

## ABSTRAK

### PERANCANGAN VISUAL MEDIA PROMOSI *COCOA SERIES* PRODUK MUSTIKA RATU

Oleh:

**Muna Agnita**  
**109300101**

Impian akan kecantikan fisik mempengaruhi gaya hidup wanita untuk memilih perawatan kecantikan. Tolok ukur kebarat-baratan menjadi suatu standar kecantikan sejak zaman kolonial, kini semakin berkembangnya zaman, pergeseran nilai kecantikan pun berubah, memiliki kulit eksotis, indah, halus, dan bersih merupakan hal terpenting bagi wanita. Berbagai macam produk kecantikan dari luar dan dalam negeri semakin bersaing ketat untuk menjadi produk unggul yang dipilih wanita. *Cocoa Series* sebagai rangkaian produk *spa* baru dari Mustika Ratu. ini memerlukan media pendukung untuk menjadi produk unggulan dalam negeri. Pendekatan budaya pun diperlukan untuk melestarikan kebudayaan Indonesia yang tercermin dari *Cocoa Series* yang berciri tradisional yang tidak kalah kualitasnya dengan produk luar negeri. Minimnya media promosi membuat produk ini kurang dikenal oleh masyarakat.

Metode yang digunakan adalah pengamatan atau observasi dan pencatatan, wawancara, serta studi pustaka sehingga didapatkan data bahwa dibutuhkan perancangan visual media promosi *Cocoa Series*. Produk tersebut memang kurang dikenal dan memerlukan media promosi yang berkonsep untuk mendukung dan memperkenalkan produk sesuai segmentasi pasarnya.

Konsep perancangan media promosi ini adalah pendekatan budaya Indonesia khususnya tradisi Jawa yang dikemas secara modern dan elegan. Motif batik Sekar Jagad dari daerah Madura digunakan sebagai unsur visual yang utama. Media yang dirancang adalah *print ad* untuk majalah, *pop up banner*, katalog, *pouch*, *transit ad*, kupon *voucher*, produk display, dan *goodie bag*. Diharapkan perancangan ini dapat membantu PT. Mustika Ratu, Tbk. dalam mempromosikan produknya.

Kata Kunci: produk *spa*, Mustika Ratu, *Cocoa Series*, media promosi

## **ABSTRACT**

### **VISUAL DESIGN PROMOTION MEDIA FOR MUSTIKA RATU'S COCOA SERIES**

**By:**  
**Muna Agnita**  
**109300101**

Dreaming about physical beauty already affect women's lifestyle to choose their beauty treatments. Western standards have become the benchmark of beauty since the colonial era in Indonesia, nowadays, the value of beauty had change, which is have exotic-fair-smooth-clean skin is the most important thing for women. Various beauty's products from foreign and domestic industries are competing to be the most superior product chosen by women. Cocoa Series as a new spa product by Mustika Ratu requires a witty supporting medium to join those challenging competition. Cultural approach as reflected in the packaging, used to not only preserve Indonesian heritage, but also as a characteristic key for Cocoa Series compete with other competitors. The lack of media promotion is something that makes this product less known by the public.

The methods of this research based on observation, recording, interviews, as well as literature study used to get the best insight. It suggests the needed key message while designing the visual promotional media of Cocoa Series. These products require a media campaign to introduce the product to its corresponding segmentation.

The design concept is conduct through a cultural approach, which packaged in a modern and elegant but still showing the ethnic impression of Javaness culture. Sekar Jagad batik motif is used as the main visual element. The designed media are print-Ad for magazine, pop up banners, catalogs, pouches, transit ad, coupon vouchers, product displays, and goodie bags, which expected to help the PT. Mustika Ratu, Tbk. promote its products.

Keywords: spa product, Mustika Ratu, Cocoa Series, promotion media