

Perancangan Media Promosi Kopi Jagung "Cap Nanas" di Pekalongan

ANDRI HARYANTO

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

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

Email : 114201000944@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Perusahaan minuman seduh kopi jagung "Cap Nanas" merupakan salah satu perusahaan yang sedang berkembang di wilayah Pekalongan yang berlokasi di pasar Wiradesa Pekalongan dan memproduksi di Desa Boyoteluk Kecamatan Siwalan Kabupaten Pekalongan. Permasalahan yang di hadapi perusahaan ini adalah perusahaan ini kurangnya dalam pemasaran produk ke masyarakat Pekalongan karena berlokasi di dalam pasar sehingga hanya masyarakat sekitar lokasi pemasaran dan pelanggan yang tahu tentang produk ini. Hal ini dikarenakan promosi yang dilakukan belum adanya daya tarik yang mempengaruhi target audience dan kurang meluasnya penyebaran media promosi untuk menjangkau seluruh wilayah Pekalongan. Pada perancangan media komunikasi visual ini metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif-kualitatif . Metode yang digunakan dalam pengumpulan data meliputi wawancara, observasi dan dokumentasi. Metode analisis data menggunakan SWOT sebagai alat penetapan strategi pemasaran, strategi media dan strategi kreatif. Pada perancangan ini memberikan suatu konsep pemasaran kopi jagung "Cap Nanas" yang menonjolkan konsep harum baunya nikmat rasanya serta pelayanan pesan antar hingga ke lokasi. Media komunikasi visual yang digunakan terdiri dari media lini atas dan media lini bawah. Melalui perancangan media komunikasi visual ini produk kopi jagung "Cap Nanas" diharapkan menjadi suatu produk minuman seduh yang banyak diminati masyarakat dan bisa menjadi tren baru dalam menikmati minuman penghangat badan, terutama di wilayah Pekalongan.

Kata Kunci : komunikasi, media, perancangan, pemasaran, kopi jagung

Designing Promotion Media For Corn Coffee "Cap Nanas" in Pekalongan

ANDRI HARYANTO

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

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

Email : 114201000944@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

Corn coffee brewed beverages company "Cap Nanas" is one of the companies that are developing in the region located in Pekalongan Wiradesa market and production in the village of the District Boyoteluk Siwalan Pekalongan regency. The problems faced by this company is the company's lack of product marketing to the public in Pekalongan because the market is located in the communities around the site so that only marketing and customers who know about this product. This is because the campaign carried out yet the attraction that affect the target audience and less spread of the media campaign to reach all areas of Pekalongan. In designing the visual communication media research method used is descriptive qualitative method. The method used in data collection include interviews, observation and documentation. Methods of data analysis using the SWOT as a tool of the establishment of a marketing strategy, media strategy and creative strategy. In this design provides a coffee marketing concept corn "Cap Nanas" which includes the concept of fragrant smell delicious taste as well as inter-service message to the location. Visual communication media used consisted of media line top and bottom line media. Through this visual communication media design products corn coffee "Cap Nanas" is expected to be a brewed beverage product that attracted many people and could be a new trend in body warmers drink, especially in the area of Pekalongan.

Keyword : communications, media, design, marketing, corn coffee