

Perancangan strategi promosi outlet Pamularsih "Tahubaxo ibu Pudji" untuk mengenalkan kepada masyarakat Semarang

ZAIEM RUSDI

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

Desain Komunikasi Visual - S1, FIK, Universitas Dian

Nuswantoro

www.dinus.ac.id

Email : 114201201391@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

“Tahubaxo ibu Pudji” adalah merek yang terkenal di Ungaran, dengan produk unggulannya tahu bakso. Selain tahu bakso terdapat aneka makanan ringan tradisional, oleh-oleh khas Semarang, dan Jawa Tengah. Sekarang “Tahubaxo ibu Pudji” membuka outlet baru di jalan Pamularsih no 15 Semarang Barat. Namun outlet Pamularsih masih sepi, oleh-oleh khas Semarang atau Jawa Tengah lainnya yang berada di sekitar Pamularsih, dan penggunaan media promosi yang masih kurang. Maka dalam perancangan strategi promosi ini bermaksud untuk menggunakan media sebagai informasi dengan menemptatkan kualitas tahu bakso rapih, rata, rapet dan menambahkan unsur desain. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dimana sumber didapatkan langsung di lapangan, dan menggunakan metode analisis berupa SWOT untuk mengidentifikasi strategi perancangan media untuk perusahaan. Sehingga informasi outlet Pamularsih “Tahubaxo ibu Pudji” tersampaikan lebih luas lagi dan menarik khususnya masyarakat Semarang.

Kata Kunci : perancangan, promosi, semarang, strategi, Tahubaxo ibu Pudji

Design of Promotion Strategy for Pamularsih Outlet of "Tahubaxo ibu Pudji" to introduce it to Semarang People

ZAIEM RUSDI

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

Bachelor of Visual Communication Design - S1, Faculty of

Computer Science, DINUS University

www.dinus.ac.id

Email : 114201201391@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

“Tahubaxo ibu Pudji” is a famous brand in Ungaran, with product superiority know meatballs. In addition to knowing the meatballs are traditional snacks, souvenirs typical of Semarang, central java. Now “Tahubaxo ibu Pudji” opening a new outlet in the way Pamularsih No. 15 West Semarang. However outlet Pamularsih still quiet, typical souvenirs or Semarang Central Java more be around Pamularsih, and the use of the media campaign which is still lacking it so in the design of this promotion strategies aim to use the media as with the quality of information out meatballs neat, flat, attached and adds an element of design. This study uses a qualitative method where the source is obtained directly in the field, and use methods such as SWOT analysts to identify design strategies for media companies. So the information outlet Pamularsih “Tahubaxo ibu Pudji” more widely delivered and attractive especially the Semarang.

Keyword : design, promotion, Semarang, strategies, Tahubaxo ibu Pudji