

Perancangan Media Promosi Untuk Memperkenalkan Daeng Baba Kepada Masyarakat Di Kota Semarang.

DESI RATNA SARI

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

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

Email : 114201101199@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan industri kuliner, khususnya makanan khas tradisional di kota Semarang mengalami peningkatan yang cukup pesat. Salah satu dari industri kuliner tersebut adalah Daeng Baba, sebuah restoran yang menyajikan makanan khas Makassar. Daeng Baba terletak di sebuah kawasan yang terdapat beberapa industri kuliner serupa sehingga memunculkan iklim persaingan di antar mereka. Oleh karena itu Daeng Baba harus melakukan kegiatan promosi untuk dapat tetap menjaga loyalitas konsumen dengan menonjolkan keunggulan yang dimiliki. Perancangan ini menggunakan metode kualitatif dan perancangan media promosi ini menggunakan strategi SWOT (strength, weakness, opportunity and threat). Langkah “ langkah dalam perancangan desain media promosi ini meliputi, rumusan perencanaan desain berdasarkan SWOT, eksplorasi acuan visual dan media, visualisasi desain, dan final desain. Media promosi yang digunakan dalam perancangan ini adalah media campuran; yaitu media lini atas berupa baliho dan spanduk sebagai media utama, media lini bawah berupa poster, brosur, xbanner, voucher diskon, kartu nama serta media sosial sebagai media pendukung. Melalui perancangan media promosi ini diharapkan dapat membantu Daeng Baba agar dikenal oleh masyarakat di kota Semarang.

Kata Kunci : daeng baba, makanan khas, makassar, media promosi, perancangan.

Design Of Promotion Media To Introduce Daeng Baba For Public At Semarang.

DESI RATNA SARI

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

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

Email : 114201101199@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

Development of the culinary industry, especially traditional food in Semarang city has increased quite rapidly. One of the culinary industry is Daeng Baba, a restaurant serving typical food from Makassar. Daeng Baba is located in an area that contained some similar culinary industry which led to the climate of competition between them. Therefore, Daeng Baba must carry out promotional activities in order to maintain customer loyalty by highlighting the excellences. This design use a qualitative method and this media campaign using the SWOT strategy (Strength, Weakness, Opportunity and Threat). Step by step in designing the promotional media includes, formulation planning design based on SWOT, visual references exploration and media, design visualization, and the final design. Media campaigns that used in this design is mixed media which; media top line such as billboards and banners as the main media, the bottom line media such as posters, brochures, xbanner, discount vouchers, business cards and social media as media supporter. Through this promotional media design were expected to help Daeng Baba to be known by the public in Semarang city.

Keyword : Daeng Baba, traditional food, Makassar, promotionmedia, design.