

## **PERANCANGAN MEDIA PROMOSI I-COS CAFE SEBAGAI UPAYA MEMENANGKAN PESAINGAN**

**RUDI SETIAWAN**

(Pembimbing : Auria F. Yogananti, S.Sn,MTDdesign, Annas Marzuki Sulaiman, M.Sn)

*Desain Komunikasi Visual - S1, FIK, Universitas Dian*

*Nuswantoro*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 114201301628@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRAK**

Seiring dengan perkembangannya cafe juga sudah tidak hanya menjadi tempat nongkrong dan makan saja, melainkan sudah menjadi gaya hidup dan trend center bagi masyarakat perkotaan. Salah satu cafe yang terletak di kota Semarang adalah I-Cos Cafe yang sudah berdiri sejak tahun 2009, menawarkan konsep baru mereka yaitu dengan menggabungkan sebuah unsur bar dengan tempat makan, dan cafe. Walaupun I-Cos Cafe ramai dikunjungi, sekarang I-Cos Cafe sendiri mengalami penurunan omzet yang lumayan. I-Cos Cafe perlu melakukan promosi sehingga permasalahan berkurangnya pelanggan yang datang diharapkan dapat meningkat. Perancangan promosi menggunakan metode kualitatif, data-data diperoleh menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Kemudian dianalisis dengan menggunakan metode SWOT. Dari kesimpulan analisis SWOT maka terpilihlah strategi dalam upaya untuk mempromosikan I-Cos Cafe adalah memberitahukan kepada calon konsumen bahwa I-Cos Cafe memiliki tempat yang nyaman dan memiliki berbagai menu minuman unggulan. Media promosi yang dipilih menyesuaikan dengan target audience I-Cos Cafe, sehingga media yang dibutuhkan adalah Video Komersial sebagai media utama, dan media pendukung berupa banner online yang keduanya menggunakan media sosial Instagram dan Facebook dalam melakukan kegiatan promosi. Sedangkan media pendukung lain yang merupakan media offline, yaitu berupa media poster dan spanduk. Visualisasi terdiri dari elemen-elemen fotografi, warna, dan tipografi untuk memperkuat tema desain promosi.

Kata Kunci : Kata Kunci : cafe, tempat nyaman, anak muda, media promosi, pemasaran

## **PROMOTION MEDIA DESIGN OF I-COS CAFE AS AN EFFORT TO WIN COMPETITION**

**RUDI SETIAWAN**

(Lecturer : Auria F. Yogananti, S.Sn,MTDdesign, Annas Marzuki Sulaiman, M.Sn)  
*Bachelor of Visual Communication Design - S1, Faculty of  
Computer Science, DINUS University  
www.dinus.ac.id  
Email : 114201301628@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRACT**

Along with its development cafe also was not just a place to hang out and eat but it has become a lifestyle and trend center for urban communities. One of the cafes which are located in the city of Semarang was Cos I-Cafe that had already been founded in 2009, offers their new concept is to compress an item bar with dining and cafe. Although I-Cafe crowded Cos now I-Cos Cafe itself a hefty decline in turnover. I-Cos Cafe needs to do promotion so that the problem of depletion of customers who come are expected to increase. Design promotion using qualitative methods, the data obtained using the method of interview, observation, and documentation. Then analyzed by using SWOT method. SWOT analysis of the conclusion then John Matheson strategy in an effort to promote I-Cos Cafe is informing prospective consumers that I-Cos Cafe features a convenient place and has a variety of superior drinks menu. Promotional media selected to match the target audience I-Cos Cafe, so that the required media is a Video Commercial as mainstream media, and media advocates are banner online social media both use Instagram and Facebook in conduct promotional activities. While other supporting media is offline media, namely in the form of media posters and banners. Visualization consists of elements of photography, color, and design theme to strengthen typographic promotion.

Keyword : Keywords : youth, cafe, i-cos caf, media promotion, cozy place