

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI CV. MITRA ABADI DI SEMARANG UNTUK MEMPERLUAS PASAR

IQBAL TAWWAKAL

(Pembimbing : Daniar Wikan Setyanto, M.Sn, Khamadi, M. Ds)

Desain Komunikasi Visual - S1, FIK, Universitas Dian

Nuswantoro

www.dinus.ac.id

Email : 114201000868@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

CV.MITRA ABADI yang bergerak di bidang alat alat peraga pendidikan. Selama 9 tahun ini tidak mengalami peningkatan penjualan, hanya ada 20 sekolah sejak tahun berdirinya 2007 hingga sekarang. Mitra Abadi hanya menggunakan marketing door to door untuk promosinya. Melihat dari cara penyampaian informasi hanya dengan marketing secara door to door yang masih di lakukan CV.MITRA ABADI sama dengan perusahaan lain, dari sini diperlukannya terobosan baru untuk menargetkan seluruh masyarakat Semarang melalui promosi online berupa website. Tujuan dari promosi website diharapkan dapat memperluas pasar, serta membantu meningkatkanminat konsumen untuk membeli alat-alat peraga pendidikan di CV. MITRA ABADI serta menambah konsumen tetap khususnya sekolah-sekolah yang ada di semarang. Dalam perancangan ini menggunakan metode pengumpulan data, yang terdiri dari metode observasi, wawancara, kepustakaan, dokumentasi dan internet. Dari data yang diperoleh kemudian dianalisa menggunakan matriks SWOT sebagai hasilnya desain website menonjolkan produk-produk yang ada secara detail dengan menampilkan foto,diskripsi, dan promo di samping juga menampilkan peta alamat dari perusahaan, dan delivery order. Melalui desain website yang dirancang dapat memberi informasi secara detail dan juga menumbuhkan rasa percaya akan perusahaan. Pada perancangan ini dibuatnya media pendukung yang dapat mendukung secara optimal dari media internet berupa Facebook, Twitter, Instagram, sedangkan media cetak terdiri dari Leaflet, T-shirt. Dalam keseluruhan perancangan ini dapat memberi informasi dan mempromosikan secara baik sehingga dapat menarik konsumen untuk menggunakan produk CV. MITRA ABADI.

Kata Kunci : Perancangan, Promosi,Website, alat peraga pendidikan.

PROMOTION MEDIA DESIGN OF CV. MITRA ABADI IN SEMARANG TO EXPAND MARKET

IQBAL TAWWAKAL

(Lecturer : Daniar Wikan Setyanto, M.Sn, Khamadi, M. Ds)

Bachelor of Visual Communication Design - S1, Faculty of

Computer Science, DINUS University

www.dinus.ac.id

Email : 114201000868@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

CV.MITRA ABADI engaged in educational props tool. During 9 years did not experience an increase in sales, there are only 20 schools since its establishment in 2007 until now. Mitra Abadi just use the door-to-door marketing for promotion. Viewed from the delivery of information only with door to door marketing is still done CV.MITRA ABADI cooperation with other companies, from here the need for new ways to target the entire community of Semarang through online promotions in the form of a website. Tujuan of website promotion is expected to expand the market, as well as help meningkatkanminat consumers to buy props education in CV. MITRA ABADI and increase consumers remain especially schools in Semarang. In this scheme using the method of data collection, which consists of observation, interviews, bibliography, documentation and internet. From the data obtained were analyzed using SWOT matrix as a result of website design accentuate the existing products in detail by viewing the photos, descriptions, and promos in addition to also ask questions of the company's address, and delivery order. Through its design designed website can provide information in detail and also foster a sense of trust to the company. In this design made supporting media that can optimally support of internet media such as Facebook, Twitter, Instagram, while the print media consists of a leaflet, the T-shirt. In the whole of this design can provide information and Promote it well so that it can attract consumers to use the product CV. MITRA ABADI.

Keyword : Design, Promotion, Website, educational products.