

## **PERANCANGAN PROMOSI HARIAN SUARA MERDEKA UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN DI SOLO**

**WAHYU DHARMAWAN INDRAJAYA**

(Pembimbing : MUHAMMAD TAUFIK, M.Sn., Toto Haryadi, M.Ds)

*Desain Komunikasi Visual - S1, FIK, Universitas Dian*

*Nuswantoro*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 114201201510@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRAK**

Harian Suara Merdeka saat ini berusia 66 tahun, berkantor pusat di Semarang memiliki jangkauan sirkulasi hingga seluruh Jawa Tengah. Memiliki 6 edisi komunitas (daerah) yaitu Semarang Metro, Suara Banyumas, Suara Pantura, Suara Kedu, Suara Muria dan Solo Metro (untuk wilayah eks-karesidenan Surakarta). Daerah yang disebut terakhir (Solo) mengalami stagnasi penjualan dan kecenderungan mengalami penurunan tiap tahun. Dilihat dari fakta masalah tersebut dari sini diperlukan solusi bagaimana merancang promosi yang baik untuk meningkatkan penjualan Suara Merdeka di Solo. Dalam perancangan ini menggunakan metode pengumpulan data, yang terdiri dari metode observasi, wawancara, kepustakaan, dokumentasi dan internet. Dari data yang diperoleh kemudian dianalisa menggunakan metode kualitatif. Dalam menganalisis atau pengolahan data menggunakan matriks swot. Pembuatan promosi dengan mengangkat citra positif Suara Merdeka untuk mengeliminasi kompetitor. Pendekatan gaya menggunakan citra rasional, dengan memvisualisasikan tagline Perekat Komunitas Jawa Tengah dengan teknik visualisasi gambar ilustrasi kehangatan membaca bersama keluarga. Pada Perancangan ini media utama adalah billboard, kemudian media pendukung adalah poster, x banner, brosur, kaus, spanduk, stiker. Perancangan ini dapat memberi informasi dan mengingatkan kembali secara baik sehingga dapat menarik konsumen untuk memilih Suara Merdeka sebagai bacaan utama di Solo.

Kata Kunci : Perancangan, Promosi, Suara Merdeka, Solo Metro, Solo

## **PROMOTION DESIGN FOR SUARA MERDEKA NEWSPAPER TO INCREASE SALES IN SOLO**

**WAHYU DHARMAWAN INDRAJAYA**

(Lecturer : MUHAMMAD TAUFIK, M.Sn., Toto Haryadi, M.Ds)

*Bachelor of Visual Communication Design - S1, Faculty of*

*Computer Science, DINUS University*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 114201201510@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRACT**

Now, Suara Merdeka is 66 years old has headquartered in Semarang. It has a range of circulation until the entire Central Java. It has 6 community's co-edition (area) Semarang Metro, Suara Banyumas, Suara Pantura, Suara Kedu, Suara Muria and Solo Metro (ex-residency Surakarta). The latest area (Solo Metro) stagnating sales and decreased every year. Judging from the fact of the matter here required a solution on how to design a good promotion for increase sales Suara Merdeka in Solo. In this scheme use data collection, which consists of observation, interviews, documentation and internet. From the data obtained was then using qualitative methods. Data processing achieved such swot matrix. Create sale by lifting a positive image Suara Merdeka to elimination competitors. Style approach using rational image, with the tagline Central Java Community Adhesives, with visualization technique illustrations warmth of family reading. In this design is the main media billboards, then supporting media posters, x banner, brochures, T-shirts, banners, stickers. This design can give information and recalls it well so that it can attract consumer to choose Suara Merdeka as the primary reading in Solo.

Keyword : Keywords: Design, Promotion, Suara Merdeka, Solo Metro, Solo