

Perancangan Media Promosi Produk Banaran Coffee

NOR AINI

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

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

Email : 114200900489@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Banaran Coffee adalah produk kopi keluaran PT. Perkebunan Nusantara IX, produk ini belum begitu dikenal oleh masyarakat secara luas, produk ini untuk sementara ini hanya ada di dua tempat yaitu di Kota Salatiga, tepatnya di Jalan Raya Semarang Solo Km 35, dan di Kampoeng Banaran Coffee yang terletak sekitar 1 km dari terminal Bawen kearah utara. Tempat-tempat tersebut diatas adalah sebagai pengedar khusus yang ditunjuk oleh PT. Perkebunan Nusantara IX, sehingga peredarannyapun sangat terbatas, produk kopi yang dihasilkan dari PT. Perkebunan Nusantara IX ini memang belum begitu dikenal masyarakat secara luas, namun bagi penggemar minum kopi terutama masyarakat yang sering bepergian yang melewati daerah tersebut kebanyakan mereka sudah mengenal produk kopi tersebut. Namun jika dilihat permasalahan yang menyangkut pemasaran Kopi Banaran ini masih memiliki kelemahan yaitu, tidak adanya iklan secara gencar mengenai produk kopi ini sehingga masyarakat Jawa Tengah, Kota Semarang khususnya belum begitu mengenal produk Banaran Coffee tersebut, maka dengan itu penulis beranggapan pentingnya sebuah program dan media iklan untuk meningkatkan pemasaran produk kopi tersebut.

Kata Kunci : desain, media komunikasi visual, Banaran Coffee, promosi

Promotion Media Design for Banaran Coffee Product

NOR AINI

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

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

Email : 114200900489@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

Banaran Coffee output is the product of . PT.Perkebunan Nusantara IX , the product is not so well known by the public at large, this product is temporarily exist only in two places, namely in Salatiga , precisely in Semarang Solo Road Km 35 , and in Kampoeng Banara Coffee located about 1 km from the terminal Bawen towards the north . Places mentioned above is a special dealer appointed by PT.Perkebunan Nusantara IX, so it is very limited , resulting coffee products from PT.Perkebunan Nusantara IX is not so widely known to the public , but for fans of drinking coffee , especially people who frequently travel through the area which is most of them are familiar with the coffee products , But if seen problems related to marketing this Banaran Coffee still has a weakness that is, the absence of a vigorous advertising on coffee products so that people of Central Java , Semarang in particular not familiar with the Banaran Coffee products , then it is assumed the importance of a program and media advertising to increase the marketing of coffee products .

Keyword : design , visual communications media , Banaran Coffee, promotion