

Perancangan Media Promosi Resto Winong 57 Di Kabupaten Pati Untuk Manaikkan Omset penjualan

ANITA DAMAYANTI

(Pembimbing : ARIPIN, M.Kom, Dwi Puji Prabowo, S.Sn,M.Kom)

Desain Komunikasi Visual - S1, FIK, Universitas Dian

Nuswantoro

www.dinus.ac.id

Email : 114201101084@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Resto Winong 57 merupakan restoran yang menawarkan menu masakan Chinesefood, Japanesefood, Koreanfood, dan Indonesianfood dengan citra rasa yang tinggi. Walaupun restoran ini telah berdiri sejak tahun 2013 akan tetapi loyalitas pengunjung terhadap Resto winong 57 semakin hari semakin menurun. Hal ini dikarenakan semakin banyaknya resto baru di Kabupaten Pati dan minimnya kegiatan promosi sehingga menurunnya omset penjualan. Untuk mampu bersaing, Resto Winong 57 harus memiliki cara untuk meningkatkan daya saing dengan menonjolkan keunggulan yang dimiliki. Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk meningkatkan omset penjualan, salah satunya adalah merancang media promosi yang tepat dan inovatif. Analisa yang dipakai untuk menyelesaikan masalah perancangan media promosi Resto Winong 57 adalah dengan menggunakan metode analisis Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat (SWOT). 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 akan digunakan adalah iklan koran, spanduk, poster, flyer, brosur, X-banner, voucher diskon, dan merchandise. Melalui perancangan media promosi ini diharapkan dapat membantu Resto Winong 57 dalam upaya menaikkan omset penjualan.

Kata Kunci : Perancangan, Media Promosi, Resto Winong 57, Omset Penjualan, SWOT

Design of Promotion Media For Resto Winong 57 at Pati To Increase Sales Turnover

ANITA DAMAYANTI

(Lecturer : ARIPIN, M.Kom, Dwi Puji Prabowo, S.Sn,M.Kom)

Bachelor of Visual Communication Design - S1, Faculty of

Computer Science, DINUS University

www.dinus.ac.id

Email : 114201101084@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

Resto Winong 57 is a restaurant that offers a menu of Chinese food, Japanese food, Korean food, and Indonesian food with a taste of high. Although this restaurant since 2013 stands up but the visitor loyalty to Resto Winong 57 increasingly declining. This is because more and more of a new restaurant in Pati District and lack of promotional activities that sales turnover decreased. To compete, Resto Winong 57 must have a way to improve competitiveness by accentuating excellence. Therefore, be required efforts to improve turnover, one of which is designing a media campaign that exact and innovative. The analysis was used to solve the problem of designing a media campaign Resto Winong 57 is to use analytical methods Strength, Weakness, Opportunity and Threat (SWOT). Steps in the design a media campaign include, formulation design planning based on SWOT, exploration of visual references and media, visualization design and final design. A media campaign that will be used is newspaper ads, banners, posters, flyers, brochures, X-banner, discount vouchers, and merchandise. Through the design, a media campaign is expected to help Resto Winong 57 in an effort to increase turnover.

Keyword : Design, Promotion Media, Resto Winong 57, Sales Turnover, SWOT