

Merancang Media Promosi yang Menarik dan Kreatif untuk Meningkatkan Daya Tarik Konsumen ke Salwa House

KUNCORO ADI SUMARNA

(Pembimbing : Godham Eko Saputro, S.Sn., M.DS, Daniar Wikan Setyanto, M.Sn)

Desain Komunikasi Visual - S1, FIK, Universitas Dian

Nuswantoro

www.dinus.ac.id

Email : 114200900534@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Sejarah kopi di Indonesia tercatat sejak tahun 1690, Indonesia dapat dikategorikan sebagai Negara penghasil kopi terbesar ke-4 di dunia. Terlihat dari banyaknya kedai kopi bermunculan, kedai kopi adalah tempat yang nyaman dan menyajikan beberapa olahan kopi, coklat dan teh, serta beberapa menu makanan ringan sebagai teman menikmati secangkir kopi. Perkembangan kedai kopi di Semarang mengalami peningkatan yang cukup pesat sehingga hal ini menimbulkan keanekaragaman gaya, ataupun sistem pelayanan dan produk pada kedai kopi. Tujuan dari membuat perancangan ini adalah terciptanya media promosi yang menarik dan kreatif sehingga dapat menarik minat konsumen untuk datang mengunjungi Salwa House dan meningkatkan daya tarik konsumen untuk seluruh kawasan di kota Semarang. Metodologi yang digunakan untuk riset menggunakan salah satu metode pengumpulan data yaitu dengan jalan wawancara, yaitu mendapatkan informasi dengan cara bertanya langsung kepada responden. Perancangan media promosi ini dibuat berdasarkan hasil metode analisa yang digunakan yaitu SWOT yang menghasilkan strategi pemasaran dalam Matrix SWOT. Kegiatan promosi yang dilakukan adalah menggunakan media lini bawah berupa poster, brosur, leaflet, stiker, kartu nama, media social dan gift, dengan pilihan media utama poster. Melalui perancangan media promosi ini diharapkan dapat membantu Salwa House untuk meningkatkan daya tarik konsumen atang ke Salwa House.

Kata Kunci : coffee shop, media promosi, perancangan, salwa house

Design Of Attractive and Creative Promotion Media to Improve Salwa House Attractiveness to Consumer

KUNCORO ADI SUMARNA

(Lecturer : Godham Eko Saputro, S.Sn., M.DS, Daniar Wikan Setyanto, M.Sn)

Bachelor of Visual Communication Design - S1, Faculty of

Computer Science, DINUS University

www.dinus.ac.id

Email : 114200900534@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

The history of coffee in Indonesia recorded since 1690, Indonesia can be categorized as a coffee-producing country the 4th largest in the world. Seen from the many coffee shops have sprung up, the coffee shop is a convenient place and serves some of processed coffee, cocoa and tea, as well as some snack menu as friends enjoying a cup of coffee. The development of the coffee shop in Semarang pesar has increased and this has led diversity of style, or system of services and products in the coffee shop. The purpose of making this design is the creation of a media campaign interesting and creative in order to attract consumers to come visit Salwa House and increase consumer appeal for the entire region in the city of Semarang. The methodology used for research using one of the methods of data collection is by way of interviews, ie obtain information by asking questions directly to the respondent. The design of this media campaign based on the results of the methods of analysis used is SWOT that produces marketing strategy in the SWOT Matrix. Promotion and the bottom line is to use media such as posters, brochures, leaflets, stickers, business cards, and gift of social media, with a choice of main media poster. Through the design of promotional media is expected to help Salwa House to increase consumer appeal Atang to Salwa House.

Keyword : coffee shop, design, promotion media, salwa house