

ABSTRAK
PERANCANGAN STRATEGI PROMOSI
KOPI GEMPLONG KEBUMEN

Provinsi Jawa Tengah adalah sentra produksi kopi berjenis robusta terbesar kelima di Indonesia. Salah satu daerah di provinsi ini yang memiliki potensi untuk mengembangkan kopi robusta adalah di Desa Giritirto, Kecamatan Karanggayam, Kabupaten Kebumen. Di desa tersebut terdapat produk kopi yang bernama Kopi Gemplong. Ciri khas dari kopi ini adalah proses pembuatannya yang dilakukan dengan cara ditumbuk oleh ibu - ibu. Namun, produk ini belum dikenal oleh masyarakat luas, belum dilengkapi dengan identitas visual, kemasan yang digunakan belum menunjukkan keistimewaan, dan kegiatan promosi belum dilakukan secara maksimal. Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam perancangan ini adalah wawancara, kuesioner, observasi, dokumentasi, dan studi pustaka. Analisis data menggunakan matriks perbandingan dan analisis SWOT sebagai acuan dalam konsep perancangan. Oleh karena itu, perlu adanya perancangan strategi promosi dengan merancang identitas visual yang dapat diimplementasikan ke dalam kemasan dan media promosi untuk menginformasikan dan menarik masyarakat membeli produk kopi tersebut. Dengan adanya perancangan strategi promosi ini diharapkan Kopi Gemplong dapat lebih dikenal oleh khalayak, sehingga dapat meningkatkan perekonomian masyarakat.

Kata kunci : Identitas Visual, Strategi Promosi, Kopi Gemplong