

## **Perancangan Media Promosi Bakmi DKI**

Written accountability

Department of Product Design – Graphic Design & Multimedia  
Mercu Buana University Jakarta, 2014

By : **Agasi Azerbaizan**

### **ABSTRACT**

Noodle is not a staple food. But, noodle is the one of favored food by nearly, started from childrens to adults, because of the increasing number of people are fond of noodle, more noodle stalls are open in various regions to present a variety of menus and good quality. In order for all those who love the noodle can come and enjoy the food.

Bakmi DKI is one of the bakmi stalls that placed in Slipi, West Jakarta. Bakmi DKI's stall serves noodles with a few menu choices and good quality, because the materials used are themselves without the use of preservatives. However, Bakmi DKI has a noodle stall logo identity is less communicative and lack of media promotion. Therefore it is necessary visual identity and made appropriate media campaign to introduce Bakmi DKI stall to the public.

Corporate Identity is giving a visual identity for a company or product logo in the form that is used to communicate and differentiate the product from other company's products. And can be easily recognized or remembered by the consumers and the wider community. Then comes the interest from consumers and the public to the product and the company that introduced.

The media campaign is an effort of marketing the products that have been introduced to inform the general public, so that people interested in buying a product that has been introduced.

**Keywords:** Noodle, Bakmi DKI, Corporate Identity, Media Campaign

**Perancangan Media Promosi Bakmi DKI**  
Pertanggungjawaban Tertulis  
Program Studi Desain Produk - Desain Grafis & Multimedia  
Universitas Mercu Buana Jakarta, 2014

Oleh: **Agasi Azerbaizan**

**ABSTRAK**

Bakmi memang bukan merupakan makanan pokok. Namun bakmi salah satu makanan yang hampir digemari oleh semua kalangan dari mulai anak-anak hingga orang dewasa, karena semakin banyaknya orang yang gemar terhadap bakmi, semakin banyak pula warung bakmi yang buka di berbagai kawasan untuk menyajikan berbagai menu dan kualitas yang baik. Agar semua orang yang menyukai bakmi dapat datang dan menikmati bakmi tersebut.

Bakmi DKI merupakan salah satu warung makan bakmi yang berada dikawasan Slipi, Jakarta Barat. Warung Bakmi DKI ini menyajikan bakmi dengan beberapa pilihan menu dan kualitas yang baik, karena bahan-bahan yang digunakan dibuat sendiri tanpa menggunakan bahan pengawet. Namun, warung Bakmi DKI memiliki identitas logo yang kurang komunikatif dan kurangnya media promosi. Oleh karena itu perlu dibuatnya identitas visual dan media promosi yang tepat untuk memperkenalkan warung Bakmi DKI kepada masyarakat luas.

Corporate Identity adalah pemberian identitas visual kepada sebuah perusahaan maupun produk berupa logo yang digunakan untuk mengkomunikasikan dan membedakan suatu produk dengan produk milik perusahaan lain. Serta dapat dengan mudah dikenal atau diingat oleh para konsumen dan masyarakat luas. Kemudian timbul ketertarikan dari konsumen dan masyarakat luas terhadap produk dan perusahaan yang diperkenalkan.

Media promosi adalah suatu usaha dari pemasaran dalam menginformasikan produk yang sudah diperkenalkan kepada masyarakat luas, sehingga masyarakat tertarik untuk membeli produk yang sudah diperkenalkan.

**Kata Kunci:** Bakmi, Bakmi DKI, Corporate Identity, Media Promosi