

Perancangan Media Promosi Depot Oishii Semarang

NURUL HIDAYAH

(Pembimbing : Noor Hasyim, M.Ds., AGUS SETIAWAN, M. Sn)

Desain Komunikasi Visual - S1, FIK, Universitas Dian

Nuswantoro

www.dinus.ac.id

Email : 114201201464@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan kuliner di Indonesia saat ini sudah sangat maju, hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya rumah makan yang menyajikan bukan hanya makanan dalam negeri tetapi banyak juga yang menyajikan makanan dari luar negeri. Salah satu kuliner yang banyak digemari masyarakat khususnya Semarang adalah makanan Jepang. Salah satunya adalah Depot Oishii, yang berada di Jalan Puri Anjasmoro Raya No 74 Semarang. Depot Oishii membutuhkan sebuah media promosi yang efektif untuk menarik lebih banyak konsumen. Metode analisis yang digunakan dalam perancangan ini adalah SWOT dengan mengkaji kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari Depot Oishii. Metode penelitian yang digunakan dalam perancangan ini adalah metode kualitatif yang meliputi metode wawancara, metode observasi dan metode dokumentasi. Perancangan ini menghasilkan media promosi berupa video, poster, leaflet, spanduk, x banner, t banner, kartu nama, stiker dan instagram. Dalam perancangan ini diharapkan semua media promosi yang dihasilkan dapat meningkatkan penjualan untuk Depot Oishii sehingga mampu bersaing dengan kompetitor.

Kata Kunci : depot oishii, media, promosi

Promotion Media Design of Depot Oishii Semarang

NURUL HIDAYAH

(Lecturer : Noor Hasyim, M.Ds., AGUS SETIAWAN, M. Sn)

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

www.dinus.ac.id

Email : 114201201464@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

The development of culinary in Indonesia now is are very advance, this is evidenced by the number of eating which presents not only food domestic but many people also serving food from abroad. One of culinary many popular public especially Semarang is food japan. One of them is depot oishii, the cause of Puri Anjasmoro Raya no 74 Semarang. Depot oishii requires a media promotion which is effective for attracting more customers. The method of analysis that used in the design this is training by looking at the power, weakness, opportunities and threat from depot oishii. The research methodology used in the design this is the method qualitative which includes a method of interview, a method of observation and methods documentation. Design it produces media promotion of video, posters, leaflets, banners, x banner, t banner, business cards, stickers and Instagram. In the design it is hoped that all media promotion produced can boost sales to depot oishii so they can compete with competitors.

Keyword : depot oishii, media, promotion