

## **PERANCANGAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI SARANA PROMOSI CAFE LA DOLCE VITA DI KOTA SEMARANG**

**MOH AFIP**

(Pembimbing : Godham Eko Saputro, S.Sn., M.DS, Toto Haryadi, M.Ds)

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

*Nuswantoro*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 114201101061@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRAK**

Cafe dan Resto La Dolce Vita merupakan bidang usaha kuliner, cafe dan resto ini memiliki keunikan tersendiri yaitu merupakan cafe sekaligus restoran. Restoran ini menyisipkan sisi romantis Eropa di tengah-tengah kentalnya sejarah Kota Semarang. Sejauh ini perkembangan Cafe dan Resto La Dolce Vita cukup baik namun dari konsumen La Dolce Vita sendiri saat ini hanya orang kantoran yang dekat dengan lokasi Cafe dan Resto La Dolce Vita sehingga kalah bersaing dengan kompetitor. Oleh karena itu diperlukan sarana media promosi untuk menarik minat masyarakat luas khususnya masyarakat daerah Gajah Mada dari anak-anak hingga orang tua sehingga jangkauan pemasarannya meluas. Untuk mencapai tujuan perancangan ini dilakukan penelitian menggunakan metodologi kualitatif dengan metode pengumpulan data wawancara dan penelitian. Perancangan media iklan ini dilakukan melalui perancangan visual dan media yang efektif dengan menggunakan SWOT sebagai alat penetapan strategi pemasaran, strategi media dan strategi kreatif. Dalam perancangan ini kegiatan promosi yang dilakukan berupa menawarkan layanan reservasi untuk acara-acara tertentu dengan pilihan media utama website dan media pendukung lainnya seperti banner promosi, sosial media instagram, poster, brosur, kartu nama dan stiker. Melalui perancangan media promosi tersebut tujuan yang diharapkan Cafe dan Resto La Dolce Vita dapat tercapai sehingga jangkauan pemasarannya dapat meluas.

Kata Kunci : Perancangan, Promosi, Cafe, La Dolce Vita

## **Visual Communication Design as a Tool of Promotion for Cafe La Dolce Vita at Semarang**

**MOH AFIP**

(Lecturer : Godham Eko Saputro, S.Sn., M.DS, Toto Haryadi, M.Ds)

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

*Computer Science, DINUS University*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 114201101061@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRACT**

Cafe and restaurant La Dolce Vita is the culinary business, cafe and restaurant has its own uniqueness, namely cafes and restaurants. The restaurant of the romantic European side inserts in the Middle kentalnya the history of the city of Semarang. So far the development of the Cafe and the Restaurant La Dolce Vita is pretty good but from the consumer's own La Dolce Vita is currently the only person Office close to the location of the Cafe and the Restaurant La Dolce Vita so as to compete with competitors. Therefore the necessary means of media promotion to attract the interest of the wider community in particular regional community of Gajah Mada from children to parents so that its marketing reach extends. To achieve the goal of the design was carried out research using qualitative methodology data collection method interviews and research. Design of media advertising is done through visual design and effective media by using SWOT as a tool of marketing strategy for the assignment, media strategy and creative strategy. In this design the promotional activities carried out in the form of offers a reservation service for the event " specific event with a selection of mainstream media websites and other supporting media such as banner campaigns, social media instagram, posters, brochures, business cards and stickers. Through the design of the media promotion of the expected purpose of Cafe and Restaurant La Dolce Vita can be achieved so that the reach of the game can be expanded.

Keyword : Design, Promotion, Cafe, La Dolce Vita