

Perancangan Media Promosi Kopikita Coffee & Pop Semarang

LUKMAN NUR SEPTIANTO

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

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

Email : 114200900644@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Kopikita Coffee & Pop, merupakan coffee shop yang berdiri pada tanggal 2 Juni 2010 dan berlokasi di Jalan FatmawatiRuko PSIS A2, Sendang Mulyo, Semarang Timur. Kopikita Coffee & Pop menawarkan berbagai jenis biji kopi dari berbagai tempat di Indonesia. Konsumen dapat memilih sendiri biji kopi yang mereka suka. Karena setiap kopi memiliki rasa dan aroma yang berbeda. Namun dalam 4 bulan terakhir KopikitaCoffee & Pop mengalami penurunan pendapatan. Agar menarik minat konsumen untuk datang ke Kopikita Coffee & Pop maka dibutuhkan sebuah strategi yaitu dengan mempromosikan Kopikita Coffee & Pop. Diharapkan dengan adanya kegiatan promosi ini pendapatan bulanan Kopikita Coffee & Pop dapat meningkat sekaligus memperkenalkan Kopikita Coffee & Pop kepada masyarakat Kota Semarang. Dalam perancangan ini dilakukan analisa-analisa untuk mengatasi permasalahan yang ada yaitu dengan melakukan observasi di Kopikita Coffee & Pop, yaitu pemilihan target audiens, pengelompokan segmentasi pasar, serta pemilihan media yang efektif. Promosi ini menggunakan poster dan leaflet sebagai media utama, sedangkan media sekunder berupa x-banner, folder, kartu nama, voucher discount dan merchandise (kaos, mug, tumbler).

Kata Kunci : Kopikita Coffee & Pop, Perancangan, Media Promosi, kopi

Design Of Promotion Media For Kopikita Coffee & Pop Semarang

LUKMAN NUR SEPTIANTO

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

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

Email : 114200900644@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

Kopikita Coffee & Pop, is a coffee shop established on June 2, 2010 and located at Jalan Fatmawati, Ruko PSIS A2 , Sendang Mulyo , East Semarang. Kopikita Coffee & Pop offer different types of coffee beans from various places in Indonesia. Costumers can choose their favorite coffee beans as they like, because every coffee has a distinct flavor and aroma. But in the last 4 months Kopikita Coffee & Pop revenue has been decreased. In order to attract costumers to come, Kopikita Coffee & Pop need a strategy to promote the coffe shop. Hopefully, their monthly income can be increased with this promotion, as well as introducing Kopikita Coffee & Pop to public of Semarang. Analysis has performed in this design to recognize the existing problems, which is the observation in Kopikita Coffee & Pop , selection of the audience target, market segmentation grouping, as well as the selection of an effective media. These promotions is using posters and leaflets as the main media , while the secondary media is x - banners , folders , business cards , discount vouchers and merchandise (t-shirts , mugs , tumblers).

Keyword : KopikitaCoffee & Pop, Design, Media Promotion, coffee