

PERANCANGAN KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU BAGAS BAKERY KABUPATEN KENDAL

NOR AHMAD SYAEFUL

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

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

Email : 114201000809@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Sejak berdiri pada tahun 2000, penjualan produk Bagas Bakery di wilayah Kendal Kota masih terbilang sedikit yaitu 10% dari rata-rata penjualan produk perbulan 60.000 produk. Hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya media komunikasi pemasaran yang kurang menarik, kurang luas, dan kurang intensitasnya serta persaingan toko roti yang semakin meningkat. Oleh karena itu maka dibuat Perancangan Komunikasi Pemasaran Terpadu Bagas Bakery Kabupaten Kendal yakni merancang desain dan media Bagas Bakery dengan memperkuat merek melalui produk custom untuk memenangkan persaingan dan meningkatkan penjualan di wilayah Kendal Kota dan Kota Semarang, dengan tujuan yaitu menginformasikan produk custom untuk memperkuat merek. Adapun manfaat dari perancangan ini adalah sebagai referensi dalam melakukan komunikasi pemasaran terpadu Bagas Bakery dan merancang desain dan media berdasarkan disiplin ilmu Desain Komunikasi Visual. Metode penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode pengumpulan data menggunakan data primer dan sekunder yaitu observasi, wawancara, foto, buku, jurnal, dan internet. Strategi positioning menggunakan positioning berdasarkan pesaing. Analisis data menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang akan dijadikan strategi dalam merancang komunikasi pemasaran terpadu Bagas Bakery. Dari perancangan ini didapatkan hasil berupa desain dan media untuk mengkomunikasikan keunggulan yaitu produk custom untuk memperkuat merek sehingga akan memenangkan persaingan dan meningkatkan penjualan serta menampilkan logo dalam setiap desain dapat meningkatkan brand awareness. Jadi untuk memecahkan masalah dari Bagas Bakery perlu merancang komunikasi pemasaran terpadu yang merupakan semua bentuk saluran komunikasi pemasaran yang saling terintegritas satu sama lain berdasarkan strategi dari analisis data SWOT dan dituangkan dalam desain dan media komunikasi untuk menjangkau khalayak luas sehingga dapat memenangkan persaingan dan meningkatkan penjualan.

Kata Kunci : Desain, Kendal, Komunikasi Pemasaran Terpadu, Merek, Toko Roti

DESIGNING INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS OF BAGAS BAKERY KENDAL

NOR AHMAD SYAEFUL

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

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

Email : 114201000809@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

Since its established in 2000, product sales of Bagas Bakery in the town region of Kendal is relatively low, that is 10% of the monthly sales average of 60.000 products. It is influenced by several factors, including unattractive, limited, and less intensity of marketing communications media, and bakery competition is also increase. Therefore, an Integrated Marketing Communications Design for Bagas Bakery Kendal is made by planning its design and media to strengthen the brand through a custom product to win the competition and increase the product sales in the town region of Kendal and Semarang city, aiming to inform the custom products hence strengthening the brand. The use of this design is for it to be a reference in doing integrated marketing communications design of Bagas Bakery also creating design and media based on the Visual Communication Design disciplines. The research method is using qualitative research methods. Methods of data collection is using primary and secondary data, that is observation, interviews, photographs, books, journals, and internet. Positioning strategy uses positioning based on the competitors. Data analysis is using SWOT analysis to determine the strengths, weaknesses, opportunities and threats that will be a strategy in designing an integrated marketing communications Bagas Bakery. The result from this is a design and media to communicate the benefit of custom products to strengthen the brand hence winning the competition and increase sales also displaying the logo in each design can increase brand awareness. So, to solve the problem of Bagas Bakery, it is needed to create an integrated marketing communication design in all forms of interconnecting channels of marketing communication based on SWOT analysis data strategy and poured in design and communication media to reach a wide audience in order to win the competition and increase sales.

Keyword : Design, Kendal, Integrated Marketing Communications, Brand, Bakeries