

ABSTRAK

Nama : Napoleon Ramdan Habibie
NIM : 42319210007
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Laporan Tugas Akhir : Perancangan Photobooth Sebagai Media Promosi
“Kedai Bagja”
Pembimbing : Rinkapati Swatriani, S.Ds, M.Ikom

Promosi adalah sebuah kegiatan dalam sebuah bisnis yang umum dilakukan oleh seorang wirausahaan dalam mengkomunikasikan produk yang dijual dengan memberikan informasi yang bersifat persuasif yang mengajak dan mempengaruhi konsumen untuk membeli. Dalam melakukan promosi tentu saja sebuah bisnis memerlukan sebuah media untuk berpromosi dan dalam hal ini penulis melakukan observasi mengenai media promosi di salah satu kedai yaitu Kedai Seblak Bagja. Dengan tujuan untuk memperkenalkan serta menciptakan media promosi sebagai sarana informasi yang menarik, efektif, kreatif, komunikatif, dan diharapkan mampu menarik minat masyarakat terhadap Kedai Seblak Bagja Tersebut. Adapun metode serta teknik yang digunakan yaitu Observasi ke tempat kedai tersebut dengan maksud sebagai mencari ide atau permasalahan dan bahan referensi. Hasil yang diperoleh dalam observasi tersebut tercetus lah ide untuk membuat Photobooth sebagai media promosi tersebut. Setelah dilakukan uji coba terhadap media tersebut Photobooth milik Kedai Seblak Bagja mendapat banyak respon dan antusias yang positif dari para pengunjung yang mencoba photobooth tersebut.

Kata Kunci: Promosi, Produk, Media Promosi, Photobooth, Seblak

ABSTRACT

Name : Napoleon Ramdan Habibie
NIM : 42319210007
Study Program : Desain Komunikasi Visual
Title of Final Project Report : Perancangan Photobooth Sebagai Media Promosi
“Kedai Bagja”
Counsellor : Rinkapati Swatriani, S.Ds, M.Ikom

Promotion is an activity in a business that is commonly carried out by an entrepreneur in communicating the products being sold by providing persuasive information that invites and influences consumers to buy. In carrying out promotions, of course a business needs a media to promote and in this case the author made observations regarding promotional media at one of the shops, namely Kedai Seblak Bagja. With the aim of introducing and creating promotional media as a means of information that is interesting, effective, creative, communicative, and is expected to be able to attract public interest in the Seblak Bagja Shop. The methods and techniques used are observation of the shop location with the intention of finding ideas or problems and reference materials. The results obtained from these observations sparked the idea to create a Photobooth as the promotional media. After testing the media, Kedai Seblak Bagja's Photobooth received many positive responses and enthusiasm from visitors who tried the photobooth.

Keywords: *Promotion, Product, Media Promotion, Photobooth, Spicy savory wet chips*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA