

## **ABSTRAK**

# **PERANCANGAN VISUAL DAN MEDIA PROMOSI KAFE DOCTOR CRONUTS DI KOTA BOGOR**

**Oleh:**

**Evalisa Yulianti**

**NIM: 1401100182**

Berkumpul dan bersosialisasi di tempat-tempat tertentu belakangan ini menjadi gaya hidup remaja. Fenomena kelompok remaja dan orang muda yang senang berkumpul di kafe menunjukkan remaja Bogor masa kini yang cenderung membutuhkan ruang untuk mengekspresikan diri, serta tempat untuk bersosialisasi, namun masyarakat khususnya wanita sering kali merasa takut gemuk.

Doctor Cronut merupakan kafe yang menawarkan sajian cronut tanpa harus takut gemuk, akan tetapi kafe Doctor Cronuts yang baru berdiri masih belum mampu bersaing untuk membuatnya lebih dikenal oleh masyarakat. Hal tersebut dikarenakan promosi yang dilakukan masih sedikit. Minimnya media promosi menjadi salah satu penyebab Doctor Cronuts tidak begitu dikenal masyarakat sehingga menyebabkan kurangnya jumlah pengunjung.

Guna menjawab permasalahan diatas, Penulis memperoleh data yang dibutuhkan melalui metode observasi pada objek penelitian, studi pustaka, wawancara narasumber terkait dan membagikan kuisisioner kepada responden yang mewakili *target audience* yang akan dituju. Setelah data diperoleh, Penulis melakukan perancangan visual dan media promosi yang sesuai dengan menggunakan pendekatan ceria melalui media berbasis *ICT* seperti *twitter*, *instagram*, *flyer*, dan *digital poster*. Selain itu media yang digunakan dalam perancangan Tugas Akhir ini adalah *promotion board*, *packaging*, *sticker*, *x-banner*, daftar menu, spanduk dan promo line.

Dengan adanya perancangan Tugas Akhir ini, diharapkan akan mampu membantu kafe Doctor Cronuts dalam merancang media promosi yang tepat sehingga masyarakat terutama anak muda lebih mengetahui keberadaannya dan ingin mengunjungi kafe Doctor Cronuts. Selain itu, penulisan ini juga diharapkan dapat membantu pihak-pihak yang membutuhkannya.

**Kata Kunci :** Media Promosi, Kafe, Doctor Cronuts, Kota Bogor.

## **ABSTRACT**

### **VISUAL DESIGN AND PROMOTION MEDIA OF CAFE DOCTOR CRONUTS IN BOGOR**

**By:**

**Evalisa Yulianti**

**NIM: 1401100182**

Gather and socialize in certain places lately become teenage lifestyle. The phenomenon of adolescent groups who love to gather in the cafe showed Bogor today's teen-age are likely need space to express themselves, as well as a place to socialize, but the public, especially women who often feel afraid of getting fat.

Doctor Cronut is a cafe which offers cronut dish without afraid of being fat, but this new cafe still not able to compete to make it known by the public because of the minimal promotion. The lack of promotion media is one reason which make Doctor Cronuts barely know by the public, so it caused the less number of costumers.

To solve the problems above, the author obtain the required data through observation method on the research object, library research, informant interviews and distributed questionnaires related to respondents who represent the target audience which would be addressed. Once the data is obtained, the author planned a visual design and promotion media in accordance with the cheerful approach through ICT-based media such as twitter, instagram, flyers, and digital posters. Besides that, the media used in this final paper are promotion board, packaging, stickers, x-banners, menus, banners and line promos.

This final paper is expected to be able to support Doctor Cronuts cafe for creating the appropriate promotion media so that the society, especially adolescents will be aware of its existence and interest to visit Doctor Cronuts cafe. In addition, this study is also expected to help the parties that need it.

**Keyword :** Promotion media, cafe, Doctor Cronuts, Bogor.