandise, voucher discount, voucher stamp, stamp, voucher free drink dan paper bag. Dengan pilihan media utama, spanduk dan poster. Melalui perancangan media promosi ini diharapkan dapat membantu Coffee Groove untuk meningkatkan omzet pendapatan, khususnya pada hari-hari biasa.

Kata Kunci : Coffee Groove, coffee shop, media promosi, perancangan

Promotion Media Design For Coffee Groove Semarang To Increase Company Income

SHAFIRA AMALIA

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

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

Email : shafiraamalia

ABSTRACT

This media campaign is designed in order to the costumer choice falls into the Coffee Groove so it will attract the costumers in the usual day. Development of the coffee shop in Semarang has increased quite rapidly, giving rise to the diversity, style, system or service and products in a coffee shop. One of them is Coffee Groove. On a usual days, is Monday to Friday, Coffee Groove do not get as many customers as weekends or holidays . The existence of so many coffee shop around the Coffee Groove, making the development of the level of competitiveness between the existing coffee shop . To be able to compete, Coffee Groove must conduct promotional activities in order to remain competitive by emphasizing the advantages. This design brings the Groove Coffee concept as a convenient , natural, with full facilities and affordable prices . The design of a media campaign is based on the results of the analysis method used is SWOT marketing strategy that generates the SWOT Matrix . The promotion activities is an advertising campaign done visually using above the line in the form of banners and the below the line in the form of posters, flyer, brochures, x-banner, promotional stickers, merchandise, vouchers discount, voucher stamp, stamp, voucher free drink and paperbag. With a choice of major media, banners and posters. Through the design of a media campaign is expected to help Coffee Groove to increase revenue turnover, especially on weekdays.

Keyword : coffee shop, Coffee Groove, design, media promotion