

## **Perancangan media promosi Calzone Up untuk Anak Muda Usia 17-23 tahun Di Kota Semarang**

**GERRY NUR PRADESTA**

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

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

*Email : 114200900475@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRAK**

Perencanaan yang dilakukan adalah merancang media promosi Calzone Up untuk mengenalkan perusahaan kepada masyarakat sebagai perusahaan baru yang bergerak dibidang culiner di kota Semarang dengan target primer yaitu anak muda usia 17 – 21 tahun . Restaurant western kini semakin menjamur di kota Semarang, sehingga menimbulkan keanekaragaman, gaya, ataupun sistem pelayanan dan produk pada tiap perusahaan. Namun tidak semua orang dapat menikmati pelayanan tersebut, faktor ekonomi salah satunya. Calzone Up hadir dengan menawarkan produk jasa berupa makanan italia namun dengan harga yang terjangkau. Namun masyarakat masih banyak yang belum mengetahui perusahaan, serta menjamurnya Coffe shop atau tempat nongkrong lainnya disekitar Calzone Up membuat daya tingkat saing semakin ketat. Calzone Up harus melakukan kegiatan promosi untuk dapat mengenalkan kepada masyarakat dan dapat tetap bersaing dengan menonjolkan keunggulan yang dimiliki. Perancangan media promosi ini dibuat berdasarkan hasil metode analisa yang digunakan yaitu SWOT yang menghasilkan strategi pemasaran dalam Matrix SWOT. Kegiatan promosi dilakukan dengan menggunakan media lini bawah berupa poster, flyer, brosur, x-banner, kartu nama, voucher, sticker , merchandise, stiker, packaging. Dengan pilihan media utama , poster, flyer, brosur dan voucher. Melalui perancangan media promosi ini diharapkan dapat membantu Calzone Up untuk mengenalkan kepada masyarakat dan meningkatkan omzet pendapatan

Kata Kunci : Calzone Up, Italian, Media Promosi, Perancangan

## **Promotion Media Design Of Calzone Up For Teenagers Age 17-23 Years In Semarang**

**GERRY NUR PRADESTA**

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

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

*Email : 114200900475@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRACT**

Planning to do is design a media campaign Calzone Up for introducing the company to the public as a new company engaged in the city of Semarang culinering primary target is young people aged 17-21 years. Restaurant is now a burgeoning western city of Semarang, giving rise to the diversity, style, or system services and products in each company. But not everyone can enjoy the service, one of the economic factors. Calzone Up comes to offer services in the form of italian food products but at affordable prices. But there are still many people who do not know the company, as well as the proliferation Coffe shop or other hangout around the Calzone Up made ??increasingly stringent power level competitiveness. Calzone Up should conduct promotional activities to introduce can to the public and can still compete with the highlight advantages. The design of the media campaign was based on the results of the analysis method used is SWOT marketing strategies that generate the SWOT Matrix. Promotional activities carried out by using a bottom-line media such as posters, flyers, brochures, x-banners, business cards, vouchers, stickers, merchandise, stickers, packaging. With a choice of major media, posters, flyers, brochures and vouchers. Through the design of a media campaign is expected to help Calzone Up to introduce to the community and increase revenue turnover

Keyword : Calzone Up, Italian, Media Promotion, Design