

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI BUS PARIWISATA PT. BIMO TRANSPORT INDONESIA PADA KOTA SEMARANG

EDI SUGIARTO

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

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

Email : 114201101278@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

PT. Bimo Transport Indonesia merupakan perusahaan penyedia jasa transportasi pariwisata di Indonesia yang berbasis di Yogyakarta dan bercabang di Semarang. Sebagai perusahaan yang telah berjalan hampir 28 tahun, selama ini PT. Bimo Transport belum memiliki media promosi yang signifikan. Rendahnya kesadaran akan pentingnya media promosi, membuat probabilitas tinggi pelanggan pindah ke jasa pariwisata lain. Promosi media promosi sangatlah penting untuk membangun image di benak masyarakat. Oleh karena itu, perlu untuk meningkatkan kesadaran pelanggan dengan melakukan branding image dan pemeliharaan pelanggan melalui media promosi untuk mempertahankan posisi PT. Bimo Transport dari pesaing. Metode penelitian yang digunakan dalam perancangan ini menggunakan metode kualitatif. Dari data yang diperoleh kemudian dianalisa menggunakan metode analisis SWOT (strength, weakness, opportunity, weakness). Hasil dari matriks SWOT kemudian dilakukan proses desain. Proses menemukan kata kunci dan konsep desain yang akan digunakan untuk referensi desain media promosi. Konsep ini akan menerapkan menggunakan photo-photo dari keunggulan bus pariwisata PT. Bimo Transport Indonesia. Konsep ini kemudian diterapkan dalam identitas perusahaan dan media promosi yang dapat mampu meningkatkan kesadaran pelanggan. Media promosi yang dibuat lebih menonjolkan content pada pilihan armada sesuai dengan strategi yang diambil dari matriks SWOT

Kata Kunci : PT. Bimo Transport Indonesia, Pariwisata, Pemasaran, Media Promosi

PROMOTION MEDIA DESIGN FOR TOURISM BUS OF PT. BIMO TRANSPORT INDONESIA AT SEMARANG

EDI SUGIARTO

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

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

Email : 114201101278@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

PT. Bimo Transport Indonesia is a leading provider of transport services of tourism in Indonesia, which is based in Yogyakarta and branched in Semarang. As a company that has been running nearly 28 years, during this PT. Transport Bimo has not had a significant media campaign. The low awareness of the importance of the media campaign, making a high probability of customers moving to other tourism services. Media promotional campaign is essential to build the image in the minds of the public. Therefore, it is necessary to increase customer awareness by performing image branding and customer maintenance through a media campaign to defend the position of PT. Ben transport of competitors. The method used in this design using qualitative methods. From the data obtained were then analyzed using SWOT (strength, weakness, opportunity, weakness). Results of the SWOT matrix then made the design process. The process of finding keywords and design concepts that will be used for promotional media reference design. This concept will apply to use photos from the tour buses excellence PT. Bimo Transport Indonesia. This concept was then applied in corporate identity and media campaign be able to increase customer awareness. Media campaigns created further highlight content in accordance with the strategy of choice fleet drawn from the SWOT matrix.

Keyword : PT. Bimo Indonesian Transport, Tourism, Marketing, Media Promotion.