

PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL MEDIA PROMOSI HANA SNACK MENGGUNAKAN PENDEKATAN TEKNIK FOTOGRAFI

TEGAR RISTIANTO

(Pembimbing : Edy Mulyanto, SSi, M.Kom, Henry Bastian, M.Kom)

Desain Komunikasi Visual - S1, FIK, Universitas Dian

Nuswantoro

www.dinus.ac.id

Email : 114201201359@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Saat ini bisnis kuliner merupakan bisnis yang sangat menjanjikan, salah satunya adalah bisnis kuliner makanan ringan. Perancangan media promosi Hana Snack membutuhkan media promosi lanjut karena ingin memperluas pasar perusahaan, promosi Hana Snack di fokuskan pada media fotografi yang mana pengaplikasiannya dapat di beberapa media. Perancangan media promosi ini bertujuan untuk mencakup nilai cabang pemasok yang dari toko ke toko menjadi supermarket dengan dibuatnya packaging yang menarik sehingga memiliki nilai desain didalamnya. Metode yang digunakan dalam perancangan ini menggunakan metode kualitatif karena untuk mengambil data penulis melakukan wawancara dan survei langsung ke lokasi untuk melihat kondisi dari Hana Snack. Perancangan menggunakan analisis SWOT sebagai acuan mencari data mengenai keunggulan dan kekurangan dari perusahaan agar tercipta strategi yang baik dan dapat di simpulkan strategi yang dapat dilakukan untuk mengembangkan pasar yaitu strategi Strength & Opportunity, yaitu dengan memasok makanan hana snack dengan promosi yang baik dengan indikasi makanan tanpa bahan pengawet dan harga makanan yang terjangkau sehingga dapat di jangkau oleh semua kalangan. Tampilan packaging yang di gunakan dalam perancangan ini memiliki kesan tradisional dengan dominan warna oranye didalamnya, karena warna oranye itu memberikan kesan untuk menambah nafsu makan, memiliki makna agar orang yang melihat produk hana snack berkeinginan untuk membeli karna melihat kemasannya yang memberi nafsu untuk mengkonsumsi.

Kata Kunci : Perancangan, Fotografi, Desain, Makanan

VISUAL COMMUNICATION DESIGN FOR PROMOTION MEDIA OF HANA SNACK USING TECHNIQUES OF PHOTOGRAPHY APPROACH

TEGAR RISTIANTO

(Lecturer : Edy Mulyanto, SSi, M.Kom, Henry Bastian, M.Kom)

Bachelor of Visual Communication Design - S1, Faculty of

Computer Science, DINUS University

www.dinus.ac.id

Email : 114201201359@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

This moment culinary business is the promising one, one of them were snacks culinary business. The design of promotional media campaign hana snack Media Requires further increase company turnover because want from snacks light medium might sma being snacks, hana snack sale focused on photography which aimed to some media. The Concept in adjusted the company to review the community that producted could be reached by the customer. The method used in this campaign was qualitative method for the data the writter doing interviews and direct survey to the location to looked up into Hana snack. The concept used SWOT analysis as a reference looked for advantages and disadvantages from the company to create a great strategy dan can be concluded for spread the market. The strategy itself was Streght-Opportunity, by supplying food Hana snack with a great promotion with the indication meal without preservatives and the price affordable so that it could reached among all. The consept this package used had traditional impression with the dominant color of orange, because the orange gave an impression for appetite, have a meaning for other whom see the product wanted to buy because the packaging.

Keyword : Campaign, Photography, design, food