

Perancangan Periklanan Dapur Keju Di Semarang

MUHAMMAD MARDIANSYAH

(Pembimbing : MUHAMMAD TAUFIK, M.Sn., ALI MUQODDAS, S.Sn, M.Kom)

Desain Komunikasi Visual - S1, FIK, Universitas Dian

Nuswantoro

www.dinus.ac.id

Email : 114201201442@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Seiring berkembangnya zaman, dunia kuliner di Kota Semarang terus berkembang sehingga menghasilkan beraneka ragam kuliner, mulai dari kuliner khas Kota Semarang maupun kuliner yang menawarkan nuansa baru atau keunikan seperti Dapur Keju. Dapur Keju merupakan nama kafe yang menawarkan semua kuliner dengan nuansa keju, mulai dari makanan ringan sampai makanan berat dan telah berdiri sejak 6 tahun yang lalu. Banyaknya kedai-kedai baru yang bermunculan serta lokasi yang kurang strategis menyebabkan penjualan Dapur Keju dalam memasuki tahun ke-4 ini mengalami penurunan penjualan sampai memasuki tahun ke-6 penjualan masih belum meningkat. Dengan adanya permasalahan tersebut yaitu menurunnya penjualan, maka untuk meningkatkan penjualan maka diperlukan adanya media iklan yang efektif dan fokus pada segmentasi target audience. Untuk mencapai keefektifan dalam menyampaikan pesan kepada target audience maka dalam merancang strategi kreatif pada perancangan iklan komersil ini, digunakan metode analisa SWOT untuk menganalisa data-data yang ada. Strategi media yang digunakan untuk mencapai target pasar adalah dengan menggunakan billboard, poster, brosur, signboard, x-banner, dan merchandise. Dapur Keju menyampaikan pesan pada iklan komersil ini bahwa Dapur Keju merupakan kafe yang menawarkan berbagai macam menu dari olahan keju. Diharapkan melalui perancangan periklanan ini memperoleh perhatian dari masyarakat pada produk yang ditawarkan dan sekaligus membuat masyarakat untuk membeli produk dari Dapur Keju, sehingga dapat meningkatkan penjualan.

Kata Kunci : Kafe, Keju, Iklan Komersil, Kuliner

Advertising Design for Dapur Keju at Semarang

MUHAMMAD MARDIANSYAH

(Lecturer : MUHAMMAD TAUFIK, M.Sn., ALI MUQODDAS, S.Sn, M.Kom)

*Bachelor of Visual Communication Design - S1, Faculty of
Computer Science, DINUS University*

www.dinus.ac.id

Email : 114201201442@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

As time, the culinary world in Semarang continues to grow resulting in a wide variety of cuisine, both from Semarang typical cuisine and other culinary offering new or unique shades such as Dapur Keju. Dapur Keju is a cafe that offers all the culinary nuances of cheese from mild to severe food meals and has stood since 6 years ago. The number of new stores is popping up as well as lacking strategic location led to sales of Dapur Keju in entering the 4th year of decreased sales until entering its 6th year sales still decreased. Given these problems, to increase sales of the necessary existence of effective advertising media and focus on the target audience segmentation. To achieve effectiveness in conveying the message to the target audience is designing creative strategies in commercial advertising, SWOT analysis method is used to analyze existing data. Media strategy used to achieve the target market are using billboards, posters, brochures, signboard, x-banner, and merchandise. Dapur Keju explains the commercial advertisement that Dapur Keju is a cafe offering a wide variety of processed cheese menu. Hopefully, through this advertising design, people know offered products and also make people buy products from the Dapur Keju, thus increasing sales.

Keyword : Cafe, Cheese, Commercial, Culinary