

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI KEDAI SEAFOOD KAIL CLAMS AND SHRIMPS DI KOTA SEMARANG

JOHANS RISTIANTO

(Pembimbing : AGUS SETIAWAN, M. Sn, ALI MUQODDAS, S.Sn, M.Kom)

Desain Komunikasi Visual - S1, FIK, Universitas Dian

Nuswantoro

www.dinus.ac.id

Email : 114200800432@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan dunia kuliner di Kota Semarang mengalami peningkatan yang cukup pesat, sehingga menimbulkan persaingan antara tempat makan yang satu dengan yang lainnya di Semarang. Salah satunya adalah kedai seafood Kail Clams and Shrimps yang sedang gencar melakukan kegiatan promosi untuk dapat bersaing dengan menonjolkan keunggulan yang dimiliki. Perancangan yang dilakukan adalah merancang media promosi yang menarik dan kreatif untuk meningkatkan daya tarik konsumen ke Kail Clams and Shrimps. Perancangan ini membawa konsep Kail Clams and Shrimps yaitu sebagai pioneer kedai seafood yang mengusung tema industrial yang berkualitas dan bermutu dengan fasilitas dan harga yang kompetitif dengan hidangan yang disajikan. 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, x-banner, flyer, brosur, stiker, tote bag, t-shirt, keychain, kalender, name board, table number, kartu nama dan name tag pegawai. Melalui perancangan media promosi ini diharapkan dapat meningkatkan visual branding dari Kail Clams and Shrimps agar memperoleh awareness dari masyarakat khususnya di Kota Semarang dan sekitarnya dan dapat membawa Kail Clams and Shrimps dalam meningkatkan daya tarik konsumen untuk berkunjung.

Kata Kunci : seafood, kedai seafood, seafood kota semarang, promosi, perancangan media promosi, media promosi

PROMOTION MEDIA DESIGN FOR SEAFOOD STORE OF KAIL CLAMS AND SHRIMPS AT SEMARANG

JOHANS RISTIANTO

(Lecturer : AGUS SETIAWAN, 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 : 114200800432@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

The development of the culinary bussiness in Semarang has increased quite rapidly and created competition between one place to another. One of them is Kail Clams and Shrimps. This place intensively carry out promotional activities to compete with offering their benefits. Their strategy is to design an interesting and creative media campaign to increase consumer appeal of Kail Clams and Shrimps. Their design brings the concept of Kail Clams and Shrimps as a pioneer seafood shop with industrial theme that bring quality and competitive prices. The design of their media campaign based on the results of the methods of analysis SWOT that produces marketing strategy in the SWOT Matrix. Their promotional activities use bellow the line media such as posters, x-banners, flyers, brocures, stickers, tote bag, t-shirt, keychain, calendar, name board, table number, cards and employee name tag. Through the design of promotional media, they expect to increase the visual branding of Kail Clams and Shrimps in order to gain awareness of public, especially in Semarang and surrounding area and also bring Kail Clams and Shrimps in enhancing the consumer appeal for a visit.

Keyword : seafood, seafood store, seafood semarang, promotion, promotion media, promotion media design