

Perancangan Media Promosi Untuk Identitas Visual Takoyakii DP Mall Sebagai Outlet Jajanan Khas Jepang Yang Mampu Membedakannya Dengan Yang Lain

SEPTIANA ARIA AZIZAH

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

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

Email : 114200900622@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Perencanaan yang dilakukan adalah merancang media promosi Takoyakii DP Mall untuk membedakan Takoyakii DP Mall diantara para kompetitornya yang menjual jajanan tradisional khas Jepang melalui identitas visual yang dimilikinya selama ini. Perkembangan outlet yang menjual jajanan khas Jepang di kota Semarang semakin bervariasi dan inovatif. Banyaknya outlet Takoyaki yang menjual jajanan khas Jepang tersebut memiliki identitas visual yang hampir mirip, sehingga menimbulkan kesalahan persepsi dari konsumen dalam membedakan outlet satu dengan yang lainnya, seperti yang terjadi pada Takoyakii DP Mall. Keberadaan outlet Takoyaki yang begitu banyak dan bertahan saat ini, membuat berkembangnya tingkat daya saing antara outlet Takoyaki yang ada. Untuk mampu bersaing, Takoyakii DP Mall harus melakukan media promosi untuk dapat tetap bersaing dengan menonjolkan keunggulan yang dimiliki sebagai suatu identitas visual yang mampu membedakannya dengan yang lain. Perancangan ini membawa konsep Takoyakii DP Mall sebagai outlet yang menjual jajanan tradisional khas Jepang yang memiliki konsep outlet yang berbeda dengan menyediakan fasilitas bagi para konsumennya serta produk-produk yang ditawarkan berbeda dengan yang lain. 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 bawah yang berupa outlet, poster, flyer, brosur, x-banner, banner, merchandise, packaging, stiker promosi, uniform, daftar menu, nomor meja, kartu nama, kartu ucapan valentine, kartu ucapan ulang tahun, trading stamp card, dan stamp. Dengan pilihan media utama, poster, flyer, dan brosur. Melalui perancangan media promosi ini diharapkan dapat membantu Takoyakii DP Mall untuk mampu menunjukkan identitas visual yang dimilikinya berbeda.

Kata Kunci : Media promosi, membedakan, identitas visual, outlet, Takoyakii

Promotion Media Design For Visual Identity Of Takoyakii DP Mall As Japanese Unique Snack Outlet That Can Differentiate It From The Others

SEPTIANA ARIA AZIZAH

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

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

Email : 114200900622@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

The plan which is done in this snack business is planning promotion media of Takoyakii DP Mall to make different Takoyakii DP Mall among the competitors who traditional Japanese snack from visual identity which is owned. The increased of the traditional Japanese snack outlet in Semarang is more varieties and innovative. The quantities of Takoyaki's outlet which is sold traditional Japanese snack have visual Identity that almost similar, so it makes some perception mistake from customer to differentiate one outlet to the others, as like as happen to Takoyakii DP Mall. There are a lot of Takoyaki's outlet to stand things long enough, it is increasing competitiveness among Takoyaki's outlet. Takoyakii DP Mall have to do some promotion media to be competitive by showing advantages is owned as a visual identity to differentiate the other outlets. This design brings concept of Takoyakii DP Mall as outlet which is sold traditional Japanese snack that have different concept by giving some facilities for the costumers and by offering different products than the others. This design of a promotion media 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 below the line in the form of outlet, posters, flyers, brochures, x-banner, banner, merchandise, packaging, promotional stickers, uniform, menu, table number, name card, valentine's card, birthday's card, trading stamp's card and stamp. With a choice of major media, posters, flyers, brochures. Through the design of a promotion media is expected to help Takoyakii DP Mall to indicate that visual identity which is owned is different.

Keyword : Promotion media, differentiate, visual Identity, outlet, Takoyakii