

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL PT. TOSSA SHAKTI DIVISI
MOTOR UNTUK MEMPROMOSIKAN PRODUK BARU GIGA
HERCULES XB 250 CC**

SITI ISTIANAH

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

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

Email : 114201201552@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Pertumbuhan usaha makro seperti perhotelan dan restoran di Semarang menjadikan perusahaan motor roda tiga tossa berinovasi mengembangkan produknya. Perusahaan Tossa, yang berdiri di Jawa tengah berkecimpung dalam motor roda tiga. Melihat perkembangan motor roda tiga di kota Semarang yang berkembang pesat dan banyak bermunculan pesaing yang menciptakan produk yang serupa, diperlukan usaha kreatif yang untuk melakukan promosi untuk tetap bertahan di dunia otomotif motor usaha roda tiga. Tossa sendiri juga sudah melakukan inovasi dengan meluncurkan produk-produk motor yang inovatif dan produk baru seperti Giga Hercules XB 250 CC, namun itu saja belum cukup diperlukan media komunikasi visual sehingga Tossa tetap dikenal dan menjaga eksistensinya. Melalui media komunikasi visual yang dirancang diharapkan masyarakat dapat mengelompokkan produk-produk Tossa sehingga konsumen dapat membedakan produk Tossa dengan Produk lainnya serta tertarik dengan produk-produk Tossa, terutama produk baru Giga Hercules XB 250 CC. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam perancangan ini terdiri dari metode wawancara, kepustakaan, dokumentasi dan internet. Dari data yang diperoleh kemudian dianalisa menggunakan metode kualitatif. Media yang dibuat untuk terdiri dari media lini atas dan media lini bawah. Melalui media interaktif maupun media promosi yang dirancang diharapkan menimbulkan daya tarik konsumen terhadap produk-produk Tossa sehingga dapat menjaga eksistensi dalam menghadapi pesaingnya maupun menarik para konsumen untuk selalu memakai produk Tossa.

Kata Kunci : perancangan komunikasi visual, media promosi, giga hercules.

**VISUAL COMMUNICATION DESIGN OF PT. TOSSA SHAKTI MOTOR
DIVISION TO PROMOTE NEW PRODUCT OF GIGA HERCULES XB
250 CC**

SITI ISTIANAH

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

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

Email : 114201201552@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

Macro business growth such as hotel and restaurants in Semarang make the Company three-wheeled motorcycle like Tossa make innovation of their products. Tossa Company held in Central java dabbling is Company three-wheeled motorcycle. See growth of three-wheeled motorcycle in Semarang city which rapidly grow and popping out many competitor production same this motorcycle. Needed creative effort which taken to do promotion for to maintain the existence in automotive world three-wheeled motorcycle business. Tossa also has to innovate by launching the products of motor innovative and new products such as the Giga Hercules XB 250 CC, but that is not enough visual communication media is necessary so that Tossa keep and maintain its presence known. Through visual communication media that is designed expected by society to classify the products so that consumers can distinguish Tossa products with other products and are interested in the products Tossa, especially new products Giga Hercules XB 250 CC. This scheme use method data collecting which consist of interview, documentation, library and internet. Of obtained data later then analysed use descriptive method qualitative. The Media which made to above the line dan below the line. Through interactive media and media campaign designed is expected to lead to consumer appeal of Tossa products so as to maintain the existence in the face of its competitors and attract consumer for used Tossa Products.

Keyword : visual communication design, media promotion, giga hercules.