

## **MEDIA KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI SARANA PROMOSI AIR MINUM MERK PERHUTANI DI KOTA SEMARANG**

**REAL MAHAZTRA FABIO AHP**

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

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

*Email : 114201000788@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRAK**

Perancangan media promosi dan strategi promosi produk Air Minum Dalam Kemasan Perhutani pada sebuah even Car Free Day untuk memperkenalkan produk baru yang memiliki kualitas dan harga terjangkau dari Badan Usaha Milik Negara Perhutani. Hal ini menjadi langkah awal Perhutani untuk ikut bersaing dikelasnya sebagai produk Air Minum yang terlebih dahulu telah diakui oleh internasional untuk memulai debut baru di pasar nasional. Kegiatan promosi ini nantinya akan menjadi langkah dalam membangun brand image dari produk AMDK Perhutani dan menempel di benak masyarakat sebagai produk pilihan utama air minum dalam kemasan sehingga terbentuknya loyalitas konsumen untuk produk. Perancangan ini menyampaikan bahwa AMDK Perhutani memiliki ciri khas dan kualitas ditunjukkan melalui strategi pemasaran pada sebuah even untuk menyapa langsung konsumen dan media visual untuk menginformasikan mengenai even pemasaran tersebut dengan menampilkan promo yang sedang diberikan pada saat penjualan. Media promosi ini berdasarkan dari hasil metode analisa yang digunakan yaitu SWOT dan menghasilkan pilihan media lini atas dan media lini bawah sebagai penunjangnya. Melalui perancangan media promosi ini akan membantu AMDK Perhutani untuk meningkatkan eksistensi perusahaan dan menarik konsumen agar nantinya meningkatkan profit untuk perusahaan.

Kata Kunci : Air Minum Perhutani, Media Promosi, Perancangan.

## **VISUAL COMMUNICATION MEDIA AS A TOOL FOR BRAND PROMOTION OF DRINKING WATER PERHUTANI AT SEMARANG**

**REAL MAHAZTRA FABIO AHP**

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

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

*Email : 114201000788@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRACT**

Media design and product promotion strategy Perhutani Bottled Drinking Water in a Car Free Day event to introduce new products that have quality and affordable price from the State Owned Enterprises Perhutani. This is the first step Perhutani to compete as a product class that beforehand Water has been recognized by the international debut for a new national market. This promotional activity will be a step in building the brand image of bottled water products Perhutani and stick in the public's mind as a product of prime choice of bottled water so that the formation of consumer loyalty to the product. The design is said that drinking water Perhutani has distinctive features and qualities demonstrated through marketing strategies at an event to greet the consumer direct and visual media to inform about the marketing event by displaying a promo that is being given at the time of sale. The media campaign is based on the results of the analysis method used is SWOT and generate top-line media selection and bottom-line media as a supporter. Through the design of promotional media will help AMDK Perhutani to increase the company's existence and attract consumers that will increase profits for the company.

**Keyword** : Drinking Water Perhutani, Media Promotion, Design