

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI TOKO ROTI DAN KUE WARIS DI KOTA KENDAL UNTUK MEMENANGKAN PERSAINGAN

MUHAMAD RIZAL AFIF

(Pembimbing : Annas Marzuki Sulaiman, M.Sn, Abi Senoprabowo, M.Ds)

Desain Komunikasi Visual - S1, FIK, Universitas Dian

Nuswantoro

www.dinus.ac.id

Email : 114200900548@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Toko roti dan kue Waris merupakan salah satu toko roti yang ada di Kota Kendal, menyediakan pemesanan roti & kue. Seiring berkembangnya waktu banyak bermunculan pengusaha baru dibidang usaha roti yang tumbuh. Toko roti dan kue Waris belum dikenal oleh masyarakat luas atau kalah saing dibandingkan dengan para kompetitor yang ada di Kota Kendal. Hal ini mengakibatkan omset pendapatan menurun karena tidak diterapkannya strategi promosi yang tepat, efektif dan efisien, atau kurangnya media promosi maupun media komunikasi visual yang dilakukan oleh toko roti dan kue Waris. Pada perancangan media komunikasi visual ini metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dan metode pengumpulan data yang digunakan meliputi wawancara, observasi, dan dokumentasi. Metode analisis data menggunakan SWOT sebagai alat penetapan strategi pemasaran, strategi media dan strategi kreatif. Perancangan ini memberikan suatu konsep promosi yang difokuskan adalah happy hour atau diskon pada waktu tertentu seperti pada waktu sholat dzuhur, atsar, maghrib dan isyaâ€™™. Media promosi terdiri dari media Spanduk, online, poster, brosur, kartu nama, stiker, x-braner, jam dinding, dan t-shirt. Melalui perancangan promosi happy hour ini diharapkan promosi yang dibuat dapat menarik minat beli konsumen terhadap produk dari toko roti dan kue Waris, sehingga berdampak positif diharapkan dapat memenangkan persaingan serta meningkatkan omset penjualan.

Kata Kunci : komunikasi, media, perancangan, promosi, kue.

DESIGN OF PROMOTION MEDIA WARIS BAKERY AND CAKES AT KENDAL TO WIN COMPETITION

MUHAMAD RIZAL AFIF

(Lecturer : Annas Marzuki Sulaiman, M.Sn, Abi Senoprabowo, M.Ds)

Bachelor of Visual Communication Design - S1, Faculty of

Computer Science, DINUS University

www.dinus.ac.id

Email : 114200900548@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

Bakery and cakes Waris is one of the bakeries in the city of Kendal, providing booking breads and cakes. As the development of new businesses popping up a lot of time in business, growing bread. Bakery and cake Waris has not been recognized by the public or losing competitiveness compared with its competitors in Kendal. This resulted in turnover revenue declined due to failure to apply the appropriate promotional strategies, effective and efficient, or lack of promotional media and visual communication media conducted by the bakery and cake Waris. In designing the visual communication media of this method of research used qualitative methods and data collection methods used include interviews, observation, and documentation. Methods of data analysis using the SWOT as a set of tools marketing strategy, media strategy and creative strategy. This design provides a focused concept of promotion is a happy hour or discount at certain times such as during the midday prayer, atsar, maghrib and isha`. Media campaign consisting of media banners, online, posters, brochures, business cards, stickers, x-braner, wall clocks, and t-shirts. Through the design of happy hour promotion campaigns created is expected to attract consumers to buy the products of the bakery and cakes Waris, so the positive impact is expected to win the competition and increase sales turnover.

Keyword : communications, media, design, promotion, cake.