

Perancangan Media Promosi Teh Botol Merk Teh Gunung Kota Kudus

NUGROHO EDI SAPUTRA

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

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

Email : 114200900637@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

PT. Gunung Sari Kudus, adalah perusahaan yang bergerak di bidang minuman kemasan. Sejarah singkat mengenai perusahaan ini pada tahun 1996 hanya memproduksi minuman sari buah dan sirup. Namun pada perjalanannya produk minuman sari buah dan sirup mengalami pasang surut dalam pemasarannya sehingga pada tahun 2011 hingga kini perusahaan ini mulai mengembangkan produk lainnya yaitu dengan memproduksi minuman teh dalam kemasan botol dengan merek Teh Gunung, produk teh botol ini cukup kompetitif dengan produk-produk yang sudah beredar dipasaran baik rasa maupun aromanya. Kurangnya promosi di pasaran membuat produk Teh Gunung kurang begitu dikenal oleh masyarakat, padahal perusahaan ini menargetkan pangsa pasar yang lebih luas. Tujuan dari perancangan ini adalah membuat media komunikasi visual yang sesuai dengan konsep dan prinsip desain komunikasi visual yang mampu menarik target konsumen, dan perancangan promosi komersial ini dilakukan melalui perencanaan media yang efektif dengan menggunakan metode analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Treat) sebagai alat strategi terbaik menganalisa pasar, yang kemudia dilanjutkan dengan pembuatan konsep perancangan sehingga audience dapat mengetahui adanya merek Teh Gunung. Secara komprehensif perancangan ini terdiri dari Billboard, Spanduk, Flayer, Poster, X-Banner, Mug, Stiker, Gantungan Kunci, Pin, Kartu Nama dan Kaos

Kata Kunci : desain, media komunikasi visual, Teh Gunung, Promosi

Designing Promotion Media For Bottle Tea Brand Of Teh Gunung At Kudus

NUGROHO EDI SAPUTRA

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

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

Email : 114200900637@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

PT. Gunung Sari Kudus, is a company engaged in the field of beverage packaging. A brief history of the company in 1996 only producing fruit juice and syrup. But on his way fruit juice beverage products and syrups have ups and downs in marketing so that in the year 2011 until now the company began to develop other products is to produce bottled tea drinks under the brand Mountain Tea, bottled tea products is quite competitive with products already circulating in the market both taste and aroma. Lack of promotion in the market to make the product less well known mountain tea by the public, even though the company is targeting a broader market share. The objective of this scheme is to make visual communication media in accordance with the concepts and principles of visual communication design that is able to attract the target consumers, and the design of commercial promotion is done through an effective media plan using SWOT analysis (Strength, Weakness, Opportunity, Treat) as The best strategy tool to analyze markets, which later continued with the manufacture of the design concept so that the audience can know the brand of Tea Mountains. Comprehensively design consists of billboards, banners, Flayer, Poster, X-Banner, Mugs, Stickers, Key Chain, Pin, Card and T-Shirt

Keyword : design, visual communication media, Mountain Tea, Promotions