

Media Promosi Pada Toko Kue Ngudi Rasa

Pertanggung Jawaban Tertulis

Program Studi Desain Produk Jurusan Desain Grafis & Multimedia

Universitas Mercu Buana Jakarta, 2014

Oleh : **TRI MULIYO SUPANGGIH**

ABSTRAK

Promosi merupakan upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa pada dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Mengingat persaingan pasar semakin ketat, dan membuat menarik minat konsumen serta membuat menjadi fanatik, setia, dan tidak beralih ke yang lain, maka diperlukan sesuatu yang khusus, unik, spesifik, dan diperlukan suatu unsur tematik dalam bentuk media promosi.

Perancangan ini di latar belakang oleh kurangnya perhatian oleh produsen kue-kue tradisional untuk mempromosikan produknya, maka muncul sebuah ide/gagasan yang bertujuan untuk mempromosikan produk Kue Lapis Surabaya agar mempunyai identitas/ciri khas dari produk yang dihasilkannya.

Pada perancangan ini, pendekatan yang di lakukan yaitu dengan mempromosikan produk Ngudi Rasa melalui kemasan serta media pendukung promosi lainnya. Selain itu desain perancangan ini menggunakan pendekatan estetis budaya jawa, karena nama dari Ngudi Rasa tersebut berasal dari kata bahasa Jawa. Promosi ini dikemas dalam suatu perancangan desain kemasan kue lapis surabaya dan media pendukung promosi lainnya.

Kata Kunci : Promosi, Produk, Kemasan, Jawa, Ngudi Rasa

Media Promotion At Cake Shop Ngudi Rasa
Written Project Report
Study Programs Product Design Departement of Graphic Design &
Multimedia Mercu Buana University Jakarta, 2014

By : **TRI MULIYO SUPANGGIH**

ABSTRACT

Promotion is an attempt to inform or offer products or services in order to draw potential customers to purchase or consume. Given the increasingly fierce market competition, and create consumer interest and made into a rabid, loyal, and do not switch to another, it would require something special, unique, specific, and required a thematic element in the form of a media campaign.

The design is in the background of the background by the lack of attention by the manufacturers of traditional cakes to promote their products, it appears an idea / notion that aims to promote products that have Surabaya Layer Cake identities / characteristic of the product.

In this design, the approach in doing that is by promoting products through packaging Ngudi Rasa and supporting other promotional media. In addition, the design of this design aesthetic approach Javanese culture, because the name of the Ngudi Rasa derived from the Javanese language. This promotion is packaged in a packaging design planning Surabaya layer cake and other supporting media campaign.

Keywords: Promotion, Product, Packaging, Java, Ngudi Rasa