

PROMOTIONAL MEDIA DESIGN

COFFEE PRODUCT 25 °C

Mega Aulia Trismonica

NIM 24316210040

ABSTRACT

The introduction of a brand to the public so that it can always be remembered is the true purpose of promotional activities. Promotional activities also aim to increase the flow of purchases towards the brand. One such effort is to introduce local coffee products with the aim of increasing public awareness of the existence of coffee products produced by 25 ° C Coffee. Each media has a design with the same concept or become a unity between one media with other media so that people more easily recognize, realize and remember the brand and the objectives of promotional activities were achieved.

Key Word : Promotion Media, 25 °C Coffee



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI

PRODUK 25 °C *COFFEE*

Mega Aulia Trismonica

NIM 24316210040

ABSTRAK

Pengenalan sebuah brand kepada masyarakat agar dapat selalu diingat adalah tujuan dari kegiatan promosi yang sesungguhnya. Kegiatan promosi juga bertujuan untuk meningkatkan arus pembelian terhadap brand. Salah satu upaya tersebut adalah memperkenalkan produk kopi lokal dengan tujuan untuk meningkatkan *brand awareness* masyarakat akan keberadaan produk kopi yang diproduksi oleh 25 °C *Coffee* ini. Setiap media memiliki desain dengan konsep yang sama atau menjadi satu kesatuan antara satu media dengan media lain sehingga masyarakat lebih mudah mengenali, menyadari dan mengingat brand dan tujuan dari kegiatan promosi pun tercapai.

Kata Kunci : Media Promosi, 25 °C *Coffee*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA